
ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС НА ПУТИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

THE GOVERNMENT AND BUSINESS ON THE PATH OF THE DIGITAL TRANSFORMATION

Оригинальная статья / Original article

УДК 640.4

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-71-82>



Цифровая трансформация гостиничного бизнеса как необходимое условие успешного функционирования отелей

О. А. Полищук¹ ✉, Ш. Г. Казарян¹, Д. А. Копылова¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: ole_ole_08@mail.ru

Резюме

Актуальность. Главной целью любого бизнеса является извлечение большей прибыли, что в реалиях современной информационной эры достигается в существенной мере посредством диджитализации. Решающее значение в вопросах оптимизации бизнес-процессов, повышения лояльности гостей и конкурентоспособности в условиях быстро меняющегося рынка отводится цифровой трансформации бизнеса. Она выводит традиционные подходы к ведению бизнеса на качественно новый уровень. Значительное влияние на смещение вектора развития в сторону цифровизации в гостиничном секторе оказала пандемия COVID-19, которая вызвала необходимость ускоренного внедрения новейших IT-технологий в деятельность объектов размещения и вывела отрасль на более динамичный виток развития. Возрастающая роль электронной коммерции в современной экономике также внесла свои коррективы и стимулировала подключение гостиниц к различным цифровым платформам.

Цель – исследование приоритетных направлений цифровой трансформации гостиниц и оценка целесообразности перехода к цифровой системе управления в вопросах оптимизации бизнес-процессов, улучшения качества обслуживания и достижения высоких ключевых показателей эффективности.

Задачи: определить роль цифровизации гостиничной индустрии в современном мире; выявить стратегические цели интеграции цифровых технологий в бизнес-процессы; оценить влияние внешних факторов на развитие цифровой дистрибуции и внедрение информационно-коммуникационных технологий в деятельность гостиниц; определить конкурентные преимущества использования PMS-систем; рассмотреть возможности применения искусственного интеллекта и технологии Big Data в гостиничном бизнесе.

Методология. В ходе написания статьи использовались следующие методы: анализ литературы, теоретические, монографические, статистические методы и методы графического моделирования.

Результаты. Были изучены теоретические аспекты цифровизации сферы гостеприимства, рассмотрены факторы, стимулирующие темпы роста данного процесса. Определены наиболее популярные продукты цифровизации в индустрии.

Выводы. В статье подчеркивается необходимость следования за цифровыми тенденциями в индустрии гостеприимства, что является важным условием успешности предприятия как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Ключевые слова: цифровая трансформация; гостиничный бизнес; информационно-коммуникационные технологии; оптимизация бизнес-процессов; онлайн-бронирование; автоматизация; PMS-система; искусственный интеллект; Big Data; чат-бот.

© Полищук О. А., Казарян Ш. Г., Копылова Д. А., 2023

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2023; 13(5): 71–82

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Полищук О. А., Казарян Ш. Г., Копылова Д. А. Цифровая трансформация гостиничного бизнеса как необходимое условие успешного функционирования отелей // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. Т. 13, № 5. С. 71–82. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-71-82>.

Поступила в редакцию 14.08.2023

Принята к публикации 11.09.2023

Опубликована 30.10.2023

Digital Transformation of the Hotel Business as a Necessary Condition for the Successful Functioning of Hotels

Olga A. Polishchuk¹ ✉, Shushanik G. Kazaryan¹, Diana A. Kopylova¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: ole_ole_08@mail.ru

Abstract

Relevance. The main goal of any business is to extract more profit, which in the realities of the modern information age is achieved to a significant extent through digitalization. Digital business transformation plays a decisive role in optimizing business processes, increasing guest loyalty and competitiveness in a rapidly changing market. It takes traditional approaches to doing business to a whole new level. The shift in the development vector towards digitalization in the hotel sector was significantly influenced by the Covid-19 pandemic, which necessitated the accelerated introduction of the latest IT technologies in the activities of accommodation facilities and brought the industry to a more dynamic stage of development. The growing role of e-commerce in the modern economy has also made adjustments and stimulated the connection of hotels to various digital platforms.

The purpose is to study the priority directions of digital transformation of hotels and assess the feasibility of switching to a digital management system in matters of optimizing business processes, improving the quality of service and achieving high key performance indicators.

Objectives: to determine the role of digitalization of the hotel industry in the modern world; to identify the strategic goals of integrating digital technologies into business processes; to assess the impact of external factors on the development of digital distribution and the introduction of information and communication technologies in the activities of hotels; to determine the competitive advantages of using PMS systems; to consider the possibilities of using artificial intelligence and Big Data technology in the hotel business.

Methodology. In the course of writing the article, the following methods were used: literature analysis, theoretical, monographic, statistical methods and graphic modeling methods.

Results. Theoretical aspects of digitalization in the hospitality sector were studied, the factors stimulating the growth rate of this process were considered. The most popular digitalization products in the industry have been identified.

Conclusions. The article emphasizes the need to follow digital trends in the hospitality industry, which is an important condition for the success of an enterprise both in the domestic and foreign markets.

Keywords: digital transformation; hotel business; information and communication technologies; business process optimization; online booking; automation; PMS system; artificial intelligence; Big Data; chat bot.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the author of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Polishchuk O. A., Kazaryan Sh. G., Kopylova D. A. Digital Transformation of the Hotel Business as a Necessary Condition for the Successful Functioning of Hotels. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2023; 13(5): 71–82. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-71-82>.

Received 14.08.2023

Accepted 11.09.2023

Published 30.10.2023

Введение

В условиях современности трудно представить высокопоказательное с экономической точки зрения предприятие, не использующее цифровые технологии. Гостиница сегодня – это не только комфорт, но и предоставление сервиса с использованием новейших подходов.

Продукты цифровизации, применяемые в индустрии гостеприимства, позволяют автоматизировать предприятие, что обладает положительным эффектом при обслуживании гостей. В отелях автоматизации подвергаются внутренние процессы: взаимодействие с гостями, распределение задач для работников организации и т. д.

Цифровизация является не просто продуктом, это грамотный подход к использованию новейших технологий с целью усовершенствования и модификации работы предприятия. Данный процесс в значительной степени влияет на показатель производительности и, несомненно, выводит предприятие на новый экономический уровень.

Инструменты, предлагаемые цифровой экономикой, позволяют развивать рынок даже в условиях экономического кризиса, поскольку на их основе компании могут быстро и гибко реагировать на изменение рыночной ситуации и удовлетворять потребности потребителей [1].

Материалы и методы

Информационной базой данного исследования послужили материалы научных журналов, теоретические и практические результаты различных отечественных и зарубежных экономистов и аналитиков.

При написании статьи были использованы общенаучные методы: анализ, описание, наблюдение, сравнение, графическое представление.

Результаты и их обсуждение

На современном этапе развития общества прослеживается четкая тенденция перехода к цифровой системе управления

бизнеса во всех отраслях экономики, в т. ч. и гостиничном секторе. Ускоренный процесс цифровой трансформации гостиниц и иных средств размещения вызван рядом причин: развитие информационно-коммуникационных технологий, рост доступности Интернета и числа его пользователей (уровень проникновения Интернета в РФ на 2023 г. составляет 88,2%), возрастание роли электронной коммерции и изменение потребительского поведения под воздействием стремительного перехода образа жизни «в цифру».

Мировые тенденции и реалии современной информационной эры отводят цифровым технологиям ключевую роль в организации и совершенствовании бизнес-процессов. Цифровая трансформация предоставляет отелям возможность улучшать качество обслуживания, повышать эффективность взаимодействия с гостями, совершенствовать операционные процессы и оптимизировать управленческие решения. Она выводит привычные подходы к ведению бизнеса на качественно новый уровень и, как следствие, позволяет генерировать большую прибыль и увеличить процент возвращаемости гостей.

К числу главных стратегических целей цифровой трансформации гостиниц и иных средств размещения многие эксперты относят [2]:

- рост доходов от прямых продаж и внедрения цифровых сервисов;
- снижение эксплуатационных расходов за счет оптимизации и ускорения бизнес-процессов;
- повышение качества гостиничных продуктов и развитие ассортимента услуг;
- рост уровня удовлетворенности и лояльности гостей.

Следует признать, что по сравнению с такими отраслями, как финансы и промышленность, внедрение цифровых технологий в сферу гостеприимства происходит с некоторым отставанием [3]. Ос-

новными сдерживающими факторами проникновения информационных решений в гостиничную индустрию являются [4]:

- высокая стоимость разработок;
- длительность процесса обучения персонала;
- адаптация выстроенной системы бизнес-процессов предприятий.

Диджитализация требует серьезных финансовых вложений, что является одной из главных преград на пути цифровой трансформации отрасли. Однако в последнее время все больше владельцев гостиничного бизнеса признают долгосрочное преимущество инвестирования в технологии. По словам Сергея Фомина, генерального директора Libra Hospitality, пытаясь экономить, многие забывают о том, что «самое дорогое – это персонал, тем более что его еще и не хватает» [5]. Отчасти в связи с этим и другими стимулирующими факторами интеграция инновационных технологий в рабочие процессы служб отеля становится необходимой и рациональной мерой для успешного функционирования бизнеса. Новые возможности позволяют минимизировать рутину и экономить человеческие, временные и финансовые ресурсы [6]. По мнению многих авторов, цифровая трансформация во многом способствует достижению конкурентоспособности на рынке [7; 8; 9; 10].

Современный подход к ведению бизнеса открывает новые возможности и в области Digital-маркетинга, применение которого в условиях высокой конкуренции среди аналогичных средств размещения позволяет занять лидирующие позиции на рынке. Аналитика данных и грамотно выстроенная маркетинговая стратегия продвижения с помощью цифровых технологий помогают объектам размещения решить ряд задач: определить свою целевую аудиторию, завоевать определенную долю на рынке, настроить таргетированную рекламу и оптимизировать маркетинговые усилия. Подобного рода маркетинговая политика окажет

прямое воздействие на доход от номерного фонда (Room Revenue) и фактическую заполняемость отелей (Occupancy/OCC). Все это в конечном итоге благоприятно отразится на повышении эффективности гостиничного бизнеса и позволит добиться высоких показателей КРІ [11].

Необходимыми и действенными мерами в рамках стратегии привлечения потенциальных гостей являются присутствие в социальных сетях, вложение денежных средств в интернет-рекламу и продвижение своих услуг через онлайн-каналы продаж (например, OTA). Использование вышеперечисленных инструментов позволяет сделать свой продукт более видимым для аудитории в цифровой среде и максимально удобным для онлайн-бронирования.

Не менее важным конкурентным преимуществом на фоне других отелей будет наличие удобного веб-сайта с модулем онлайн-бронирования, поскольку доля прямых броней в последнее время существенно возросла и на данный момент составляет 48% от общего объема онлайн-продаж [12]. Для увеличения посещаемости сайта необходимо провести его комплексную оптимизацию под поисковые системы. Стоит также отметить, что еще до недавнего времени выбор подходящего номера ограничивался галерей с фотографиями и описанием категорий номеров. Однако передовые технологии привнесли свои корректировки и позволили дополнить веб-портал гостиниц возможностью размещения виртуальных туров с 3D-моделями номеров.

Значительное влияние на смещение вектора развития в сторону цифровизации в гостиничном секторе оказала пандемия COVID-19, которая стала настоящим вызовом для всех игроков рынка. Наиболее остро последствия локдауна ощутила на себе именно индустрия гостеприимства. Введение определенных ограничений касательно перемещений и неоднократное их продление сопровождалось приостановлением деятельности

объектов размещения, большими финансовыми потерями бизнеса, а также закрытием немалого числа гостиниц. В условиях социального дистанцирования стало понятно, что дальнейшее функционирование отелей требует переосмысления способов ведения бизнеса и интеграции цифровых технологий в бизнес-процессы. Отелюрам пришлось в кратчайшие сроки адаптироваться к реалиям нового мира, сосредоточив все усилия на развитии бесконтактных технологий и цифровой трансформации всей организации.

В период частичного снятия ограничений и возобновления работы ряда отелей Роспотребнадзор опубликовал на своем официальном сайте методические рекомендации для гостиниц и иных средств размещения, в которых предлагалось: «ввести специальные мобильные приложения для экспресс-заселения и выселения, бесконтактного открытия дверей в номера и другие помещения, поощрять безналичные способы оплаты» [13].

В целях сокращения числа физических контактов между потребителями услуг и персоналом и, как следствие, снижения риска распространения инфекции расширились возможности использования цифровых каналов коммуникации. Своевременное подключение чат-ботов, виртуальных ассистентов и разработка мобильных приложений сделали возможным получение ответов на интересующие гостей вопросы и другой актуальной информации об отеле, не выходя из своего номера.

Вышеупомянутый период способствовал также активному внедрению сервисов безналичной оплаты и развитию бесконтактных услуг. Отели увидели частичное решение своей проблемы в технологическом преобразовании, подключении системы онлайн-бронирования и терминалов (киосков) самостоятельной регистрации заезда и выезда. Заказы потребителей гостиничных услуг могут быть автоматически направлены в за-

прашиваемые ими службы. Такой вариант взаимодействия полностью исключает или сводит к минимуму промежуточный контакт сотрудников, что существенно ускоряет оформление и выполнение заказов. Уменьшается и вероятность возникновения недопонимания, служащего первопричиной недовольства гостей и конфликтных ситуаций. Одним из самых широко применяемых новшеств в деятельности гостинично-ресторанных комплексов стало электронное меню, интегрированное со всеми необходимыми системами гостиницы. Самым бюджетным вариантом считается электронное меню, доступ к которому можно получить по QR-коду. Отсканировав код, гостю предоставляется возможность выбрать понравившиеся блюда и осуществить их заказ через интерактивное меню, а также ознакомиться с информацией об акциях и спецпредложениях. Взаимодействие с персоналом будет минимальным, поскольку и оплату можно произвести онлайн. Сложившаяся эпидемиологическая обстановка выявила необходимость и в переходе от привычных ключей к цифровым или системам распознавания лиц, гарантирующим гостям получение доступа к своим номерам весьма безопасным и, что не менее важно, удобным способом.

Пандемия коронавирусной инфекции также положила начало серьезным изменениям в работе отдела маркетинга и продаж относительно задач выстраивания стратегии продвижения и реализации гостиничного продукта с применением аналитики данных и искусственного интеллекта. Во многом работа этой службы будет упрощена в таких вопросах, как прогнозирование спроса и оптимизация существующих бизнес-операций для достижения лучших результатов. Таким образом, цифровизация в гостиничном секторе, получившая свое развитие как вынужденная мера, на сегодняшний день стала одним из необходимых трендов гостеприимства.

«Цифровая трансформация расширяет стратегическое видение и наделяет бизнес способностью действовать гибко и быстро принимать решения на основе реальных, надежных данных», – отмечает Франк Трамперт, старший вице-президент и управляющий коммерческий директор Sabre Hospitality Solutions [2].

По данным медиаплатформы HotelTechReport, COVID-19 ускорил цифровое преобразование в индустрии

гостеприимства на 10–15 лет. Коронавирус не только привел к негативным последствиям, но и дал мощный импульс развитию цифровых платформ [14]. Он послужил своеобразным катализатором на пути проникновения инновационных решений в отрасль.

Опросы владельцев гостиничного бизнеса подтверждают тот факт, что COVID-19 способствовал активному использованию передовых цифровых технологий (рис. 1).

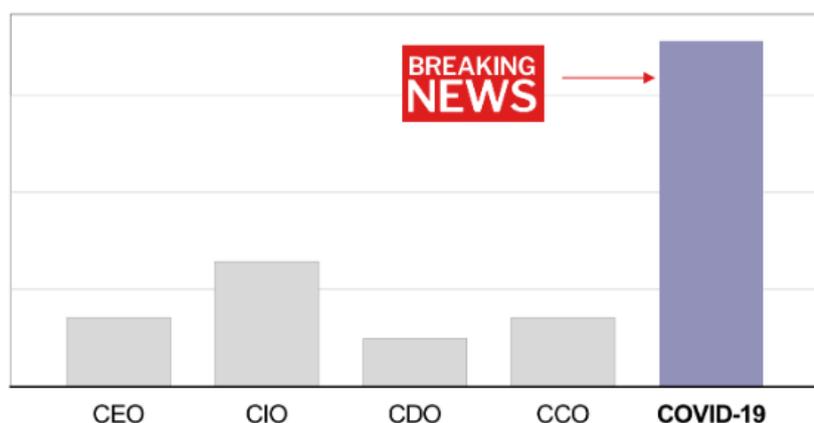


Рис. 1. Результаты опроса «Кто руководил цифровой трансформацией вашей гостиничной компании?»: CEO (Chief Executive Officer) – генеральный директор, ответственный за общее видение и руководство организацией, принятие окончательных решений по всем операциям корпорации; CIO (Chief Information Officer) – ИТ-директор, который отвечает за информационные технологии (ИТ); CDO (Chief Digital Officer) – директор по цифровым технологиям; CCO (Chief Commercial Officer) – коммерческий директор; COVID-19 - коронавирусная инфекция [14; 15]

Пандемия ускорила и без того высокие темпы внедрения информационно-коммуникационных технологий в деятельность гостиниц. Однако до вспышки инфекции цифровая трансформация входила в стратегические планы далеко не всех объектов размещения. Сегодня же диджитализация, как никогда раньше, считается необходимым условием успешного функционирования отелей, а не инновационным подходом к ведению бизнеса.

В рамках исследуемой темы также необходимо отметить, что в эпоху цифровизации наблюдается стремительное развитие электронной торговли. Как следствие, растет роль цифровой дистрибуции в коммерческой политике гостиниц. Уход ряда зарубежных онлайн-

каналов продаж из РФ вследствие санкций повлек за собой существенные изменения в гостиничной индустрии. В особо уязвимом положении оказались гостиницы, не имеющие своего веб-сайта или не занимающиеся его SEO-продвижением, поскольку после прекращения деятельности Booking на российском рынке подавляющее большинство бронирований осуществлялось напрямую. В сложившейся ситуации многие гостиницы оказались отрезанными от основных каналов продаж [16]. В целях недопущения подобных исходов событий в будущем отелям следует свести к минимуму зависимость электронной коммерции от внешних факторов, позаботившись о наличии собственного сайта с модулем

бронирования и подключении к различным платформам e-commerce. Согласно данным международной IT-компании Travelline, наиболее популярными цифровыми сервисами онлайн-бронирования отелей в РФ являются «Островок» и «Яндекс.Путешествия» [12].

Гостиничная индустрия – многокомпонентный комплекс структурных подразделений, выполняющий различные задачи, целью которого является максимизация удовлетворения запросов клиентов.

Для грамотного, быстрого управления процессами в индустрии гостеприимства используются системы PMS (Property Management System). Преимуществом таких платформ является многофункциональность. С помощью систем управления можно автоматизировать выгрузку и распределение бронирований, выполненных с помощью онлайн-сервисов, управлять электронными замками, выгружать отчеты для последующего анализа данных, передавать электронные данные в МВД.

Визуально система представляет собой «шахматку» или, иными словами, таблицу, в которой отображены необходимые для бронирования данные (даты, номера комнат, сгруппированные по категориям). Чтобы сделать систему управления более удобной, ячейкам присвоили различную окраску для определения статуса номера или бронирования [17].

На сегодняшний день можно смело сказать, что PMS – весомый источник продаж многих отелей. С помощью данной системы достигается автоматизация работы с онлайн-сервисами. Как пример рассмотрим систему управления собственностью Shelter. В ее возможности входит управление продажами на более чем 40 каналов бронирования. Программа интегрирует со всеми сервисами, своевременно выгружая в «шахматку» «свежие» бронирования, при этом резервированные номера автоматически выходят из продажи. В случае отмены бронирования отель получает уведомле-

ние, а бронирование без вспомогательной помощи исчезает из системы и, соответственно, номер выходит в продажу. Таким образом, становится ясным, что системы управления исключают ошибки, обусловленные человеческим фактором, и весьма экономят время как сотрудников, так и потенциальных клиентов [18].

Система обслуживает каждое структурное подразделение гостиницы.

Начальник хозяйственной службы фиксирует готовность номеров к заселению, что осуществляется посредством изменения цвета ячейки. Зелёный цвет означает, что номер убран и готов к заселению. Красный цвет говорит о том, что номер не готов или занят на определенный период под размещение. Инженерная служба посредством системы управления получает информацию о неисправностях в том или ином номере.

Для проведения анализа данных PMS предоставляет возможность сформировать отчеты о деятельности отеля по установленным критериям. Хочется отметить, что возможно составление отчетов за длительные промежутки времени. Это позволяет наглядно проследить за эффективностью продаж и скорректировать в случае необходимости стратегию отеля.

Предприятия индустрии гостеприимства располагают огромными объемами информации, за сбор которых отвечают в том числе и системы управления отелем. Тенденция информационного роста требует новых решений с целью обработки и анализа этих данных, что поможет грамотно выстраивать прогнозы на будущие периоды, прослеживать закономерности. Аналитическая работа с большим объемом информации способствует более широкому представлению о потребностях гостей.

В этой связи невозможно обойти такой инструмент информационных технологий, как Big Data, который представляет собой социально-экономическое явление, сущность которого заключается в возможности накапливать, систематизи-

ровать и анализировать колоссальные объемы информации [19].

Рассматривая данный термин в рамках туристического направления, выделяют следующие проблемы, препятствующие широкому применению Big Data:

1. Чтобы управление туристическим сектором экономики было эффективным, необходимо создание единой системы по сбору, обработке и анализу данных. На сегодняшний день в России не присутствуют проекты, посредством которых решался бы комплекс данных задач.

2. Труднодоступность в связи с высоким уровнем инвестиционных вложений.

3. Риски, связанные с возможной утечкой информации. По причине этого возникает необходимость усиления защиты хранилищ данных.

Цифровизация оказывает существенное влияние на развитие всех сфер экономики. Использование цифровых технологий в сфере гостеприимства сегодня является одной из наиболее актуальных задач.

Одним из важнейших продуктов цифровизации является искусственный интеллект, а сфера туризма, и в частности гостиничная индустрия, стоит в первых рядах среди тех, кому удалось безошибочно выгодно «научить» его помогать постояльцам на всех этапах взаимодействия с гостиничным предприятием. Рассмотрим основные возможности применения искусственного интеллекта в гостиничной практике, которые с каждым годом набирают все большие обороты:

1. Поддержка гостя на протяжении всего периода проживания – с момента заселения вплоть до отбытия. Если раньше, нуждаясь в той или иной услуге, гостю необходимо было связываться с ресепшеном (или посредством телефонии, или спускаясь к стойке), то сегодня лидеры гостиничного рынка для большего комфорта гостей внедряют «умных помощников» – чат-боты. С их помощью постояльцы могут рассчитывать на круглосуточную помощь или просто получе-

ние полезной информации о предприятии и предлагаемых им дополнительных услугах. На рисунке 2 представлен пример работы чат-бота, разработанного для предоставления гостям информации о дополнительных услугах отеля и их продажи.

2. Решение проблемы «языкового барьера». Знание языков – весомое преимущество на рынке труда, и в особенности в сфере обслуживания. Тем не менее невозможно ожидать даже от самого высокопрофессионального сотрудника способности говорить на всех иностранных языках. Ведь совсем не всегда иностранные гости владеют английским языком. Именно поэтому гостиницы широко применяют чат-боты с функцией перехода на родной для постояльца язык. Чат-бот выдает ответ на базовые запросы за счет запрограммированного алгоритма, в случае более сложных обращений перенаправляет информацию соответствующему сотруднику отеля на понятном ему языке.

3. Технология биометрии и распознавания лиц как способ повышения уровня безопасности. Благодаря функции распознавания лиц появляется возможность идентификации гостя, а с помощью считывания сетчатки глаза или, что более распространено, отпечатков пальцев достигается безопасный доступ к номерам.

4. Усовершенствование сервиса в номерах. Цифровизация услуги *room-service* предоставила возможность гостю, не выходя из номера, изучить меню ресторана, увидеть, как выглядит блюдо, из каких ингредиентов состоит, оформить заказ и направить его в соответствующее подразделение по каналам внутренней связи. Такие программы можно оснастить также функцией «допродаж», которая подразумевает предложение гостю дополнительных позиций. Также гость сможет наблюдать, на какой стадии приготовления находится сделанный им заказ, и тем самым регулировать свое время [20].

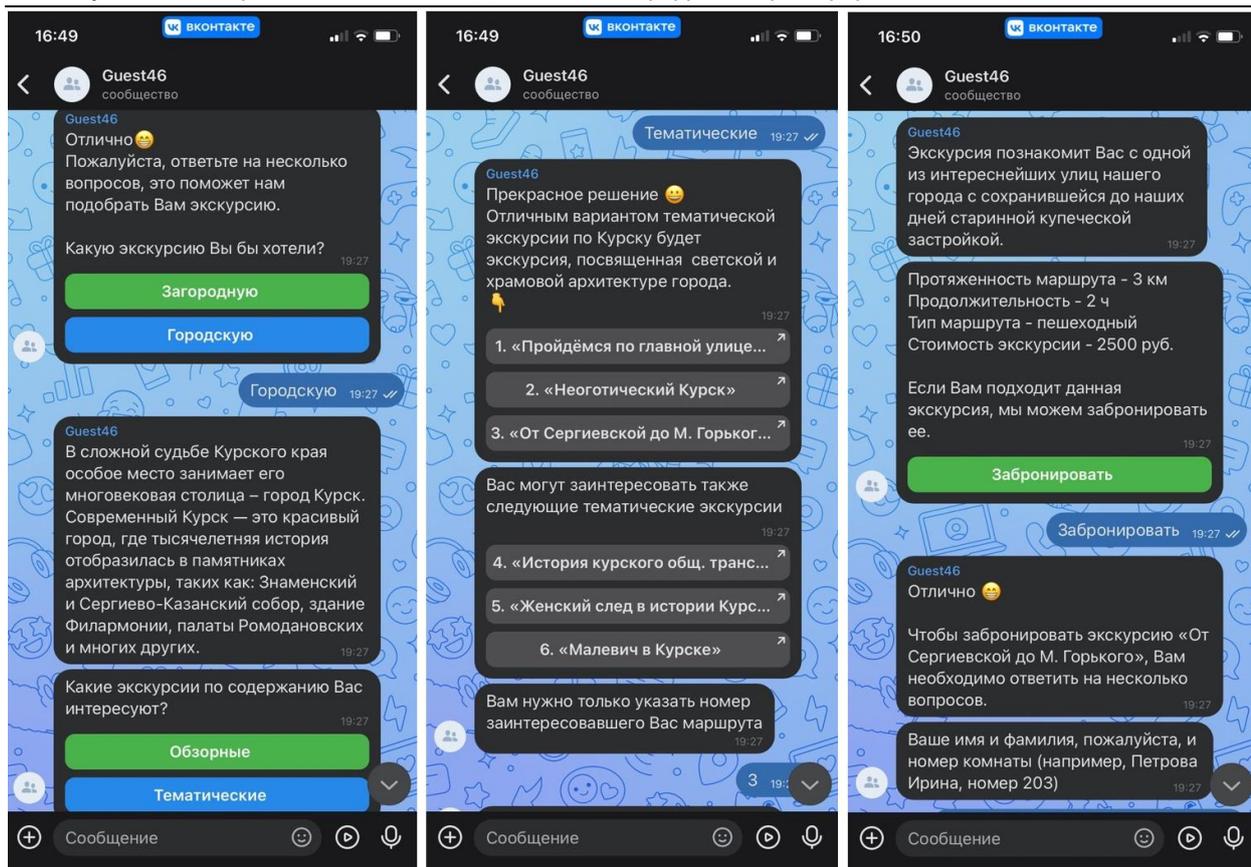


Рис. 2. Интерфейс чат-бота и пример взаимодействия с ним по вопросу подбора экскурсии и оформления брони на нее

Выводы

На сегодняшний день невозможно представить гостиничный бизнес без использования различных продуктов цифровизации. Грамотный инновационный подход в сфере гостеприимства обеспечит лидирующие позиции отрасли как на внутреннем, так и внешнем рынке, что является весьма важным в нынешних экономических условиях.

Разработка и внедрение электронных систем бронирования, применение новых технологий в индустрии гостеприимства являются важным трендом, определяю-

щим перспективы развития гостиничного бизнеса.

Достоинствами цифровизации можно считать более результативный способ коммуникации с целевой аудиторией и более оперативное распространение информации, а также улучшение качества сервиса с учетом индивидуальных предпочтений.

Применение цифровых технологий в гостиничном бизнесе способствует снижению издержек, благотворно влияет на уровень конкурентоспособности организации на целевом рынке и уровень доходности.

Список литературы

1. Digitalization as a Factor of Development of World Economy / Z. Latysheva, E. Skripkina, T. Kramarova, N. Gracheva, M. Istomina // Revista Turismo. Estudos and Práticas. 2020. N 3.
2. Путь в цифровое будущее: как отелю стать более цифровым. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/put-v-cifrovoe-budushchee-kak-otelyu-stat-bolee-cifrovym?ysclid=lg20mht19m518561298> (дата обращения: 25.06.2023).

3. Чуракова А. А. Влияние цифровизации на развитие гостиничного бизнеса // Журнал прикладных исследований. 2021. № 4. С. 59–66.
4. Котельникова А. А. Влияние цифровизации на развитие гостиничного бизнеса // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор – 2022): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. М.: Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2022. Ч. 2. С. 297–300.
5. Цифровизация гостиничной индустрии: комментарии экспертов рынка. URL: <https://hotelier.pro/news/item/tsifrovizatsiya-gostinichnoy-industrii-kommentarii-ekspertov-rynka> (дата обращения: 29.06.2023).
6. Хапов У. А. Цифровизация как фактор развития гостиничной индустрии // Актуальные вопросы развития современных технологий: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Петрозаводск: Новая Наука, 2023. С. 60–64.
7. Водопьянова Е. В., Буравчикова Т. В., Муськина С. В. Гостеприимство в эпоху цифровизации // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. № 1. С. 106–114.
8. Овчаренко Н. П., Галенко Е. В., Охотникова М. А. Влияние цифровизации на устойчивое развитие средств размещения // Туризм и национальные проекты Российской Федерации: материалы Международной научно-практической конференции. Сочи: Субтропический научный центр Российской академии наук, 2022. С. 435–444.
9. Морозов М. А., Морозова Н. С. Импортзамещение и цифровизация в индустрии туризма и гостеприимства в новых реалиях // Вестник Академии знаний. 2023. № 2 (55). С. 154–160.
10. Инструменты цифровизации корпоративного управления в гостиничном бизнесе / Ф. В. Акулинин, Д. К. Балаханова, С. Л. Озеров, В. Ю. Шимонов, Дун Чжао // Прикладные экономические исследования. 2023. № 3. С. 164–171.
11. Казарян Ш. Г., Полищук О. А. Ключевые показатели эффективности (KPI) гостиниц // Молодая наука – 2023: сборник статей Национальной межвузовской студенческой конференции. Ярославль: Международная академия бизнеса и новых технологий, 2023. С. 64–68.
12. Travelline: единая платформа для гостиничного бизнеса. URL: <https://www.travelline.ru/blog/dashboard/> (дата обращения: 25.06.2023).
13. Роспотребнадзор. URL: <https://www.rospotrebnadzor.ru> (дата обращения: 25.06.2023).
14. Coronavirus: Survival of the Fittest for Hotels. URL: <https://hoteltechreport.com/news/coronavirus> (дата обращения: 25.06.2023).
15. Шумакова Е. В. Проблемы гостиничного бизнеса в условиях пандемии (коронавируса) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2020. № 6. С. 103–106.
16. Казарян Ш. Г., Полищук О. А. Роль цифровой дистрибуции в коммерческой политике предприятий гостиничной индустрии // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сборник научных статей XXII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / Юго-Западный государственный университет Курск, 2022. Т. 1. С. 318–321.
17. Isaev D. V. Formation of individual infological models of performancemanagement system // Business Informatics. 2015. N 4(34). P. 32–37.
18. Джанджугазова Е. А., Кабелкайте-Вайткене Ю. А. Трансформация гостиничного бизнеса в условиях развития цифровой экономики в России // Сервис plus. 2018. № 12(3). С. 96–104.
19. Полищук О. А., Мартыничева А. Д., Егоров П. Д. Машинное обучение как современный подход к анализу данных // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 2. С. 64–73.
20. Богомазова И. В., Аноприева Е. В., Климова Т. Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и зарубежом. 2019. Т. 13, № 3(85). С. 34–46.

References

1. Latysheva Z., Skripkina E., Kramarova T., Gracheva N., Istomina M. Digitalization as a Factor of Development of World Economy. *Revista Turismo. Estudos and Práticas*, 2020, no. 3.
2. Put' v tsifrovoe budushchee: kak otelyu stat' bolee tsifrovym [The path to the digital future: how the hotel can become more digital]. Available at: <https://welcometimes.ru/opinions/put-v-cifrovoe-budushchee-kak-otelyu-stat-bolee-cifrovym?ysclid=lg20mht19m518561298>. (accessed 25.06.2023)
3. Churakova A. A. Vliyaniye tsifrovizatsii na razvitiye gostinichnogo biznesa [The influence of digitalization on the development of the hotel business]. *Zhurnal prikladnykh issledovaniy = Journal of Applied Research*, 2021, no. 4, pp. 59–66.
4. Kotelnikova A. A. [The influence of digitalization on the development of the hotel business]. *Ekonomika segodnya: sovremennoe sostoyaniye i perspektivy razvitiya (Vektor – 2022). Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii molodykh issledovateley mezhdunarodnym uchastiem* [Economics today: current state and development prospects (Vector – 2022). Collection of materials of the All-Russian Scientific Conference of Young Researchers with International participation]. Moscow, Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art) Publ., 2022, pt. 2, pp. 297–300. (In Russ.)
5. Tsifrovizatsiya gostinichnoi industrii: kommentarii ekspertov rynka [Digitalization of the hotel industry: comments from market experts]. Available at: <https://hotelier.pro/news/item/tsifrovizatsiya-gostinichnoy-industrii-kommentarii-ekspertov-rynka>. (accessed 29.06.2023)
6. Khapov U. A. [Digitalization as a factor in the development of the hotel industry]. *Aktual'nye voprosy razvitiya sovremennykh tekhnologii. Sbornik statei IV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Topical issues of the development of modern technologies. Collection of articles of the IV International Scientific and Practical Conference]. Petrozavodsk, Novaya Nauka Publ., 2023, pp. 60–64. (In Russ.)
7. Vodopyanova E. V., Buravchikova T. V., Muskina S. V. Gostepriimstvo v epokhu tsifrovizatsii [Hospitality in the era of digitalization]. *Vestnik assotsiatsii vuzov turizma i servisa = Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service*, 2020, no. 1, pp. 106–114.
8. Ovcharenko N. P., Galenko E. V., Okhotnikova M. A. [The influence of digitalization on the sustainable development of accommodation facilities]. *Turizm i natsional'nye proekty Rossiiskoi Federatsii. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Tourism and national projects of the Russian Federation. Materials of the International Scientific and Practical Conference]. Sochi, Subtropical Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, 2022, pp. 435–444. (In Russ.)
9. Morozov M. A., Morozova N. S. Importozameshcheniye i tsifrovizatsiya v industrii turizma i gostepriimstva v novykh realiyakh [Import substitution and digitalization in the tourism and hospitality industry in new realities]. *Vestnik Akademii znaniy = Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2023, no. 2 (55), pp. 154–160.
10. Akulinin F. V., Balakhanova D. K., Ozerov S. L., Shimonov V. Yu., Dong Zhao. Instrumenty tsifrovizatsii korporativnogo upravleniya v gostinichnom biznese [Tools for digitalization of corporate management in the hotel business]. *Prikladnye ekonomicheskie issledovaniya = Applied Economic Research*, 2023, no. 3, pp. 164–171.
11. Kazaryan S. G., Polishchuk O. A. [Key performance indicators (KPI) of hotels]. *Molodaya nauka – 2023. Sbornik statei Natsional'noi mezhvuzovskoi studencheskoi konferentsii* [Young science – 2023. Collection of articles of the National Interuniversity Student Conference]. Yaroslavl, International Academy of Business and New Technologies Publ., 2023, pp. 64–68. (In Russ.)
12. Travelline: edinaya platforma dlya gostinichnogo biznesa [Travelline: a single platform for the hospitality business]. Available at: <https://www.travelline.ru/blog/dashboard/>. (accessed 25.06.2023)
13. Rospotrebnadzor [Rospotrebnadzor]. Available at: <https://www.rospotrebnadzor.ru>. (accessed 25.06.2023)
14. Coronavirus: Survival of the Fittest for Hotels. Available at: <https://hoteltechreport.com/news/coronavirus>. (accessed 25.06.2023)
15. Shumakova E. V. Problemy gostinichnogo biznesa v usloviyakh pandemii (koronavirusa) [Problems of the hotel business in a pandemic (coronavirus)]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii*

i praktiki. Seriya: Ekonomika i pravo = Modern Science: Actual Problems of Theory and Practice. Series: Economics and Law, 2020, no. 6, pp. 103–106.

16. Kazaryan S. G., Polishchuk O. A. [The role of digital distribution in the commercial policy of enterprises in the hotel industry]. *Issledovanie innovatsionnogo potentsiala obshchestva i formirovanie napravlenii ego strategicheskogo razvitiya. Sbornik nauchnykh statei XXII Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem* [Research of the innovative potential of society and the formation of directions for its strategic development. A collection of scientific articles of the 12th All-Russian scientific and practical conference with international participation]. Kursk, Southwest State University Publ., 2022, vol. 1, pp. 318–321. (In Russ.)

17. Isaev D. V. Formation of individual infological models of performancemanagement system. *Business Informatics*, 2015, no. 4(34), pp. 32–37.

18. Dzhandzhugazova E. A., Kabelkaite-Vaitkene Yu. A. Transformatsiya gostinichnogo biznesa v usloviyakh razvitiya tsifrovoi ekonomiki v Rossii [Transformation of the hotel business in the context of the development of the digital economy in Russia]. *Servis plus = Service Plus*, 2018, no. 12(3), pp. 96–104.

19. Polishchuk O. A., Martynicheva A. D., Egorov P. D. Mashinnoe obuchenie kak sovremenniy podkhod k analizu dannykh [Machine learning as a modern approach to data analysis]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2022, vol. 12, no. 2, pp. 64–73.

20. Bogomazova I. V., Anoprieva E. V., Klimova T. B. Tsifrovaya ekonomika v industrii turizma i gostepriimstva: tendentsii i perspektivy [Digital Economy in the Tourism and Hospitality Industry: Trends and Prospects]. *Servis v Rossii i zarubezhom = Service in Russia and Abroad*, 2019, vol. 13, no. 3(85), pp. 34–46.

Информация об авторах / Information about the Authors

Полищук Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и аудита, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: ole_ole_08@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-0200-9186

Olga A. Polischuk, Cand. of Sci. (Economics), Associate Professor of the Department of Economics, Management and Audit, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: ole_ole_08@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-0200-9186

Казарян Шушаник Геворговна, магистрант, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: shushanik.99@mail.ru

Shushanik G. Kazaryan, Undergraduate, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: shushanik.99@mail.ru

Копылова Диана Александровна, магистрант, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: dikopylova5@mail.ru

Diana A. Kopylova, Undergraduate, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: dikopylova5@mail.ru