



Tourism Education Studies and Practice

Has been issued since 2014.
E-ISSN 2409-2436
2020. 7(1). Issued once a year

EDITORIAL BOARD

Vetitnev Aleksandr – Sochi State University, Sochi (Editor in Chief), Russian Federation
Oborin Matvey – Perm Institute (branch) Russian economic University G.V. Plekhanov, Russian Federation (Deputy Editor-in-Chief), Russian Federation
Dogonadze Shota – Georgian Technical University, Tbilisi, Georgia
Halczak Bohdan – University of Zielona Góra, Zielona Góra, Poland
Gvarliani Tatyana – Sochi State University, Sochi, Russian Federation
Martin Klempa – Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, Institute of Geological Engineering, Ostrava, Czech Republic
Müller Martin – University St. Gallen, St. Gallen, Switzerland
Rajović Goran – International Network Centre for Fundamental and Applied Research, Russian Federation
Tamarashvili Tamar – Telavi State University, Telavi, Georgia

Journal is indexed by: **EBSCOhost Electronic Journals Service (USA)**, **Electronic scientific library (Russia)**, **OAJI (USA)**

All manuscripts are peer reviewed by experts in the respective field. Authors of the manuscripts bear responsibility for their content, credibility and reliability.

Editorial board doesn't expect the manuscripts' authors to always agree with its opinion.

Postal Address: 1367/4, Stara Vajnorska str., Bratislava – Nove Mesto, Slovakia, 831 04
Release date 15.12.20
Format 21 × 29,7/4.

Website: <http://ejournal10.com/en/index.html>
E-mail: aphr.sro@gmail.com
Headset Georgia.

Founder and Editor: Academic Publishing House Researcher s.r.o. Order № T-12.

Tourism Education Studies and Practice

2020

Is. 1

C O N T E N T S

Articles

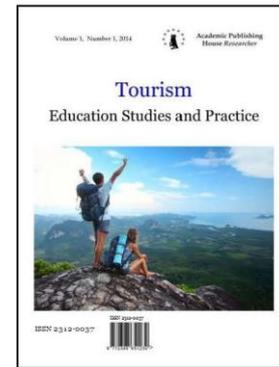
Rural Settlement Gnjili Potok as an Aesthetic Motif and Spiritual Inspiration J. Bulatović, G. Rajović	3
Digital Technologies in Hospitality Industry: Russian and International Markets L.S. Kopylenko	13

Copyright © 2020 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the Slovak Republic
Tourism Education Studies and Practice
Has been issued since 2014.
E-ISSN: 2409-2436
2020, 7(1): 3-12

DOI: 10.13187/tesp.2020.1.3
www.ejournal10.com



Articles

Rural Settlement Gnjili Potok as an Aesthetic Motif and Spiritual Inspiration

Jelisavka Bulatović^{a, *}, Goran Rajović^{b, c}

^a Academy of Technical-Art Professional Studies, Serbia

^b International Network Center for Fundamental and Applied Research, Washington, USA

^c Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Abstract

Like other studies as emphasized by Kirilova et al (2014), this research is not free of limitations. First, the presented results are derived utilizing a theoretical considerations. Second, as suggested by Humen (1757/2013), aesthetic judgment is not only in essence subjective but also highly dependent on the cultural background of an appreciator. Conceptual framework it requires further empirical validation. Future research is invited to extend the dimensions identified in this research. In this paper, the considered geo-space is seen as an ecological motive and mental inspiration. In any case, the rural settlement of Gnjili Potok is a peaceful, landscape and aesthetically mosaic and decoratively shaped environment – ecological oasis, an underutilized tourist opportunity.

Keywords: Gnjili Potok, rural settlement, aesthetic motive, spiritual inspiration.

1. Introduction

Landscape as an aesthetic motif and spiritual inspiration, as Janjušević (2020) nicely emphasizes, is a common motif in scientific research, which brings together a whole range of feelings, various perceptions, fears ... It is a motif that reflects the story of nature and that is why it has had the full attention of scientists since ancient times. Landscape is an inheritance, a gift from God, the sky, as anyone experiences it, and we often neglect all that beauty that surrounds us, which we inherited, unfortunately. And what could nature tell us? We have to know history – what happened in someone's house, village, homeland ... The road is the beginning, like the letter A in the spelling book. Roads have always been a great aesthetic and spiritual inspiration ... They last and will last, and it symbolizes the passage through the doors of our texts, into a world where feelings happen that awaken the will to live ... It is not just a journey to homeland, village-home my father, grandfather ... than a journey through life.

According to Knezevic, with the strengthening of the process of industrialization, urbanization and scientific-technological revolution, which result in pollution, devastation and degradation of the environment, the driving factors are expanding and the needs of tourist movements are increasing. In addition to recreational and cultural needs as the basic causes of

* Corresponding author

E-mail addresses: jelisavka.bulatovic@gmail.com (J. Bulatović), dkgoran.rajovic@gmail.com (G. Rajović)

tourist movements, modern tourism also appears as a movement to meet a number of other needs, including aesthetic needs, or the need for an aesthetic experience. This need appears as an integral part of cultural and often recreational needs, but in modern conditions it increasingly stands out as a special higher spiritual, and for "fugitives" from "urban ugliness" as a basic need for tourist movements (Knežević). This text considers the rural settlement of Gnjili Potok as an aesthetic motif and spiritual inspiration.

2. Methodology

The core of the methodological procedure used in this research is the geographical (spatial) method and it included geo-space rural settlement Gnjili Potok and environment. The method of observation was supposed to provide insight into the social environment, through direct observation with participation, as well as the creation or use of the following sources: oral, written and biographical (see Wignus, Proctor, 2001; Niedzielski, Rzeszutek, 2010; Figlus, 2020; Bulatović, Rajović, 2020).

3. Results and discussion

Tourism and recreation motivations are often attached to a specific destination, vacation, or activity, and thus are difficult to generalize (Frochot, Morrison, 2000). They may change over time and across situations influencing destination and activity choice (Dann, 1981; Sirakaya et al., 2003). People travel for different reasons (Iso-Ahola, 1982) and select different destinations to fulfil certain needs (Crompton, 1979). Consequently, travel motives are multidimensional and are dependent upon the destination (Cohen, 1979), the demographics of the participants, their world-view, as well as their changing needs and interests (Moufakkir, AlSaleh, 2017).

Rural settlement Gnjili Potok, with its unique, wild and wonderful natural beauties, diversity, mosaic and variability of landscapes, as yet undiscovered secrets, magnificent and unforgettable views from the peaks Trešnevika, Lise, Pelinovice and Čukačke Kose, curiosities of nature and various natural rarities, an outstanding rural-mountain environment to meet all of those needs and in particular for aesthetic experience, that is to enjoy the beauty of nature.



Fig. 1. Lanište and Krčevine - nature you can only wish for (surrounded by deciduous and coniferous forests)

However, despite numerous visits by scientists, travel writers and nature lovers, the rural settlement of Gnjila Potok and its surroundings have never been fully studied. When it comes to the lack of literature, we also mention the fact that until twenty years ago, there was not a single complete text that treated Gnjili Potok and its surroundings from the point of view of any scientific discipline. It was not until 1995 and 1999, respectively, that the first informative reviews appeared. These are the books of Rajović (1995) "Gnjili Potok and Trešnjevik" and Rajović (1999) "Time and people". The mentioned books give a historical-sociological overview of this area and its surroundings and make a modest contribution to the knowledge of this issue, so we used it as such in our research. More detailed research is conducted by one of the authors of this paper GR or in collaboration with JB (see [Rajović, 2009](#); [Rajović, Rajović, 2010](#); [Rajović, Bulatović, 2012](#); [Rajović, Bulatović, 2013](#); [Rajović, Bulatović, 2014](#); [Rajović, Bulatović, 2014](#); [Rajović, Bulatović, 2014](#); [Rajović, Bulatović, 2015](#)). We have taken away the right to judge the unpublished manuscripts of Svetozar M. Vukić in this record. But at least in the spirit, to be friends with him, we remembered again his interpretations that referred to the homeland, which he interpreted phenomenally through the preserved oral tradition, written sources and photographs of Gnjilo Potok. Perhaps today on this topic the rural settlement of Gnjili Potok as an aesthetic motive and spiritual inspiration, no one better than him would give an answer to the questions asked.

The rural settlement of Gnjili Potok with its surroundings still provides an opportunity to see, meet, experience and explore something new and unexpected in them again. In that, and especially in discovering new vistas and beauties of the landscape, they can surprise not only foreign and domestic visitors, but also their locals. Social benefits for the development of tourism include numerous factors: contents related to the life and customs of the population, a special group of tourist motives are memorials (church, school, memorial plaques, memorial fountains). Ethnographic heritage (various parts of household items, utensils, fabrics, parts of costumes, tools for agricultural production, weapons ...). In an effort to valorize the social benefits for the development of tourism as fully and successfully as possible, it is necessary to establish through events. Unfortunately, for now, there is no event that would affect the creation of the image of the rural settlement Gnjila Potok.



Fig. 2. Trešnjevik – an oasis for the eyes and the soul

According to Dašić (1986), we can assume that there were settlements from the Illyrian and Roman periods in Gnjilom Potoku and its surroundings, but the same author states that apart from oral traditions, the considered geo-space is unexplored and insufficiently studied. Rajović (1995)

states that ancient peoples lived here, engaged in agriculture and cattle breeding. Vesovic (1935) also points out the remains of old roads, one of which has a starting point from the village of Kralje, through Jelenbar and Miravcine to Gnjili Potok, and then follows near Trešnjevik towards Mateševo. Others from the hamlet of Miravčina via Gnjilog Potoka and Trešnjevik to the neighboring village of Bare Kraljske. The third from the hamlet of Čuka through Gnjilog Potoka and Trešnjevik to Štavna, the so called "Latin road". According to Rajović (1995), if we carefully analyze all the localities, toponyms represented in the considered area, we can assume that some of them are certainly from the Illyrian, Roman, Slavic period until today.

The natural attractions of Gnjilo Potok important for the development of tourism are: Rajova (Rajović) Rijeka – a great lure for nature and fishing lovers. The river flow, flora and fauna, air, clean water, make this river unique because it connects water and mountains, wildlife and plants. It creates a unique natural mix – an elixir for health recovery. Among the most important are: Osredak, Izvor Lomovi, Njive Đinovića, Vrelo, Perinka, Vrelo Vukotića, Carevine Rajovića, Parlog, Jelar, Butrinjak, Banjišor, Čosak...



Fig. 3. Orničica, Rajova River, Paljine and Dobri Rt – at the foot of the mountain Lisa (one of the most striking forest units of the considered geospace).

The springs are quite strong, they do not dry out, their water is cold and very pleasant to drink. Exactly what is visible and really true is that this area is full of beauty and warmth, and staying by the spring, after walking, gives a person peace that strengthens the soul. In the immediate vicinity of the rural settlement Gnjila Potok is the high mountain massif of Komovi (2483 m) and the mountain Lisa (1878 m). From the pass from Trešnjevik (1573 m) to the narrower foothills of Koma, the distance is 6 km, via Presla and Štavna (Eko-katun). A road was built on this route that can accommodate car traffic, as well as a road from Trešnjevik over Javorovo Brdo and the mountain Lisa, towards Bački Brdo and Vranještica. Diversity of flora and fauna. Almost the entire geo-area is located under herbaceous or woody plant species dominated by deciduous and coniferous forests, ie. beautiful meadows and pastures, which give special landscape – ambient attributes. Imagine the beautiful Rajova (Rajovića) River flowing in the middle of a rural settlement, which creates beautiful meanders along its course. It is a real rarity to see something

like that anywhere. What a fascinating natural setting! In connection with the plant world, the animal world was also created. Many wild animals live in this geo-space and the surrounding area. They are undoubtedly a respectable potential for the future development of tourism and as such provide the opportunity to practice various: sports-recreational activities, benefits for the development of special needs tourism: rural tourism, hunting tourism, fishing tourism, excursion tourism, hiking ... The natural configuration of the terrain is perfect for hiking and mountaineering. Let us also point out that none of these resources have been used so far. Together with livestock products, healthy food, Gnjili Potok is an ecological oasis, ie an underused tourist opportunity. Together with livestock products, healthy food, Gnjilane Potok is an ecological oasis, i.e. an underused tourist opportunity.



Fig. 4. Rajova (Rajović) River - hydrographic pearl of the rural settlement Gnjili Potok (Author of the text GR)

Our research records based on similar research by Knežević indicate that meeting, for example, with Trešnjevik and its surroundings meant a new and exciting experience for everyone, which aroused an irresistible desire and suggested an invitation to visit again. "Tresnjevik and its surroundings are a masterpiece of nature", emphasizes most domestic and foreign mountaineers. With its charms and beauties, Gnjilog Potoka attracts attention not only as a challenging subject of scientific research, but also as an inexhaustible inspiration for artists, poets, writers and other creators. In addition to visual effects, the emotional experience of visitors, especially "fugitives" from city noise and bustle, is influenced by unurbanized sounds of original nature: wind noise, murmur of streams, rivers (Rajove-Rajovića River, Trešnjevičke small river), birds chirping, eagles clicking ...

Maslow's (1943) 5-stage theory on motivation (Šimková, Holzner, 2014), extended by cognitive and aesthetic needs (Zelenka, Pásková, 2012), and indicates the following:

Level 1: Physiological needs: Every tourism destination must meet two basic needs – physiological needs and safety. In tourism, the physiological needs are connected to gastronomy and accommodation. In rural tourism, the supply side is usually concentrated on food and customs adherent to the particular region or village. It can be represented by products such as fruit, vegetables, home-made bread, cakes, mushroom specialties, herbal tea, milk, potatoes, or organic bio-products with distinctive traits in Montenegrin in cuisine, habits and traditions.



Fig. 5. Tavern "Krčma" on the pass Trešnjevik (1573 m) (www.montenegro.biking) – with a rich menu (cold appetizers, hot appetizers, grilled dishes, salads; alcoholic pizza, soft drinks, wines, hot drinks)



Fig. 6. Eco-House on Trešnjevik (with ten beds) – from a height of about, 1600 m offers a unique view of over 30 mountain peaks (www.yellow.place)

According to Stefanović (2017), the system of physiological needs is not static and unambiguous in all economic and cultural conditions. The stability of needs is apparent. With the growth of the standard of living, when the means of subsistence are cheaper or the income is higher, a person buys more means of subsistence and satisfies other needs. In this way, they express greater and more diverse social needs. In addition, the system of total social needs is shaped according to the "social status" and "imagination" of each individual. Scientific knowledge about human needs is still relatively modest. The science of needs, ie "chreology", tries to explain

the phenomena of human motivation and behavior with an interdisciplinary approach. The term itself is rarely used in the economic literature, and it originated as a compound of the Greek word *chreia* – need and *logos* – science.

Level 2: Safety needs – this is a reflection of location's character, social life, risk of undesired pathological characters. Tourists' safety, calm and peace are the main requirements of tourist in rural areas. Calm and peace are prerequisites on physical and mental nursing. Entrepreneurs in rural tourism do not provide just comfortable accommodation or tasteful food. Their business is based on friendly atmosphere, safety, serenity, and family peace, traditions and customs of their region, on responsible relation to natural and human surrounding. All people in society (except for a small number of pathological cases), have a need and desire for existence, a firm, usually high self-esteem and self-respect, and respect from other people. These needs are manifested as desires for strength, achievement, sufficiency, competence, self-confidence, independence and freedom. Then, there are the desires for a good reputation, or prestige, status, fame and glory, power, recognition, attention, importance, dignity and respect. The business successes of tourist companies and individuals are often based on the realization of the principle formulated by the phrase: "the guest is always right" or "everyone and everything is in the function of the guest". This stems from the knowledge that the tourist carries the need for self-esteem and wants to satisfy it (see [Stefanović, 2017](#)).

Level 3 and 4: Social needs - such as being part of a particular group. These are needs of esteem connected with self - esteem or with esteem of others. In case of rural tourism personality, hospitality, uniqueness and hosts' courtesy are required. Courage and passion, but also responsibility, devotion and discretion belong to any kind of business. For a businessman's personality in rural tourism, typical features include diligence, accuracy, dedication, creativity, persistence, but also managerial and organizing skills, ability to communicate with and treat people. Being an entrepreneur in tourism is not an easy task. Doing business in the tourist market of northern Montenegro and increasing market share, at the same time means constantly learning and improving. Competitors in the tourism market are relentless. And it is precisely the entrepreneurs on Trešnjevik - he deserves all the praise for his work, both from domestic and foreign tourists. They offer you an unforgettable stay through the following facilities: accommodation; dishes from local cuisine prepared in the traditional way; mountaineering – tourist excursions with guides with certificates; tours of the national park and mountain lakes; day trips to Komovi, picking medicinal herbs and forest fruits; sport and recreational fishing, horse riding; cycling a walking tour; rafting and kayaking ...

According to Uysal et al (2008), '[a]n improved understanding of travel motivations would help in segmenting ... markets, thereby allowing tourism marketers to allocate scarce tourism resources more efficiently.' In this way, planners can create specific products for different segments and promote their offers accordingly. In addition, understanding the travel motivations of various tourist segments and creating better products that satisfy their needs would allow destinations and tourism organisations to create optimal conditions for unforgettable tourism experiences. Push and pull factors, as explained by Dann (1977), can further help planners to augment and enhance destinations' offers by enhancing pull factors that could include better prices, increased service quality and good infrastructure. The cited motivational theory provides marketers with a clearer grasp of which factors within their destination are important to travellers making destination choices. Since quality of service is regarded as a factor motivating tourists to travel, destination planners must be mindful of how they have to improve their service standards to attract travellers.

The model of rural development through the concept of "smart villages" ([Ristić, Bošković, 2020](#)) is only in the first stages of development in Montenegro, and it is desirable to direct it through the following strategic directions: development of "smart villages" with small businesses and households producing healthy food and specialized high-value products; to base its business on the local offer and markets of the surrounding cities; connecting local food companies with consumers, organizing training for the application of digital technology and the Internet; addressing the mobility of the elderly, with good organization of public transport; enabling young people to start a new business, to develop precision agriculture and a circular economy, while strengthening intergenerational cooperation; development of socio - innovative services in the field of financing, health, education, child protection and for people with special needs; establishment of various types of cooperatives, especially energy cooperatives for the production of solar and other

alternative forms of energy, with an integrated approach to waste disposal; development of all types of rural tourism, with a spiritual revival, preservation of events and traditions with pride that "this is exactly my village". The rural settlement of Gnjili Potok has extraordinary natural benefits for the concept of a "smart village".

4. Conclusion

A constant race against time, a constant race that is imposed on us in most cases, against our will ... Chasing fame, chasing money... never enough, we always want more and more... a man in the city will never be satisfied with what surrounds him ... At the beginning of the 20th century, only 14 % of the population lived in cities. Three years ago, that number was 50%, and it is predicted that it will reach as much as 70 % by 2050.

Our research evidence based on similar (see [Hodge, Midmore, 2008](#); [Kay, 2009](#); [Müller, Korsgaard, 2018](#); [Björklund, 2020](#)), investigated indicates the following:

1. The traffic-geographical position of rural settlement Gnjili Potok is unfavorable, because it is far from the main roads. The gravitational zone, viewed from a spatial and population point of view, is small.

2. Population depopulation, together with a strong process of demographic transition, has slowed down further demographic, social, economic and general social development.

3. That is why it is necessary to take a number of social measures for revitalization. Among the most important are: the development of agriculture and tourism. We are of the opinion that with the activation of the entire community, some progress is not only possible, but must be achieved.

4. In the economic-geographical analysis, it is not always easy to distinguish to what extent the objectively present limiting conditions (mountain character of the settlement) participate in the missed opportunities, and to what extent they must be attributed to insufficient or inadequate economic organization and incomplete information.

5. Previous economic development programs did not take into account specific geographical conditions, so they could not give adequate results. The process of general and better transformation of the considered geo - space will be relatively quite slow and long-lasting. That is why we need to work on it patiently, but persistently and continuously (see [Bulatović et al., 2019](#)).

Rural settlement Gnjili Potok with its surroundings inspires poets, painters, historians, geographers, sociologists, biologists and others to dedicate their verses, photographs, films and texts to it. It is difficult to paint the rural settlement Gnjili Potok, it is even harder to describe it, because there is always something left that must and can be said.

References

[Bulatović et al., 2019](#) - [Bulatović, J., Mladenović, A., Rajović, G.](#) (2019). Analysis of the population survey in the basin of Rajova (Rajović River): Problems and prospects of development with a focus on ecological awareness. *Larhyss Journal*. 39: 109-141.

[Bulatović, Rajović, 2020](#) - [Bulatović, J., Rajović, G.](#) (2020). Some Aspects Geographical-Historically Thinking In The Context Of The Time: Review of Literature. *Revisita Geografica Academica*. 14(2): 52-72.

[Cederholm Björklund, 2020](#) - [Cederholm Björklund, J.](#) (2020). Value creation for sustainable rural development - perspectives of entrepreneurship in agriculture (Doctoral dissertation, Halmstad University Press).

[Cohen, 1979](#) - [Cohen, E.](#) (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*. 13: 179-201.

[Crompton, 1979](#) - [Crompton, J.L.](#) (1979). Motivations of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*. 6(4): 408-424.

[Dann, 1977](#) - [Dann, G.M.S.](#) (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*. 4(4): 184-194.

[Dann, 1981](#) - [Dann, G.](#) (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*. 8(2): 187-219.

[Dašić, 1986](#) - [Dašić, M.](#) (1986). Vasojevići od pomena do 1860 [Vasojevici from commemoration to 1860]. Narodna knjiga, Belgrade. [in Serbian]

- Figlus, 2020** - Figlus, T. (2020). Process of Incorporation and Morphological Transformations of Rural Settlement Patterns in the Context of Urban Development. The Case Study of Łódź. *Quaestiones Geographicae*. 39(2): 75-95.
- Frochot, Morrison, 2000** – Frochot, I., Morrison, A. (2000). Benefit segmentation: A review of its applications to travel and tourism research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 9(4): 21-45.
- Hodge, Midmore, 2008** – Hodge, I., Midmore, P. (2008). Models of rural development and approaches to analysis evaluation and decision-making. *Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires*. 307: 23-38.
- Hume, 1757/2013** – Hume, D. (1757/2013). Of the standard of taste. The Birmingham Free Press.
- Iso-Ahola, 1982** – Iso-Ahola, S.E. (1982). Towards a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*. 9(2): 256-262.
- Janjušević, 2020** – Janjušević, A. (2020). Duhovna, visaokofrekventna ljubičasta u slavu lepote življenja [Spiritual, high-frequency purple in honor of the beauty of living]. [Electronic resource]. URL: www.rtkn.me (date of access: 25.09.2020). [in Serbian]
- Kay, 2009** – Kay, C. (2009). Development strategies and rural development: exploring synergies, eradicating poverty. *The Journal of Peasant Studies*. 36(1): 103-137.
- Kirilova et al., 2014** – Kirilova, K., Fu, X., Lehto, X., Cai, L. (2014). What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment. *Tourism Management*. 42: 282-293.
- Knežević** – Knežević, M. Prokletije kao estečki motiv i duhovna inspiracija, Glas Holmije, Časopis za književnost, istoriju i kulturu [Prokletije as an aesthetic motive and spiritual inspiration, Glas Holmije, Journal of Literature, History and Culture]. Berane: Srpsko-istorijsko kulturno društvo „Nikola Vasojević“. [in Serbian]
- Komovi, 2020** – Komovi (2020). Eco House Trešnjevik. [Electronic resource]. URL: www.yellow.place (date of access: 18.10.2020).
- Maslow, 1943** – Maslow, A.H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 50: 370-396.
- Montenegro Biking** – *Montenegro Biking*. Bicycle path ANO3 – Rudo Brdo. [Electronic resource]. URL: www.montenegro.biking (date of access: 08.10.2020).
- Moufakkir, AlSaleh, 2017** – Moufakkir, O., AlSaleh, D. (2017). A conceptual framework for studying recreational travel motivation from an Arab perspective. *Tourism Recreation Research*. 42(4): 522-536.
- Müller, Korsgaard, 2018** – Müller, S., Korsgaard, S. (2018). Resources and bridging: the role of spatial context in rural entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*. 30(1-2): 224-255.
- Niedzielski, Rzeszutek, 2010** – Niedzielski, E., Rzeszutek, J. (2010). Rozwój obszarów wiejskich na terenach popeegerowskich [Development of rural areas in the post-Pegerów areas]. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*. 12(5): 146-152. [in Polish]
- Rajović, 1995** – Rajović, V. (1995). Gnjili Potok i Trešnjevik, “Stupovi-Vasojevići“, Andrijevića [Gnjila Potok and Trešnjevik, "Stupovi-Vasojevići", Andrijevića]. [in Serbian]
- Rajović, 1995** – Rajović, V. (1999). Vrijeme i ljudi, “Stupovi-Vasojevići“ [Time and People, "Pillars-Vasojevici"]. Andrijevića. [in Serbian]
- Rajović, 2009** – Rajović, G. (2009). Rural settlement Gnjili Potok as a reflection of the socio-economic conditions. *Istraživanje i razvoj*. 15(32-33): 75-77.
- Rajović, Bulatović, 2012** – Rajović, G., Bulatović, J. (2012). Tourist Potential on Example of Rural Settlement Gnjili Potok (Montenegro). *Anuario Turismo y Sociedad*. 13: 171-184.
- Rajović, Bulatović, 2013** – Rajović, G., Bulatović, J. (2013). Geographic Favor of Analyzing Rural Space: The Case Rural Local Communities Kralje. *Journal of Sustainable Development Studies*. 3(2): 136-167.
- Rajović, Bulatović, 2014** – Rajović, G., Bulatović, J. (2014). Geographical starting points the analysis of current rural problems in Montenegro: A case study of the rural settlement of Gnjili Potok. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*. 9: 81-99.
- Rajović, Bulatović, 2014** – Rajović, G., Bulatović, J. (2014). Geographical Starting Points The Analysis Of Current Rural Problems In Montenegro: Case Study Of Rural Local Community Kralje. *Journal of Social Economics Research*. 1(3): 20-39.

Rajović, Bulatović, 2014 – Rajović, G., Bulatović, J. (2014). Rural village Gnjili Potok – road sign towards happiness and freedom (Some geographical aspects of sustainable development). *International Letters of Natural Sciences*. 14: 59-68.

Rajović, Bulatović, 2015 – Rajović, G., Bulatović, J. (2015). Historical-Geographical View of Rural Village Gnjili Potok – Which Road to Renewal and Development. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*. 1(1): 41-54.

Rajović, Rajović, 2010 – Rajović, G., Rajović, D. (2010). Natural and socio economic characteristics of rural settlements Gnjili Potok, Agency PC system, Belgrade.

Ristić, Bošković, 2020 – Ristić, L., Bošković, N. (2020). Pametna sela u funkciji demografske obnove ruralnih područja [Smart villages in the function of demographic renewal of rural areas]. Naučne publikacije Državnog Univerziteta u Novom Pazaru. Serija B: *Društvene & humanističke nauke*. 3 (1): 33-45. [in Croatian]

Sirakaya et al., 2003 – Sirakaya, E., Uysal, M., Yoshioka, C. (2003). Segmenting the Japanese tour market to Turkey. *Journal of Travel Research*. 41(3): 293-30.

Stefanović, 2017 – Stefanović, V. (2017). Tourist needs as a determinant of the tourism development. *Ekonomski signali: poslovni magazin*. 12(1): 13-29.

Šimková et al., 2014 – Šimková, E., Holzner, J. (2014). Motivation of tourism participants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 159: 660-664.

Uysal et al., 2008 – Uysal, M., Li, X. Sirakaya-Turk, E. (2008). Push-pull dynamics in travel decisions. In Haemoon Oh & Abraham Pizam, *Handbook of Hospitality Marketing Management*, Taylor & Francis, Abingdon, UK, pp. 412-439.

Vešović, 1935 – Vešović, J.R. (1935). Pleme Vasojevića [Vasojevic Tribe]. Državna štamparija, Sarajevo. [in Croatian]

Wignis, Proctor, 2001 – Wignis, S., Proctor, S. (2001). How special are rural areas? The economic implications of location for rural development. *Development policy review*. 19(4): 427-436.

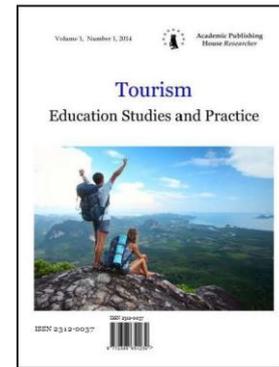
Zelenka, Pásková, 2012 – Zelenka, J., Pásková, M. (2012). Tourism-explanatory dictionary. Praha: Linde.

Copyright © 2020 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the Slovak Republic
 Tourism Education Studies and Practice
 Has been issued since 2014.
 E-ISSN: 2409-2436
 2020, 7(1): 13-28

DOI: 10.13187/tesp.2020.1.13
www.ejournal10.com



Digital Technologies in Hospitality Industry: Russian and International Markets

Lubov S. Kopylenko ^{a,*}

^a Saint-Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russian Federation

Abstract

The article discusses the main developments in information technologies of the hotel business, which is especially relevant due to the fact that today the process of economy digitalization in the Russian Federation significantly influences the hospitality industry. Automation of hotels associated with the use of modern technologies particularly improves the quality of customer service. In this research, major trends in the development of information technologies in the hotel business were identified. They include cloud computing, artificial intelligence, augmented reality, etc. This paper defines the main problems of the introduction of modern information technologies in the hospitality industry. One of the core trends in this sphere is the development and application of a variety of innovations and new elements that can serve as a powerful impetus for the development of the hospitality industry. Innovations of all kinds are essential for both the viability and competitiveness of hotel enterprises. The study revealed that currently, information technologies are improving rapidly, directly impacting hotel business, but also assessing the hotel market of the Russian Federation. The author has explored data from a 2017–2020 survey of Russian and Foreign markets of technologies in the hospitality industry. Also, this work represents a comparative analysis of research findings pinpointing the impact of the innovations on the performance of hospitality industry enterprises.

Keywords: hospitality, new technologies, digitalization, robotization, hotel trends.

1. Введение

Эволюция проникновения информационных технологий во все аспекты современного общества, темпы которого значительно ускорились за последние десятилетия, привела к коренным изменениям сферы гостиничных услуг, повлияв на возможность применения традиционных подходов и инструментария взаимодействия с потребителями, формирование и управление спросом. Основным рычагом этих изменений послужило активное распространение информационно-вычислительной сети (ИВС) с доступом в Интернет.

Согласно данным Statista по состоянию на апрель 2020 года количество пользователей сети Интернет составило почти 4,57 млрд человек, что составляет 59 % населения мира ([Hotel Tech Report, 2019](#)). Для сравнения, в 2010 году численность пользователей Интернета составляла 2,03 миллиарда человек, а в 2005 число пользователей было равно 1,1 млрд ([Global digital population as of April, 2020](#)). Так, распространение сети Интернет вкпе с расширением процессов глобализации и возросшей интенсивностью информационных

* Corresponding author
 E-mail addresses: lyubakopylenko92@mail.ru (L.S. Kopylenko)

потоков, стали мощным триггером для проникновения цифровых технологий в разные сферы жизни, бизнеса и услуг ([Number of internet users..., 2019](#)).

Автоматизация существующих процессов, внедрение принципиально новых, технологий, таких как цифровые платформы, цифровые экосистемы, углубленная аналитика больших массивов данных, технологии «Индустрии 4.0», роботизация, Интернет вещей становятся основными направлениями в модернизации сферы услуг. Важно отметить, что современные сферы гостиничных услуг, которые перешли на использование цифровых технологий, реализуются не столько путем замены физического труда, сколько путем слияния цифровых (электронных) и контактных (реальных) услуг, развиваемых для удобства потребителей и бизнеса.

Активное внедрение технологий началось в конце 1990-х. Поначалу это происходило стихийно, то сегодня крупные компании и государства осознали необходимость структурированного подхода. Разработка и реализация стратегий внедрения цифровых технологий сегодня является приоритетом большинства крупных компаний независимо от отраслевой принадлежности, специфики бизнеса или законодательного регулирования.

По мнению А.В. Кешелава и И.Л. Хаеа ([Цифровая Россия: новая реальность, 2017](#)) за последние несколько лет произошёл очередной качественный скачок в развитии информационно-коммуникационных технологий, связанный с четырьмя обстоятельствами:

- цифровые технологии активно внедряются во все большее количество сфер услуг;
- стоимость внедрения и эксплуатации цифровых технологий падают ввиду их широкого распространения;
- степень цифровизации сферы услуг и сервиса постоянно растет (в том числе за счёт влияния первых двух факторов);
- доступность и распространенность цифровых устройств (компьютеров, телефонов, умных приборов и машин, подключённых к интернету вещей) постоянно растёт.

2. Материалы и методы

Материалы исследования: научные труды (монографии, учебные и учебно-методические пособия, ГОСТы, статьи в журналах, интернет-ресурсы и пр.) зарубежных представителей компаний-разработчиков технологий для сферы гостеприимства, мировые СМИ, занимающихся проблемами изучения вопроса технологий в сфере HoReCa; эмпирические данные, полученные в ходе подготовки материала к публикации. В процессе исследовательской работы мы опирались на такие методы как: отбор информационных ресурсов, относящихся к теме статьи, их теоретический анализ, синтез, обобщение, типологизация полученных данных, метод контент-анализа.

Данные обстоятельства привели нас к качественно новым условиям жизни, основанным, в первую очередь, на развитии цифровых технологий, поддерживаемых цифровыми платформами.

3. Обсуждение

Для более детального рассмотрения вопроса рассмотрим, что такое «Цифровые Платформы». Согласно Фонду развития Цифровой Экономики ([Предмет цифровой экономики..., 2019](#)):

Цифровая платформа – это система алгоритмизированных взаимоотношений значимого количества участников рынка, объединённых единой информационной средой, приводящая к снижению транзакционных издержек, за счет применения пакета цифровых технологий и изменения системы разделения труда.

Интегрируя в себе огромное количество новейших технологий и предоставляют пользователям (как производителям, так потребителям и посредникам) доступ к лучшим цифровым инструментам и свободному конкурентному рынку, цифровые платформы привели к качественному изменению парадигмы в каждой сфере услуг. Тем самым продолжив цепочку трендов: технологизация → механизация → конвейеризация → цифровизация → платформизация.

Согласно классификации А.В. Кешелава и И.Л. Хаеа можно выделить семь основных классов цифровых платформ в [Таблице 1 \(Фабрика Цифровых Платформ, 2019\)](#).

Таблица 1. Классификация цифровых платформ по степени развития функционала (Фабрика Цифровых Платформ, 2019)

Класс платформ	Дополнительный функционал	Примеры
Технологические	Предоставляют доступ к IT-ресурсам и технологиям	Alibaba Cloud Amazon AWS Microsoft Azure
Функциональные	Предоставляют доступ к специализированным инструментам	1С Bitrix SAP
Инфраструктурные	Предоставляют доступ к цифровой инфраструктуре	Яндекс карты
Копоративные	Оптимизируют процессы управления	Госзакупки X5 GoCargo
Информационные	Предоставляют информационный доступ к рынку	Avito Юла Яндекс маркет
Маркетплейсы	Предоставляют доступ к рынку, обеспечивая взаимодействие сторон	E-Bay Amazon AliExpress
Отраслевые	Оптимизируют взаимодействие участников	Smartcat Cainiao

Цифровые технологии в целом, изменили парадигму взаимодействия потребитель-поставщик, принося дополнительную ценность для всех участников процесса. В качестве примеров рассмотрим несколько компаний:

Uber – приложение для поиска, вызова и оплаты такси или частных водителей и доставки еды. Пользователи Uber получают более быстрый, безопасный и дешёвый сервис такси гарантированного качества. Водители получают поток заказов, учитывающий их текущее местоположение, что позволяет увеличить утилизацию такси до 90 %.

Amazon – американская компания, одна из крупнейших в мире среди компаний, занимающихся продажей всевозможных товаров и услуг через сеть Интернет.

Размещая свой товар на Amazon, e-Bay или AliExpress поставщик получает возможность продемонстрировать свой товар миллиардам покупателей по всему миру, не выстраивая собственную систему логистики. В свою очередь потребитель (или покупатель), пользуясь этими маркетплейсами, может выбрать лучший по цене и качеству товар из всех возможных.

Цифровые трансформации в сфере гостиничных услуг

XXI век – это век информационных технологий. И как уже было сказано ранее, современные технологии стали неотъемлемой частью общественной жизни. И индустрия гостеприимства не исключение.

Ежегодно в мире можно наблюдать увеличение количества гостиниц и гостиничных комплексов. Согласно источнику ([Total number of hotels..., 2018](#)), с 2008 по 2018 год, количество отелей по всему миру увеличилось с 168 999 до 184 299 отелей. Это свидетельствует о росте почти на 14,3 тыс. Это доказывает востребованность сферы гостиничных услуг на рынке, и она претерпевает все большие изменения в технологическом аспекте.

Процесс внедрения в ней новых технологий в сферу гостиничных услуг даже получил свое название «travolution» ([Travolution European Summit..., 2019](#)), что в переносном смысле означает «цифровая революция в сфере туризма».

Сейчас на первый план в гостиничном бизнесе выходит цифровизация, которая позволяет создавать платформы для бронирования отелей (OTA, например, Booking или Expedia), различные сайты с отзывами, которые позволяют находить более выгодные предложения и многое другое. Виртуальное взаимодействие с клиентами «online» открывает компаниям новые возможности для привлечения гостей и продвижения своих услуг.

Сегодня все реже можно встретить отель, управлением которого занимались бы полностью вручную. Более того, многие зарубежные гостиницы делают ставку на высокую технологичность, перестраивая концепцию своих отелей под современный цифровой формат. В подтверждение этого утверждения можно привести пример сеть отелей Hilton ([Hilton is hiring robots, 2019](#)), где работает первый в мире робот-консьерж Connie (Конни), использующий возможности искусственного интеллекта IBM Watson. Или еще один яркий пример использования цифровых технологий для развлечения гостей – Charlotte Marriott City Center ([Charlotte Marriott City Center, 2019](#)) в городе Шарлотт (Северная Каролина, США). В этом шикарном отеле гости могут принять участие в сотнях виртуальных занятий фитнесом, транслируемых на больших настенных экранах, а в лобби отеля есть стенд, который измеряет ваше настроение.

Однако это далеко не все цифровые технологии, которые постепенно превращаются в обыденность на рынке гостиничных услуг. Среди наиболее популярных и востребованных цифровых технологий, которыми уже сейчас пользуются во многих гостиницах мира, можно выделить:

1. Система SPG Keyless ([How Does SPG Keyless Work, 2019](#)) или технология новых электронных ключей – это первая мобильная система, позволяющая гостям отелей использовать свой смартфон в качестве ключа от номера. Она уже внедрена в отелях под брендами Aloft, Element и W. Программа, доступная на мобильном приложения SPG, позволит гостям миновать стойку регистрации, экономя время на ожидании в очереди и получить мгновенный доступ к своему номеру одним нажатием кнопки на смартфоне.

2. Цифровые киоски. Инновационные терминалы саморегистрации были разработаны крупнейшей в мире сетью отелей Marriott International в партнерстве с китайским технологическим гигантом Alibaba Group в 2018 году. Первые киоски появились в двух китайских отелях Marriott в Ханчжоу и Санья и позволяли провести процедуру самостоятельной регистрации при въезде/выезде, предоставляли услуги виртуального консьержа, цифровой рекламы и оптимизировали предложения по сопутствующим услугам. Внедрение новой технологии сократило время регистрации с трех минут до одной, улучшив традиционный опыт регистрации в отеле в Китае. По словам Фаг Роу, здесь часто возникают длинные очереди.

Как и при помощи цифровых киосков в аэропортах, клиенты Marriott могут зарегистрироваться при помощи технологий, приложив документ к экрану, а затем сделать паузу, чтобы робот смог сфотографировать их. После успешной идентификации клиенту предлагается подписать условия обслуживания и ввести личную контактную информацию. Программное обеспечение распознавания лица Alibaba будет проверять соответствие совпадений, а затем выдавать ключ от номера в виде пластиковой карты гостю ([Яковлев, 2006: 328](#)).

Приведенные выше новшества в индустрии гостеприимства представляют собой лишь малую толику того, что цифровые технологии в сфере гостиничных услуг предлагают для гостей уже сегодня. Таким образом, современное использование цифровых технологий в сфере гостиничных услуг предоставляет огромные возможности для повышения уровня сервиса гостиниц и увеличения дохода предприятий. Предоставляя своим гостям современные инструменты для удобств, развлечений, общения или даже обучения во время отдыха, владельцы гостиничных комплексов, тем самым увеличивают свои конкурентные преимущества на рынке.

Современные цифровые технологии, используемые в сфере гостиничных услуг. Цифровые технологии в службах фронт- и бэк-офисов гостиничных предприятий

Одной из наиболее актуальных тенденций современного гостиничного бизнеса называют внедрение в него цифровых технологий. Это обусловлено тем, что автоматизация процессов управления гостиницей одновременно облегчает работу персоналу и создает максимум удобств для клиентов. Внедрение цифровых технологий в системы управления

гостиницей позволяют выйти на новый уровень во всем, начиная от бронирования номеров и до обеспечения безопасности во время проживания.

Главная цель автоматизации гостиниц — создание комплексной системы, объединяющей все основные процессы: бронирование, расчеты с гостями, агентами, туроператорами, учет результатов хозяйственной деятельности компаний гостиничного сектора и др. Автоматизация основных рабочих процессов, посредством внедрения цифровых технологий, способствует увеличению прибыли. Действительно, согласно утверждению Г.А. Яковлева, примерно 70 % дохода любой гостиницы составляет плата за номера, около 20 % — доход от продажи продуктов питания и напитков (Каверина, 2012: 372).

Первые автоматизированные системы управления гостиниц появились в период с 1975 по 1980-е годы на Западе. Согласно исследованию компании «Microsoft», 60-70 % всех гостиниц на Западе используют передовые высокоэффективные цифровые технологии управления. Это обусловлено нарастающими темпами технологического прогресса: если раньше гостиницы меняли технологическое оснащение в среднем каждые 7-9 лет, то сегодня — каждые 3-5, и тенденция сокращения этого срока продолжается (Новые технологии..., 2018). Российский рынок представляет ряд западных систем для отелей находящихся в совместном управлении с западными партнерами или входящими в гостиничные цепочки, перенимая повторяя западную модель.

В России доля гостиниц, где активно используют цифровые технологии, составляет — 30 % от общего количества (Автоматизированная система управления, 2018). Заказные системы, разработанные в России, обходятся дороже, чем типовые проекты. Поддерживать заказную систему в условиях постоянных нововведений в гостиничном бизнесе трудно. Именно поэтому от заказных систем отказываются, разрабатывая и применяя в основном типовые системы, среди которых можно выделить 3 основных:

Property Management System (PMS) (Система управления взаимоотношениями с клиентами, 2018) — в русском варианте — Автоматизированных Систем Управления (АСУ). Основной функцией таких систем является представление состояния номерного фонда, информация о занятости номеров, что позволяет осуществлять планирование продаж номеров в будущем, или бронирование, и текущий контроль за деятельностью средства размещения. Помимо прочего, АСУ позволяют избавиться от бумажной волокиты и исключить либо максимально уменьшить возможность ошибок, так называемого человеческого фактора, являющихся причиной дополнительных неудобств и материальных затрат.

Customer Relationship Management (CRM) (ОТА (ОТА, 2017) — в русском варианте — Система управления взаимоотношениями с клиентами. Данное программное обеспечение используется для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Online Travel Agencies (OTA) (Customer Satisfaction..., 2018) — в русском варианте — Онлайн тревел агентство (ОТА) — турагентство, реализующее свои продукты и услуги через сеть интернет (ОТА, 2017).

Помимо прочего сюда можно отнести чат-боты, индекс удовлетворенности клиентов CSAT и ряд других инструментов, которые развиваются и увеличивают свое присутствие на рынке цифровых технологий для сферы гостеприимства, нацеленных на увеличение количества продаж номеров или услуг отеля. Подобные программы значительно облегчили работу отделов продаж и фронт-офиса, при этом для рабочего линейного персонала (бэк-офиса) до недавних пор не было сделано ровным счетом ничего.

Это обусловлено тем, что как и отдел продаж, фронт-офис играет жизненно важную роль в отеле и является главным источником прибыли предприятия. По данным Центра гостеприимства Корнелла, администраторы стойки ресепшн являются главным связующим звеном в цепи взаимодействия «отель-гость-отель» (Digital..., 2020).

Ниже приведем таблицу (см. Таблицу 2) существующих на рынке цифровых технологий для сферы гостиничных услуг, которая позволит систематизировать вышеописанные технологии по ряду критериев, с целью выявления их особенностей.

Таблица 2. Классификация сегментов цифровых технологий в сфере гостиничных услуг

	OTA	CRM	PMS
Цель использования	Продажа гостиничных номеров	Поддержание взаимоотношений с гостями	Информирование о загруженности отеля и состоянии номерного фонда
Назначение работы	Увеличение дохода отеля	Увеличение дохода отеля	Увеличение дохода отеля
Подразделения для использования	Фронт-офис	Фронт-офис	Фронт-офис
Лидеры рынка	OPERA, Fidelio (США)	Salesforce, Oracle (США) и SAP (Германия)	Booking Holdings Inc., Expedia Group (США)

Как можно видеть в [Таблице 2](#), главные цифровые технологии без которых не обходится ни одно гостиничное предприятие направлены на получение прибыли. Заработок и извлечение прибыли долгое время были главными стимулами для развития, разработки и внедрения цифровых технологий именно для фронт-офиса.

«Отсутствие развития технологий для бэк-офиса, исторически было обусловлено тем, что никто никогда особо не интересовался тем, что происходит за кулисами гостиницы. Отелеры всегда делали ставку только на то, что приносит прибыль: важно, чтобы были все необходимые инструменты, способствующие увеличению и скорости продажи номеров. А автоматизация таких процессов, как уборка мало кого интересовала. Но, что важно, и на что многие не обращали должного внимания до недавних пор, так это то, что, если в гостинице не будет готовых, прибранных номеров, то и продавать-то будет нечего» – утверждает Светлана Удалова, основательница и генеральный директор ООО «HKeeper Global» ([Smart Hospitality Market..., 2019](#)).

Согласно последним данным, сегодня, только 5 % сотрудников бэк-офиса гостиничных предприятий чувствуют, что они освоили «цифровое вещание» до точки конкурентной дифференциации. Это значит, что для успешной работы и фронт-, и бэк-офисы должны двигаться с одинаковыми темпами внедрения и использования цифровых технологий для отелей, чтобы создать по-настоящему высокий уровень сервиса на современном уровне.

В отчете «Globe Newswire» ([US hotel industry..., 2019](#)) говорится, что мировой рынок цифровых технологий в сфере гостиничных услуг начал активно расти в 2018 году (его объем составлял 7,76 млрд. долларов США), при этом по прогнозам экспертов, к 2026 году его объем вырастет до 44,38 млрд долларов США.

Современный рынок цифровых технологий в сфере гостиничных услуг перенасыщен инструментами для продаж или приложений для потребителей (потенциальных гостей отелей), все большую популярность набирает тренд на разработку программных обеспечений (ПО) и приложений для контроля качества исполнения работы сотрудников, а также расходной части. Это также обусловлено увеличением оплаты труда сотрудникам сферы гостеприимства.

По прогнозу STR ([Коллективные средства размещения, 2017](#)), материнской компании Hotel News Now, открытие 2 % новых отелей на территории США в 2019 году, увеличило количество гостиничных номеров на рынке примерно на 150 000 – 200 000. Это привело к тому, что для обслуживания уборки новых помещений в 2019 году было нанято порядка 10-13, 5 тыс. новых сотрудников. Высокий спрос на рабочую силу привел к росту заработной платы линейного персонала в сфере гостеприимства по всей стране.

Согласно данным Бюро труда и статистики США и WageWatch, среднегодовой рост заработной платы в гостиничном бизнесе в США за 2014 году увеличился на 3 % в год,

а в 2018 году на 4 % в сравнении с ростом средней заработной платы по стране на 1,9 % в 2014 году и 2,8 % в 2018 году.

Высокая стоимость рабочей силы в сфере гостиничных услуг (в основном горничные и обслуживающий персонал) и отсутствие каких-либо цифровых технологий для отслеживания качества, выполняемой работы стали главными триггерами для развития технологий для бэк-офиса, которые позволили бы перевести рабочие процессы в цифровой формат.

Современный рынок цифровых технологий для бэк-офиса гостиничных предприятий

На сегодняшний день гостиницы у которых есть мощнейшие инструменты для продаж столкнулись с новой проблемой: отсутствием инструментов для отслеживания качества, выполняемых работ и контроля за расходом времени, эффективности работы сотрудников и материальных ценностей предприятия. Это приводит к тому, что доходность гостиницы возможно увеличить только за счет повышения цены на проживание, что ввиду высокой конкуренции на рынке делать крайне сложно и не выгодно.

Современные цифровые технологии позволяют изменить эту парадигму за счет экономии расходной части путем ее контроля. Чтобы остаться конкурентоспособными на рынке, цифровые технологии позволяют гостиницам автоматизировать рабочие процессы, переводя все рабочие процессы в цифровой формат.

В данной главе мы рассмотрим наиболее популярные приложения для бэк-офиса по мнению авторитетного ресурса Hotel Tech Report.

Анализ главных компаний-поставщиков цифровых технологий для бэк-офиса гостиничных предприятий

Согласно актуальным данным на 2020 год в 10-ку лучших программных обеспечений и приложений для бэк-офиса, по версии Hotel Tech Report, входят: hotelkit Housekeeping, Quore (Cleanings Plus), ALICE Housekeeping, Optii Keeper, Flexkeeping (Housekeeping), RoomChecking, HKeeper, Faster Housekeeping, Amadeus Service Optimization – HotSOS Housekeeping, FCS Computer Systems (e-Housekeeping). В Приложении Д мы составили таблицу со сравнительными анализом характеристиками пяти программ с рейтингом оценки выше 95 % из программ. Исходя из полученных данных, можно сделать следующие выводы:

1) Компании, занимающиеся разработкой и развитием технологий для сферы гостеприимства имеют простой и технически понятный в работе интерфейс.

2) Несмотря на то, что главная задача каждого ПО и приложения нацелены на облегчение работы сотрудников бэк-офиса, большинство компаний сместило акцент на функционал, который больше направлен на гостей: только 1 из 5 компаний имеет полный спектр функций, необходимый для работы линейного персонала (компания HKeeper). При этом все 5 компаний включили в обязательный список функции связанные с гостевыми запросами и найденными и потерянными вещами.

3) Все компании имеют гибкий коэффициент взаимодействия с компаниями-партнерами все они ориентированы на обслуживание самого разного типа клиентов (от маленьких частных гостиниц и хостелов до крупных сетевых гостиниц).

4) Рассмотренные в таблице компании имеют гибкое конкурентное ценообразование: ни одна из рассматриваемых компаний не берет 100 % предоплату, предоставляют бесплатный пробный период (от 21 дня до 6 месяцев) и имеют службу поддержки клиентов.

5) Большинство компаний (4/5) активно занимаются интеграцией с другими цифровыми платформами в сфере гостиничных услуг (PMS, чат-боты, ПО для управления гостиничными предприятиями), тем самым расширяя присутствие на рынке развития технологий в сфере гостиничных услуг, поддерживая и стимулируя его.

Российский рынок цифровых технологий в сфере гостиничных услуг

В июле 2017 года консалтинговая компания McKinsey опубликовала исследование «Цифровая Россия: новая реальность» об общей роли цифровых технологий в экономике страны. Так, потенциальный экономический эффект от цифровизации российской экономики к 2025 году увеличит ВВП России в 4,1-8,9 трлн руб. (в ценах 2015 года), или 19-34 % общего прироста ВВП.

В этой связи у России сохраняются возможности развития собственной современной гостиничной базы. По данным Ростуризма, количество гостиниц и отелей с 2010 по 2018 год в России выросло на 64 % (Зубова, 2019). По словам экспертов, добиться таких результатов

удалось благодаря проведению Чемпионату Мира по футболу, который прошел в России в 2018 году, и росту вложений в отрасль гостиничных услуг. Так, по данным Ростуризма, ежегодные инвестиции с 2008 года выросли на 69,9 %, а на 2014 год пришел пик активности – инвестиции превысили показатели 2008 года в 4,5 раза (Зубова, 2019).

Президент Российской гостиничной ассоциации Геннадий Ламшин отметил, что появление в стране новых средств размещения способствует росту конкуренции и повышению уровня сервиса и инноваций в этой сфере, а интерес к гостиничному рынку России со стороны иностранных инвесторов и операторов продолжает расти.

При этом, как отметил Роман Блонов, директор департамента IT Besar Asset Management, всего десять лет назад цифровые технологии, разработанные российскими IT-специалистами, для отелей предназначались в основном для развлечений: бесплатные гаджеты, интернет-радио, освещение, Wi-Fi, а сегодня направление IT-компаний, нацеленных на сферу гостиничных услуг, постепенно меняют дискурс и превращаются из поставщиков и подрядчиков в партнеры.

Так, на российский рынок постепенно проникает новый вид цифровых технологий, ориентированных на сотрудников бэк-офиса. Например, московский проект NOTY (Noty, 2018), предлагает привязанный к каждому гостиничному номеру смартфон – электронный консьерж для отеля, с которым можно ходить по всей столице (отслеживается геолокация) и с помощью которого можно моментально оформить заказ на целый перечень услуг в службах отеля – от ресторана до химчистки. Система позволяет назначать ответственных, менять статус заказа и отправлять гостю уведомления.

Компания «Русланд Тех» из Санкт-Петербурга еще один удачный пример развития цифровых технологий для сферы гостиничных услуг на российском рынке. В рамках проекта Spy.space компания разработала систему распознавания лиц. Как поясняет руководитель группы разработки «Русланд Тех» Евгений Орлов, вход в помещение возможен только по биометрии лица. Spy.space идентифицирует сотрудников, точно определяет категорию доступа, а также фиксирует информацию о каждом работнике: время прихода и ухода, время, потраченное на перерывы в работе, динамику эмоций. Все это позволит, при желании руководителей компании, уволить неэффективных сотрудников. Данная технология уже работает применяется в отеле VOX Hotel, расположенном в центре Санкт-Петербурга (Лиговский пр., 29А) и предназначена для разграничения доступа в служебные помещения – бельевую и помещение с товарно-материальными ценностями.

Описанные выше примеры доказывают существование зарождающегося тренда на развитие локальных цифровых технологий для сферы гостиничных услуг. Однако, спрос на инновации и технологии на внутреннем рынке в России остается низким – покупательная способность домохозяйств оставляет желать лучшего, а компании предпочитают готовые проверенные продукты и решения смелым инновационным разработкам.

Вместе с тем, в России на сегодняшний день еще не накоплен в достаточной мере ни теоретический, ни практический опыт разработки и внедрения цифровых технологий для бэк-офиса гостиничных услуг. Можно назвать лишь отдельные, единичные примеры проявления некоторых IT компаний-разработчиков (которых мы упоминали в данном параграфе выше), но об их эффективности делать выводы пока достаточно сложно ввиду их недавнего появления на рынке. Такая ситуация существенно затрудняет практическое решение проблемы развития и внедрения цифровых технологий для гостиничных услуг на российском рынке, как со стороны разработчиков, так и со стороны гостиниц.

Пути решения проблем внедрения цифровых технологий в сферу гостиничных услуг в России

По данным ежегодного исследования гостиничного рынка в России, проводимого компанией EY, на февраль 2019 года в стране насчитывается 197 гостиниц под управлением международных гостиничных операторов и 101 — под российским (Нейросети добрались до гостиниц, 2018). В Приложении Е видно, что рынок международных сетевых отелей является более концентрированным по сравнению с российским.

Присутствие международных гостиничных операторов, как и присутствие международных IT компаний, разрабатывающих цифровые технологии для гостиничных услуг на российском рынке в целом продолжают тенденцию перенятия или копирования мировых трендов подгоняя их под реалии российского рынка гостиничных услуг.

Изменить эту парадигму сегодня российским гостиницам мешает отсутствие благоприятного инновационного климата в стране, который подразумевает, прежде всего, использование программного подхода в определении приоритетных направлений развития в современных условиях. Данный факт на наш взгляд объясняется отсутствием целенаправленной инновационной политики в сфере гостиничных услуг, отсутствием как такового государственного механизма регулирования инновационной деятельности в целом в туристской отрасли, а также использованием преимущественно улучшающих и заимствованных инноваций.

4. Результаты

В Таблице 3, мы приведем основные проблемы внедрения цифровых технологий в сферу гостиничных услуг на российском рынке и предложим их возможные решения.

Таблица 3. Проблемы внедрения цифровых технологий в сферу гостеприимства на российском рынке

Проблема	Возможное решение
Консервативность гостиничного бизнеса: рынок гостиничных услуг продолжает структурный сдвиг в сторону цифровых технологий, ориентированных на продажи и для сотрудников фронт-офиса.	Переориентация руководства отелей на развитие и внедрение цифровых технологий для линейного персонала.
Использование зарубежных технологий и следование западным моделям внедрения и использования технологий приводит к стагнации российского рынка разработчиков цифровых технологий для сферы гостиничных услуг.	Поддержка и инвестиции со стороны государства в сектор цифровых технологий для сферы гостиничных услуг. А также активное изучение цифровых технологий, проведение конкурсов и грантов в российских ВУЗах в сфере услуг и сервиса.
Узкая направленность: на сегодняшний день в мире не так много авторитетных ресурсов, освещающих и распространяющих информацию о современных разработках цифровых технологий в сфере гостиничных услуг.	Повышение уровня информированности о развитии цифровых технологий в сфере гостиничных услуг посредством распространения информации в российских СМИ, развитие базы специалистов в данной области. А также, активная пропаганда цифровых технологий в контексте актуальных проблем (например, экологии, где цифровые технологии позволяют значительно сократить использование бумаги в работе путем перехода на цифровые площадки).

Тема инновационных цифровых технологий для сферы гостиничных услуг должна и будет играть все большую роль в российском гостиничном бизнесе. Те IT-компания-разработчики и гостиничные предприятия, которые вовремя осознают преимущества активного развития и внедрения инноваций в свою деятельность, смогут выиграть в условиях растущей конкуренции за потребителя.

Влияние COVID-19 на развитие внедрения цифровых технологий в сферу гостиничных услуг

Пандемия коронавируса нанесла сокрушительный удар по индустрии гостеприимства, так например, в США пустуют три четверти гостиничного фонда.

Сегодня, гостиничная индустрия, реальные и потенциальные гости и партнеры — все находятся в одной лодке. Наблюдая за тем, с какой скоростью распространяются угрозы, оценивая их характер как глобальный, а последствия как катастрофические, все начинают испытывать страх и бояться. Боятся и потребитель. Согласно исследованиям BCG 76 % потребителей боятся останавливаться в отелях, 64 % боятся ресторанов, 67 % — поездок за

границу, 74 % — авиаперелетов внутри страны, 67 % — общественного транспорта, 78 % — СПА-салонов.

Для индустрии гостеприимства это катастрофа. Огромная неопределенность, негативные ожидания, невозможность планировать и падение доходов — свидетельствуют о том, что быстрой реабилитации можно не ждать. Помимо существенного снижения спроса и его медленного восстановления, отрасль столкнется с острой нехваткой оборотных средств.

По прогнозам JLL, по итогам марта загрузка столичных гостиниц России составила 10-30 %, а в апреле — 3-7 %, в мае она опустится еще ниже и будет стремиться к нулю.

Больше всего пострадали гостиницы категорий две-три звезды, которые в первую очередь зависят от туристов из Китая и других организованных групп, отмечает руководитель направления гостиничного бизнеса консалтинговой компании JLL Яна Уханова, — загрузка центральных гостиниц категорий 4-5 звезд составит максимум 20-30 %.

Способ выживания, который сейчас рассматривают гостиницы, — это переход к долгосрочной аренде номеров как альтернативе съему квартир, рассказала Уханова. Так, некоторые отели уже снизили цены на номер в отелях на 50%, в том числе для привлечения спроса на долгосрочное бронирование на одну-две недели, говорит Татьяна Белова, заместитель директора СВРЕ. Это делается, в том числе, для привлечения людей, которые вернулись из-за границы и должны выдержать 14-дневный карантин, указывает эксперт.

В Москве «номер в отеле на месяц по цене аренды квартиры» начал предлагать четырехзвездочный бутик-отель «Чемоданов» на Покровке. В Петербурге пятизвездочный отель «Гельвеция» назвал акцию по скидкам на долгосрочное проживание «Самоизоляция в отеле».

«Отели пытаются хоть как-то хоть кого-то привлечь, но я не думаю, что будет массовый спрос на такие услуги», — считает Константин Горяинов, вице-президент по операционной деятельности в России и странах СНГ компании Interstate Hotels & Resorts (управляет в Москве тремя отелями сети Marriott, двумя Holiday Inn, а также Sheraton Palace Hotel Moscow и «Hilton Ленинградская»).

При этом, надежда, возможно, еще не потеряна, так, некоторые аналитики UBS полагают, что сектор начнет восстанавливаться благодаря туристам, которым пришлось отложить отпуск из-за карантина и которые отправятся на курорты, как только ограничения будут сняты. По прогнозу UBS ([Гостиницы под управлением..., 2019](#)), за ними последуют и бизнес-путешественники, самая прибыльная категория для большинства отелей, а потом и группы туристов, которые едут на конференции и крупные мероприятия.

Уже сейчас гостиницы планируют изменения, которые придется внедрить в связи с угрозой новых вспышек COVID-19. Помимо более тщательного подхода к уборке (Marriott объявил о создании «глобального совета по чистоте», который разработает подробные стандарты и процедуры, а Hilton анонсировал новую программу Clean Stay совместно с производителем чистящего средства Lysol — корпорацией Reckitt Benckiser), в будущем отели планируют внедрение цифровых технологий для автоматизации рабочих процессов, в особенности бэк-офиса.

«В бизнесе, который зависит от того, как его клиенты оценивают услуги, использование передовых технологий имеет решающее значение. Сегодняшний рынок гостиничных услуг без перехода оперативного управления бэк-офиса в цифровой формат не сможет двигаться вперед и удовлетворять потребности своих клиентов. Мы должны предоставить возможность не только гостям, но и всей команде возможность взаимодействовать друг с другом в цифровом формате», — говорит Светлана Удалова, основатель НКеерег.

В [Таблице 4](#), мы рассмотрим мировые IT-компании, занимающихся разработкой цифровых технологий для бэк-офиса, способствующих восстановлению гостиничной индустрии во время и после пандемии.

Таблица 4. Цифровые технологий для бэк-офиса во время пандемии коронавируса

	ALICE Platform	HKeeper Global	BEEKEEPER	HOTELCHAMP	QUORE
Разработка	COVID-19 Recovery Checklist Software	Cleanliness Certificate	Beekeeper Internal Team Communication	HOTELCHAMP Demand Tracker	Quote Aid Program
Описание функционала	Чек-листы для мониторинга и отслеживания выполненных задач линейным персоналом	Сертификат о проделанных работах по уборке дезинфекции в номере, который выдается гостю при заезде или отправляется ему на почту за день до заезда	Онлайн-чат для сотрудников с удаленным доступом к графикам смен сотрудников и ежедневными обновлениями о состоянии отеля	Трекер спроса на гостиничные услуги, отслеживающий динамику обращений на сайт отеля в реальном времени. Также есть функция составления прогноза спроса на гостиничные услуги на год вперед, учитывающий ежедневные изменения на рынке гостиничных услуг	Платформа для обмена сообщениями между руководителями и линейным персоналом (возможность назначать, перенаправлять или снимать задачи), а также чат для гостей и персонала с возможностью бесконтактного оформления заказа или услуги в номер
Предоставление услуги	Бесплатно	Бесплатное использование до ноября 2020 года	Бесплатное использование до июня 2020 года	Бесплатно в течение 90 дней	При подключении к платформе, функция предоставляется бесплатно

Из [Таблицы 4](#) следует, что, основной целью развития цифровых технологий в сфере услуг гостеприимства является обеспечение концентрации ресурсов на приоритетных направлениях и создание условий для кооперации и стратегического партнерства с гостиничными предприятиями в рамках инновационной модели развития.

По мнению Марка Струика, коммерческого директора Postillion Hotels, сейчас самое удачное время сделать все возможное, чтобы поддержать цифровых технологий, продвигающие сферу гостиничных услуг вперед, потому что, когда все это закончится (COVID-19), гостиницы будут нуждаться в них больше, чем когда-либо.

Среди главных сложностей перехода сферы гостиничных услуг на использование цифровых технологий в период пандемии, Джордан Холландер, соучредитель и генеральный директор Hotel Tech Report выделяет:

1. Риск перехода на новый формат работы: особенно когда речь идет о критически важных системах. В условиях, когда отель полностью заполнен это могло бы быть рисковало и страшно ввиду высоких рисков, поэтому сейчас, (в низкий сезон) идеальное время для того, чтобы это сделать.

2. **Время:** Изучение нового программного обеспечения требует времени, независимо от того, насколько легко оно в использовании. Сейчас, у отельеров как никогда достаточно времени, чтобы обучиться работе с новыми цифровыми технологиями, чтобы быть готовыми к работе, когда рынок снова начнет функционировать.

3. **Стоимость:** многие поставщики цифровых технологий предлагают бесплатные пробные периоды использования на время закрытия (с 30 дней до 90 дней), что позволяет попробовать программное обеспечение и посмотреть, подходит оно для каждого конкретного предприятия в течение продолжительных периодов времени.

Анализируя вышеизложенные причины для опасений отельеров для перехода на использование цифровых технологий в сфере гостиничных услуг, можно смело утверждать, что сегодня, эти барьеры можно достаточно быстро и просто оптимизировать свой бизнес, пока не стало слишком поздно.

5. Заключение

Актуальность исследования состоит в том, что в отличие от общемировых тенденций рынок цифровых технологий для сферы гостиничных услуг в России имеет относительно низкие показатели, более того доля России в структуре международного IT компаний разработчиков цифровых технологий для сферы гостиничных услуг не имеет особо выраженной динамики роста, а покупательная способность домохозяйств (гостиниц) оставляет желать лучшего, поэтому компании предпочитают готовые проверенные продукты и решения смелым инновационным разработкам.

Таким образом, такое положение обусловлено отсутствием благоприятного инновационного климата в стране, который подразумевает, прежде всего, использование программного подхода в определении приоритетных направлений развития в современных условиях. Данный факт на наш взгляд объясняется отсутствием целенаправленной инновационной политики в сфере гостиничных услуг, отсутствием как такового государственного механизма регулирования инновационной деятельности в целом в туристской отрасли, а также использованием преимущественно улучшающих и заимствованных инноваций.

В ходе проведенного анализа выявлены следующие закономерности, являющиеся стимулами для развития цифровых технологий в сфере гостиничных услуг и в особенности цифровых технологий для бэк-офиса:

- стремительное развитие цифровых технологий во всех сферах услуг;
- смена парадигмы в отношении доходности в сфере гостиничных услуг: сегодня зарабатывать можно не только благодаря продаже номеров и развитию способствующих тому цифровых технологий, но и за счет экономии расходной материальной части и контроля за качеством исполнения работ посредством автоматизации рабочих процессов (переход в цифровой формат);

В заключение хотелось бы отметить, что качество основных цифровых технологий в сферу гостиничных услуг мы рассмотрели IT компании-разработчиков, которые имеют инновационный характер и широту ассортимента услуг, применимых для бэк-офиса, чье развитие, как доказано ранее, способствует улучшению качества обслуживания и увеличению дохода.

Результаты исследования выявили, что программные обеспечения и приложения для бэк-офиса имеют ряд дополнительных возможностей, которые могут выступать в качестве уникального торгового предложения, обладающего свойствами инновации. Из этого следует, что развитие цифровых технологий требует более широкого предоставления услуг как на мировом, так и на российском рынках.

На основании изложенного выше отметим, что в условиях возрастающего спроса на использование цифровых технологий в сфере гостиничных услуг (в том числе ввиду распространения пандемии коронавируса) сфера гостиничных услуг сегодня имеет уникальную возможность для развития всей индустрии туризма и гостеприимства, повышения уровня заполняемости гостиниц, повышения их эффективности на основе внедрения и использования цифровых технологий.

В работе использован авторский метод оценки факторов эффективности деятельности цифровых технологий для сферы гостиничных услуг, позволяющий выявить позитивные тенденции для использования цифровых технологий для бэк-офиса и выявить общее позитивное влияние на общую эффективность в сфере гостиничных услуг. В итоге, на примере цифровых технологий на международном и российском рынках выделены показатели, обладающие наибольшим влиянием на повышение эффективности гостиничного бизнеса: это процесс автоматизации рабочих процессов, который как следствие повышает уровень профессионализма персонала и качество сервиса.

Подводя итог, можно уверенно заявить, что российский рынок гостиничных услуг в целом готов для развития собственных цифровых технологий для сферы гостиничных услуг, но ему не хватает развития инновационной инфраструктуры в виде дополнительной поддержки и стимуляции со стороны государства и рынка в целом.

В заключение хотелось бы отметить, что тема внедрения и использования цифровых технологий для сферы гостиничных услуг должна и будет играть все большую роль в российском гостиничном бизнесе. Из этого следует, что те IT компании-разработчики и гостиничные предприятия, которые вовремя осознают преимущества активного развития и внедрения инноваций в свою деятельность, смогут выиграть в условиях растущей конкуренции за потребителя.

6. Благодарности

Исследование проведено на базе Санкт-Петербургского государственного экономического университета в рамках защиты научного проекта «Использование цифровых технологий в сфере услуг: российский и зарубежный опыт 2020».

Литература

Автоматизированная система управления, 2018 – Автоматизированная система управления, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo-gl.su/9K1MH1/>

Гостиницы под управлением..., 2019 – Гостиницы под управлением международных операторов в России, 2019. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus/\\$FILE/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus/$FILE/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus.pdf)

Зубова, 2019 – Зубова. СЕ №30 (8890 от 07.10.2019).

Каверина, 2012 – Каверина Т.П. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2012. 372 с.

Коллективные средства размещения, 2017 – Коллективные средства размещения, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru/search?q=гостиницы/>

Нейросети добрались до гостиниц, 2018 – Нейросети добрались до гостиниц, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://spyspace.info/page7721100.html>

Новые технологии..., 2018 – Новые технологии: когда отель не готов к изменениям, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.frontdesk.ru/article/novye-tehnologii-kogda-otel-ne-gotov-k-izmeneniyam/>

Предмет цифровой экономики..., 2019 – Предмет цифровой экономики и роль цифровых инструментов, 2019. [Электронный ресурс]. URL: http://spkurdyumov.ru/digital_economy/predmet-cifrovoy-ekonomiki-i-rol-cifrovux-instrumentov/

Система управления..., 2018 – Система управления взаимоотношениями с клиентами, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo-gl.su/oVwTua/>

Статистика туризма, 2018 – Статистика туризма, 2018. [Электронный ресурс]. URL: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/ALEXANDROVA_Statistika.pdf/

Фабрика Цифровых Платформ, 2019 – Фабрика Цифровых Платформ, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://decdfund.ru/>

Цифровая Россия: новая реальность, 2017 – Цифровая Россия: новая реальность, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://corpshark.ru/wp-content/uploads/2017/07/Digital-Russia-report.pdf>

Яковлев, 2006 – Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства: учеб. пособие для студентов вузов. 2-е изд. М.: РДЛ, 2006. 328 с.

Charlotte Marriott City Center, 2019 – Charlotte Marriott City Center, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://modules.marriott.com/hotel-info/cltcc-charlotte-marriott-city-center/m-beta/22umtoc/home-page/>

Customer Satisfaction..., 2018 – Customer Satisfaction through Service Excellence: The Importance of Focused Training, 2018. [Electronic resource]. URL: <https://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1264&context=chrrpubs/>

Digital..., 2020 – Digital #17 season II. FunnelTV present “Digital. The Top Ten Travel News Stories Of The Week, 2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/FunnelTravelTechTV/videos/564525711143459/>

Global digital population..., 2020 – Global digital population as of April 2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

Hilton is hiring robots, 2019 – Hilton is hiring robots, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://hospitality-on.com/en/technologies/hilton-hiring-robots/>

Hotel Tech Report, 2019 – Hotel Tech Report, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://hoteltechreport.com/>

Hoty, 2018 – Hoty, 2018. [Electronic resource]. URL: <http://www.hoty.io/o-produkte>

How Does SPG Keyless Work, 2019 – How Does SPG Keyless Work, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://onemileatatime.com/spg-keyless-work/>

Number of internet users..., 2019 – Number of internet users worldwide from 2005, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>

OTA, 2017 – OTA (Онлайн тревел агентство), 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo-gl.su/7eMtMuts> (дата обращения 11.04.2020)

Smart Hospitality Market..., 2019 – Smart Hospitality Market To Reach USD 44.38 Billion By 2026, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/11/19/1949666/0/en/Smart-Hospitality-Market-To-Rreach-USD-44-38-Billion-By-2026-Reports-and-Data.html>

Total number of hotels..., 2018 – Total number of hotels worldwide from 2008 to 2018, 2018. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1092502/number-of-hotels-worldwide/>

Travolution European Summit..., 2019 – Travolution European Summit 2019 Agenda, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://travolutionsummit.co.uk/travolutionsummit2019/en/page/agenda/>

US hotel industry..., 2019 – US hotel industry wage growth outpaces nation, 2019. [Electronic resource]. URL: <http://hotelnewsnow.com/Articles/291864/US-hotel-industry-wage-growth-outpaces-nation/>

References

Avtomatizirovannaya sistema upravleniya, 2018 – Avtomatizirovannaya sistema upravleniya, 2018 [Automated control system, 2018]. [Electronic resource]. URL: <https://goo-gl.su/9K1MH/> [in Russian]

Charlotte Marriott City Center, 2019 – Charlotte Marriott City Center, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://modules.marriott.com/hotel-info/cltcc-charlotte-marriott-city-center/m-beta/22umtoc/home-page/>

Customer Satisfaction..., 2018 – Customer Satisfaction through Service Excellence: The Importance of Focused Training, 2018. [Electronic resource]. URL: <https://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1264&context=chrrpubs/>

Digital..., 2020 – Digital #17 season II. FunnelTV present “Digital. The Top Ten Travel News Stories Of The Week, 2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/FunnelTravelTechTV/videos/564525711143459/>

Fabrika Tsifrovyykh Platform, 2019 – Fabrika Tsifrovyykh Platform, 2019 [Factory of Digital Platforms, 2019]. [Electronic resource]. URL: <https://decdfund.ru/> [in Russian]

Global digital population..., 2020 – Global digital population as of April 2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

Gostinitsy pod upravleniem..., 2019 – Gostinitsy pod upravleniem mezhdunarodnykh operatorov v Rossii, 2019 [Hotels operated by international operators in Russia, 2019]. [Electronic

- resource]. URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus/\\$FILE/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus/$FILE/ey-ihb-russia-analytics-2019-rus.pdf) [in Russian]
- Hilton is hiring robots, 2019** – Hilton is hiring robots, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://hospitality-on.com/en/technologies/hilton-hiring-robots/>
- Hotel Tech Report, 2019** – Hotel Tech Report, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://hoteltechreport.com/>
- How Does SPG Keyless Work, 2019** – How Does SPG Keyless Work, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://onemileatatime.com/spg-keyless-work/>
- Kaverina, 2012** – *Kaverina T.P.* (2012). Menedzhment turizma. Turizm kak vid deyatel'nosti [Tourism management. Tourism as an activity]. M.: Finansy i statistika. 372 p. [in Russian]
- Kollektivnye sredstva razmeshcheniya, 2017** – Kollektivnye sredstva razmeshcheniya, 2017 [Collective accommodation facilities]. [Electronic resource]. URL: <https://www.gks.ru/search?q=gostinitsy/> [in Russian]
- Neiroseti dobralis' do gostinits, 2018** – Neuroseti dobralis' do gostinits, 2018 [Neural networks reached hotels, 2018]. [Electronic resource]. URL: https://spyspace.info/page_7721100.html [in Russian]
- Novye tekhnologii..., 2018** – Novye tekhnologii: kogda otel' ne gotov k izmeneniyam, 2018 [New technologies: when the hotel is not ready for changes, 2018]. [Electronic resource]. URL: <https://www.frontdesk.ru/article/novye-tehnologii-kogda-otel-ne-gotov-k-izmeneniyam/> [in Russian]
- Number of internet users..., 2019** – Number of internet users worldwide from 2005, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
- Predmet tsifrovoy ekonomiki..., 2019** – Predmet tsifrovoy ekonomiki i rol' tsifrovyykh instrumentov, 2019 [The subject of the digital economy and the role of digital tools, 2019]. [Electronic resource]. URL: http://spkurdyumov.ru/digital_economy/predmet-tsifrovoy-ekonomiki-i-rol-cifrovyykh-instrumentov/ [in Russian]
- Sistema upravleniya..., 2018** – Sistema upravleniya vzaimootnosheniyami s klientami, 2018 [Customer relationship management system, 2018]. [Electronic resource]. URL: <https://google.su/oVwTua/> [in Russian]
- Smart Hospitality Market..., 2019** – Smart Hospitality Market To Reach USD 44.38 Billion By 2026, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/11/19/1949666/0/en/Smart-Hospitality-Market-To-Rreach-USD-44-38-Billion-By-2026-Reports-and-Data.html>
- Statistika turizma, 2018** – Statistika turizma, 2018 [Tourism statistics, 2018]. [Electronic resource]. URL: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/ALEXANDROVA_Statistika.pdf/ [in Russian]
- Total number of hotels..., 2018** – Total number of hotels worldwide from 2008 to 2018, 2018. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1092502/number-of-hotels-worldwide/>
- Travolution European Summit..., 2019** – Travolution European Summit 2019 Agenda, 2019. [Electronic resource]. URL: <https://travolutionsummit.co.uk/travolutionsummit2019/en/page/agenda/>
- Tsifrovaya Rossiya: novaya real'nost', 2017** – Tsifrovaya Rossiya: novaya real'nost', 2017 [Digital Russia: new reality, 2017]. [Electronic resource]. URL: <https://corpshark.ru/wp-content/uploads/2017/07/Digital-Russia-report.pdf> [in Russian]
- US hotel industry..., 2019** – US hotel industry wage growth outpaces nation, 2019. [Electronic resource]. URL: <http://hotelnewsnow.com/Articles/291864/US-hotel-industry-wage-growth-outpaces-nation/>
- Yakovlev, 2006** – *Yakovlev, G.A.* (2006). Ekonomika gostinichnogo khozyaistva: ucheb. posobie dlya studentov vuzov [Economics of the hotel industry: textbook. manual for university students]. 2nd ed. M.: RDL, 328 p. [in Russian]
- Zubova, 2019** – *Zubova*. SE №30 (8890 ot 07.10.2019). [in Russian]
- Hoty, 2018** – Hoty, 2018. [Electronic resource]. URL: <http://www.hoty.io/o-produkte>
- OTA, 2017** – OTA (Onlain trevel agentstvo), 2017 [OTA (Online Travel Agency), 2017]. [Electronic resource]. URL: <https://google.su/7eMtMuts> (date of access: 11.04.2020). [in Russian]

Использование цифровых технологий в индустрии гостеприимства: российский и международный рынки

Любовь Сергеевна Копыленко ^{а, *}

^а Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные направления развития информационных технологий в сфере гостиничного бизнеса, что особенно актуально в связи с тем, что сегодня процесс цифровизации ярность мировой тренд на автоматизацию и роботизацию отелей связан с применением современных технологий, которые существенно улучшают качество обслуживания клиентов, а также упрощая работу персонала. В данном исследовании были выявлены основные направления современного развития информационных технологий в гостиничном бизнесе. В их число входят облачные вычисления, искусственный интеллект, дополненная реальность, чат-боты, мобильные приложения, автоматизация постановки и исполнения задач и др. В статье также определены основные проблемы внедрения современных информационных технологий в индустрии гостеприимства на российском рынке. На сегодняшний день, основным направлением в этой сфере на территории РФ является разработка и применение разнообразных инноваций и новых элементов, которые могут послужить мощным толчком для развития индустрии гостеприимства страны. Автор проанализировал данные исследования российского и зарубежного рынков технологий в индустрии гостеприимства за 2017–2020 годы и приводит доводы относительного того, что всевозможные инновации необходимы как для жизнеспособности, так и для конкурентоспособности гостиничных предприятий. Также, исследование показало, что в настоящее время информационные технологии для сферы гостеприимства стремительно развиваются, напрямую влияя на гостиничный бизнес и внутренний экономический рынок Российской Федерации. Кроме того, эта работа представляет собой сравнительный анализ результатов исследований, определяющих влияние инноваций на производительность предприятий индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: гостеприимство, новые технологии, цифровизация, роботизация, гостиничные тренды.

* Корреспондирующий автор
Адреса электронной почты: lyubakopylenko92@mail.ru (Л.С. Копыленко)