

АВТОМАТИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ОПЕРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ДЛЯ ГОСТИНИЦ

В условиях высокой конкуренции на рынке гостиничных услуг и растущих требований гостей к качеству и скорости обслуживания ключевым фактором успеха становится эффективность операционных процессов. Современные технологии, в частности автоматизация и роботизация, предлагают инструменты для кардинального преобразования гостиничного бизнеса, позволяя оптимизировать затраты, повысить лояльность клиентов и создать новые конкурентные преимущества.

Традиционные гостиничные операции, такие как бронирование, заселение, обслуживание номеров и расчет при выезде, долгое время оставались трудоемкими и подверженными человеческим ошибкам. Развитие информационных систем (Property Management Systems — PMS) стало первым шагом к интеграции данных и автоматизации рутинных административных задач. Сегодня на смену эволюционному развитию приходит революция, вызванная внедрением искусственно-интеллекта (ИИ), Интернета вещей (IoT) и робототехники.

Ключевыми направлениями автоматизации операционных процессов на сегодняшний день являются:

1. Фронт-офисные операции (онлайн-бронирование и предварительное заселение Online Check-in, цифровые ключи, интерактивные киоски самообслуживания Self-Service Kiosks).

2. Чат-боты и виртуальные ассистенты (удовлетворение типовых запросов гостей, таких как заказ такси, информация о сервисах отеля, пробуждение).

3. Бэк-офисные и сервисные операции (умные номера Smart Rooms, автоматизация службы приема и передачи смен Shift Handover, управление запасами (Inventory Management) хозяйственных товаров).

4. Роботизация в гостиничном сервисе (роботы-доставщики, роботы-горничные, роботы-консьержи).

Преимуществами автоматизации и роботизации являются:

- повышение эффективности и производительности за счет сокращения времени на рутинные операции;
- снижение операционных издержек за счет оптимизации фонда оплаты труда и сокращение потерь;
- повышение качества и стандартизации обслуживания, так как технологии реже ошибаются по сравнению с человеком;
- улучшение клиентского опыта за счет круглосуточной доступности сервисов, персонализации и скорости;

- сбор и анализ данных (Big Data). Автоматизированные системы собирают огромные массивы данных о предпочтениях гостей, что позволяет выстраивать индивидуальный маркетинг и улучшать сервис.

Однако существуют вызовы и риски:

- высокие первоначальные инвестиции;
- необходимость технического обслуживания и кибербезопасности;
- сопротивление персонала, так как существует страх перед сокращением рабочих мест;
- технологические сбои, которые могут парализовать работу отеля;
- потеря человеческого фактора. Для части гостей личное общение остается критически важным элементом гостеприимства.

Таким образом, внедрение технологий автоматизации и роботизации является стратегическим направлением для повышения конкурентоспособности гостиниц. Для Беларуси это возможность соответствовать международным стандартам в рамках программы «Беларусь гостеприимная» за счет оптимизации процессов и создания современного гостевого опыта.

У. С. Кудравец, К. М. Прокопович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. А. Касабуцкая

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА CRM-СИСТЕМЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С 2022 по 2025 г. искусственный интеллект постепенно, но существенно трансформировал CRM-системы в туристической отрасли Республики Беларусь, переместив их из категории простых инструментов учета в разряд интеллектуальных платформ для управления взаимоотношениями с клиентами. Если в 2022 г. такие системы в основном использовались для хранения контактов и истории обращений, то к 2025 г. они стали активными помощниками в прогнозировании спроса, персонализации и автоматизации.

Одним из самых заметных изменений стала глубокая персонализация взаимодействия. Раньше рассылки были массовыми и часто не учитывали реальные предпочтения клиента. К 2025 г. CRM-системы, оснащенные алгоритмами ИИ, научились анализировать историю бронирований, поведение на сайте и реакцию на предыдущие предложения, чтобы автоматически формировать и отправлять индивидуальные подборки туров. Например, система может предсказать, что клиент, который два года подряд ездил в горнолыжные туры в декабре, с высокой вероятностью заинтересуется ранним бронированием на следующий сезон, и предложит ему соответствующие варианты еще