

# ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ТУРИЗМА

---

УДК 338.48

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА

М. А. Дудник<sup>1</sup>, Б. Б. Капизов<sup>2</sup>, А. Е. Бейсова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия

<sup>2</sup>НАО «Торайгыров университет», Павлодар, Казахстан

**Аннотация.** В настоящее время сфера туризма и гостеприимства требуют большей концентрации на инновационной составляющей. Психологические аспекты влияния инновационных технологий гостиничной индустрии на гостей являются малоизученным фактором. Предложено мобильное приложение для отелей и сделан анализ его психологического восприятия. Анализ проведенных исследований показывает удобство использования его туристами. Мобильное приложение дает возможность более комфортного общения отелям со своими гостями и предоставлять свои услуги и предложения через прямой канал — увеличивая вовлеченность гостей и расширяя охват предложениями и гостиничными услугами. Психологический аспект связан с тем, что данное приложение будет более комфортным для гостей, с уходом с российского рынка иностранных приложений данное предложение является актуальным.

**Ключевые слова:** психологический аспект инноваций. информационные технологии, инновации, индустрия гостеприимства, мобильное приложение для отелей.

## PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF INNOVATION INTO THE HOSPITALITY INDUSTRY

М. А. Dudnik<sup>1</sup>, В. В. Kapizov<sup>2</sup>, А. Е. Beisova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Altai State University, Barnaul, Russia

<sup>2</sup>Toraigyrov University, Pavlodar, Kazakhstan

**Abstract.** Currently, the tourism and hospitality industry requires greater concentration on the innovative component. The psychological aspects of the influence of innovative technologies in the hotel industry on guests are a little-studied factor. A mobile application for hotels is proposed and an analysis of its psychological perception is made. An analysis of the research shows that it is easy to use for tourists. The mobile application allows hotels to communicate more comfortably with their guests and provide their services and offers through a direct channel — increasing guest engagement and expanding the reach of offers and hotel services. The psychological aspect is related to the fact that this application will be more comfortable for guests; with the departure of foreign applications from the Russian market, this proposal is relevant.

**Keywords:** psychological aspect of innovation. information technology, innovation, hospitality industry, mobile application for hotels.

**В**едение. В настоящее время гостиницы стараются внедрять различные инновации, связанные с информационными технологиями, для оптимизации не только своей внутренней работы, но также для удобства использования гостями туристских и гостиничных услуг. Психологически особенности внедрения должны опираться на мотивацию выбора гостей. Важна ведущая роль психологической компетентности в достижении профессиональной успешности внедрения инноваций в исследуемую сферу.

*Материалы и методы исследования.* Степень изученности темы исследования можно выявить по большому вкладу в развитие теории и практики информационных технологий в индустрию туризма и гостеприимства, а также психологических аспектов влияния их на принятие людьми. Вопрос внедрения информационных технологий в гостиничное предприятие был рассмотрен такими специалистами, как Е. Ю. Никольской, О. В. Пасько, Л. П. Гаврилов [1], Е. Григорян [2]. Теоретическая основа использование технологий в индустрии туризма и гостеприимства была раскрыта в работах Л. Г. Гагариной, Э. Амосовой и других. Психологические аспекты внедрения инноваций изучены Е. Е. Бухтеевой, Г. И. Давыдовой, О. И. Кравец, М. В. Красностановой, В. Д. Ивановой [3].

Были использованы данные Ассоциации российского психологического общества, Ассоциации профессионалов индустрии гостеприимства, Ассоциации туроператоров России. При выполнении исследований применялись сравнительный, аналитический методы исследования.

*Результаты исследования и их обсуждение.* Актуальность работы обусловлена необходимостью создания и внедрения мобильного приложения в сферу гостеприимства Российской Федерации для создания национального продукта в сфере внутреннего туризма, в связи с политической ситуацией, а также для анализа психологического восприятия гостей региона данной инновации.

Можно выделить следующие тенденции в сфере гостеприимства:

- рост разнообразия средств размещения, увеличение аналогичных средств размещения, появление специализированных гостиничных предприятий: эко-отель, бутик-отель и другие;
- гибкость, умение предложить новую услугу;
- популярность бронирования частных квартир и апартаментов: путешественникам часто комфортнее располагаться в квартире, в которой находятся все удобства, есть возможность расположиться в одном помещении большой компании, а также у туристов в квартире меньше ограничений, нежели в номере отеля;
- «омоложение» путешественников;
- рост бизнес-путешествий: увеличивается доля сотрудничества между различными компаниями, что и приводит к достаточному количеству рабочих поездок;
- соглашения между авиакомпаниями и отелями на сайтах бронирования: реклама отеля или даже возможность забронировать его;
- необходимостью стали мобильные платежи за гостиничные услуги;
- изменение понятия роскоши: путешественники предпочитают останавливаться в отелях в стиле минимализм или лофт;
- экологичность путешествий;
- кастомизация — рост значения индивидуальных услуг;
- рост количества оснащения «умных» номеров: усовершенствуются технические новшества для комфорtnого проживания гостей;
- цифровизация гостиничных услуг, данная тенденция связана с минимальным контактом между работником отеля и гостем;
- улучшаются стандарты по обработке помещений, а также по уборке самих номеров;
- предоставление продукции отеля в одноразовой упаковке [6].

Индустрия туризма стала одной из отраслей экономики, в которой информационные технологии практически сразу стали внедряться и приносить хорошую прибыль.

Проанализируем главные тенденции формирования развития индустрии гостеприимства, которые будут происходить благодаря внедрению информационных технологий:

- Тенденция к использованию инструментов для самообслуживания, психологически многим очень комфортно заселяться без общения с персоналом. В настоящий период гостиничный

бизнес стремительно применяет, а также внедряет разные технологии из инновационной сферы, такие как терминалы самообслуживания в отеле и 3-D или QR коды для самостоятельной регистрации въезда и выезда гостя в отеле [7]. Преимущества: избавление от очередей на стойке регистрации, постоянная работа на высокой скорости, возможность работать без перерывов и выходных дней, экономия на заработной плате сотрудникам, сервисное обслуживание можно осуществить своими силами (при необходимости), аннулирование ошибок, возможно предоставление отчетности.

- Доступность для потребителя и психологический комфорт. Информационные технологии стали использоваться и в смартфонах, мобильные разработчики предлагают гостиничным предприятиям приложения, с помощью которых работники могут облегчить себе работу, а гости — самостоятельно забронировать номер, зарегистрироваться в отеле, заказать услугу, оформить выезд, оплатить проживание, зайти в номер без использования электронного ключа.
- Тенденция роботизации. Одним из самых популярных трендов в сфере гостеприимства является применение в работе коллективных средств новых технологий и робототехники. Внедрение роботов позволит ускорить процесс обслуживания гостей, увеличить доходы путем сокращения расходов, к тому же ботам не страшна безработица, только необходимо постоянно техническое обслуживание.

Необходимо выделить еще тенденцию в индустрии гостеприимства — это внедрение в работу чат-ботов. Каждый гость благодаря современным девайсам может психологически комфортно связаться с работником отеля и получить все необходимые ответы на все свои вопросы, а также оставить пожелания о своем предстоящем заезде.

Проанализировав информацию об инновационных технологиях в гостиничной сфере в настоящее время, можно сделать вывод о важности и необходимости их применения, роль которых будет только повышаться. Данные технологии помогут гостиничным предприятиям ускорить процесс обслуживания гостей, а также они многофункциональны и предлагают постояльцам облегчить процедуру получения основных и дополнительных услуг отеля.

Сегмент потребителей гостиничного и туристского продукта в основном люди молодого и зрелого возраста, которые при возможности выбирают с точки зрения психологии быстроту и удобность в обслуживании [4]. Если гостиница обладает инновационными технологиями, она быстрее сможет привлечь к себе внимание новых гостей и удержать уже имеющихся.

Для психологической комфортности многие используют мобильные устройства: количество пользователей мобильными устройствами составляет больше двух третьих населения планеты и с каждым годом их количество растет [5].

На отечественном рынке гостиничные предприятия предлагают для своих клиентов мобильные приложения:

1. Мобильное приложение Отель Салют. Визитная карточка — там размещается персональная бонусная карта гостя, которой он может в свои следующие поездки накапливать бонусы, расплачиваться ими за услуги или получать подарки от отеля. Но при бронировании номера приложение отправляет пользователя на сайт отеля, что является большим минусом для данного мобильного приложения.

2. Marins Park Hotel. Мобильное приложение позволяет пользователям бронировать номер в любом отеле Marins Park, узнавать о специальных предложениях, просматривать гостиничные номера, ознакомиться с инфраструктурой отеля, заказать услуги отеля. Есть возможность связаться с персоналом гостиницы в мобильном приложении.

3. Cosmos collection Izumrudny Les Hotel. В мобильном приложении можно связаться в чате с администратором отеля. Каждый пользователь может получить информацию о мероприятиях, гость также может выбрать из меню одного из ресторанов, находящихся на территории отеля, завтрак или другие блюда и напитки и заказать к себе в номер. Izumrudny Les Hotel предлагает своим гостям интересную функцию — будильник, в качестве комплимента сотрудник принесет чашечку свежезаваренного кофе и ароматный чай в номер к определенному времени, которое можно выбрать и подтвердить в мобильном приложении.

Рассмотрев приложения для мобильных телефонов гостиничных предприятий и гостиничных цепей как международного уровня, так и представленных только в России, можно сделать следующие выводы:

- приложениями для смартфонов в гостиничной индустрии в основном пользуются крупные гостиничные цепи;
- за рубежом использование мобильных приложений в работе отеля с гостем развито намного лучше, что в гостиницах России;
- функционал всех вышепредставленных приложений несовершенен, пользователи хотели бы видеть в нем больше функционала и больше взаимодействия с персоналом отеля;
- нет ни в международной практике, ни в российской единого мобильного приложения для гостиниц, охватывающих одну страну или группу стран.

На сегодняшний день практически у каждого гостиничного предприятия есть свой собственный веб-сайт, его адаптация под мобильные платформы. Для гостей будет психологически удобно использовать мобильное приложение.

Нами предлагается разработка функционала мобильного приложения для более удобного в психологическом отношении общения с гостями отеля.

Проанализировав вышепредставленную информацию (тенденции развития индустрии гостеприимства, психологические аспекты использования информационных технологий в гостиницах, мобильные приложения различных гостиничных цепей и отдельных предприятий) можно сделать следующий вывод: для гостиничной индустрии необходим единый инструмент для налаживания коммуникации между работниками отеля и гостем.

Сейчас возросла необходимость новой психологической коммуникации отеля и гостя [8]. На этот аспект наложила свой след и пандемия, когда люди находились месяцами дома. С одной стороны, это затормозило развитие индустрий туризма и гостеприимства, а с другой стороны, дало возможность не только научиться пользоваться мобильными информационными технологиями, но и психологически адаптироваться к новым условиям жизни. Опасаясь за свое здоровье и для того, чтобы сэкономить время, гости различных гостиничных предприятий стали меньше взаимодействовать лично с персоналом гостиничных служб, а больше связываться с ними через веб-сайт, телефон и иные способы. В связи с этим необходимо представить на рынок Российской Федерации единое мобильное приложение для гостиниц.

*Сегмент потребителей мобильного приложения для гостиниц.* Мобильное приложение ориентировано на молодых и взрослых людей примерно до 60 лет. У людей более старшего возраста могут возникнуть проблемы с пониманием данной технологии. Также приложение для смартфона будет полезно для иностранцев, которые не разговаривают на русском языке или плохо понимают его, так как текст будет переведен на несколько языков мира. Также оно понравится гостям, которые психологически испытывают страх перед общением с людьми, так называемые социофобы. Им не придется общаться с кем-то, нужно будет запустить приложение, выбрать необходимый функционал, в котором они нуждаются.

Причины, по которым приложение для гостиниц будет выгодным для отельеров:

- повышение посещаемости;
- средний чек увеличивается;
- нагрузка на персонал уменьшается;
- сокращение расходов на печать, в приложении можно будет опубликовать всю необходимую информацию и легко добавлять, удалять новости;
- дополнительное расширение возможностей за счет партнеров: можно размещать объявления, связанные с экскурсионными агентствами, гидами, транспортными компаниями и другими партнерами, тем самым увеличить прибыль;
- бесконтактное обслуживание: гости больше не хотят пользоваться бумажным меню, листовками, стационарными телефонами отелей и т. д. Это приложение для отелей позволяет гостям запрашивать все гостиничные услуги на своих мобильных телефонах;
- обратная связь в режиме реального времени: получение отзывов — один из лучших способов улучшить качество услуг в отеле, а также способ общения гостей между собой.

Вкладка с отзывами позволяет гостям узнать от других пользователей впечатление об отеле, его услугах, персонале. Посмотреть они могут среднюю оценку за работу персонала, расположение, удобства, комфорт, бесплатный Wi-Fi, чистоту, соотношение цены и качества. Авторизованный пользователь сможет оставить отзыв и поставить оценку за размещение в отеле и за работу персонала, а также разместить фотографию, связанную с деятельностью отеля.

Одной из инновационных функций приложения является «мобильный» ключ. Гости могут использовать свое мобильное устройство в качестве ключа от номера или общественной зоны. Функция делает их пребывание в гостиничном предприятии психологически комфортным и дает им возможность социально дистанцироваться. Так они будут чувствовать себя в безопасности. Преимущество мобильного ключа заключается в том, что он дает возможность освободить персонал стойки регистрации и сведет на нет оборот магнитных карт или ключей по между гостями отеля.

Стоит отметить, что если гостиничное предприятие предоставляет для гостей номерной фонд, состоящий из «умных» номеров, то этот функционал можно подключить к мобильному приложению. Автоматизация гостиничного номера может включать в себя также управление освещением, шторами, энергопотреблением, климат-контролем, интерактивным гостиничным телевидением. Данные функции в мобильном приложении делают пребывание в отеле более комфортным.

Приложение отеля сделано легким в использовании для гостей, для того чтобы они могли запросить понравившуюся услугу в любое время дня и ночи. Гости могут запросить обслуживание номеров, уборку номера, спа и велнес-услуги, используя только свои смартфоны. Это приложение для обслуживания гостей также помогает отельерам отслеживать все запросы отдела и выполнить их в течение определенного промежутка времени. Отели могут наблюдать за характером запросов и их частотой, по средству полученной информации составлять отчеты о популярности или непопулярности услуг. Таким образом, данная функция позволит работникам отеля следить за тем, как часто запрашиваются те или иные услуги для корректировки списков основных и дополнительных услуг и в дальнейшем продумывать политику отеля по внедрению или усовершенствованию услуг.

*Оповещение персонала о новом запросе на обслуживание.* Приложение отеля работает в связке с веб-сайтом для персонала, к которому персонал или соответствующие органы будут иметь доступ. Всякий раз, когда какой-либо гость запрашивает какую-либо услугу, уведомление будет поступать в службу приема и размещения. Уведомление должно предупредить персонал о новых запросах на обслуживание и устранит возможность пропуска запросов.

*Безопасность.* Мобильное приложение использует SSL-шифрование для защиты данных гостей от третьих лиц.

Мобильные приложения для отелей разрабатываются в ИТ-компании по следующему алгоритму: обсуждение идеи и создание концепции; аналитика; прототип; дизайн и программирование; тестирование и релиз. Далее они выгружаются на платформы, и ИТ-специалисты занимаются обучением сотрудников и руководство гостиничных предприятий. В дальнейшем ИТ-компания выпускает обновление мобильного приложения, а также занимается его технической поддержкой.

Психологический аспект связан с тем, что данное приложение будет более комфортным для гостей, с уходом с российского рынка иностранных приложений предложение является актуальным.

*Выводы.* Психология и индивидуальное инновационное предложение выходит на первый план в сфере обслуживания. Необходимостью внедрения выступает цифровизация всех сфер жизнедеятельности общества. Существует целое поколение любителей технологий и просто технически подкованных гостей, которые хотят испытать гостиничные инновации и получить мгновенный доступ к некоторым опциям или услугам. Приложение для отелей — лучший и быстрый способ удовлетворить эти потребности. Мобильное приложение позволит автоматизировать работу, так как с помощью него будет увеличение заказов на обслуживание номеров.

Гости, планирующие заселиться в отель, могут с помощью мобильного приложения заказывать или бронировать услуги отеля, используя мобильные устройства. К функционалу данного приложения для гостей относится: доступ ко всей информации об отеле и достопримечательностях города, возможность выбрать язык и делать заказы на выбранном языке, иметь связь с работниками гостиницы через чат, оставлять отзывы и комментарии и многое другое.

Психологическим критерием является то, что мобильное приложение будет иметь отличный инструментарий для мотивации гостя на различные дополнительные покупки. Уведомления проинформ-

мируют постояльцев о горячих предложениях и напомнят о важных событиях отеля. Отели и технологии, объединенные вместе, позволяют руководству отслеживать пиковый спрос на конкретные услуги, эффективно ими управлять, координировать работу персонала.

После пандемии гостиничная индустрия претерпела масштабную цифровую трансформацию с автоматизацией и цифровыми решениями, распространяющимися на гостиничные объекты всех форм и размеров. Путешественники требуют большего контроля над своим пребыванием и персонализированным опытом, чем когда-либо прежде.

Психологически через мобильное приложение есть возможность более комфортного общения персоналу и руководству отелей со своими гостями и предоставлять свои услуги и предложения через другой, более прямой канал, увеличивая вовлеченность гостей и расширяя охват предложениями и гостиничными услугами. Помимо доступа к информации об отеле, такой как услуги и удобства, гости могут удаленно регистрироваться, размещать запросы на обслуживание, заказывать обслуживание номеров и взаимодействовать со всеми предложениями отеля в одном приложении.

### ***Библиографический список***

1. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник. — М.: Юрайт, 2020. — 384 с.
2. Григорян Е. Внедрение инновационных технологий в деятельность предприятий. — М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2021. — 140 с.
3. Иванова М. Д. Психологические аспекты внедрения инноваций в деятельность вуза // Инновационные технологии в современном образовании: сборник материалов научно-практической конференции. — Тирасполь: Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко, 2019. — С. 113–117.
4. Клейменова О. С. Внедрение инновационных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства // Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса: российский и зарубежный опыт: сборник материалов V Междунар. конф. / Южный федеральный университет. — Ростов н/Д; Таганрог: Изд-во Южного федерального университета, 2022. — С. 362–364.
5. Никулина Ю. Н. Информационные технологии как инструмент повышения эффективности деятельности организаций индустрии туризма // Экономика, предпринимательство и право. — 2023. — Том 13. — № 7. — С. 2369–2384. — DOI: 10.18334/epp. 13.7.118417.
6. Прудникова Н. Г., Праздникова Н. Н., Игнатенко М. Н. Анализ внедрения информационных технологий в предприятия питания Алтайского края // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. — 2020. — Т. 1. — № 12. — С. 70–77.
7. Прятков Р. М. Современные инновационные технологии в индустрии гостеприимства в условиях новой реальности // Туризм и гостеприимство. — 2023. — № 1. — С. 21–26.
8. Филатова М. С., Ниношвили Н. Д. Социально-психологические проблемы в сфере гостинично-го и туристического бизнеса // Сборник публикаций по итогам Международной научно-практической конференции. — М.: Спутник+, 2022. — С. 68–74.

### ***References***

1. Gavrilov L. P. Innovacionnye tehnologii v kommersii i biznese: uchebnik. — M.: Jurajt, 2020. — 384 c.
2. Ivanova M. D. Psihologicheskie aspekty vnedrenija innovacij v dejatel'nost' vuza // Innovacionnye tehnologii v sovremennom obrazovanii: sbornik materialov nauchno-prakticheskoy konferencii. — Tiraspol': Pridnestrovskij gosudarstvennyj universitet im. T. G. Shevchenko, 2019. — S. 113–117.
3. Klejmenova O. S. Vnedrenie innovacionnyh tehnologij na predprijatijah industrii gostepriimstva/ Sovremennye problemy i tehnologii v sfere turizma, gostinichnogo dela, servisa: rossiskij i zarubezhnyj opyt: sbornik materialov V Mezhdun. Konf. / Juzhnyj federal'nyj universitet. — Rostov n/D; Taganrog: Izd-vo Juzhnogo federal'nogo universiteta, 2022. — S. 362–364.
4. Grigorjan E. Vnedrenie innovacionnyh tehnologij v dejatel'nost' predprijatij. — M.: LAP Lambert Academic Publishing, 2021. — 140 c.
5. Nikulina Ju. N. Informacionnye tehnologii kak instrument povyshenija jeffektivnosti dejatel'nosti organizacij industrii turizma // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. — 2023. — Tom 13. — № 7. — S. 2369–2384. — DOI: 10.18334/epp. 13.7.118417.

6. Prudnikova N. G., Prazdnikova N. N., Ignatenko M. N. Analiz vnedrenija informacionnyh tehnologij v predprijatija pitanija Altajskogo kraja // Nauka i turizm: strategii vzaimodejstvija. — 2020. — T. 1. — № 12. — S. 70–77.
7. Prytkov R. M. Sovremennye innovacionnye tehnologii v industrii gostepriimstva v uslovijah novoj real'nosti // Turizm i gostepriimstvo. — 2023. — № 1. — S. 21–26.
8. Filatova M. S., Ninoshvili N. D. Social'no-psihologicheskie problemy v sfere gostinichnogo i turisticheskogo biznesa // Sbornik publikacij po itogam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. — M.: Sputnik+, 2022. — S. 68–74.