

**Влияние восприятия туристами рисков места назначения и принятых мер безопасности в отелях на готовность бронировать в период пандемии**

**Научный руководитель – Бузулукова Екатерина Валерьевна**

**Тюнина Юлия Михайловна**

*Студент (магистр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет бизнеса и менеджмента, Москва, Россия

*E-mail: yumtyunina@edu.hse.ru*

Пандемия коронавируса стала серьезным вызовом для гостиничной индустрии и внесла изменения во многие процессы, происходящие в отелях и за их пределами. Несмотря на то, что отдыхающие повысили среднюю заполняемость отелей с минимума в 24,5% в апреле 2020г., многие отели все еще находятся под угрозой закрытия или не могут вернуть свой персонал из-за низкой заполняемости [3]. Кроме этого, изменилось поведение туристов и снизилась их готовность бронировать отели заранее. Международные туристические потоки сократились на 74% в 2020 году по сравнению с 2019 годом [4].

Таким образом, для привлечения гостей отели должны понимать факторы, которые влияют на туристов при принятии решения о поездке, выборе отеля и готовности его бронировать. На основе проведенного анализа ранее сделанных публикаций мы выявили следующие группы факторов:

- динамика и количество заболеваний коронавирусом в городе/стране куда направляется турист (риск места назначения) [2];
- характеристики самого туриста (социально-демографический профиль, опыт путешествий, цели туриста в путешествиях) [1];
- соблюдение отелем мер безопасности (в том числе использование технологий и повышенное внимание к частоте помещений) [2].

Цель исследования - выявить влияние этих факторов на воспринимаемый риск для здоровья и намерение потребителей бронировать отель.

Гипотезы исследования:

1. *Характеристики туриста влияют на воспринимаемый уровень риска для здоровья.*
2. *Динамика и количество заболевших коронавирусом пациентов в городе/стране положительно связаны с воспринимаемым риском для здоровья.*
3. *Необходимость личного взаимодействия с персоналом отеля положительно влияет на воспринимаемый риск для здоровья, в отличие от взаимодействия через автоматизированных помощников и мобильные приложения.*
4. *Регулярная дезинфекция и соблюдение стандартов безопасности отелями снижает уровень воспринимаемого риска.*
5. *Рост воспринимаемого риска для здоровья негативно влияет на готовность бронировать отель.*

**Методология исследования**

Методом исследования был выбран опрос в виде онлайн-анкетирования в GoogleForms. Анкета включает в себя вопросы, касающиеся исследовательских конструкторов: воспринимаемый риск места назначения; информация о самом туристе (социально-демографический профиль); характеристики отеля (соблюдения отелями мер безопасности в пандемию

- использование бесконтактных технологий и обеспечение частоты). Всего анкета содержит 33 вопроса. В начале анкеты респонденту задается вопрос-фильтр - "готовы ли вы путешествовать в текущей эпидемиологической ситуации". Сбор первичных данных продолжается, на текущий момент нам удалось собрать 485 анкет. Планируется собрать минимум 500+ ответов, после чего предполагается выполнить факторный, дисперсионный анализ, анализ медиации, кластерный анализ, анализ средних по группам потребителей; будет сделан статистический анализ доказательства выдвинутых гипотез.

### **Анализ собранных данных**

В исследовании приняло участие 70% женщин и 30% мужчин, самая большая когорта по возрасту (40%) оказались респонденты 20-24 лет, на втором месте (27%) 25-34 года, 35-44 года (21%), со средним и высоким уровнем дохода (93%), большинство имеют высшее образование. При этом до пандемии 41% путешествовало 3 и более раз в год, 37% - 2 раза, 16% - 1 раз. Наиболее часто встречаемая цель путешествий (97%) отдых, респонденты путешествуют преимущественно с семьей или друзьями.

Большинство респондентов (68%) уверено, что в отелях, где соблюдаются все меры предосторожности, риск для здоровья минимален и не может спровоцировать проблемы со здоровьем по возвращению домой. При этом однозначного мнения относительно места расположения отеля (центр или удаленный от центра регион) и рисков для здоровья в ответах респондентов пока не выявлено. 53% респондентов не испытывает беспокойство, решив остановиться в отеле в настоящее время. Что интересно, однозначного мнения, какой метод регистрации и характер взаимодействия с сотрудниками отеля (лично или удаленно) пока также не выявлено, видимо, это зависит от личных характеристик туристов и будет видно в результате кластерного анализа. При выборе способа уборки респонденты все же предпочитают не роботов, а персонал отеля.

### **Предварительные результаты исследования**

На текущий момент мы можем сделать предварительные выводы. Фактор цены оказывает значительное влияние на намерение бронировать отель в период пандемии. Далее следует расположение отеля. Наличие отзывов об отеле также важно для респондентов с учетом текущей ситуации, когда они принимают решение о бронировании. Кроме того, респонденты оказались достаточно оптимистичны в оценке уровня воспринимаемого риска для проживания в отелях, что создает возможности для успешной работы отелей даже в период пандемии.

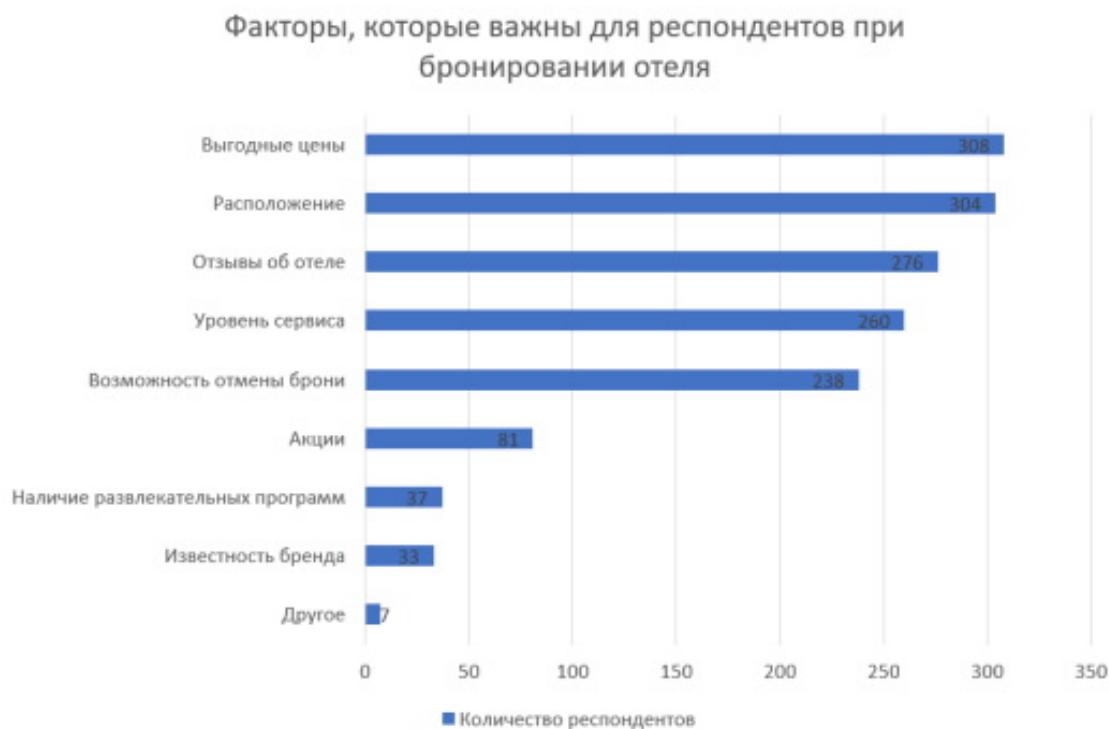
Данное исследование будет полезно менеджменту отеля, поскольку поможет дать представление о том, как риски назначения, меры, принимаемые в отеле, и характеристики туристов влияют на намерение бронировать. Результаты исследования помогут выстроить коммуникационную и антикризисную стратегию, делая акцент на тех свойствах отеля, которые важны для разных групп туристов. Дополнительно исследование поможет оценить целесообразность осуществления уборки автоматизированными средствами - роботами и разработки приложений для взаимодействия с гостями отеля.

### **Источники и литература**

- 1) Karl, M., Muskat, B., Ritchie, B. W. Which travel risks are more salient for destination choice? An examination of the tourist's decision-making process // Journal of Destination Marketing & Management. 2020, № 18.

- 2) Karl, M., & Schmude, J. Understanding the role of risk (perception) in destination choice: A literature review and synthesis // Tourism: An Interdisciplinary Journal. 2017, № 65(2). p. 138–155.
- 3) Shin, H., & Kang, J. Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness // International Journal of Hospitality Management. 2020.
- 4) UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.1>

### Иллюстрации



**Рис. 1.** Факторы, которые важны для респондентов при бронировании отеля