

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-3-5>

УДК 640.4



Attribution

cc by

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Лаврова А.П.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, alevtina-lavrova@mail.ru

Аннотация. В современных условиях развитие внутреннего и въездного туризма и гостеприимства является одним из приоритетных направлений государственной политики страны. В эпоху стремительной цифровизации всей общественной жизни, деятельность гостиниц сталкивается с вызовами и новыми тенденциями, такими как необходимость внедрения инновационных технологий, изменения в потребительских предпочтениях и рост значимости онлайн-репутации. В данной статье автором проведен анализ современного состояния гостиничного сектора в России, представлены ключевые факторы, ограничивающие деятельность организаций в сфере услуг, обозначены передовые технологии в развитии гостиничного бизнеса для повышения уровня комфорта пребывания гостей. Отмечено, что гостиничные предприятия обязаны адаптироваться к динамично меняющимся условиям рынка, предвосхищать потребности и желания клиентов, уделять внимание развитию персонала. Все эти меры способствуют повышению конкурентоспособности и эффективности гостиничных услуг.

Ключевые слова: услуга, сервис, средство размещения, гостиница, потребности, деловой климат, конкурентоспособность, технология.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

MAIN DEVELOPMENT TRENDS IN THE HOTEL BUSINESS

Alevtina P. Lavrova

Saint-Petersburg State Agrarian University

Abstract. In modern conditions, the development of domestic and inbound tourism and hospitality is one of the priorities of the country's state policy. In the era of rapid digitalization of the entire public life, the activities of hotels are facing challenges and new trends, such as the need to introduce innovative technologies, changes in consumer preferences and the growing importance of online reputation. In this article, the author analyzes the current state of the hotel sector in Russia, presents the key factors limiting the activities of organizations in the service sector, identifies advanced technologies in the development of the hotel business to increase the comfort level of guests. It was noted that hotel companies are obliged to adapt to dynamically changing market conditions, anticipate the needs and desires of customers, and pay attention to staff development. All these measures contribute to improving the competitiveness and efficiency of hotel services.

Keywords: service, accommodation, hotel, needs, business climate, competitiveness, technology.

Funding: Independent work.

Введение.

Индустрия гостеприимства включает в себя виды деятельности, каждый из которых связан с обслуживанием людей, находящихся вне дома – это, в основном, предприятия средств размещения и общественного питания, транспортного и культурно-развлекательного секторов. На сегодняшний день данная сфера обладает большими возможностями для успешной деятельности.

Для создания конкурентных преимуществ предприятиям необходимо идти в ногу со временем и стремиться максимально соответствовать запросам потребителей, не забывая про основной

принцип гостеприимства: «Клиент всегда прав». С целью наибольшего удовлетворения потребностей клиентов, компаниям следует постоянно совершенствовать свои стратегии обслуживания, адаптируясь к меняющимся условиям рынка и реагируя на новые вызовы. Современные гости ожидают от посещения заведений не только высокого качества предоставляемых услуг и соответствия установленным стандартам обслуживания, но и эмоциональную составляющую сервисного процесса. Сложившаяся ситуация ставит перед руководителями предприятий новые задачи, и актуальной становится выработка, принятие и реали-

зация грамотных решений по повышению эффективности бизнеса и поддержанию конкурентоспособности.

Целью настоящей статьи является анализ показателей развития гостиничной деятельности в России и выявление ключевых тенденций и перспективных направлений в гостиничном сервисе. В ходе исследования были применены как эмпирические, так и теоретические методы научного познания.

Обсуждение. Результаты.

В широком смысле, термин «сервис» (англ. service – служба) означает обслуживание населения в различных сферах повседневной жизни. Сервис можно представить, как вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение определенных нужд и потребностей клиентов путем оказания услуг. Качественные товары и услуги играют важную роль в современной экономике и обществе в целом. Товар – это материальный предмет, продукт труда, произведенный для обмена или продажи. Под услугой понимают полезную деятельность, не создающую материальных ценностей. Она потребляется непосредственно в момент производства, и на неё нельзя получить права собственности. Услуга обладает специфическими свойствами, такими как: неосвязаемость, неотделимость от источника, несохраняемость (невозможность хранения), непостоянство качества (изменчивость). Качество услуги является важнейшей составляющей культуры обслуживания и во многом зависит от характера взаимодействия работника сервиса и потребителя, от уровня профессиональной подготовки персонала, его личностных особенностей.

Гостиничные услуги рассматриваются как комплекс услуг по предоставлению физическим лицам мест для временного проживания в гостинице и иных услуг, предусмотренных Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 №1853 (ред. от 27.12.2024) [1]. В настоящее время перечень дополнительных услуг достаточно разнообразен и включает в себя питание, доставку еды и напитков в номер, доступ в спа-салон и фитнес-центр, услуги прачечной и химчистки, организацию экскурсий и т.д.

При формировании официальной статистической информации услуги гостиниц учитываются в составе платных услуг, оказанных населению России. В 2023 году удельный вес гостиничных услуг в этой структуре составил 2,8%, а наибольшая доля приходилась на следующие

виды услуг: транспортные – 19,5%, коммунальные – 19,0%, бытовые – 11,5%, телекоммуникационные – 10,5%, медицинские – 9,3%, жилищные – 6,6% [2].

В нашей стране, в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 №132-ФЗ, под гостиницей понимают тип средства размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и который соответствует требованиям, установленным Положением о классификации средств размещения, утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.12.2024 №1951 «Об утверждении Положения о классификации средств размещения» [3; 4]. Реформа в сфере классификации средств размещения призвана создать равные условия для всех участников рынка и повысить доверие потребителей к качеству средств размещения.

Под средством размещения понимается имущественный комплекс, включающий в себя здание (часть здания) или строение, сооружение, помещение, участок земли, оборудование и иное имущество и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц.

Средства размещения, подлежащие классификации, относятся к следующим типам:

- а) гостиницы;
- б) санатории;
- в) базы отдыха;
- г) кемпинги.

К гостиницам принадлежат отели (городские, загородные, курортные и другие), мотели, ботели, апарт-отели, хостелы, пансионаты и иные аналогичные средства размещения, в том числе модульные некапитальные средства размещения. Для целей присвоения определенной категории средства размещения в России оцениваются по системе «звезды», в основе которой предусмотрено пять категорий: от одной до пяти звезд. Высшей категорией является категория «пять звезд», низшей – «одна звезда» [4].

В связи с обострением внешнеполитической обстановки, часть зарубежных гостиничных сетей покинула российский рынок либо приостановила свою деятельность, либо перешла под управление российских компаний. Однако такие перемены открывают большие возможности для активизации и развития внутреннего и въездного туризма. Также, начиная с 2025 года идет реализация обновленного национального проекта «Туризм и гостеприимство», в рамках которого

предусмотрены эффективные меры государственной поддержки по дальнейшему укреплению и развитию гостиничного бизнеса.

Рассмотрим показатели деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения, кото-

Таблица 1 – Отдельные показатели деятельности коллективных средств размещения в России

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г. к 2020 г., в %
Число коллективных средств размещения – всего	27328	28979	29547	31488	115,2
в том числе: гостиницы и аналогичные средства размещения	20410	21575	21981	23454	114,9
Число мест в коллективных средствах размещения – всего, тыс.	2473,0	2634,4	2760,1	2997,9	121,2
в том числе: гостиницы и аналогичные средства размещения	1361,7	1486,6	1592,6	1799	132,1
Число номеров в коллективных средствах размещения – всего, тыс.	977,4	1027	1058,7	1117,4	114,3
в том числе: гостиницы и аналогичные средства размещения	582,9	619,9	649,6	704,7	120,9
Число ночевок в коллективных средствах размещения – всего, млн	191,2	275,6	318,5	358	187,2
в том числе: гостиницы и аналогичные средства размещения	122,0	167,4	196,9	230,5	188,9

Источник: Росстат [2].

Число гостиниц и аналогичных средств размещения в России в 2023 г. по сравнению с 2020 г. увеличилось на 14,9% и составило 23454 единиц. Их вместимость за рассматриваемый период повысилась с 1361,7 тыс. в 2020 г. до 1799 тыс. мест в 2023 г.; то есть, темп роста составил 132,1%. Число номеров также имеет тенденцию к увеличению: если в 2020 г. их насчитывалось

рые указываются в коллективных средствах размещения, наряду с деятельностью санаторно-курортных организаций, организаций отдыха и других специализированных средств размещения (табл. 1).

582,9 тыс., то в 2023 г. – 704,7 тыс. Число предоставленных ночевок гражданам в гостиницах также выросло: с 122 млн. в 2020 г. до 230,5 млн. в 2023 г.; то есть, в 1,9 раза.

Динамика численности лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения, приведена в табл. 2.

Таблица 2 – Численность лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения в России, тыс. чел.

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г. к 2020 г., в %
Численность размещенных лиц – всего	38309,9	52771,9	57646,7	66167,7	172,7
в том числе:					
граждан России	36202,5	49935,1	55008,5	62280,4	172,0
из них детей	2445,1	3846,2	5178,6	5982,0	244,6
граждан стран СНГ	1140,2	1904,5	1905,7	2414,8	211,8
граждан других стран (кроме стран СНГ)	967,2	932,3	732,5	1472,5	152,2

Источник: Росстат [2].

Численность лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения, ежегодно увеличивается: с 38309,9 тыс. чел. в 2020 г. до 66167,7 тыс. чел. в 2023 г.; соответственно, темп роста составил 172,7%. В 2023 г. наибольший удельный вес размещенных лиц составили граждане России, на долю которых приходилось 94%, а на долю граждан СНГ – 3,6%, граждан других стран – 2,4%.

Для выявления мнений руководителей организаций, оказывающих услуги, о текущем положении дел и динамике развития своих структур, а

также о прогнозах на ближайшее время, Федеральная служба государственной статистики России проводит ежеквартальные выборочные опросы. Обобщение результатов обследования позволяет сформировать рейтинг ключевых факторов, препятствующих развитию предприятий. Так, в 4 квартале 2024 г. к числу важнейших из них респонденты отнесли: неопределенность экономической ситуации в стране, высокий уровень налогообложения, недостаточную обеспеченность финансовыми средствами, недостаточный

спрос на данный вид услуг, дефицит квалифицированного персонала и высокий процент по коммерческому кредиту (рис. 1).



Рисунок 1 – Факторы, ограничивающие деятельность организаций сферы услуг в России (доля от общего числа обследованных организаций, в %).

[составлено автором по данным Росстата].

Примечательно, что в 4 квартале 2024 г. по сравнению с 4 кварталом 2020 г. на 16 п.п. снизился такой фактор, как «недостаточный спрос на услугу», на 9 п.п. – «недостаток финансовых средств», на 3 п.п. – «недобросовестная конкуренция». Однако в анализируемый период на 18 п.п. вырос такой фактор, как «недостаток квалифицированного персонала», на 13 п.п. – «высокий процент коммерческого кредита». Следует подчеркнуть, что указанные факторы не только ограничивают деятельность организаций в сфере услуг, но

и влияют на уровень предпринимательской уверенности.

В соответствии с данными Росстата, индекс предпринимательской уверенности в сфере гостиничных услуг за рассматриваемый период находится в зоне отрицательных значений. Однако можно констатировать, что за 4 квартал 2024 г. данный показатель увеличился по сравнению с 4 кварталом 2020 г., что свидетельствует о постепенном улучшении делового настроения респондентов. Между тем, судя по результатам опроса, ситуация в сфере гостиничных услуг выглядит хуже, чем в сфере услуг в целом (рис. 2).

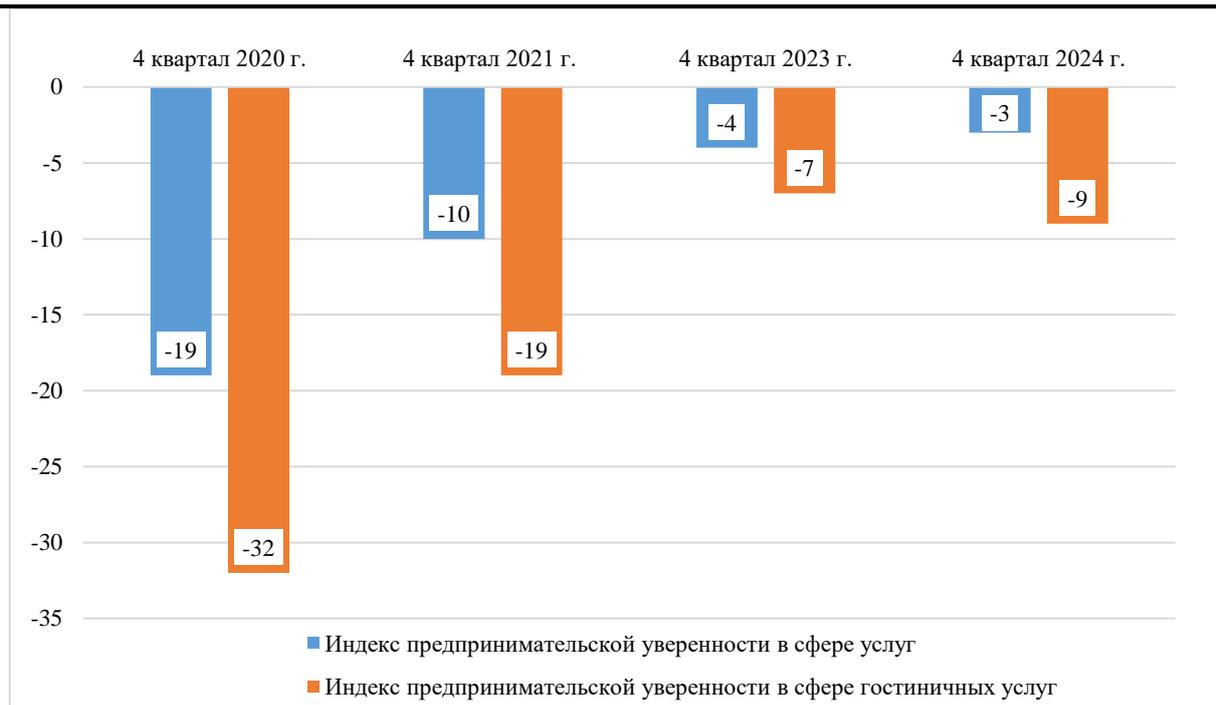


Рисунок 2 – Индексы предпринимательской уверенности в сфере услуг в России.
[составлено автором по данным Росстата].

На основании вышеизложенного можно утверждать, что актуальным вопросом остается грамотное выстраивание стратегии развития бизнеса с учетом меняющихся условий рынка, появления новых технологий и изменений в потребительском поведении.

Рассмотрим основные направления совершенствования деятельности предприятий гостиничного бизнеса [5 -11]:

1) Активное развитие *bleisure*-туризма (англ. *business* и *leisure* – дело и досуг), представляющего собой концепцию сочетания деловой активности с отдыхом, а также *workation* (англ. *work* и *vacation* – работа и отпуск) – профессиональная деятельность из места отдыха в течение определенного времени. Многие отели адаптируются к этим потребностям, предлагая специальные услуги и удобства для таких категорий клиентов.

2) Гости все чаще задумываются о ментальном и физическом здоровье и ищут отели, предлагающие *wellness*-программы (англ. *wellness* – хорошее здоровье), которые сочетают SPA-услуги, сбалансированное питание, фитнес и качественный сон.

3) Социальные сети выступают динамично развивающимся инструментом для продвижения гостиничных услуг. Грамотное их ведение позволяет владельцам отелей повышать эффективность охвата целевой аудитории, поддер-

живать положительную репутацию бренда, собирать обратную связь от клиентов и отслеживать деятельность конкурентов.

4) Предпочтения в области цифровых коммуникаций стали неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Во время пандемии, например, внедрение бесконтактных технологий было своего рода необходимостью для более безопасного и гигиеничного отдыха и ускорило эту тенденцию. В нынешнее время они открывают уникальные возможности по-новому общаться с клиентами, создавать комфортную и безопасную среду, оптимизировать рабочий процесс. Такие технологии, как регистрация заезда/выезда гостей посредством смартфонов или киосков самообслуживания, цифровые ключи от номеров через мобильные приложения, услуги виртуального консьержа, внедрение роботов для доставки багажа, использование техники распознавания лиц для повышения безопасности и дальнейшее развитие систем искусственного интеллекта, безусловно, улучшают удобство для гостей, позволяя им не связываться с персоналом напрямую.

Внедрение инновационных технологий необходимо для создания запоминающегося опыта для клиента, ведущего к росту уровня удовлетворенности.

5) Каждый гость уникален, поэтому важно обеспечить индивидуальный подход, начиная с этапа бронирования и заканчивая отзывами после проживания. Формирование индивидуального

предложения позволяет не только учитывать предпочтения и интересы клиента, но и экономить время, упрощая процесс принятия решений. Для эффективной персонализации необходимы детальные сведения, надежные технологии хранения данных и общее представление о каналах продаж конечным клиентам.

б) Конкурентное преимущество получают гостиничные предприятия с «впечатляющим сервисом», работающие с эмоциями гостя. Термин «эмоциональное обслуживание» ввела социолог А. Хохшильд, которая утверждала, что при возрастающей конкуренции в сфере услуг работодатели стали требовать от сотрудников, помимо умственных и физических усилий, еще и эмоциональные. Тем, кто работает с клиентами, приходится обеспечивать ощущение им счастья, в том числе за счёт подавления собственных чувств и желаний и сохраняя спокойствие в любой ситуации. При таком уровне обслуживания незначительные недочеты в работе можно сглаживать проявлением эмпатии, высоким уровнем заботы о каждом посетителе и вниманием к деталям. Однако для успешного внедрения концепции незабываемого впечатления сервиса необходимо тщательно продумать стратегию по обслуживанию и организовать соответствующее обучение персонала. Важную роль в этом процессе играют со-

трудники, обладающие открытостью, дружелюбием, и проявляющие искренний интерес к гостям.

7) Руководство гостиничного заведения должно поддерживать здоровую и позитивную рабочую среду и стимулировать сотрудников к постоянному развитию и совершенствованию своих навыков и умений. Методы обучения персонала в гостиничном бизнесе включают как традиционные, так и современные подходы: тренинги на рабочем месте, различные семинары, мастер-классы, онлайн-курсы и т.д. Важным способом является использование такого технологического решения, как виртуальная реальность (VR), которое позволяет сделать корпоративное обучение более адаптивным и менее затратным.

Заключение.

Таким образом, для обеспечения устойчивого развития бизнеса гостиницам необходимо инвестировать средства в комфорт гостей, соблюдать все меры безопасности, активно взаимодействовать с клиентами через социальные сети, внедрять инновационные технологии, предлагать уникальные впечатления, уделять особое внимание развитию персонала и т.п. В конечном итоге, способность адаптироваться, интегрировать передовые технологии и практики, а также - ориентация на гостя становятся ключевыми факторами для успеха в конкурентной среде.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1853 (ред. от 27.12.2024) "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации". Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368292/
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>.
3. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
4. Постановление Правительства РФ от 27.12.2024 N 1951 "Об утверждении Положения о классификации средств размещения". Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_495340/
5. Тренды 2025 в индустрии гостеприимства. Режим доступа: <https://dominagroup.ru/blog/trendy-2025-v-industrii-gostepriimstva/>
6. Зацепилина Н.П., Попова Н.Н., Ковалева Е.Н., Сехниев М.Е., Зацепилина Л.С., Успенская М.Е. Современные тенденции развития гостиничного бизнеса // Лизинг. – 2025. – №1.
7. Беломестнова, М.Е. Инновационные подходы к продвижению гостиничных услуг / М.Е. Беломестнова, В.И. Шариков // Гостиничное дело. – 2022. – № 2. – С. 90-104.
8. Духовная Л.Л., Логвина Е.В., Чимирус С.В. WOW-сервис в гостиничном бизнесе: как найти путь к сердцу гостя // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – №1 (103). С. 168–179.
9. Кевлов, А.И. Инновации и технологии в сфере гостиничного бизнеса / А.И. Кевлов // Интеллектуальный потенциал молодых ученых как драйвер развития АПК: Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых и обучающихся, Санкт-Петербург – Пушкин, 15–17 марта 2023 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, 2023. – С. 678-681.

10. Тренды в гостиничном бизнесе 2024. Режим доступа: <https://www.librahospitality.com/company/news/trendy-v-gostinichnom-biznese-2024/>

11. Lavrova, A.P. Die Besonderheiten der Entwicklung der hoteltätigkeit in Russland / A.P. Lavrova // Проблемы научной мысли. – 2021. – Vol. 10, No. 1. – P. 3-9.

References:

1. Decree of the Government of the Russian Federation dated 11/18/2020 N 1853 (as amended on 12/27/2024) "On Approval of the Rules for the provision of hotel services in the Russian Federation". Access mode: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368292/

2. Federal Law No. 132-FZ "On the Fundamentals of Tourism Activity in the Russian Federation" dated 11/24/1996. Access mode: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

3. Decree of the Government of the Russian Federation dated December 27, 2024 N 1951 "On approval of the Regulations on the classification of accommodation facilities". Access mode: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_495340/

4. The official website of the Federal State Statistics Service. Access mode: <https://rosstat.gov.ru>.

5. Trends of 2025 in the hospitality industry. Access mode: <https://dominagroup.ru/blog/trendy-2025-v-industrii-gostepriimstva/>

6. Zatsepilina N.P., Popova N.N., Kovaleva E.N., Sehniev M.E., Zatsepilina L.S., Uspenskaya M.E. Modern trends in the development of the hotel business // Leasing. – 2025. – №1.

7. Belomestnova, M.E. Innovative approaches to the promotion of hotel services. / M.E. Belomestnova, V.I. Sharikov // Hotel business. – 2022. – No. 2. – pp. 90-104.

8. Dukhovnaya L.L., Logvina E.V., Chimiris S.V. WOW-service in the hotel business: how to find the way to the guest's heart // Service in Russia and abroad. – 2023. – №1 (103). Pp. 168-179.

9. Kevlov, A.I. Innovations and technologies in the field of hotel business / A.I. Kevlov // Intellectual potential of young scientists as a driver of agricultural development: Proceedings of the international scientific and practical conference of young scientists and students, St. Petersburg - Pushkin, March 15-17, 2023. Saint Petersburg: Saint Petersburg State Agrarian University, 2023, pp. 678-681.

10. Trends in the hotel business 2024. Access mode: <https://www.librahospitality.com/company/news/trendy-v-gostinichnom-biznese-2024/>

11. Lavrova, A.P. Die Besonderheiten der Entwicklung der hoteltätigkeit in Russland / A.P. Lavrova // Problems of scientific thought. – 2021. – Vol. 10, No. 1. – P. 3-9.

Информация об авторе:

Лаврова Алевтина Петровна, кандидат экономических наук, кафедра технологий управления и сервиса, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», alevtina-lavrova@mail.ru

Alevtina P. Lavrova, candidate of economic sciences, Saint-Petersburg State Agrarian University, St. Petersburg, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 22.02.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 18.03.2025;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.03.2025.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.