

УДК 332.1

О. А. Денисова ORCID ID 0000-0003-4099-2329

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, Россия

А. С. Автайкин

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, Россия, e-mail: 220960@edu.fa.ru

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ОТЕЛЯ

Ключевые слова: коммуникационная система отеля, система управления отелем, цифровизация гостеприимства, интеграция систем, гостиничный бизнес России.

В статье исследуются проблемы формирования интегрированной коммуникационной системы в гостиничных предприятиях Российской Федерации в условиях стремительного роста отрасли. Проанализированы ключевые компоненты коммуникационной архитектуры современного отеля: системы управления отелем (Property Management System), персональные мессенджеры, специализированные платформы сотрудничества, очная вербальная коммуникация и системы обратной связи с гостями. На основе официальных данных Росстата, аналитических отчётов NF Group, IT-World, TAdviser и консалтинговых компаний выявлены основные проблемы: фрагментация коммуникационных каналов, низкая степень интеграции информационных систем (около 70% отелей внедрили цифровые технологии, но степень их интеграции остаётся низкой), использование множества разнородных систем без единой архитектуры («зоопарк» стеков), сложность согласованной передачи информации между подразделениями, кадровый дефицит квалифицированных ИТ-специалистов. Показано, что российский рынок гостиничных услуг демонстрирует значительный рост: в 2024 году доходы составили 1,04 трлн рублей (рост на 27%), туристский поток достиг 92 млн человек, открыто более 80 новых отелей с 9 тыс. номеров. Однако быстрый рост создаёт новые вызовы для эффективного управления коммуникацией и требует системного подхода к цифровизации. Предложены практические рекомендации по оптимизации коммуникационной системы отеля на основе трёхуровневого подхода в соответствии с размером предприятия (до 50 номеров, 50–200 номеров, более 200 номеров), поэтапной интеграции систем, подготовки персонала и соблюдения требований законодательства по защите персональных данных.

O. A. Denisova ORCID ID 0000-0003-4099-2329

Financial University under the Government Russian Federation, Moscow, Russia

A. S. Avtaikin

Financial University under the Government Russian Federation, Moscow, Russia,
e-mail: 220960@edu.fa.ru

ASSESSMENT OF PROBLEMS IN FORMING HOTEL COMMUNICATION SYSTEMS

Keywords: hotel communication system, hotel management system, hospitality digitalization, systems integration, Russian hotel business.

The article investigates problems of forming an integrated communication system in hotel enterprises of the Russian Federation under conditions of rapid industry growth. Key components of modern hotel communication architecture are analyzed: Property Management Systems (PMS), personal messengers, specialized collaboration platforms, face-to-face verbal communication, and guest feedback systems. Based on official data from Rosstat, analytical reports from NF Group, IT-World, TAdviser and consulting companies, main problems are identified: fragmentation of communication channels, low degree of information systems integration (about 70% of hotels have implemented digital technologies, but their integration level remains low), use of multiple heterogeneous systems without unified architecture ("technology zoo"), difficulty in coordinated information transfer between departments, shortage of qualified IT specialists. It is shown that the Russian hospitality market demonstrates significant growth: in 2024, revenues reached 1.04 trillion rubles (27% growth), tourist flow reached 92 million people, more than 80 new hotels with 9 thousand rooms were opened. However, rapid growth creates new challenges for effective communication management and requires a systematic approach to digitalization. Practical recommendations are proposed for optimizing hotel communication systems based on a three-level approach according to enterprise size (up to 50 rooms, 50–200 rooms, more than 200 rooms), phased systems integration, personnel training, and compliance with personal data protection legislation requirements.

Введение

Гостиничный бизнес России демонстрирует значительный рост. По официальным данным Росстата, в январе-ноябре 2024 года российские гостиницы приняли 79,3 млн человек, что на 11% больше, чем в аналогичном периоде 2023 года. По итогам 2024 года туристический поток составил около 92 млн человек, включая 88 млн внутренних туристов [14].

На начало 2025 года в России было зарегистрировано более 39,5 тыс. компаний и ИП, занимающихся гостиничными услугами, что на 5% больше, чем годом ранее [11]. По данным консалтинговой компании NF Group, общий номерной фонд гостиниц в стране достиг примерно 150 тыс. номеров, с совокупным фондом около 158,2 тыс. помещений в коллективных средствах размещения (включая отели, санатории, базы отдыха, кемпинги) [9].

Научная новизна исследования состоит в том, что, во-первых, уточняется понятие «коммуникационная система отеля» применительно к условиям цифровой трансформации гостиничного бизнеса России, как интегрированной совокупности технологических (Property Management System, персональные мессенджеры, специализированные платформы сотрудничества) и организационных средств, обеспечивающих обмен информацией между подразделениями отеля и взаимодействие с гостями [4]. Во-вторых, разрабатывается практическая типология коммуникационных ИТ-архитектур по размеру отеля (до 50 номеров, 50–200 номеров, более 200 номеров) с обоснованием оптимального набора систем и уровня инвестиций для каждого типа предприятия. В-третьих, систематизируются риски цифровойизации отельного бизнеса (фрагментация систем, отсутствие единой архитектуры, кадровый дефицит) и формулируются конкретные предложения по их снижению через поэтапный подход к интеграции информационных систем.

Актуальность исследования обусловлена тем, что около 70% российских отелей уже внедрили цифровые технологии, однако степень их интеграции остаётся низкой, что препятствует эффективному управлению коммуникацией в условиях стремительного роста отрасли [16].

Цель исследования – выявить основные проблемы формирования интегрированной коммуникационной системы отелей

РФ и разработать практические рекомендации по её оптимизации.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу статьи составили работы отечественных исследователей в области цифровизации гостиничного бизнеса: Абдрахмановой З.Р., Пашниной Д.К., Шумаковой Е.В., Розановой Т.П. и др. [2-5]. А также официальная статистика Росстата, аналитические отчёты консалтинговых компаний NF Group, TAdviser, публикации в специализированных изданиях IT-World [12,14,16].

В рамках исследования рассмотрена практика внедрения коммуникационных систем в российских гостиничных сетях Azimut Hotels и AMAKS Hotels & Resorts, проанализированы отечественные PMS-решения (TravelLine, Bnovo, Kontur.Отель, ТУРБО Отель) и международные системы (Sonata HRS, Fidelio) [7,9,11,15].

В процессе исследования применялись методы: системный анализ, сравнительный анализ, классификация и обобщение.

Результаты исследования и их обсуждение

1. Рынок гостиничных услуг: состояние и тенденции

По данным NF Group, в 2024 году в России открылось более 80 новых гостиниц и апарт-отелей с общим номерным фондом 9 тыс. номеров [8]. Это превысило показатель 2023 года на 6% и соответствует рекордному значению 2018 года. Наибольшее количество новых номеров введено в эксплуатацию в Краснодарском крае (1600 номеров), Санкт-Петербурге (1000 номеров) и Москве (600 номеров) [7].

По данным Росстата, в 2024 году доходы коллективных средств размещения в России составили около 1,04 трлн рублей, что на 27% больше, чем в 2023 году (821,6 млрд рублей). Это свидетельствует о значительном росте отрасли и увеличении объёмов операционной деятельности гостиниц (таблица) [14].

2. Системы управления отелем (PMS) и интеграция

Property Management System (PMS) – программное решение для управления операциями гостиницы: бронирование, размещение, управление номерами, биллинг [3]. На российском рынке используются отечественные системы (TravelLine, Bnovo, Kontur.Отель, ТУРБО Отель) и международные решения (Fidelio).

Основные показатели гостиничного рынка России (2024–2025)

Показатель	Значение	Источник
Туристы в России (январь-ноябрь 2024)	79,3 млн	Росстат
Туристы в России (всего 2024)	~92 млн	NF Group, АПБ «Основа»
Внутренние туристы (2024)	88 млн	NF Group
Компании, оказывающие гостиничные услуги	39,5 тыс.	Контур.Фокус (январь 2025)
Общий номерной фонд	~150 тыс. номеров	NF Group
Новых гостиниц открыто (2024)	80+	NF Group, АПБ «Основа»
Новых номеров (2024)	9 тыс.	NF Group, АПБ «Основа»
Доходы гостиниц (2024)	1,04 трлн руб.	Росстат
Рост доходов год к году	27%	Росстат
Внедрившие цифровые технологии	~70%	IT-World
Рост бронирований в Q1 2025	Значительный	РБК, АПБ «Основа»

Примечание: составлено авторами по [7, 9-16].

По данным IT-World, около 70% отелей внедрили цифровые технологии, но уровень интеграции низкий [16]. По исследованиям TAdviser, главная ошибка цифровизации – использование множества разных систем без единого архитектурного владельца. Это приводит к росту издержек и сложности автоматизации. Успешные сети (Azimut Hotels, AMAKS Hotels) добились роста загрузки на 15–18% и практически устранили ошибки бронирования именно через правильную интеграцию PMS с онлайн-сервисами [12].

3. Коммуникационные каналы и препятствия цифровизации

Персональные мессенджеры широко используются в отелях для оперативной коммуникации, но создают проблемы: отсутствие архивирования, смешивание рабочей и личной информации, сложность соблюдения требований 152-ФЗ [1].

По итогам круглого стола IT-World, основные препятствия для цифровизации: сомнения в ROI, недостаток квалифицированных ИТ-специалистов, консервативный подход руководства, сложность выбора решения. Эксперты отмечают, что проблема кроется не в технологии, а в недостатке информации о её правильном использовании [6].

4. Кадровые вызовы и потребности гостей

Текущее кадровое состояние в отельном бизнесе создаёт проблемы при обучении новым системам. По данным АПБ «Основа», растёт спрос на квалифицированных ИТ-специалистов для сопровождения систем. Одновременно растущий спрос на внутренний туризм (особенно в Q1 2025) требует

от отелей совершенствования коммуникационных систем для персонализированного сервиса: гостям нужны рекомендации номеров, информация в реальном времени, быстрое решение проблем [10].

Проблемы интеграции коммуникационных систем

Типичные ошибки цифровизации. По данным TAdviser, основные проблемы при внедрении коммуникационных систем: использование множества разнородных систем без единой архитектуры (т. н. «зоопарк» стеков), отсутствие архитектурного владельца ИТ-систем, несистемные интеграции. Это приводит к несогласованности данных, дублированию информации и невозможности принятия управленческих решений на основе полной картины. Успешные сети (Azimut Hotels, AMAKS) добились улучшений именно через внедрение единой архитектуры со стандартизацией ключевых систем и выстраиванием интеграций на основе открытых API.

Рекомендации по оптимизации

1. Выбор системы в зависимости от размера предприятия

Практика показывает, что выбор коммуникационной архитектуры должен напрямую соответствовать текущему размеру и этапу развития отеля. Небольшие независимые гостиницы успешно используют облачные решения (Kontur.Отель, Shelter PMS) с интеграцией в платформы бронирования и e-mail-уведомлениями. Затраты на такие системы составляют 40–60 тыс.

рублей в месяц, что позволяет даже малым отелям иметь современную коммуникационную инфраструктуру.

Средние отельные комплексы (50–200 номеров) требуют более продуманного подхода. Здесь целесообразно внедрение профессиональной PMS (TravelLine, Vnovo, ТУРБО Отель) с интеграцией в системы бухгалтерии, управлением репутацией на основных платформах и структурированными внутренними каналами коммуникации. Такие проекты обходятся в 120–180 тыс. рублей ежемесячно и обеспечивают значительное повышение операционной эффективности [15].

Крупные отельные сети (более 200 номеров) нуждаются в комплексной интеграции. Здесь необходима корпоративная система управления (Sonata HRS, Fidelio) с полным API, собственное мобильное приложение для гостей, система управления отношениями с клиентами (CRM) и аналитическая платформа. Инвестиции на этом уровне составляют 300–600 тыс. рублей в месяц, но позволяют сетям управлять единым профилем гостя, отслеживать данные в реальном времени и принимать обоснованные управленческие решения.

2. Поэтапный подход к интеграции систем

По опыту консалтинговых компаний попытка внедрить всё сразу приводит к провалам. Более эффективен поэтапный подход. На первом этапе отель должен обеспечить базовую интеграцию: PMS с платформами бронирования, email и SMS-системами. Это позволяет автоматизировать основные коммуникационные потоки с гостями и получить ощутимые результаты в течение 1–3 месяцев.

На втором этапе (в течение полугода) целесообразно внедрить систему сбора обратной связи от гостей и систематизировать внутренние коммуникационные каналы. На третьем этапе, обычно через 9–12 месяцев после начала проекта, может быть реализована интеграция с бухгалтерской системой, CRM и аналитическими инструментами. Такой подход позволяет команде постепенно адаптироваться к новым процессам и минимизирует риски отказа персонала.

3. Подготовка персонала

Внедрение новых систем немыслимо без качественного обучения коллектива. Опыт успешных отелей показывает, что минимальное вводное обучение (4–5 часов)

должно охватывать всех сотрудников, непосредственно работающих с системой [2]. Специализированное обучение для разных должностей обычно требует 12–16 часов практических занятий. Сотрудники, играющие ключевую роль в системе, должны получить статус «экспертов» и в дальнейшем становиться консультантами для коллег. При смене системы требуется переподготовка в объёме 8–12 часов, а ежемесячные «пятиминутки» по актуальным возможностям системы помогают поддерживать навыки на уровне [5].

4. Обеспечение безопасности и соответствия законодательству

Требование Федерального закона № 152-ФЗ «О защите персональных данных» обязывает отели серьёзно подойти к защите информации. Все системы должны использовать современное шифрование для передачи данных, двухфакторную аутентификацию для критичных операций. Для сотрудников, работающих удалённо, необходимо внедрить VPN. Регулярные аудиты безопасности (минимум дважды в год) позволяют выявить и устранить уязвимости. Логирование всех действий с персональными данными – не только требование закона, но и инструмент для расследования инцидентов. Обучение кибербезопасности (2 часа в год) должно быть обязательным для всего персонала. Первичное внедрение комплексной системы безопасности требует инвестиций 100–200 тыс. рублей, текущие расходы на поддержку составляют 20–40 тыс. рублей ежемесячно.

Заключение

Цель исследования – выявить основные проблемы формирования интегрированной коммуникационной системы отелей РФ и разработать практические рекомендации по её оптимизации – достигнута.

Результаты исследования показали, что российский гостиничный рынок демонстрирует значительный рост: в 2024 году туристский поток составил 92 млн человек, доходы отрасли достигли 1,04 трлн рублей. При этом около 70% отелей внедрили цифровые технологии, однако их интеграция остаётся фрагментарной.

Выявлены ключевые проблемы формирования коммуникационной системы: использование множества разнородных систем без единой архитектуры («зоопарк» стеков), несистемные интеграции между PMS

и другими платформами, дефицит квалифицированных ИТ-специалистов, недоучёт человеческого фактора при внедрении новых систем. Проблемы заключаются не в отсутствии технологий, а в их разрозненности и отсутствии чётких процессов интеграции.

Разработаны практические рекомендации по оптимизации коммуникационной системы: трёхуровневая типология ИТ-архитектур по размеру отеля (до 50 номеров – 40–60 тыс. руб./мес.; 50–200 номеров –

120–180 тыс. руб./мес.; более 200 номеров – 300–600 тыс. руб./мес.) и поэтапный подход к интеграции систем, минимизирующий риски отказа персонала.

Практическая значимость работы состоит в возможности применения предложенной типологии отелями при выборе коммуникационных систем в соответствии с размером предприятия, что способствует повышению операционной эффективности и удовлетворённости гостей.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 31. Ст. 3425. URL: <https://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001200607270152> (дата обращения: 18.10.2025).
2. Абдрахманова З.Р. Развитие цифровых компетенций персонала индустрии гостеприимства // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2022. № 1(39). С. 45–52. DOI: 10.17122/2541-8904-2022-1-39-45-52. EDN: XWKJBD.
3. Пашнина Д.К. Особенности применения технологий цифровой экономики в гостиничном бизнесе // National Science Journal. 2023. № 5. С. 46–50. EDN: LUWILG.
4. Шумакова Е.В., Павленко И.Г. Оптимизация бизнес-процессов в гостинице // Естественно-гуманитарные исследования. 2025. № 2(58). С. 532–537. EDN: KKDFOB.
5. Assessment of the tourism potential of the Russian Federation / T.P. Rozanova, R.Y. Stytsiuk, O.A. Artemyeva, Y.B. Motagali // Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry: Proceedings of the 5th International Conference on Management and Technology in Knowledge, Service, Tourism and Hospitality (MATEC Web of Conferences, Bali, October 21–22, 2017). Bali: CRC Press, 2018. P. 183–188. EDN: VBEHRO. DOI: 10.1201/9781315148762.
6. New professions emerging out of the development of robotics / E. Maimina, T. Puzynya, T. Grishina et al. // Espacios. 2019. Vol. 40, No. 10. P. 16. EDN: AMRTUZ. URL: <https://www.revistaespacios.com/a40n10/4010P16.html> (дата обращения: 18.10.2025).
7. Анализ рынка гостиничных услуг России в 2024 году [Электронный ресурс] // Центр экономики рынков. URL: <https://research-center.ru/> (дата обращения: 05.10.2025).
8. В России за год открылось более 80 новых качественных отелей // Forbes. 2025. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/> (дата обращения: 04.10.2025).
9. В России растёт количество гостиниц // BFM.ru. 2025. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bfm.ru/> (дата обращения: 30.10.2025).
10. Гостиничная аналитика и статистика 2024–2025 [Электронный ресурс] // Umbrella Hospitality. URL: <https://umhos.ru/> (дата обращения: 30.10.2025).
11. Гостиничный бизнес в России вырос на 5% // Bnovo. 2025. [Электронный ресурс]. URL: <https://bnovo.ru/> (дата обращения: 30.10.2025).
12. Гостиничные услуги (рынок России) // TAdviser. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru/> (дата обращения: 30.10.2025).
13. Доходы российских гостиниц в 2024 году превысили 1 трлн рублей // РБК. 2025. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/> (дата обращения: 04.10.2025).
14. Официальная статистика коллективных средств размещения // Росстат. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 04.10.2025).
15. Рынок гостиничной недвижимости в России 2024–2025. Часть 1 // WTC Moscow. [Электронный ресурс]. URL: <https://wtcmoscow.ru/> (дата обращения: 05.10.2025).
16. Цифровая трансформация отелей. Между прорывом и уязвимостью // IT-World. 2025. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.it-world.ru/> (дата обращения: 04.10.2025).