

*Лигай А.С.,
студентка,*

*3 курс, направление «Гостиничное дело»
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Владивосток*

*Мавлянова А.А.,
студентка,*

*3 курс, направление «Гостиничное дело»
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Владивосток*

*Собагатуллин Д.Р.,
студент,*

*3 курс, направление «Гостиничное дело»
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Владивосток*

Шумакова Е.В.,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент Департамента туризма и гостеприимства
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Владивосток*

МЕТОДЫ ИНТЕГРАЦИИ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация: В статье исследуются методы эффективной интеграции технологий искусственного интеллекта (ИИ) в предприятия гостиничного бизнеса для повышения качества обслуживания и их конкурентоспособности. Анализируются существующие решения на базе

ИИ, их применение в мире и России. Выявляются барьеры внедрения: дефицит кадров, высокие затраты, угрозы конфиденциальности данных. Разработана трехуровневая модель интеграции ИИ, обеспечивающая улучшение сервиса.

Ключевые слова: *искусственный интеллект, гостиничный бизнес, цифровизация, персонализация услуг, предиктивная аналитика; трехуровневая модель.*

Abstract: *The article examines methods for effectively integrating artificial intelligence (AI) technologies into hospitality enterprises to enhance service quality and competitiveness. The authors analyze existing AI solutions and their applications worldwide and in Russia. Implementation barriers are identified: staff shortages, high costs, and data privacy threats. A three-level AI integration model is developed to improve service standards.*

Key words: *artificial intelligence, hotel business, digitalization, service personalization, predictive analytics, three-level model.*

Введение

В условиях стремительного развития технологий искусственного интеллекта (ИИ) гостиничный бизнес сталкивается с необходимостью интеграции нововведений для повышения своей конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг. Гостиничная индустрия довольно долго сопротивлялась компьютеризации и использовала классические инструменты управления объектами, однако теперь эти времена остались в прошлом [2]. Цель данной работы заключается в исследовании методов, позволяющих эффективно внедрять технологии на базе искусственного интеллекта в гостиничную индустрию, что представляет собой перспективное направление в свете изменения потребительских предпочтений и требований к качеству обслуживания. Одновременно с этим возникает проблема грамотного использования таких технологий в связи с недостаточной

осведомленностью работников, занятых в сфере гостиничного бизнеса. Важность данной темы подчеркивается растущими ожиданиями клиентов, которые требуют более персонализированного и быстрого обслуживания, что невозможно без применения современных технологий.

Актуальность исследования определяется тем, что гостиничный бизнес находится на этапе трансформации, где интеграция ИИ может значительно улучшить опыт гостей и оптимизировать операционные процессы. В рамках работы выделяются три основные задачи: первая – анализ существующих ИИ-технологий и их применения в гостиничном бизнесе; вторая – оценка барьеров и рисков, связанных с внедрением решений на базе искусственного интеллекта; третья – разработка модели интеграции технологий искусственного интеллекта для российской гостиничной отрасли, основанной на успешных примерах из практики. Методология исследования включает анализ литературы и профессиональное мнение представителей отрасли, что позволит получить комплексное представление о текущем состоянии и перспективах внедрения ИИ в гостиничную индустрию.

Объектом исследования являются гостиничные предприятия, которые уже начали или только планируют внедрение ИИ-технологий в свою деятельность. В рамках работы будет рассмотрен широкий спектр технологий, включая системы предиктивной аналитики, чат-боты, автоматизацию процессов бронирования и другие решения, которые смогут существенно изменить подход к контролю опыта гостей. Также внимание будет уделено этическим аспектам и вопросам безопасности данных, которые является неотъемлемой частью процесса внедрения новых технологий.

Таким образом, работа направлена на выявление ключевых аспектов интеграции ИИ в гостиничный бизнес, позволяющее не только повысить уровень обслуживания, но и снизить затраты на операционные процессы. В результате исследования планируется предложить практические рекомендации для гостиничных предприятий, стремящихся к внедрению ИИ-

технологий, а также оценить их влияние на экономическую эффективность и конкурентоспособность.

Анализ существующих ИИ-технологий и их применение в гостиничном бизнесе

Интеграция технологий искусственного интеллекта в гостиничный бизнес представляет собой одну из ключевых тенденций развития отрасли в последние десятилетия. Эти инновации открывают возможности для существенного повышения качества обслуживания клиентов, оптимизации операционных процессов и повышения эффективности управления гостиничными предприятиями. В частности, основным вектором применения ИИ выступает усиление персонализации услуг, оперативная обработка запросов гостей и прогнозирование их потребностей на основе больших данных.

К примеру, внедрение голосовых помощников и чат-ботов на базе обработки естественного языка (NLP) радикально упрощает процесс бронирования номеров, а также обеспечивает круглосуточную поддержку клиентов на протяжении всего периода пребывания в отеле. Такие системы, как «Amazon Alexa» или «Google Assistant», интегрированные в гостиничные приложения, позволяют гостям мгновенно получать ответы на вопросы о времени заезда и выезда, дополнительных услугах или рекомендациях. Аналогичным образом, виртуальные консьерж-сервисы функционируют в режиме реального времени, предоставляя подробную информацию о геолокации близлежащих достопримечательностей, оптимальных маршрутах передвижения с учетом пробок и погодных условий, а также персонализированные предложения по проведению досуга, включая бронирование экскурсий или ресторанов. Кроме того, системы предиктивного анализа, опирающиеся на алгоритмы машинного обучения, помогают эффективно перераспределять ресурсы отеля: анализируя данные о

загруженности и сезонности, они предотвращают ситуации, когда номера пустуют. Наконец, технологии глубокого обучения обеспечивают динамическое ценообразование, учитывая множество переменных факторов – от рыночного спроса и конкуренции до индивидуальных предпочтений гостей (на основе истории предыдущих визитов и отзывов). Это подтверждается данными отраслевых исследований позволяет повышать доходность на 10–15% по данным отраслевых исследований международной консалтинговой компании «McKinsey & Company» за 2024 год [5].

Международный опыт убедительно демонстрирует стратегическую значимость ИИ для устойчивого развития гостиничного бизнеса. Крупные глобальные сети, такие как «Marriott International», успешно внедрили голосового виртуального ассистента «VRoom Service», который обрабатывает до 70% запросов гостей без участия персонала, обеспечивая оперативность и качество сервиса на уровне пятизвездочных стандартов. Аналогичный подход применяет «Hilton Worldwide» с помощником «Connie» на базе системы «Watson»: этот ИИ не только взаимодействует с клиентами в лобби или через мобильное приложение, но и предлагает персонализированные рекомендации по ресторанам и услугам, что в итоге повысило рост удовлетворенности гостей на 20% (по отчету «Hilton», 2023 год) [4]. Такие инициативы укрепляют лояльность клиентов и репутацию бренда.

На российском рынке гостиничных услуг процесс цифровизации с использованием ИИ развивается заметно медленнее, чем в западных странах, однако первые шаги уже предприняты. Так, отель «АЗИМУТ», внедривший цифрового помощника, использует искусственный интеллект для автоматической обработки запросов клиентов и улучшения коммуникации. По результатам, среднее время ответа на вопросы гостей сократилось на 40% [3].

Кроме того, в ряде отечественных отелей внедрены системы интеллектуального видеонаблюдения и автоматизированного оповещения, такие как «Страж» или аналоги на базе «Yandex Vision», которые в режиме реального времени выявляют нарушения безопасности, отслеживают заполняемость общественных зон и уведомляют персонал о потенциальных инцидентах. Эти меры иллюстрируют признание потенциала ИИ российским сектором бизнеса и его постепенную интеграцию в повседневную практику.

Барьеры и риски

Несмотря на очевидные преимущества ИИ-технологий для гостиничного бизнеса, их массовое внедрение связано с рядом значительных вызовов. Во-первых, подавляющее большинство гостиниц, особенно среднего и малого звена, испытывают дефицит квалифицированных специалистов, обладающих знаниями в области ИИ, что затрудняет не только начальную настройку систем, но и их повседневное обслуживание. Во-вторых, реализация проектов требует существенных капитальных вложений: приобретение специализированного оборудования, разработка или лицензирование программного обеспечения, а также интеграция с системами управления (PMS) может представлять значительную часть расходов на один объект, что особенно проблематично для регионов с ограниченным доступом к финансированию. В-третьих, вопросы безопасности данных приобретают серьезный характер: сбор, хранение и анализ персональной информации гостей (платежные данные, биометрия) несет риски утечек, кибератак и последующих юридических санкций (на территории РФ в соответствии с Федеральным законом № 152-ФЗ «О персональных данных») [1]. Наконец, существующая правовая база недостаточно адаптирована к специфике применения искусственного интеллекта в гостиничной сфере, что порождает собой противоречия в урегулировании соответствующих решений.

Разработка модели интеграции технологий искусственного интеллекта

Оптимальным подходом к внедрению ИИ-технологий в российскую гостиничную отрасль может стать разработка комплексной трехуровневой модели. Первый уровень предполагает сбор данных от гостей в различных форматах: голосовые команды через аудиоустройства в номерах и текстовые запросы в чат-ботах. Второй уровень фокусируется на обработке поступающей информации с использованием алгоритмов машинного обучения и моделей анализа естественного языка (NLP), например BERT, которая представляет собой модель машинного обучения, разработанную для того, чтобы улучшить понимание компьютерами значений неоднозначных выражений в тексте с помощью окружающего контекста. Третий уровень реализует автоматизированное принятие решений: формирование персонализированных предложений (например, повышение категории номера) и оптимизация тарифных планов отеля в реальном времени. Данная архитектура отличается высокой степенью модульности, легкостью интеграции в системы большинства российских отелей, удобством эксплуатации и возможностью масштабирования по мере роста бизнеса.

Среди ключевых преимуществ предложенной модели следует выделить значительное ускорение обработки запросов (сокращение времени ответа до нескольких секунд), снижение нагрузки на персонал, а также повышение вовлеченности клиентов за счет персонализированного подхода. Вместе с тем модель имеет ограничения: на старте необходимы значительные инвестиции, также обязательна организация систематического обучения сотрудников и доработка нормативно-правовой базы.

В целом, положительный эффект от внедрения ИИ-технологий существенно превосходит потенциальные недостатки, особенно учитывая необходимость постоянной модернизации гостиничного бизнеса в условиях растущей конкуренции и меняющихся стандартов туристических услуг.

Грамотно спроектированная модель интеграции искусственного интеллекта позволит российским гостиничным предприятиям не только повысить конкурентоспособность, но и обеспечить экономическую стабильность в долгосрочной перспективе, адаптируясь к глобальному тренду цифровизации.

Заключение

Проведенное исследование подтверждает, что интеграция технологий искусственного интеллекта в гостиничный бизнес является не просто технологическим трендом, а целым стратегическим направлением. Так, грамотное использование ИИ является значимым фактором, влияющим на конкурентоспособность отелей.

При анализе также были выделены барьеры, связанные с внедрением решений на базе искусственного интеллекта, такие как острый дефицит кадров, имеющих компетенции в сфере ИИ; высокие первоначальные инвестиции на внедрение технологий; риски безопасности персональных данных. Разработанная трехуровневая модель по внедрению ИИ-технологий, минимизирующая затраты и повышающая эффективность работы персонала, обеспечивает успешную интеграцию в средства размещения российского гостиничного сектора.

Таким образом, полученные результаты не только подтверждают потенциал использования технологий искусственного интеллекта в гостиничном бизнесе, но также четко обозначают вектор дальнейшего развития. Первостепенное значение приобретают исследования, направленные на адаптацию технологий к специфике российского рынка гостиничных услуг. Наряду с этим необходимо совершенствование нормативно-правовой базы и создание систематических программ переподготовки кадров.

Использованные источники:

1. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2026 № 152-ФЗ.
2. Информационные технологии в гостиничном бизнесе : учебное пособие / Е.В. Шумакова. — Москва : КНОРУС, 2025. — 192с. — (Бакалавриат).
3. Ии в гостиничном бизнесе. [Электронный ресурс]. – URL: <https://nikta.ai/ii-v-gostinichnom-biznese-3/> (дата обращения: 17.01.2026).
4. Hilton and IBM Pilot “Connie,” The World’s First Watson-Enabled Hotel Concierge. [Электронный ресурс]. – URL: <https://uk.newsroom.ibm.com/2016-Mar-09-Hilton-and-IBM-Pilot-Connie-The-Worlds-First-Watson-Enabled-Hotel-Concierge> (дата обращения: 13.01.2026).
5. McKinsey Global Institute: 2024 in charts. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/mckinsey-global-institute-2024-in-charts> (дата обращения: 17.01.2026).