


ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ



УДК 330.342

DOI 10.5281/zenodo.17019182

Макарова Д. Д.

Макарова Дарья Дмитриевна, кандидат экономических наук, Российский государственный университет туризма и сервиса, Главная ул., д. 99, дачный посёлок Черкизово, Пушкино, Московская область, Россия, 141221. E-mail: rbd6@mail.ru.

Перспектива реализации концепции цифрового отеля в условиях развития новых технологий

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические аспекты формирования концепции «цифрового отеля» в условиях развития современных технологий. Рассмотрен зарубежный опыт применения цифровизации на предприятиях гостиничного бизнеса и показаны примеры реализации концепции «умного отеля». Вопросами цифровизации занимаются достаточно давно, но понятия «автоматизированный отель», «умный отель» и «цифровой отель» имеют отличительные особенности, которые были изучены и выделены автором. В статье представлены модели взаимодействия гостя при получении гостиничной услуги в автоматизированном отеле, умном отеле и цифровой отеле. Концепция «цифрового отеля» развивается в условиях современных технологий, основные компоненты цифрового отеля и алгоритмы формирования помогают обозначить отличительные особенности современного средства размещения.

Ключевые слова: цифровой отель, умный отель, отраслевые инновации, инновации, гостиничный бизнес, гостиничное хозяйство.

Makarova D. D.

Makarova Darya Dmitrievna, PhD in Economics, Russian State University of Tourism and Service, Main street, 99, Cherkizovo country village, Pushkino, Moscow region, Russia, 141221. E-mail: rbd6@mail.ru.

The prospect of implementing the concept of a digital hotel in the context of the development of new technologies

Abstract. The article discusses the theoretical aspects of the formation of the concept of a "digital hotel" in the context of the development of modern technologies. The foreign experience of using digitalization in the hotel business is reviewed and examples of the implementation of the "smart hotel" concept are shown. Digitalization issues have been dealt with for quite a long time,

but the concepts of "automated hotel", "smart hotel" and "digital hotel" have distinctive features that have been studied and highlighted by the author. The article presents models of guest interaction when receiving hotel services in an automated hotel, a smart hotel and a digital hotel. The concept of a "digital hotel" is developing in the context of modern technologies, the main components of a digital hotel and the formation algorithms help identify the distinctive features of a modern accommodation facility.

Key words: digital hotel, smart hotel, industry innovations, innovations, hotel business, hotel industry.

Рубеж XIX и XX веков стал настоящим технологическим прорывом. Прошло сто лет и вновь наблюдается технологическая революция, меняющая жизнь людей и принципы для развития бизнеса. Пейджер, видеомагнитофоны и портативный CD-плеер «переросли» в технологические результаты: электронные часы и ХС-устройства с применением технологий виртуальной и дополненной реальности [12].

На сегодняшний день представители бизнеса трансформируют свои бизнес-процессы и оказывают услуги в рамках перехода принципов цифровой экономики и глобализации. Представители гостиничного бизнеса, уходя от классического оказания услуг гостям, переориентировались на стратегию формирования комплексного гостевого опыта, где присутствуют технологические инновации, принципы устойчивого развития и инструменты персонализации. Все чаще объекты размещения становятся многофункциональными гостиничными комплексами с большим набором цифровых и бесконтактных услуг (онлайн-бронирование номеров, саморегистрация гостей, автоматическая система учета данных, технология «умного дома» в номерах, голосовые и визуальные интерфейсы).

Вопросы трансформации бизнеса в условиях глобализации и внедрения цифровых инструментов рассматриваются во многих научных работах профессорско-преподавательского состава, а такие авторы как Дусенко С. В. [1], Киреева Ю. А. [3], Коновалова Е. Е. [4], Лобченко С. А. [6], Макарова Д. Д. [5; 7], Морозов М. А., Морозова Н. С. [9], Шумакова Е. В. [11] изучают применение цифрови-

зации в качестве инструмента конкурентоспособности на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.

Цифровизация играет ключевую роль в модернизации и совершенствовании гостиничного бизнеса. Рост потребительских ожиданий, высокая конкуренция в бизнесе и влияние глобальных факторов способствовали ускоренному переходу от традиционной модели оказания гостиничных услуг к автоматизированной, а потом к концепции «умного отеля» с применением цифровых решений.

Мировой гостиничный бизнес демонстрирует стремительное развитие и применение цифровых решений для повышения конкурентоспособности. Страны-лидеры в сфере гостиничного бизнеса (Япония, Южная Корея, США, Германия, Сингапур) интегрируют передовые технологии в работу отелей, создавая новые форматы обслуживания, повышающие комфорт и безопасность. В таких отелях присутствует автоматизированная система управления и новые подходы к взаимодействию с гостем, минимизируя участие человека и внедряя бесконтактность, скорость и персонализацию. Цифровизация затрагивает все уровни функционирования и управления отелем: от базовых операций (бронирование номеров, заселение гостя) до стратегического управления отельной недвижимостью и маркетингом. Внедряются системы на основе искусственного интеллекта, машинного обучения, IoT (Интернет вещей), облачных вычислений и биометрической идентификации. В табл.1 представлены примеры зарубежного опыта по применению технологий для формирования концепции «умный отель».

Таблица 1. Зарубежный опыт формирования концепции «умный отель»

Страна	Примеры цифровизации	Используемые технологии	Цели и эффекты
США	Сети Marriott, Hilton внедряют цифровой ключ, онлайн-регистрацию, голосовых ассистентов в номерах.	Mobile check-in/out, Smart Room, AI, Big Data, IoT	Ускорение обслуживания, снижение затрат, персонализация опыта
Япония	Отель Henn-na управляется роботами, используется распознавание лиц и автоматизированная регистрация.	Роботизация, AI, биометрия, автоматизация ресепш	Снижение затрат на персонал, повышение технологического имиджа
ОАЭ	Люксовые отели предлагают управление номером с iPad, голосовых ассистентов и AR-технологии в бронировании.	IoT, AR/VR, голосовое управление, мобильные приложения	Повышение уровня сервиса, WOW-эффект для туристов

Зарубежный опыт применения цифровизации и автоматизации бизнес-процессов для оказания гостиничных услуг позволяет соответствовать запросам целевой аудитории и технологиям времени XXI века. С развитием инновационных технологий и цифровизации формируется новый понятийный аппарат. В гостиничном бизнесе достаточно часто можно встретить следующие понятия «автоматизированный отель», «умный отель» и «цифровой отель», которые имеют как схожие особенности, так и отличительные.

Понятие «автоматизированный отель» стало появляться в научных работах с момента использования автоматизированных систем и платформ на предприятиях гостиничного бизнеса, которые начали частично заменять трудовые

функции сотрудников. Например, бронирование по телефону было заменено на самостоятельное бронирование через каналы онлайн-бронирования или официальный сайт объекта размещения, постановка гостя на учет у миграционных органов, а затем его снятие были заменены на автоматизированные действия по передачи персональных данных гостей с помощью специализированных систем и др.). Таким образом, по мнению автора статьи, понятие «автоматизированный отель» — это объект размещения, где бизнес-процессы выполняются и сотрудниками, и с помощью современных технологий. На рис. 1 и 2 автором были показаны отличительные особенности взаимодействия гостя с сотрудниками в обычном отеле и в автоматизированном.

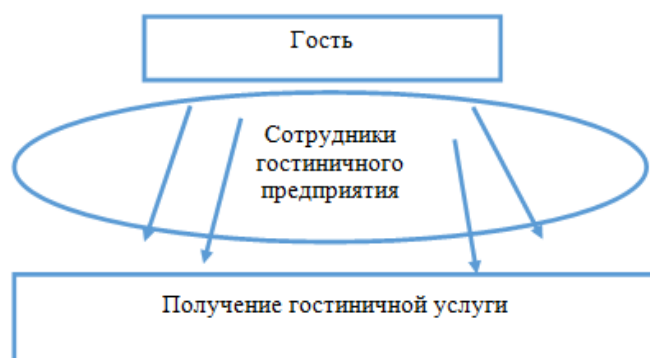


Рис. 1. Модель взаимодействия «Гость-Сотрудник» в обычном отеле (источник: рисунок составлен автором)

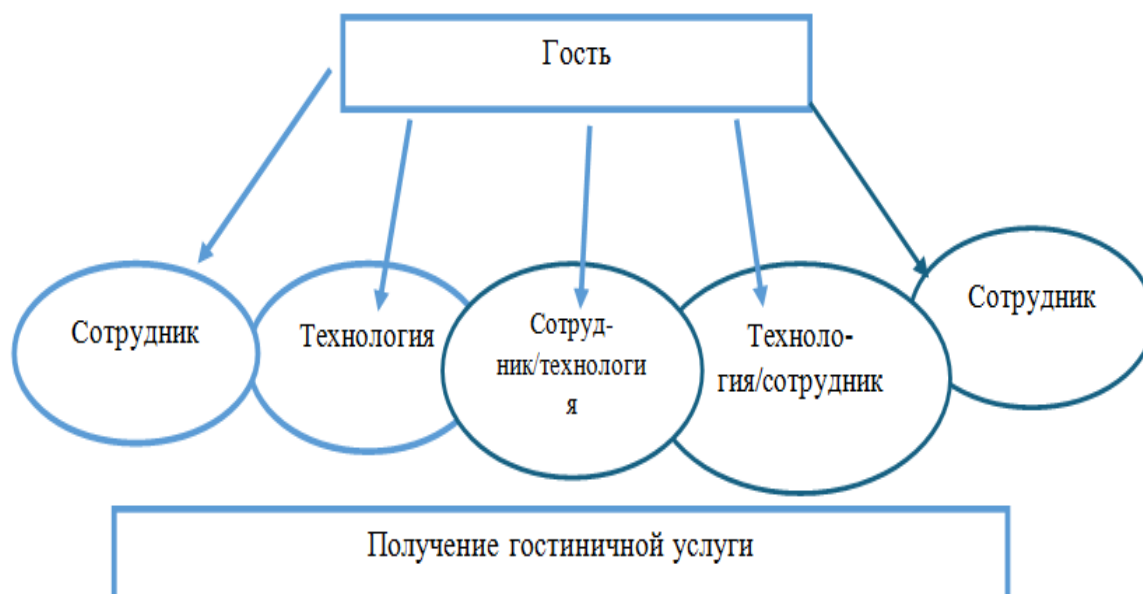


Рис. 2. Модель взаимодействия «Гость-Сотрудник» в автоматизированном отеле
(источник: рисунок составлен автором)

Автоматизированный отель отличается от обычного отеля тем, что гость самостоятельно выбирает, каким способом хочет получить гостиничную услугу: через сотрудника или через имеющиеся современные технологии.

Далее рассмотрим понятие «умный отель». «Умные отели» становятся актуальными и востребованными у целевой аудитории поколения Z [2], т.к. поколение зумеров активно использует в своей жизни современные технологии цифровизации (искусственный интеллект, автоматизацию, биометрию, роботизацию).

На сегодняшний день в нормативно-правовых документах отсутствует трактовка понятия «умный отель». По мнению автора, «умный отель» (с англ. smart hotel) – это объект размещения, где присутствует взаимодействие гостя с различными цифровыми технологиями, с помощью которых гость может получать услугу, удовлетворяя свои запросы и управляя своим пространством (например, номером через систему «умный дом») (англ. smart room). Под «управлением пространством» подразумевается то, что гость может регулировать свет в номере и уровень закрытия штор, запрашивать в дистанционном формате убор-

ку, делать заказ в ресторане через электронное меню, а робот доставлять в номер готовый заказ и др.

«Умные отели» ориентированы на повышение качества обслуживания через цифровые технологии, а у гостей появляются элементы самообслуживания во время получения услуги. На рис. 3. показана модель оказания гостиничной услуги в «умном отеле».

При реализации концепции «умного отеля» можно выделить следующие особенности: присутствует у гостя частичное самообслуживание во время получения услуги, сотрудники не выступают ключевым звеном в процессе оказания услуги, гость самостоятельно управляет своим пространством через систему «умный дом» и имеющиеся технологии.

На сегодняшний день бизнес ищет новые пути развития гостиничного бизнеса и оптимизации финансовых затрат на управление бизнесом. Цифровые отели представляют собой новый формат оказания гостиничных услуг, которые не только используют инновационные технологии, но внедряют принципиально другой подход к организации бизнес-процессов и взаимодействию с гостями на базе изучения их потребностей для

формирования принципов wow-эффекта и эмоционального сервиса. Эмоциональное впечатление у гостя может быть сформировано на принципах экологичности (энергосбережение, сокращение отходов, зелёные технологии), цифровой этики (конфиденциальность данных, про-

зрачность сервисов), социальной ответственности, корпоративного волонтерства и повсеместного интегрирования цифровых технологий. Потенциальными гостями «умных отелей» с большой вероятностью будут выступать представители поколения Z.

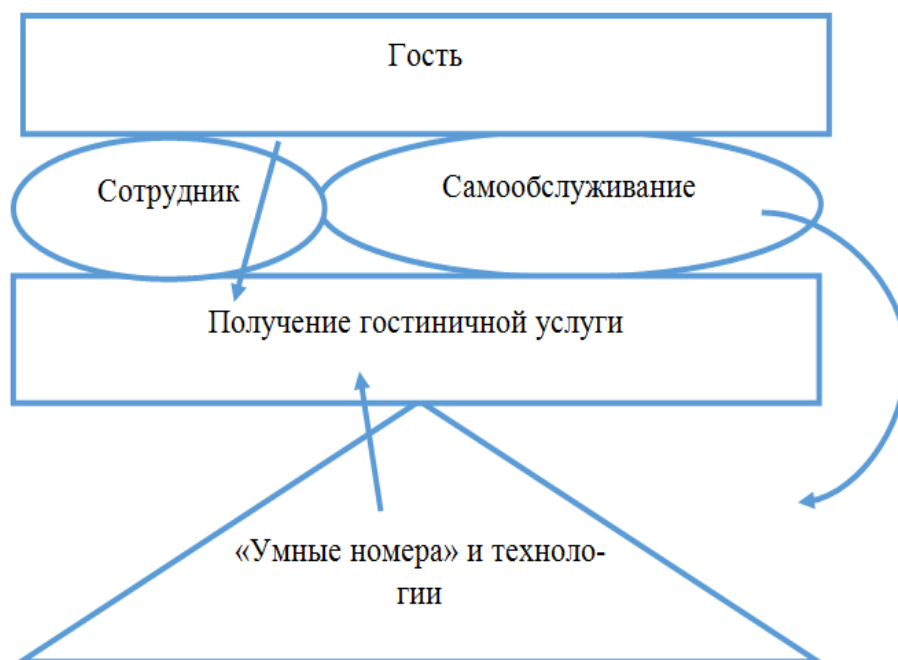


Рис. 3. Модель взаимодействия «Гость-Сотрудник» в «умном отеле» (источник: рисунок составлен автором)

Далее рассмотрим аспекты формирования «цифровых отелей». По мнению автора статьи, цифровой отель – это объект размещения, где во все процессы взаимодействия гостя с гостиничной услугой интегрированы цифровые технологии, создаются комфортные условия получения услуги в соответствии с запросами портрета гостя, а отельеры, используя системы автоматизации, контроли-

руют выполнение операционных бизнес-процессов. В основу концепции «цифрового отеля» заложена идея бесшовного, автоматизированного и персонализированного сервиса без участия персонала во время получения услуги. Проектирование цифрового отеля состоит из архитектурных, инженерных решений и технологических концепций (рис. 4).

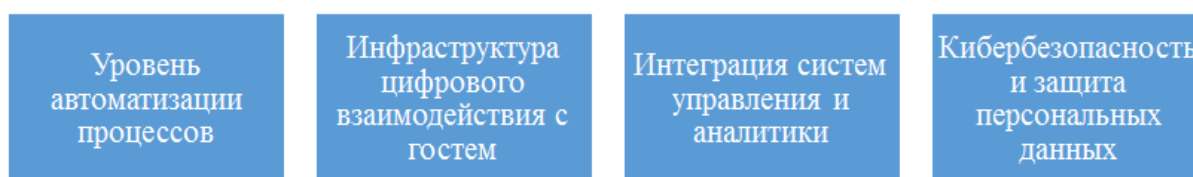


Рис. 4. Компоненты проектирования цифрового отеля (источник: рисунок составлен автором)

1. Уровень автоматизации процессов. Цифровой отель предполагает высокий уровень автоматизации всех внутренних и внешних процессов:

- Автоматизация регистрации и выезда гостей (self check-in/out) осуществляется через терминалы, мобильные приложения или киоски самообслуживания, что снижает нагрузку на персонал и минимизирует время ожидания услуги.

- Управление номером (smart room) позволяет подключать автоматическое управление освещением, климатом, шторами, мультимедийными технологиями через сенсорные панели, голосовые команды или смартфон.

2. Инфраструктура цифрового взаимодействия с гостем. Создание комфортного цифрового пространства для гостя является важнейшей частью проектирования:

- Мобильное приложение отеля выступает как основной инструмент для бронирования услуг, получения оплаты и информации, осуществления заказа разных услуг (room service, SPA, трансфер).

- Виртуальный консьерж или чат-бот необходим для осуществления мгновенного

ответа на вопросы от гостей или бронирования услуг.

3. Интеграция систем управления и аналитики. Цифровой отель — это сложная экосистема, требующая единой цифровой архитектуры:

- CRM (Customer Relationship Management) позволяет осуществлять сбор и анализ данных о гостях для персонализации сервиса.

- Интеграция со сторонними платформами: API для подключения к платежным системам, туристическим платформам, службам доставки.

4. Кибербезопасность и защита персональных данных. В условиях цифровизации средства размещения становятся объектами повышенного риска для киберугроз, поэтому необходимо:

- Соответствие российскому законодательству ФЗ-152 «О персональных данных». Все персональные данные гостей должны обрабатываться с их согласия и храниться в защищённых системах.

- Сегментированная ИТ-инфраструктура: разделение сетей для гостей, персонала и оборудования.

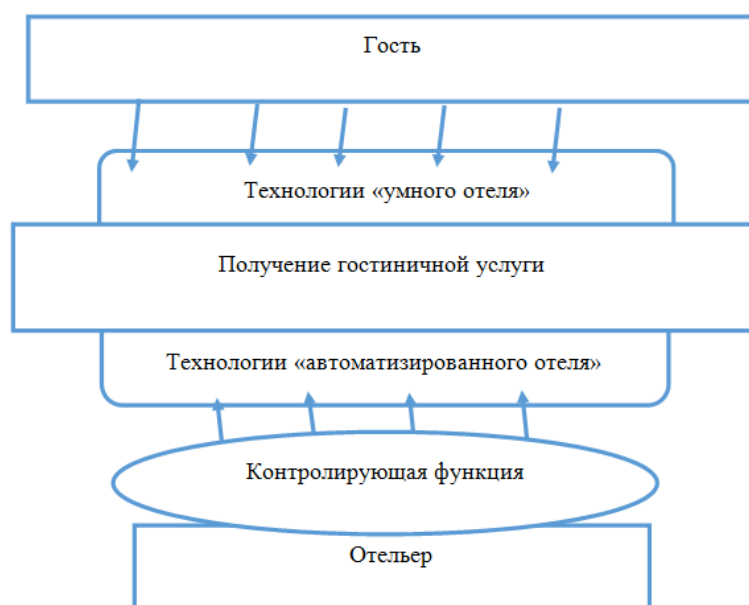


Рис. 5. Модель получения услуги в «цифровом отеле» (источник: рисунок составлен автором)

Отличительной особенностью «цифрового отеля» от «умного отеля» заклю-

чается в том, что отсутствуют сотрудники операционных гостиничных служб,

контроль управления объектом размещения возможно в дистанционном формате через автоматизацию отеля и гость все услуги получает по принципу самообслуживания. «Умные отели» будут востребованы у поколений «Альфа» и «Бета», т. к. эти два поколения используют современные технологии как часть образа

жизни. Другими словами, можно сказать, что, по мнению автора, концепция цифрового отеля складывается из автоматизированного отеля и «умного отеля» (рис. 5).

Автором статьи были выделены ключевые этапы проектирования концепции цифрового отеля (рис. 6).

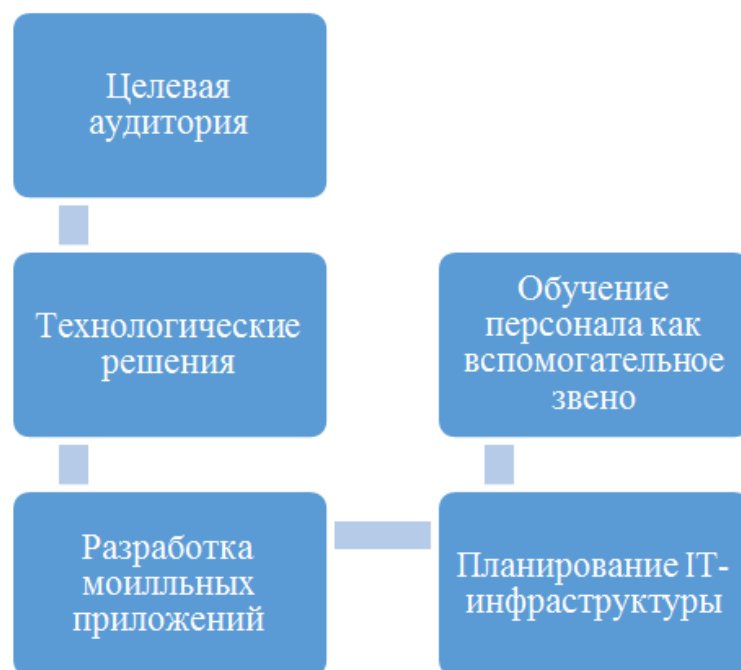


Рис. 6. Алгоритм формирования цифрового отеля (источник: рисунок составлен автором)

Важной частью проектирования цифрового отеля является архитектурная адаптация, которая предусматривает установку терминалов самообслуживания, интеграцию камер с биометрической идентификацией, наличие умных замков и сенсоров в номерах, возможность удалённого контроля над инженерными системами. Персонал выступает уже как вспомогательное звено (техническая поддержка) для решения имеющихся технических вопросов у гостей.

Цифровой отель представляет собой комплекс интегрированных технологий, каждая из которых выполняет определённую функцию в цепочке обслуживания гостя:

1. Системы онлайн-бронирования и регистрации. Гость может самостоятельно выбрать номер, оплатить проживание и получить цифровой ключ через мобильное приложение, что исключает необходимость присутствия гостя в ресепшене и сокращает время на заселение [8].

2. «Умные номера» (Smart Room). Управление освещением, температурой, шторами, телевизором и другими функциями осуществляется с помощью голосовых команд, мобильного приложения или сенсорной панели. В системе используются технологии «умного дома» и часто с возможностью индивидуальной настройки под предпочтения гостя.

3. Голосовые и чат-бот-ассистенты. Цифровые помощники отвечают на вопросы гостей, заказывают услуги, напоминают о времени выезда и даже обеспечивают развлекательный контент.

4. Бесконтактные платежные системы. Использование NFC, QR-кодов, мобильных кошельков упрощает оплату дополнительных услуг – от заказа еды до аренды оборудования [10].

5. Роботизация обслуживания. Некоторые цифровые отели уже внедрили роботов для доставки багажа, еды и уборки помещений. Это повышает эффективность и снижает издержки.

6. Автоматизация бизнес-процессов, аналитика данных и персонализация. Системы управления гостевыми профилями собирают информацию о предпочтениях гостя, истории заказов, активности в приложении, на основании чего предлагают персонализированные акции и услуги.

7. Кибербезопасность. Одним из ключевых вызовов становится защита персональных данных гостей. Используются технологии шифрования, многоуровневой авторизации, безопасного хранения данных на облачных платформах на всех этапах функционирования цифрового отеля. Функционирование цифрового отеля включает следующие логические блоки:

- Front-office (весь путь гостя от бронирования до выезда — без участия персонала).

- Back-office (автоматизированное управление номерным фондом, логистикой, закупками).

- Business Intelligence (сбор и анализ данных, оптимизация загрузки и доходности через АСУ).

- Интеграция с внешними платформами (агрегаторы, карты, социальные сети, туристические агентства).

Бизнес-процессы в цифровом отеле максимально стандартизированы и просты, что снижает зависимость от челове-

ческого фактора. Цифровой формат даёт гостиничному бизнесу целый ряд конкурентных преимуществ:

- Снижение операционных затрат (автоматизация замещает персонал).

- Повышение уровня сервиса (скорость обслуживания, предсказуемость и удобства).

- Гибкость (возможность быстро адаптировать интерфейс и услуги).

- Повышение лояльности гостей (индивидуальный подход).

- Сбор и анализ «больших данных» (оптимизация маркетинга и продаж).

- Предоставление гостиничной услуги в условиях века цифровизации.

Необходимо отметить, что цифровые отели — это новый тренд в гостиничном бизнесе, поэтому существуют определенные ограничения, которые со временем будут минимизированы и доведены до совершенства. На сегодняшний день цифровизация несёт определённые риски и недостатки:

- Высокие первоначальные инвестиции в IT-инфраструктуру и ПО.

- Уязвимость к техническим сбоям и кибератакам.

- Неготовность отдельных категорий гостей (особенно старшего возраста) к цифровому взаимодействию.

- Правовые вопросы, особенно в Российской Федерации: например, необходимость очной регистрации иностранных граждан или требований пожарной безопасности, не учитывающих цифровую специфику.

Модификация гостиничных услуг и их формы предоставления меняются в соответствии с внешними факторами и технологическими инновациями, запросами гостей и потребностями. Бизнес адаптируется и повышает уровень конкуренции, чтобы экономическая эффективность сохранялась на рентабельном уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дусенко С.В. Инновационная деятельность в экскурсионной работе // Актуальные проблемы

- развития туризма: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 24-25 марта 2021 года / Под редакцией С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой. М.: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)", 2021. С. 178-186.
2. Каспарова С.А. «Умный отель» как основа конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг в современных условиях / С.А. Каспарова, М.В. Лепницкая // Тенденции развития индустрии гостеприимства, туризма и спорта: российский и зарубежный опыт. М.: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2021. С. 250-254.
 3. Киреева Ю.А. Индустрия гостеприимства: зарубежный опыт применения инновационных технологий в области продаж и маркетинга / Ю.А. Киреева, Е.Е. Коновалова, М.С. Филатова // Сервис plus. 2023. Т. 17. № 3. С. 24-31.
 4. Коновалова Е.Е. Инновационные технологии управления развитием гостиничного бизнеса в московском регионе // Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 25 сентября 2020 года / Под ред. Е.Е. Коноваловой. Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2020. С. 70-76.
 5. Круглова А.Е. Автоматизация и управление номерами как основа конкурентоспособного гостиничного продукта / А.Е. Круглова, Д.Д. Макарова // Современные проблемы и перспективы развития туризма и сферы услуг: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Владимир, 10 ноября 2022 года / Под общей редакцией И.Ф. Жуковской. Владимир: Издательско-полиграфическая компания "Транзит-ИКС", 2022. С. 16-21.
 6. Лобченко С.А. Цифровизация туризма: формы проявления // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2021. № 1. С. 369-373.
 7. Макарова Д.Д. Искусственный интеллект и нейросети: понятия и особенности, примеры адаптации бизнеса и развитие киберсоциализации / Д. Д. Макарова // Вестник Академии права и управления. 2024. № 1(76). С. 115-121.
 8. Макарова Д.Д. Организация и осуществление бронирования и продажи гостиничных услуг. М.: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2025. 176 с.
 9. Морозов М.А. Импортзамещение и цифровизация в индустрии туризма и гостеприимства в новых реалиях / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Вестник Академии знаний. 2023. № 2(55). С. 154-160.
 10. Опарина К.А. Развитие бесконтактных услуг в бизнесе как мировой социальный тренд (на примере гостиничного бизнеса) / К.А. Опарина, К.А. Королев, К.В. Арестович // Социальные и гуманитарные науки в XXI веке. Итоги, вызовы, перспективы – 2024: Сборник научных трудов V Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 09 октября 2024 года. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2025. С. 104-111.
 11. Шумакова Е.В. Влияние новых требований к классификации отелей на конкурентоспособность гостиничного бизнеса в условиях цифровой трансформации индустрии // Финансовые рынки и банки. 2025. № 5. С. 599-603.
 12. Ладыгина Ольга. Эволюция вещей. Научно-популярный журнал «Discovery. Эксперт путешествий», №6 (180), июль, 2025. С. 70-76.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Dusenko S.V. Innovacionnaja dejatel'nost' v jekskursionnoj rabote // Aktual'nye problemy razvitiya turizma: Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Moskva, 24-25 marta 2021 goda / Pod redakciej S.V. Dusenko, N.L. Avilovoj. M.: Federal'noe gosudarstvennoe bjudzhetnoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego obrazovaniya "Rossijskij gosudarstvennyj universitet fizicheskoj kul'tury, sporta, molodjozhi i turizma (GCOLIFK)", 2021. S. 178-186.
2. Kasparova S.A. «Umnyj otel» kak osnova konkurentosposobnosti na rynke gosti-nichnyh uslug v sovremennyh uslovijah / S.A. Kasparova, M.V. Lepnickaja // Tendencii razvitiya industrii

- gostepriimstva, turizma i sporta: rossijskij i zarubezhnyj opyt. M.: Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'ju "Rusajns", 2021. S. 250-254.
3. Kireeva Ju.A. Industrija gostepriimstva: zarubezhnyj opyt primeneniya innovacionnyh tehnologij v oblasti prodazh i marketinga / Ju.A. Kireeva, E.E. Konovalova, M.S. Filatova // Servis plus. 2023. T. 17. № 3. S. 24-31.
 4. Konovalova E.E. Innovacionnye tehnologii upravlenija razvitiem gostinichnogo biznesa v moskovskom regione // Innovacionnye tehnologii upravlenija i strategii territorial'nogo razvitija turizma i sfery gostepriimstva: Materialy Mezhduna-rodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Moskva, 25 sentjabrja 2020 goda / Pod red. E.E. Konovalovoj. Moskva: Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'ju "Izdatel'stvo "KnoRus", 2020. S. 70-76.
 5. Kruglova A.E. Avtomatizacija i upravlenie nomerami kak osnova konkurentosposobnogo gostinichnogo produkta / A.E. Kruglova, D.D. Makarova // Sovremennye problemy i perspektivy razvitija turizma i sfery uslug: Sbornik statej Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Vladimir, 10 nojabrja 2022 goda / Pod obshhej redakciej I.F. Zhukovskoj. Vladimir: Izdatel'sko-poligraficheskaja kompanija "Tranzit-IKS", 2022. S. 16-21.
 6. Lobchenko S.A. Cifrovizacija turizma: formy projavlenija // Intellektual'nye resursy – regional'nomu razvitiyu. 2021. № 1. S. 369-373.
 7. Makarova D.D. Iskustvennyj intellekt i nejroseti: ponjatija i osobennosti, primery adaptacii biznesa i razvitie kibersocializacii / D. D. Makarova // Vestnik Akademii prava i upravlenija. 2024. № 1(76). S. 115-121.
 8. Makarova D.D. Organizacija i osushhestvlenie bronirovanija i prodazhi gostinichnyh uslug. M.: Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'ju "Izdatel'stvo "KnoRus", 2025. 176 s.
 9. Morozov M.A. Importozameshhenie i cifrovizacija v industrii turizma i gostepri-imstva v novyh realijah / M.A. Morozov, N.S. Morozova // Vestnik Akademii znaniy. 2023. № 2(55). S. 154-160.
 10. Oparina K.A. Razvitie beskontaktnyh uslug v biznese kak mirovoj social'nyj trend (na primere gostinichnogo biznesa) / K.A. Oparina, K.A. Korolev, K.V. Arestovich // Social'nye i gumanitarnye nauki v XXI veke. Itogi, vyzovy, perspektivy – 2024: Sbornik nauchnyh trudov V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Sankt-Peterburg, 09 oktjabrja 2024 goda. SPb.: Sankt-Peterburgskij politehnicheskij universitet Petra Velikogo, 2025. S. 104-111.
 11. Shumakova E.V. Vlijanie novyh trebovanij k klassifikacii otelej na konkurentosposobnost' gostinichnogo biznesa v uslovijah cifrovoj transformacii industrii // Finansovyje rynki i banki. 2025. № 5. S. 599-603.
 12. Ladygina Ol'ga. Jevoljucija veshhej. Nauchno-populjarnyj zhurnal «Discovery. Jekspert puteshestvij», №6 (180), ijul', 2025. S. 70-76.

Поступила в редакцию: 15.07.2025.

Принята в печать: 05.09.2025.