

УДК

Кондесюк Анна Дмитриевна студент,  
2 курс, Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
Россия, г. Санкт-Петербург

## **ОПТИМИЗАЦИЯ REVENUE MANAGEMENT В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ**

**Аннотация:** В статье рассматриваются современные стратегии и технологии Revenue Management в гостиничном бизнесе, направленных на максимизацию прибыли. Особое внимание уделено роли искусственного интеллекта в автоматизации процессов и создании персонализированных предложений. Статья подчеркивает необходимость адаптации инновационных решений для сохранения конкурентоспособности в условиях быстро меняющегося рынка.

**Ключевые слова:** Revenue Management, гостиничный бизнес, искусственный интеллект, динамическое ценообразование, оптимизация прибыли.

**Abstract:** The article discusses modern Revenue Management strategies and technologies in the hotel business aimed at maximizing profits. Special attention is paid to the role of AI in automating processes and creating personalized offers. The article highlights the need to adapt innovative solutions to remain competitive in a rapidly changing market.

**Keywords:** Revenue Management, hotel business, artificial intelligence, dynamic pricing, profit optimization.

Еще недавно управление доходом (revenue management) считалось в российской гостиничной индустрии передовым, почти эксклюзивным инструментом. Его применяли в основном крупные сетевые отели международных брендов. Однако сегодня ситуация изменилась: методики ревеню-менеджмента активно внедряют независимые отели, включая даже небольшие гостиницы с ограниченным номерным фондом. На фоне усиления конкуренции, доминирования онлайн-бронирования и

трансформации потребительских привычек, грамотное управление доходом превратилось из инновации в необходимость. Это критически важный фактор для выживания и роста на рынке. Практика отечественных отелей, которые системно работают с этими методиками, подтверждает их эффективность: они демонстрируют рост загрузки на 10 - 30%, увеличение общего оборота на 7 - 10%, а также стабильный рост ключевых метрик - средней цены номера (ADR) и дохода на доступный номер (RevPar). [2]

Revenue management (RM) - стратегический подход к управлению доходностью, направленный на ее максимизацию. RM в гостиничном бизнесе включает множество технологий, направленных на максимизацию дохода. Среди наиболее эффективных можно выделить следующие: [5]

1. Сегментация спроса. Базовой задачей является разделение общей массы клиентов на однородные группы по определенным признакам. Это позволяет формировать адресные ценовые предложения и маркетинговые коммуникации.

Реализуется данная стратегия с помощью специализированных технологий:

- **Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM):** собирают и анализируют данные о клиентах, помогая выявить закономерности и тенденции.
- **Аналитические платформы:** предоставляют инструменты для анализа больших объёмов данных и выявления сегментов с наибольшим потенциалом.
- **Машинное обучение и искусственный интеллект:** позволяют автоматически выявлять закономерности в данных и предсказывать поведение клиентов.
- **Инструменты для анализа данных о бронировании:** помогают отслеживать тенденции бронирования и выявлять сегменты, которые наиболее активно пользуются услугами отеля.

2. Прогнозирование загрузки. Точный расчет будущей заполняемости номерного фонда составляет основу для принятия решений по квотированию и ценообразованию. Для построения надежных прогнозов аналитики опираются на комплекс факторов: внутреннюю статистику отеля (исторические данные о

заездах, учет сезонных колебаний), внешние условия (календарь значимых городских событий, прогноз погоды, макроэкономические тренды), а также мониторинг ситуации у прямых конкурентов (их цены и текущий уровень загрузки).

3. Стимулирование прямых бронирований. Снижение комиссионных расходов, уплачиваемых агрегаторам (OTA), является прямой задачей увеличения прибыли. Для привлечения гостей напрямую отели используют ряд методов: создание эксклюзивных тарифов, доступных только на официальном сайте; развитие многоуровневых программ лояльности; формирование уникального торгового предложения, повышающего ценность прямого бронирования; а также применение таргетированной рекламы и ремаркетинга для повторного привлечения заинтересованных пользователей.
4. Динамическое ценообразование. Эта передовая технология представляет собой гибкую систему корректировки стоимости номеров в режиме реального времени. Цена меняется автоматически под влиянием множества переменных: текущего и прогнозируемого спроса, уровня загрузки, действий конкурентов, дня недели, времен года и других значимых факторов. Таким образом, отель всегда предлагает оптимальную цену, максимизируя доход с каждого проданного номера. [3]

С развитием цифровых технологий динамическое ценообразование вышло на новый уровень. Если раньше корректировка цен требовала ручного анализа и занимала значительное время, то сегодня системы на основе ИИ способны обрабатывать данные в режиме реального времени, учитывая не только внутренние показатели отеля, но и внешние факторы, такие как погода, события в городе или действия конкурентов. Искусственный интеллект стал незаменимым инструментом в Revenue Management, так как он не только ускоряет процессы, но и выявляет скрытые закономерности, которые человек может упустить. Согласно отчету Statista об искусственном интеллекте - по всему миру, до 2030 года мировой рынок ИИ будет расти в среднем на 15,83% в год. ИИ может быть особенно полезен для выявления закономерностей в данных. [4]



*Рис.1 Статистика роста искусственного интеллекта на международном рынке [4]*

Внедрение таких технологий уже доказало свою эффективность: отели, использующие ИИ, отмечают рост дохода на 7–15% и сокращение операционных расходов. Например:

- **Сеть отелей Marriott** использует **AI-алгоритмы** для прогнозирования спроса и оптимизации цен на номера, включая пакетные предложения. Данная система анализирует полученную информацию и предлагает скидки на спа услуги или экскурсии.
- **Отели MGM Resorts** используют **AI-системы** для автоматического управления квотами и ограничениями продаж.
- **Московский хостел «Уют»** сократил свои операционные расходы на 15% и увеличил количество прямых бронирований за счет внедрения искусственного интеллекта.
- **Использование ChatGPT-интеграции** в чат-боты для обработки запросов на бронирование и динамического ценообразования. [1]

Таким образом, динамическое ценообразование, усиленное возможностями искусственного интеллекта, представляет собой одну из самых перспективных технологий в современном Revenue Management, открывая новые горизонты для максимизации прибыли гостиничного бизнеса.

Динамическое ценообразование, подкреплённое искусственным интеллектом, позволяет отелям не только мгновенно реагировать на изменения спроса, но и создавать персонализированные предложения для разных сегментов гостей. Однако, чтобы эти преимущества принесли максимальную прибыль, важно не только корректировать цены, но и направлять клиентов на самые выгодные для отеля каналы бронирования.

Здесь на первый план выходит **стимулирование прямых бронирований через сайт отеля**. Ведь даже самые точные прогнозы ИИ и гибкие тарифы теряют часть своей эффективности, если значительная доля бронирований проходит через посредников, сокращая доход из-за высоких комиссий.

**Основой для успешного привлечения прямых бронирований становится профессионально разработанный сайт, отвечающий всем современным требованиям пользователей** - быстрая загрузка страницы сайта отеля, удобный для пользования и оптимизирован для мобильных устройств.

**Однако даже самый продуманный веб-сайт не принесёт результата без комплексного подхода к привлечению клиентов**. Привлечение трафика на свой сайт с таких платформ, как Google Ads, Yandex, SEO и социальные сети, должны быть частью стратегии по получению дохода отеля.

Современные технологии Revenue Management позволяют объединить силу динамического ценообразования с преимуществами прямых продаж. Например, отели могут использовать ИИ не только для расчёта оптимальных цен, но и для создания эксклюзивных предложений на своём сайте - таких как **специальные скидки, бесплатные услуги или бонусные программы**, которые недоступны на сторонних платформах.

Таким образом, переход от автоматизированного ценообразования к стимулированию прямых бронирований становится естественным шагом в стратегии управления доходами, позволяя отелям сохранять контроль над прибылью и укреплять прямую связь с гостями.

Revenue Management является ключевым инструментом для максимизации прибыли и повышения конкурентоспособности в гостиничном бизнесе.

Современные технологии, такие как искусственный интеллект, машинное обучение и аналитические платформы, позволяют отелям не только оптимизировать ценообразование и прогнозировать спрос, но и значительно увеличивать доходность за счёт персонализированных предложений и автоматизации процессов. В ближайшие годы технологии Revenue Management продолжают активно развиваться. Отели, которые будут своевременно адаптировать инновации и гибко реагировать на изменения рынка, смогут не только эффективно управлять доходами, но и укреплять свои позиции в условиях высокой конкуренции.

#### **Список использованных источников:**

1. Как ИИ меняет индустрию гостеприимства. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/ai/1755593-kak-ii-menyaet-industriyu-gostepriimstva> (дата обращения: 05.12.2025).
2. Ревеню-менеджмент: как максимизировать доход от продаж в отеле. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.hotel.report/management/revenyu-menedzhment-kak-maksimizirovat-dohod-ot-prodazh-v-otele> (дата обращения: 05.12.2025).
3. Revenue management и динамическое ценообразование в отеле: в чем разница. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.travelline.ru/blog/revenue-management-v-gostinitse-i-dinamicheskaya-tsena-v-chem-raznitsa/> (дата обращения: 05.12.2025)
4. Статистика искусственного интеллекта. [Электронный ресурс]. URL: <https://inclient.ru/ai-stats/> (дата обращения: 05.12.2025)
5. 12 Стратегий управления доходом. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.revfine.com/revenue-management-strategies-hotel-industry/> (дата обращения: 05.12.2025)