

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИИ-АССИСТЕНТОВ В КОНТАКТ-СЛУЖБУ ОТЕЛЯ

Силаева А. А.

Канд. экон. наук, доцент

Высшая школа бизнеса менеджмента и права

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

г. Москва, Российская Федерация

Silaeva-aa@bk.ru

Попова С. А.

Студент бакалавриата

ФГАОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана»

г. Москва, Российская Федерация

xrmonlog@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена анализу экономической эффективности внедрения ИИ-ассистентов (чат-ботов, голосовых помощников, виртуальных консьержей) в контакт-службу отеля. На основе кейсов зарубежных отелей обосновано, что зарубежные гостиничные сети демонстрируют наиболее масштабные результаты внедрения ИИ-ассистентов. На основе обзора отраслевых отчетов (McKinsey, BCG, CBRE) и кейсов международных и российских гостиничных операторов систематизированы показатели экономического эффекта: снижение стоимости обслуживания гостя в 12–30 раз, сокращение операционных расходов на 15–30 %, рост прямых бронирований на 12–20 %. Отдельно рассмотрена ситуация на российском рынке, где внутренний туризм достиг рекордных 97 млн поездок в 2025 г., а номерной фонд вырос до 156 тыс. качественных номеров, что создает повышенный спрос на автоматизацию контакт-служб. Предложена методика оценки экономической эффективности ИИ-проектов в контакт-службе отеля. Обоснована гибридная модель обслуживания как оптимальная стратегия, получающая свое развитие с учетом ряда рисков, требующих учёта при формировании экономической модели: утрата персонализации, технические барьеры, сопротивление персонала, безопасность данных. В завершении авторы отмечают, что перспективным направлением дальнейших исследований является формирование методики оценки TCO и ROI для ИИ-ассистентов, адаптированной к условиям РФ и принимающей во внимание особенности ФОТ, уровень налоговой нагрузки, нормативные ограничения 152-ФЗ и интеграцию с отечественными системами управления отелями.

Ключевые слова:

искусственный интеллект, гостиничный бизнес, чат-бот, контакт-служба, экономическая эффективность, ROI, цифровая трансформация, внутренний туризм, российский гостиничный рынок

Индустрия гостеприимства вступила в период ускоренной цифровой трансформации, ключевым драйвером которой выступает искусственный интеллект (ИИ). Глобальный рынок ИИ в туризме и гостеприимстве оценивается в 3,4–4,3 млрд долл. в 2024–2025 гг. и растёт со среднегодовым темпом 26–29 % [1]. По данным отраслевых исследований, 78 % гостиничных сетей уже используют те или иные ИИ-решения, однако лишь 7 % компаний обладают комплексной стратегией внедрения [5, 6].

Актуальность темы определяется тремя ключевыми факторами. Во-первых, кадровый дефицит: 65 % отелей Северной Америки фиксируют нехватку персонала, а средние расходы на оплату труда выросли на 22,1 % с 2019 г. [4]. Аналогичная проблема остро стоит и в России, где нехватка квалифицированного персонала в индустрии гостеприимства является одним из главных вызовов отрасли [17, 19]. Во-вторых, изменение ожиданий гостей: более 70 % путешественников требуют мгновенного ответа на запросы, а 82 % представителей поколения Z предпочитают обходиться без стойки ресепшен [5]. В-третьих, зрелость технологий: генеративные модели обеспечили качественный скачок от примитивных скрипт-ботов к ИИ-агентам, способным вести диалог на десятках языков [2].

Цель исследования – оценить экономическую эффективность внедрения ИИ-ассистентов в контакт-службу отеля на основе анализа мирового и российского опыта, отраслевых данных и методик расчёта ROI. Задачи включают: систематизацию мировых и российских рыночных трендов; анализ кейсов зарубежных и отечественных гостиничных сетей; обоснование методики оценки экономического эффекта; идентификацию рисков и ограничений с учётом российской специфики.

По данным Grand View Research, рынок ИИ в туризме достиг 3,37 млрд долл. в 2024 г. и прогнозируется на уровне 13,87 млрд долл. к 2030 г. (CAGR 26,7 %) [1]. Рынок конверсационного ИИ для отелей оценивается в 1,72 млрд долл. Согласно совместному отчёту McKinsey и Skift (2025 г.), доля тревел-компаний, упоминающих ИИ в годовых отчётах, выросла с 4 % в 2022 г. до 35 % в 2024 г., а доля венчурного финансирования ИИ-стартапов в тревел-индустрии – с 10 % до 45 % к середине 2025 г. [2].

Исследование h2c (2025 г.) показало, что 78 % гостиничных сетей развернули ИИ-системы, а 89 % планируют расширение в ближайшие 12–24 месяца [5]. При этом 83 % руководителей увеличили бюджет на ИИ в 2024 г. В сегменте люкс 77 % объектов наращивают ИТ-бюджеты под ИИ-проекты, а две трети выделяют более 10 % бюджета на искусственный интеллект [6]. Однако, по оценке BCG (2026 г.), менее 10 % компаний гостеприимства генерируют существенную экономическую ценность от ИИ [3].

Российский гостиничный рынок обладает рядом особенностей, формирующих уникальный контекст для внедрения ИИ-ассистентов в контакт-службу отелей.

Внутренний туризм в России демонстрирует устойчивый рост: по оценке РСТ, в 2025 г. количество турпоездок по стране достигло 97 млн, прирост составил около 6 % к предыдущему году [20]. За январь–ноябрь 2025 г. в российских отелях остановилось 82,9 млн человек (+4,5 % к аналогичному периоду предыдущего года). Совокупный номерной фонд качественных средств размещения достиг 156 тыс. номеров на август 2025 г., при этом за первые 8 месяцев года было открыто 5900 качественных номеров – на 31 % больше, чем за аналогичный период 2024 г. [17]. Число гостиниц в стране увеличилось на 5,2 %, достигнув 40,3 тыс. объектов. Государственная поддержка через нацпроект «Туризм и гостеприимство» (бюджет: 43,9 млрд руб. в 2025 г., 70,8 млрд

руб. в 2026 г.) и программу льготного кредитования (367 строящихся гостиниц на 78 тыс. номеров) создаёт основу для дальнейшего роста [17, 20].

Нехватка квалифицированного персонала остаётся одной из ключевых проблем российской индустрии гостеприимства [19]. В условиях конкуренции за кадры отели всё активнее прибегают к аутсорсингу и цифровым решениям. Именно кадровый голод становится одним из основных стимулов для внедрения ИИ-ассистентов: чат-бот способен обрабатывать типовые запросы гостей круглосуточно, снижая зависимость от найма и текучести линейного персонала.

По данным FinExpertiza, в 2024 г. лишь 2,3 % предприятий ресторанно-гостиничной сферы в России использовали ИИ-технологии, при средних расходах 2,8 млн руб. на организацию [13]. При этом 73 % российских отелей уже применяют цифровые решения (PMS, онлайн-бронирование, CRM), а рынок HotelTech прогнозируется на уровне 9,9 млрд руб. в 2025 г. с ростом 22 % [14]. В Москве доля отелей с хотя бы одним ИИ-решением составляет около 45 % [15]. Цифровизация потребительского поведения также стимулирует внедрение: доля безналичных платежей туристов в 2025 г. составила 68,6 %, что свидетельствует о готовности гостей к цифровому взаимодействию.

На рынке появляется всё больше отечественных платформ. Нейроконсультант «Ника 3.0» (Libra Hospitality / ItechNet) был продемонстрирован на Hotel Business Forum 2025, показав способность работать в связке с PMS Logus HMS и системой онлайн-бронирования в режиме реального времени [16]. Платформа Hotbot обеспечивает автоматизацию продаж дополнительных услуг (рум-сервис, СПА, трансфер) и фиксирует рост продаж допуслуг в несколько раз у подключённых отелей [18]. Среди других решений – Lubava AI (резидент «Сколково», аккредитован Минцифры, соответствует Ф3-152), AI Studio, TWIN, Intellectdialog. Средняя стоимость внедрения базового ИИ-бота в российском отеле – от 500 тыс. руб., а экономия на ФОТ может достигать 1 млн руб. в месяц для среднего объекта [15].

Сеть «Азимут» внедрила мультязычного NLP-бота, интегрированного с системой бронирования. Конверсия бронирований через чат-бот составила 23 % (на 7 п.п. выше, чем у операторов), экономия на ФОТ – порядка 1,2 млн руб. в месяц [15].

Крупный московский отель, использующий платформу Hotbot, обработал через бота более 30 000 диалогов за год, из которых лишь около 10 % потребовали участия человека [18]. Московские апартаменты Axis используют бесконтактное заселение как одно из основных конкурентных преимуществ, экономя время гостя и разгружая ресепшен. Владельцы жилья на платформах Avito и ЦИАН всё чаще используют ИИ-решения для автоматизации коммуникаций и управления бронированиями.

ИИ-решения для российских отелей должны соответствовать Ф3-152 «О персональных данных» (хранение данных на территории РФ). С 1 марта 2026 г. вступают в силу обновлённые Правила предоставления гостиничных услуг, что дополнительно стимулирует



Нейроконсультант Ника, фото @nknika.ru

автоматизацию процессов регистрации и обслуживания. В 2026 г. Минцифры разработало проект закона о государственном регулировании ИИ в России, что создаёт правовую основу для масштабирования таких решений. Нулевая ставка НДС на услуги временного проживания продлена до 31 декабря 2030 г., что высвобождает ресурсы для инвестиций в технологии.

Кейсы зарубежных отелей: экономический эффект

Зарубежные гостиничные сети демонстрируют наиболее масштабные результаты внедрения ИИ-ассистентов. Систематизация ключевых кейсов представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Экономический эффект от внедрения ИИ-ассистентов в контакт-службы зарубежных отелей

Отель / сеть	Решение	Ключевые результаты
Cosmopolitan (Лас-Вегас)	SMS-бот Rose	Расходы гостей +30 %, прямые бронирования +37 %, выручка +66 %, 80 % запросов автоматизировано
Edwardian Hotels London	ИИ-консьерж Edward (NLP + PMS)	69 % запросов обработано ботом, экономия 84 рабочих дня/год, рум-сервис +10–50 %
Hilton Worldwide	41 ИИ-направление	10 млн+ диалогов, время ожидания –30 %, экономия ~1 млн долл./год, апселл +15 %
Wyndham Hotels	Голосовой ИИ Connect Plus	Инвестиции 425+ млн долл., 5000+ объектов, рост конверсии бронирований
GrandStay Hotels	ИИ-чатбот (100+ объектов)	Время обработки –28 %, отказы –55 %, 72 % решено ботом, экономия 2,1 млн долл./год

Отель The Cosmopolitan в Лас-Вегасе запустил SMS-бота Rose, благодаря чему расходы гостей, которые взаимодействовали с ботом, увеличились на 30 %, уровень удовлетворённости достиг 8,8 из 10 баллов (по сравнению с 7,0 у других гостей), а доходы от прямых бронирований выросли на 66 %. Бот Rose обработал 80 % запросов без участия оператора [8].

Edwardian Hotels London (Radisson Blu) внедрила консьержа Edward AI, который интегрирован с системой Oracle Opera PMS. Edward справился с 69 % запросов гостей, сэкономив 84 рабочих дня в год. Средний чек за услуги в номерах через бота оказался на 10–50 % выше, чем при заказе по телефону. Система обслужила более 400 000 гостей на 66 языках [9].

Hilton Worldwide применила искусственный интеллект в 41 направлении. Чат-бот провёл более 10 миллионов диалогов, сократив время ожидания на 30 % и время решения запросов на 25 %. Годовая экономия составила около 1 миллиона долларов [7]. В качестве примера исключения можно привести Four Seasons, которые в сегменте luxury сознательно выбрали модель чата с реальными сотрудниками (время ответа менее 90 секунд), подчёркивая тем самым значимость человеческого сервиса для ультра-премиального сегмента [5].

Методика оценки экономической эффективности

Трудовые затраты составляют 30–45 % выручки отеля и 42–50 % операционных расходов [4]. Средняя стойка ресепшен обрабатывает 150–300 гостевых взаимодействий в день, из которых 65–70 % являются информационными. Стоимость взаимодействия через оператора – 5–15 долл. за диалог, через ИИ-ассистент – 0,50–0,70 долл. (в 12–30 раз дешевле) [6, 15].

Для оценки экономической эффективности ИИ-ассистентов рекомендуется комплекс финансовых метрик (таблица 2).

Таблица 2 – Финансовые метрики оценки эффективности ИИ-проектов в контакт-службе отеля

Параметр	Формула	Особенности ИИ
ROI	$ROI = (\Delta \text{Выручка} + \Delta \text{Экономия} - \text{TCO}) / \text{TCO} \times 100 \%$	Нарастает по мере обучения модели на данных
TCO	Лицензия + интеграция + обучение + поддержка + скрытые расходы (20–30 %)	Скрытые: управление изменениями, подготовка данных, комплаенс (ФЗ-152)
NPV	$NPV = \sum [CF_t / (1+r)^t] - I_0$, горизонт 3–5 лет	Учитывает временную стоимость денег и нарастающий эффект
Срок окупаемости	Период до выхода кумулятивного денежного потока в положительную зону	Для отельных чат-ботов: 6–18 мес. (в РФ – от 3–6 месяцев)

Фреймворк Иванова и Вебстера (2025 г.) предлагает модель оценки экономики RAISA (Robots, AI and Service Automation) в гостиничной индустрии: анализ автоматизируемости задач → влияние на процессы → влияние на персонал → влияние на KPI. Ключевой вывод: ИИ экономически целесообразен, когда стоимость технологии ниже суммы замещённых трудовых затрат и дополнительно генерируемой выручки [11].

Для гостиничной контакт-службы авторами предлагается четырёхмерная модель оценки:

- 1) операционная эффективность – сокращение времени ответа, доля автоматизированных запросов, высвобождение FTE;
- 2) генерация выручки – рост прямых бронирований, конверсия апселла;
- 3) снижение рисков – сокращение ошибок, комплаенс;
- 4) бизнес-гибкость – масштабируемость, мультиязычность, круглосуточная доступность.

Риски и ограничения внедрения. Несмотря на впечатляющие экономические показатели, внедрение ИИ в контакт-службу отеля сопряжено с рядом рисков, требующих учёта при формировании экономической модели.

Утрата персонализации. По данным опросов, 79 % американских потребителей предпочитают взаимодействие с человеком, а 84 % считают живых агентов точнее ИИ. Однако 70 % гостей находят чат-ботов полезными для простых запросов. Исследование Университета Южной Флориды (Nanu et al., 2026 г.) установило, что сотрудники отелей относятся к ИИ с большим энтузиазмом, чем сами гости [12]. Для России этот риск особенно актуален: отраслевые эксперты отмечают консервативность отельного бизнеса и подчёркивают, что технологии пока находят применение преимущественно в продажах и клиентских сервисах [19].

Технические барьеры. 59 % отельеров отмечают недостаток технических знаний как основное препятствие, а 56 % считают, что точность работы ИИ нуждается в серьёзном улучшении [5]. В России дополнительным аспектом является необходимость интеграции с национальными системами PMS (Logus HMS, IC, Contour.Hotel, TravelLine), что может повлечь за собой дополнительные расходы на адаптацию. Риск «галлюцинаций» ИИ подтверждён на примере компании Air Canada (2024).

Соппротивление персонала – типичная проблема управления изменениями. Рекомендуемый подход – позиционирование ИИ как инструмента, который освобождает персонал от рутины для более значимого взаимодействия с гостями [14, 16].

Безопасность данных требует соблюдения GDPR (ЕС) и ФЗ-152 (Россия). Для российских отелей это означает обязательное хранение персональных данных гостей на территории РФ и использование

сертифицированных решений. Высокая доля неудач в проектах с ИИ (до 80 %, по некоторым оценкам) подчёркивает необходимость поэтапного внедрения и постоянной оптимизации [3].

Заключение

Проведённый анализ позволяет сделать вывод, что ИИ-ассистенты в контакт-службе отеля являются экономически эффективным инструментом с подтверждённой рентабельностью инвестиций (ROI): стоимость взаимодействия с ИИ в 12–30 раз ниже, чем обработка запроса оператором, срок окупаемости составляет 6–18 месяцев, а общий эффект включает прямую экономию средств и рост доходов за счёт увеличения прямых бронирований и дополнительных продаж.

В отрасли считают гибридную модель наиболее эффективной стратегией: ИИ справляется с 70–80 % стандартных запросов, а люди занимаются 20–30 % сложных, эмоциональных и нетипичных ситуаций.

Для российского рынка экономический эффект особенно велик. Рост внутреннего туризма до 97 млн поездок в 2025 г., увеличение номерного фонда до 156 тыс. качественных номеров и масштабный нацпроект «Туризм и гостеприимство» создают предпосылки для резкого увеличения нагрузки на контакт-службы. В условиях кадрового дефицита и роста ФОТ внедрение ИИ-ассистентов – не прихоть, а экономическая необходимость. При стоимости базового ИИ-бота от 500 тыс. руб. и возможной ежемесячной экономии до 1–1,2 млн руб. срок окупаемости может составлять менее полугода.

Появление отечественных ИИ-платформ (Ника 3.0, Hotbot, Lubava AI и др.), соответствующих требованиям ФЗ-152, снимает барьер импортозависимости. К 2026 г. ИИ в российском гостиничном бизнесе перестанет быть экспериментом и превращается в необходимый инструмент конкурентной борьбы [16].

Дальнейшие исследования целесообразно направить на разработку адаптированной для российского рынка методики оценки ТСО и ROI ИИ-ассистентов, учитывающей специфику ФОТ, налоговую нагрузку, требования ФЗ-152 и интеграцию с отечественными PMS, а также на эмпирическую верификацию экономического эффекта на выборке российских отелей различных категорий.

Список источников

1. Grand View Research. AI in Tourism Market Size & Share | Industry Report, 2030 [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/artificial-intelligence-ai-tourism-market-report> (дата обращения: 05.04.2026).
2. McKinsey & Company. Remapping Travel with Agentic AI [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel/our-insights/remapping-travel-with-agentic-ai> (дата обращения: 10.04.2026).
3. Boston Consulting Group. AI-First Hotels: Faster to Build, Leaner to Operate, and Richer in Customer Experience [Электронный ресурс]. – 2026. – URL: <https://www.bcg.com/publications/2026/ai-first-hotels-leaner-faster-smarter> (дата обращения: 11.04.2026).
4. CBRE. All Eyes on Operating Costs in 2025: Lessons Learned in 2024 [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://www.cbre.com/insights/articles/all-eyes-on-operating-costs-in-2025-lessons-learned-in-2024> (дата обращения: 10.04.2026).
5. Hospitality Upgrade. AI in Hospitality: The 2025 Reality and the 2026 Horizon [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://www.hospitalityupgrade.com/magazine-articles/ai-in-hospitality-the-2025-reality-and-the-2026-horizon> (дата обращения: 10.04.2026).
6. Hotel Tech Report. AI in Hospitality Statistics [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://hoteltechreport.com/news/ai-in-hospitality-statistics> (дата обращения: 03.04.2026).
7. Skift. Hilton's 41 AI Experiments and New Fee Cuts for Hotel Owners [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://skift.com/2025/10/22/hiltons-41-ai-experiments-and-new-fee-cuts-for-hotel-owners/> (дата обращения: 23.03.2026).

8. Hospitality Technology. The Cosmopolitan of Las Vegas Updates Rose, Its SMS Chatbot [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://hospitalitytech.com/cosmopolitan-las-vegas-updates-rose-its-sms-chatbot> (дата обращения: 10.04.2026).
9. Hospitality Technology. 2020 Customer Facing Innovator: Edwardian Hotels London [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://hospitalitytech.com/2020-customer-facing-innovator-edwardian-hotels-london> (дата обращения: 10.04.2026).
10. PhocusWire. Wyndham Working across AI Platforms to Drive Direct Bookings [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://www.phocuswire.com/wyndham-ai-initiatives> (дата обращения: 10.04.2026).
11. Ivanov, S. The Economics of Service Robots in Hospitality Companies / S. Ivanov, F. Seyitoğlu, C. Webster // Journal of Hospitality and Tourism Technology. – 2025. – DOI: 10.1177/13548166251362622.
12. Nanu, L. Hotel Guests Embrace AI Convenience – But Still Want a Human Touch / L. Nanu et al. // International Journal of Hospitality Management. – 2026.
13. CNews. Технологии искусственного интеллекта используют 6 % организаций в России [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: https://www.cnews.ru/news/line/2025-12-23_tehnologii_iskusstvennogo (дата обращения: 12.04.2026).
14. Sber.pro. Умные отели в России: тренды цифрового гостеприимства в 2025 году [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://sber.pro/publication/umnoe-gostepriimstvo-kak-razvivayutsya-tsifrovie-oteli-v-rossii/> (дата обращения: 22.03.2026).
15. НИКТА. ИИ в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://nikta.ai/ii-v-gostinichnom-biznese-2/> (дата обращения: 10.04.2026).
16. Libra Hospitality. Искусственный интеллект в гостиничном бизнесе России: тренды 2026 года и кейс нейроконсультанта Ника 3.0 [Электронный ресурс]. – 2026. – URL: <https://www.librahospitality.com/company/news/iskusstvennyu-intellekt-v-gostinichnom-biznese-rossii-trendy-2026-goda-i-keys-neyrokonsultanta-nika/> (дата обращения: 10.04.2026).
17. Sber.pro. Барометр отрасли: внутренний туризм и индустрия гостеприимства [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://sber.pro/publication/barometr-otrasli-vnutrennij-turizm-i-industriya-gostepriimstva/> (дата обращения: 10.04.2026).
18. Hotbot. Как поддерживать стандарты сервиса и выручку в условиях кадрового дефицита [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://hotbot.ai/blog/control/tpost/dphtbk00u1-kak-podderzhivat-standarti-servisa-i-vir> (дата обращения: 12.04.2026).
19. Hospitality Guide. Что ждет отельный бизнес в 2026 году? [Электронный ресурс]. – 2026. – URL: <https://hospitalityguide.ru/articles/trends/chto-zhdet-otelnyj-biznes-v-2026-godu/> (дата обращения: 03.04.2026).
20. Турпром. Туристический бум в России: итоги 2025 года [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://www.tourprom.ru/news/81161/> (дата обращения: 10.04.2026)