

Вестник Башкирского института социальных технологий). 2024. № 1(62). С. 17–24  
*Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2024;1(62):17–24

Научная статья  
УДК 379.832(470)  
doi: 10.47598/2078-9025-2024-1-62-17-24

## ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС: ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Ольга Валентиновна Лесникова<sup>1✉</sup>, Маргарита Игоревна Кануникова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

<sup>1</sup>lesnikovamslu@gmail.com✉

<sup>2</sup>m.kameneva72@mail.ru

**Аннотация.** Культурные и досуговые мероприятия играют ключевую роль в организации отдыха и рекреации в рамках гостиничного бизнеса. Однако это сфера еще не достаточно глубоко изучена. Следовательно, исследование этого направления имеет большие перспективы и актуальность для дальнейшего прогресса в сфере гостеприимства. Современная индустрия развлечений стала неотъемлемой частью гостиничной деятельности. Текущий тренд отелей — удовлетворение увеличивающихся потребностей клиентов — подразумевает предложение широкого спектра досуговых форм. Культурные и досуговые мероприятия способствуют развитию эстетического и эмоционального восприятия личности. Организация досуговых мероприятий также является источником дополнительного дохода, и чем больше разнообразие предлагаемых мероприятий, тем выше репутация отеля и больше прибыль компании. Целью данного исследования является оценка потенциала и значимости разработки и проведения культурно-досуговых мероприятий, а также создание на основе этого программы организации отдыха для гостей.

**Ключевые слова:** отельный бизнес, сфера услуг в области гостеприимства, культурно-развлекательные мероприятия, уровень удовлетворенности клиентов, стандарты качества отельных услуг, планы по организации, конкурентная способность, эффективность управления отелем

**Для цитирования:** Лесникова О. В., Кануникова М. И. Гостиничный бизнес: формы и методы управления досуговой деятельностью на современном этапе // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2024. № 1 (62). С. 17–24. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2024-1-62-17-24>.

Research article

## HOTEL BUSINESS: FORMS AND METHODS OF MANAGING LEISURE ACTIVITIES AT THE PRESENT STAGE

Olga V. Lesnikova<sup>1✉</sup>, Margarita I. Kanunikova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

<sup>1</sup>lesnikovamslu@gmail.com✉

<sup>2</sup>m.kameneva72@mail.ru

**Abstract.** Cultural and leisure activities play a key role in the organization of leisure and recreation within the hotel business. However this area has not yet been sufficiently studied. Therefore, research in this area has great promise and relevance for further progress in the field of hospitality. The modern entertainment industry has become an integral part of hotel activities. The current trend of hotels — meeting the increasing needs of customers — involves offering a wide range of leisure forms. Cultural and leisure activities contribute to the development of aesthetic and emotional perception of the individual. Organizing leisure activities is also a source of additional income, and the greater the variety of activities offered, the higher the hotel's reputation and the greater the company's profits. The purpose of this study is to assess the

potential and significance of the development and implementation of cultural and leisure events, as well as to create, on the basis of this, a recreation program for guests.

**Keywords:** hotel business, hospitality service sector, cultural and entertainment events, level of customer satisfaction, quality standards of hotel services, organization plans, competitive ability, hotel management efficiency

**For citation:** Lesnikova O. V., Kanunikova M. I. Hotel business: forms and methods of managing leisure activities at the present stage. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2024;1(62):17–24. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2024-1-62-17-24>.

Развлекательная сфера сегодня играет ключевую роль в отельном бизнесе. В своем стремлении удовлетворить растущие потребности своих гостей современные отели предлагают широкий спектр досуговых активностей: от восстановления старых и забытых форм проведения времени, вызывающих ностальгию у опытных клиентов и интерес у молодого поколения, до создания совершенно новых.

Культурно-развлекательная деятельность является одним из наиболее важных элементов работы отеля. Предоставляя человеку возможность участвовать в культурных и развлекательных мероприятиях, отель не только обеспечивает гостям удовольствие (что улучшает настроение клиента, снимает стресс), но и способствует переоценке ценностей, помогая человеку «отдохнуть душой» и расти духовно. Культурно-развлекательная деятельность способствует развитию эстетической и эмоциональной сферы личности, приглашая человека взаимодействовать с культурой и социальным творчеством.

Экскурсии и концерты, фестивали и дискуссии, дебаты и тематические встречи, совместные просмотры фильмов и их обсуждение, выставки, разнообразные лекции, семинары, туристические маршруты и многое другое — все это мероприятия, предлагаемые отелями для организации культурного отдыха своих гостей.

Активности отдыха и развлечений играют ключевую роль в организации досуга и отдыха в гостиничной сфере, но на данный момент они все еще требуют дальнейшего развития и исследования. Именно поэтому изучение этой области обладает большим потенциалом и актуальностью для прогресса индустрии гостеприимства.

Современные туристы при выборе отеля учитывают не только уровень комфорта и качество питания, но и наличие здоровьесбере-

гающих и культурно-развлекательных мероприятий.

Диапазон услуг, предлагаемых большинством гостиничных предприятий, обычно схож с тем, что предлагают их конкуренты. В связи с этим все больше предприятий гостиничного бизнеса вводят в свою деятельность многообразные образовательные и развлекательные услуги, способные сделать отдых клиентов активным, полезным для здоровья и захватывающим. Владельцам гостиничных предприятий выгодно привлекать гостей с помощью новых, нестандартных предложений отдыха и развлечений. Желательно, чтобы эти предложения отличались от тех, что предлагают конкуренты, в таком случае гостиница сможет рассчитывать на лояльность клиентов и увеличение загрузки отеля.

Организация досуговых мероприятий является источником дополнительной прибыли, поэтому, чем больше разнообразие предлагаемых мероприятий, тем выше репутация гостиницы и больше доход от ее деятельности.

Ориентируясь на современные представления, термин «досуговая деятельность» («досуг») следует рассматривать как родовое понятие, а «культурно-досуговая деятельность» — как видовое по отношению к нему. Взаимосвязь выражается в идентичности признаков этих понятий: данная деятельность не является необходимостью, а оказывается результатом свободного выбора людьми рода занятий.

В зависимости от конкретной цели отдыха и желаемых результатов от досуговой деятельности меняются и формы этой деятельности. Деятельно использовать свое свободное время возможно благодаря организации досуга. Он основывается на индивидуальном и свободном выборе каждого человека.

Весь фонд времени человека, загруженного производственной и учебной деятельно-

стью, делится на две части: рабочее (учебное) и внерабочее (внеучебное) время.

При этом внерабочее время включает в себя: вспомогательное время, связанное с затратами времени на дорогу, подготовку домашних заданий и др.; бытовое время, отведенное на походы в магазины, готовку, уборку дома, воспитание детей и т. д.; время, которое тратится на физиологические нужды: сон и питание, зарядку и прогулки, уход за собой и другое; свободное время человека, добровольный выбор досугового времяпрепровождения в зависимости от своих способностей, финансового состояния, физических возможностей, духовных ценностей [1].

В эпоху, предшествующую XX веку, термин «досуг» интерпретировался как «самореализация», как способность человека занять свое свободное от работы время, продемонстрировав себе и окружающим свои потенциал и способности.

Толкование термина «ДОсуг» эволюционировало следующим образом: «то, что находится в ДОступной близости» или, как выражается в пословице, «уму неДОступно»; «то, что было ДОстигнуто»; «искусство, навык, ДОстижение».

С древних времен досуг считался способом удовлетворения эстетических и духовных потребностей. Наряду с первостепенными видами деятельности оказываются важными и другие образования, надстраивающиеся над базисными. В свою очередь в ходе истории эти виды деятельности перерастают в основные. Так истории известен переход ценностей культуры от средневековья к новому времени, когда интеллектуальная и художественная деятельность ранее не являлись таковыми.

Для каждого человека досуг является важной и неотделимой частью жизненного пути. Досуг направлен на реализацию интересов личности, общение, оздоровление, получение удовольствия и т. д. При том, что досуговая деятельность предполагает свободный выбор, она не является синонимом понятия «свобода». Досуг свободен от определенного типа обязанностей, но находится в подчинении законам физической и социальной необходимости. Его основное назначение в культурно-образовательном развитии, в нем скрыт глубокий социаль-

ный и даже педагогический смысл. Досуговая деятельность способствует освоению социально-культурного наследия, раскрытию физического и духовно-нравственного потенциала человека [2].

Для людей, живущих в России, досуг никогда не считался праздным времяпрепровождением. Его старались наполнить, словно физическое пространство, таким содержанием, которое способствовало бы решению важных проблем и освоению самых разных социально-культурных тем. Понимание функций и типов культур, в которых действуют формы досуга, помогает понять смысл досуга и его роль в жизни людей.

Проблема совершенствования человека стала неким толчком в развитии и дальнейшем движении современного мира. Для данного периода характерно рассматривать существенные силы и всестороннее развитие личности как идеальное закономерное развитие общества.

Труд — неотъемлемое состояние человека, расцвет его творческого начала. Желание материального самовыражения провоцирует людей энергично выстраивать трудовую жизнь и досуговую деятельность. Основу досуговой деятельности составляют связи и взаимодействия различных факторов: социальных, экономических, политических и культурных.

Через процесс самостоятельного решения задач и проблем в рамках рабочей и досуговой деятельности формируется новый тип индивидуума. Такие люди отличаются активностью, увлеченностью своим делом и способностью совмещать интеллектуальный и физический труд. Творческий подход к работе стимулирует самообразование и стремление к познанию, что в свою очередь оказывает положительное влияние на общество. В процессе активного исследования социальных и производственных взаимосвязей, индивидуум развивает свою культурно-досуговую активность. Эта активность тесно связана с потребностями человека в политическом, этическом и культурном развитии в контексте труда и досуга.

При познании людьми окружающего мира, росте техногенных процессов содержание культурно-досуговой деятельности и виды

занятий не стоят на месте, а динамично изменяются сквозь поколения. Эти изменения зависят от типа культуры определенного человеческого сообщества, от менталитета и образа жизни конкретных народов.

Рекреационная функция считается одной из основных функций культурного досуга. С ее помощью люди снимают психологическое напряжение и отдыхают. Культурно-досуговая деятельность помогает взбодриться, прийти в себя, обрести новые силы.

Функция наслаждения и удовольствия или гедонистическая функция тесно связана с рекреационной. Досуговые занятия должны быть не только полезными, но и приятными. В противном случае, они не будут заманчивы и привлекательны для личности, а как итог — потеряют процент своей полезности для нее.

Человек, ориентируясь на культурные нормы и являясь частью общественной жизни, стремится и в большинстве случаев становится ближе к высшим образцам поведения. Культурно-досуговая деятельность при этом выполняет роль регулирующей инстанции, она участвует в формировании общественных отношений. Приводя свое поведение в соответствие с нормами, ориентируясь на эталонные формы, образцы, человек таким образом реализуется и творчески.

Культурно-досуговая деятельность выполняет важную роль в разрядке эмоционального напряжения, в преодолении расстройств и стресса. Она предоставляет условия и является, можно сказать, гарантом для качественного и плодотворного досуга, для отвлечения (не бегства) от болезненных вопросов и жизненных неурядиц, для развлечения и расслабления людей. Эти роли культурно-досуговой деятельности взаимосвязаны и перетекают друг в друга. Большинство форм исследуемой деятельности реализуют параллельно не одну функцию. К примеру, художественный фильм несет и познавательную и нормативную функцию.

Культурно-досуговая деятельность выражается в разнообразных формах. Исследователи группируют эти формы по разным принципам.

Предметом культурно-досуговой деятельности является рассмотрение всевозможных содержательных систем общественного разума,

отражающего жизнь общества в целом, ее материальные и духовные стороны. Культурно-досуговая деятельность помогает человеку самоутвердиться, прочувствовать свое существование в прошлом, будущем, а также здесь и сейчас [3].

Понимание психологии индивида, коллектива или большого собрания людей позволяет нам глубже проникнуть в сущность культурно-досуговой деятельности и обоснованно выбирать формы и методы представления информации.

Центром внимания исследования становятся содержание, факторы, возможности и механизмы интеллектуального и эмоционального воздействия на индивидуума или большую группу людей, стабильную и переменчивую аудиторию, разнообразные социальные слои.

Участниками культурно-досуговой деятельности являются многочисленные организации и компании, социальные коллективы, специально подготовленные лица, которые организуют удовлетворение культурных потребностей индивидуума или общества в области отдыха, изучают и накапливают культурный опыт, способствуют приобретению новых знаний.

В современной теоретической номенклатуре культурно-досуговая деятельность представляет собой многогранный процесс, имеющий собственные функции, средства, цели и результаты. Ученые видят в ней сложную систему, состоящую из разнообразных взаимосвязанных типов и форм деятельности. Исторические этапы развития определяют различные виды культурно-досуговой деятельности, которые приобретают важное значение как для общества в целом, так и для каждого индивидуума.

История взаимоотношений индустрии гостеприимства и рекреации насчитывает не один век, начиная от древности и до настоящего времени. Однако ускоренное техническое развитие и урбанизация наложили свой негативный отпечаток на современные представления о культурно-досуговой деятельности в гостиничных предприятиях.

Индустриализация повлекла за собой загрязнение окружающей среды и всестороннее промышленное окружение, создала дефицит временного ресурса и физических сил на за-

нятие творчеством или хобби. Повседневная жизнь людей превратилась в монотонный труд, наполнилась психической утомляемостью.

Следствием урбанизации стали увеличение плотности населения и повышенные жизненные нагрузки. Как итог — случайные и поверхностные контакты между людьми, а также усталость от городской среды [4].

Реакция общества на вышеуказанные неблагоприятные последствия проявилась в желании уменьшить физическое и психологическое напряжение, приблизиться к ценностям духовной культуры, отдалиться от городской суеты и слиться с природой, изучить новые сферы жизни и новых людей, увеличить времяпровождение с родными и близкими, отдыхая и развлекаясь. В результате образовался значительный спрос на различные виды туристских услуг. Людей стали интересовать лечебно-восстановительные процедуры, спортивно-развлекательные услуги, экскурсионные туры, экологические маршруты и т. д. [5].

Как видим, трансформация уклада жизни и формы трудовой активности современного человека обусловили изменение потребностей в отдыхе и привели к изменению наполнения туристского предложения. Предприятия индустрии гостеприимства теперь не только про размещение и питание клиентов. В современных реалиях они являются средством отвлечения от жизненных проблем, избавления от усталости, с которыми отдыхающий сталкивается в повседневной жизни.

Сегодня предприятия рынка гостиничных услуг стараются поднять уровень обслуживания именно за счет организации культурно-досуговой деятельности.

Культурно-досуговая деятельность гостиничного предприятия основывается на интересах потребителя, изучение которых проводится с помощью личных контактов персонала с клиентами, проведения анкетирования, анализа предшествующего опыта обслуживания клиентов, опыта обслуживания в других отелях.

Однако в получении подобной информации есть сложности, поскольку туристы находятся на отдыхе короткий срок. В связи с этим предлагаем:

1. На каждой ступени обслуживания клиента (при бронировании, заселении и др.) полу-

чать сведения о нем (возраст, национальность, любимые виды активности и т. д.).

2. Грамотно составлять культурно-досуговые программы, ориентируясь на классификацию клиентов.

3. Иметь в ассортименте разнообразные развлечения, которые подойдут на вкус целевой аудитории.

Культурно-досуговая деятельность гостиничного предприятия включает разнообразные формы ее организации, такие как: детские развлечения; анимационная деятельность; экскурсионная деятельность; спортивно-массовая деятельность; концертная деятельность; фестивали, конкурсы; вечера отдыха и развлечений (дискотеки и караоке); водные развлечения; показ фильмов.

Рассмотрим каждую из них более подробно.

Сфера детских развлечений направлена на детскую целевую аудиторию. Одной из главных задач данного образовательного процесса является воспитание у детей нравственных и эстетических ценностей, развитие интереса к обычаям и традициям.

Сегментирование рынка гостиничных услуг показало, что семейный отдых — одно из самых востребованных направлений. А это значит, что и сфера детских развлечений будет занимать приоритетное место. Услуги семейного отдыха с детьми динамично продвигаются, невзирая на его специфику и сезонный спрос [6].

Отдел маркетинга гостиничных предприятий составляет специальные предложения и запускает акции, желая привлечь семейные пары с детьми. В стоимость таких программ помимо питания и проживания входят услуги отдыха и развлечений.

Высокий уровень обслуживания и безопасные условия отдыха и развития — это то, что в первую очередь волнует родителей, которые отправляются в семейное путешествие с ребенком. Учитывая особенности семейной целевой аудитории, следует уделять ей особое внимание. Зачастую именно родители оставляют отзывы и комментарии по деятельности предприятий, тем самым формируя рейтинг отелей. Семейные путешественники отдадут предпочтение такому отдыху ребенка, где он сможет творчески и физически развиваться.

Из категории «активных программ» популярны мастер-классы, где можно дать полет фантазии и создать поделку своими руками, оставив на память свое творчество. Выплеснуть комок энергии, подтянуть здоровье ребенка можно в подвижных и спортивно-оздоровительных играх. Среди «познавательных программ» пользуется спросом изучение языков и культурных ценностей. Из «дополнительных программ» можно выделить экскурсии, детские комнаты и парки развлечений.

Однако в погоне за уникальными программами не стоит забывать, какие факторы берут во внимание родители, выбирая гостиничное предприятие для семейного отдыха.

Для гостиничной и туристической индустрии организация и проведение анимации довольно непростой вид деятельности. Анимационные программы бывают спортивного, театрального, танцевального назначения, поэтому при разработке следует рассматривать специфику каждой.

Экскурсионная деятельность — это следующая форма организации культурно-досуговой деятельности. В настоящее время большой процент туристов отдадут предпочтение именно этой разновидности культурно-досуговой деятельности. Экскурсионная деятельность широко распространена среди предприятий гостеприимства независимо от категории. А для некоторых организаций это вылилось в создание собственных экскурсионных бюро [7].

Еще одна форма организации досуга — это спортивно-массовая деятельность. Гостиничные предприятия проводят различные спортивные состязания.

Количество и выбор спортивных мероприятий связан с числом и размером спортивных площадок на предприятии. В связи с появлением тренда на здоровый образ жизни увеличился спрос и на спортивно-массовые программы. Деятельность такого характера благоприятно сказывается на имидже предприятий гостеприимства.

Концертная деятельность — одна из форм культурно-досуговой деятельности. Для гостиничного предприятия организация подобного направления является довольно затратной и требующей немало времени. Наличие опыта в этой сфере станет огромным преимуще-

ством. Для подготовки данного вида досуга потребуются: найти спонсоров, привлечь артистов, продвигать услугу, решать организационные вопросы, подбирать площадки для проведения, разбираться в аппаратуре и технике.

Крупные отели для осуществления концертной деятельности располагают множеством залов разной площади, высоты потолков и вместимости, сдавая их в аренду. Предприятия индустрии гостеприимства являются выигрышной и модной площадкой проведения такого рода программ. В таких отелях существует специальный отдел по организации мероприятий, который составляет пошаговый план по организации концертных мероприятий.

Для поддержания имиджа, лояльности постоянных клиентов и привлечения новых туристов гостиничные предприятия устраивают различные фестивали и конкурсы. Эти масштабные мероприятия имеют огромное количество вариантов и тематик проведения. Они состоят из анимации по локациям отеля, развлекательных программ, включают фуршет или банкет. Фестивали — это отличный способ увеличить базу клиентов, а также хороший вариант продвижения. Доходная часть зависит от количества людей, пришедших на фестиваль. При том, что затраты на подготовку существенные, преимущества для предприятия очевидны.

Популярная форма проведения досуга в гостиничных предприятиях — это вечера отдыха. Чаще всего такие вечера наполнены игрой аниматоров, танцами, караоке, комедийными выступлениями и другими развлечениями. Базы отдыха и санатории используют в программе вечера конкурсную основу. Подобные вечера не только повод расслабиться, но и возможность проявить свои таланты.

Популярной в настоящее время формой досуга среди детей и взрослых являются водные развлечения. Бассейны и аквазоны одно из любимейших времяпровождений для разных категорий населения. Бассейны с зоной СПА оборудуют во многих крупных гостиницах России. В южных регионах страны конструируют бассейны открытого типа.

Показ фильмов как одна из форм организации культурно-досуговой деятельности являет-

ся хорошим видом досуга, так как подходит для любого целевого сегмента. Дневные просмотры пользуются спросом у детской аудитории, а взрослые предпочитают вечерние сеансы. Отдыхающим гостям следует предлагать такие жанры фильмов, которые благоприятно действуют на снятие стресса и усталости.

В наше время гостиница трансформировалась в нечто большее, чем просто пристанище на время. Она стала центром культуры, предлагающим отдых и развлечения, что позволяет гостям отвлечься от повседневных трудов. С учетом потребностей и интересов клиентов, культурно-досуговая программа в гостиницах тщательно продумывается и организуется. Следование актуальным тенденциям, исполь-

зование инновационных методов для привлечения и удержания клиентов стали ключевыми задачами современных гостиничных комплексов.

Время стремительно идет вперед, технологии развиваются так быстро, что скоро большинство профессий заменят роботы. В этих жесточайших в плане конкуренции условиях человеку просто необходимо постоянно развиваться, самосовершенствоваться, чтобы создавать свою индивидуальную добавленную ценность, которую может создать только он. Также и в бизнесе: любое предприятие должно быть не просто конкурентоспособным, а единичным в плане своей уникальности.

#### Список источников

1. Кобяк М. В., Скрыбин С. С. Управление качеством в гостинице : учебное пособие. Москва : Озон, 2014. 511 с.
2. Никольская Е. Ю., Зайцева А. А. Современные методы оценки качества на предприятиях индустрии гостеприимства // Научное периодическое издание «Ceteris paribus» // ResearchGate : сайт. URL: [https://www.net/publication/313029475\\_SOVREMENNYE\\_METODY\\_OCENKI\\_KACESTVA\\_NA\\_PREDPRIATIAH\\_INDUSTRII\\_GOSTEPRIIMSTVA](https://www.net/publication/313029475_SOVREMENNYE_METODY_OCENKI_KACESTVA_NA_PREDPRIATIAH_INDUSTRII_GOSTEPRIIMSTVA)
3. Кротенко Т. Ю. Пандемия COVID-19 как триггер цифровизации общества, государства и бизнеса // Управление. 2022. Т. 10, № 2. С. 80–87.
4. Кротенко Т. Ю. Поиск новых измерений пространства образования: «цифровой» и «нецифровой» векторы развития // Цифровая социология. 2022. Т. 5, № 2. С. 70–77.
5. Лесникова О. В., Кануникова М. И. Качество в предоставлении гостиничных услуг как фактор удовлетворенности и лояльности клиентов // Муниципальная академия. 2023. № 4. С. 136–143.
6. Кротенко Т. Ю. Возможности и угрозы цифровой трансформации управленческого образования // Цифровая социология. 2022. Т. 5, № 1. С. 98–106.
7. Кротенко Т. Ю., Малькова Ю. В. Корпоративные связи как фактор повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия // Муниципальная академия. 2023. № 4. С. 201–205.

#### References

1. Kobyak M. V., Skryabin S. S. Quality management in a hotel: a textbook. Moscow: Ozon; 2014. 511 p. (In Russ.).
2. Nikolskaya E. Yu., Zaitseva A. A. Modern methods for assessing quality at hospitality industry enterprises. *Nauchnoe periodicheskoe izdanie «Ceteris paribus» = Scientific periodical “Ceteris paribus”*. ResearchGate: site. (In Russ.). Available from: [https://www.net/publication/313029475\\_SOVREMENNYE\\_METODY\\_OCENKI\\_KACESTVA\\_NA\\_PREDPRIATIAH\\_INDUSTRII\\_GOSTEPRIIMSTVA](https://www.net/publication/313029475_SOVREMENNYE_METODY_OCENKI_KACESTVA_NA_PREDPRIATIAH_INDUSTRII_GOSTEPRIIMSTVA)
3. Krotenko T. Yu. The COVID-19 pandemic as a trigger for the digitalization of society, state and business. *Upravlenie = Management*. 2022;10(2):80–87. (In Russ.).
4. Krotenko T. Yu. Search for new dimensions of the educational space: “digital” and “non-digital” vectors of development. *Cifrovaya sociologiya = Digital Sociology*. 2022. T. 5, No. 2. pp. 70–77. (In Russ.).
5. Lesnikova O. V., Kanunikova M. I. Quality in the provision of hotel services as a factor of customer satisfaction and loyalty. *Municipal`naya akademiya = Municipal Academy*. 2023;(4):136–143. (In Russ.).
6. Krotenko T. Yu. Opportunities and threats of digital transformation of management education. *Cifrovaya sociologiya = Digital Sociology*. 2022;5(1):98–106. (In Russ.).
7. Krotenko T. Yu., Malkova Yu. V. Corporate communications as a factor in increasing the competitiveness of a hotel enterprise. *Municipal`naya akademiya = Municipal academy*. 2023;(4):201–205. (In Russ.).

**Информация об авторах**

О. В. Лесникова — кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного дела и международного бизнеса;

М. И. Кануникова — кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного дела и международного бизнеса.

**Information about authors**

O. V. Lesnikova — Candidate of Science (Economics), Associate Professor of the Department of Hotel Business and International Business;

M. I. Kanunikova — Candidate of Science (Economics), Associate Professor of the Department of Hotel Business and International Business.

---

Статья поступила в редакцию 26.02.2024; одобрена после рецензирования 12.03.2024; принята к публикации 25.03.2024.

The article was submitted 26.02.2024; approved after reviewing 12.03.2024; accepted for publication 25.03.2024.