

Вестник Башкирского института социальных технологий). 2025. № 2(67). С. 174–179
Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2025;2(67):174–179

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ

Научная статья

УДК 379.832(470)

doi: 10.47598/2078-9025-2025-2-67-174-179

МЕНЕДЖМЕНТ ДОСУГОВЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ: ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

Галина Федоровна Красноженова

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия, turizm@linguanet.ru

Аннотация. Разработка культурно-досуговых программ составляет важный компонент рекреационной инфраструктуры, предлагаемой гостиничными комплексами. Актуальность данного направления в рамках гостиничного менеджмента обуславливает необходимость углубленного анализа, что позволяет выявить перспективы для повышения конкурентоспособности в сфере гостеприимства. Интеграция развлекательного сектора в деятельность гостиниц способствует устойчивому развитию обоих направлений, формируя синергетический эффект. Ключевой целью современных гостиничных предприятий выступает удовлетворение возрастающих потребностей гостей, что обуславливает необходимость диверсификации рекреационных услуг. Реализация подобных инициатив оказывает значимое воздействие на формирование потребительских предпочтений и эмоциональное состояние посетителей. Помимо этого, данные программы выступают фактором увеличения доходности и укрепления репутации учреждения, что позитивно отражается на ключевых экономических показателях. Целью данного исследования является анализ потенциала и значимости проектирования культурно-досуговых программ, что закладывает основу для разработки интегрированных рекреационных решений в гостиничной индустрии.

Ключевые слова: гостиничный сектор, сервисные услуги в сфере гостеприимства, культурно-рекреационные активности, показатели клиентской удовлетворенности, стандарты качества гостиничных услуг, организационные стратегии, конкурентоспособность, эффективность гостиничного менеджмента

Для цитирования: Красноженова Г. Ф. Менеджмент досуговых услуг в гостиничной индустрии: инновационные стратегии и технологические решения // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2025. № 2 (67). С. 174–179. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2025-2-67-174-179>.

SOCIAL ASPECTS OF ECONOMY

Research article

LEISURE SERVICES MANAGEMENT IN THE HOTEL INDUSTRY: INNOVATIVE STRATEGIES AND TECHNOLOGICAL SOLUTIONS

Galina F. Krasnozhenova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia, turizm@linguanet.ru

Abstract. The development of cultural and leisure programs is an important component of the recreational infrastructure offered by hotel complexes. The relevance of this area within the framework of hotel management necessitates an in-depth analysis, which allows identifying prospects for increasing competitiveness in the hospitality industry. Integration of the entertainment sector into hotel activities contributes to the sustainable development of both areas, creating a synergistic effect. The key goal of modern hotel enterprises is to meet the growing needs of guests, which necessitates the diversification of recreational services. The implementation of such initiatives has a significant impact on the formation of consumer preferences and the emotional state of visitors. In addition, these programs act as a factor in increasing profitability and strengthening the reputation of the institution, which has a positive effect on key economic indicators. The purpose of this

study is to analyze the potential and significance of designing cultural and leisure programs, which lays the foundation for the development of integrated recreational solutions in the hotel industry.

Keywords: hotel sector, hospitality services, cultural and recreational activities, customer satisfaction indicators, hotel service quality standards, organizational strategies, competitiveness, hotel management efficiency

For citation: Krasnozhennova G. F. Leisure services management in the hotel industry: innovative strategies and technological solutions. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social'ny`x texnologij)* = *Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2025;(2(67)):174–179. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2025-2-67-174-179>.

Современная гостиничная индустрия выделяет развлекательные программы как ключевой элемент стратегии, направленный на удовлетворение разнообразных потребностей гостей. Культурно-досуговые инициативы, включая возрождение традиционных активностей и внедрение инновационных форматов, становятся инструментом привлечения как зрелой, так и молодой аудитории. Эти программы не только способствуют эмоциональной разгрузке и снижению стресса, но и стимулируют личностный рост, обогащая духовный мир посетителей и предлагая возможности для взаимодействия с культурным наследием.

К числу популярных мероприятий относятся экскурсионные туры, концерты, тематические фестивали, образовательные лекции и интерактивные семинары. Такие активности занимают центральное место в формировании досуга, однако требуют дальнейшего анализа для оптимизации их влияния на развитие индустрии гостеприимства. При выборе отеля путешественники учитывают не только комфорт и сервис, но и доступность оздоровительных, культурных и развлекательных опций.

Предоставление уникальных развлекательных услуг позволяет отелям дифференцироваться на рынке, укрепляя лояльность клиентов и повышая экономические показатели. Внедрение образовательных и креативных мероприятий способствует созданию уникального гостевого опыта, что напрямую влияет на финансовую устойчивость отеля. Расширение досуговых программ коррелирует с ростом прибыли и укреплением репутации заведения.

Разнообразие развлекательных активностей не только удовлетворяет запросы гостей, но и стимулирует повторные посещения, увеличивая средний чек и долю рынка. Например, отели, внедряющие тематические фестивали или образовательные мастер-классы, фиксируют рост выручки на 15–20 %, демонстрируя

прямую связь между качеством досуга и экономической эффективностью.

Интеграция культурно-развлекательных программ в стратегию отеля становится необходимым условием конкурентоспособности в условиях растущих ожиданий гостей. Успешные кейсы, такие как использование исторических реконструкций или цифровых инноваций, подтверждают, что инвестиции в досуг трансформируются в долгосрочные финансовые и репутационные преимущества.

В рамках современных научных подходов досуг определяется как обобщенная категория, охватывающая добровольное времяпрепровождение, тогда как культурно-развлекательная активность трактуется как ее специализированная форма. Оба понятия объединяет ключевая характеристика — необязательный характер и ориентация на личный выбор индивида [1].

Формирование досуговых активностей осуществляется с учетом целей релаксации и ожидаемых результатов. Эффективность использования свободного времени достигается за счет проектирования мероприятий, соответствующих индивидуальным запросам и интересам.

Классификация временных ресурсов человека:

1. Подготовка к труду: планирование рабочих задач, выполнение домашних обязанностей.

2. Бытовые интервалы: посещение магазинов, приготовление пищи, уборка, воспитание детей.

3. Физиологические потребности: сон, питание, занятия спортом, личная гигиена.

4. Свободное время: периоды, посвященные самореализации, творчеству и отдыху, распределяемые согласно личным приоритетам.

С античных времен досуг служил важнейшим инструментом эстетического и духовного роста личности. В ходе исторической эволюции второстепенные виды активности, такие как интеллектуальные и художественные прак-

тики, приобрели первостепенное значение. Этот переход ярко проявился в эпоху Ренессанса, когда произошел отказ от средневековых ограничений в пользу признания творчества и образования [2].

Личный досуг, будучи неотъемлемой частью человеческого бытия, направлен на реализацию индивидуальных целей: социализацию, физическое развитие и эмоциональное удовлетворение. Однако его возможности регулируются биологическими потребностями (сон, питание) и социальными нормами, формирующими рамки для самореализации.

Главная функция досуга — содействие культурному просвещению и раскрытию личностного потенциала через образование, творчество и рефлексию.

В России досуг интегрирован в социокультурный контекст, способствуя достижению значимых общественных целей. Разнообразие его форм — от народных фестивалей до образовательных проектов — подчеркивает его роль в укреплении социальных связей и развитии гражданской активности. Осознание этого вклада формирует понимание ценности досуга как инструмента общественной эволюции [3].

Стремление к гармоничному развитию личности, объединяющее интеллектуальные, творческие и этические аспекты, остается ключевым драйвером социального прогресса. В современном обществе идеалом выступает многогранная личность, способная адаптироваться к вызовам времени и влиять на культурные тренды.

Труд, отражающий творческую природу человека, служит основой для самореализации. Материальные амбиции мотивируют рациональное планирование времени, где досуг становится пространством для баланса между работой и отдыхом. Его организация зависит от взаимодействия социальных, экономических и культурных факторов, формируя динамику общественных процессов.

Преодоление профессиональных и личностных барьеров способствует становлению «нового типа личности» — инициативной, адаптивной и способной интегрировать физические и интеллектуальные ресурсы. Например, участие в корпоративных образовательных программах или волонтерских инициативах стимулирует рост компетенций и социальной ответственности.

Интерес к культурным практикам (посещение театров, мастер-классы) формируется на стыке личных потребностей и общественных трендов, отражая взаимовлияние индивидуальных ценностей и глобальных социокультурных трансформаций.

Эволюция досуговых форматов коррелирует с технологическим прогрессом и многообразием культурных традиций. Мероприятия адаптируются к особенностям социальных групп, сохраняя связь с этнической идентичностью и локальным колоритом [4].

Рекреационная функция — ключевой элемент досуга — направлена на восстановление ресурсов через культурно-значимые активности (йога, арт-терапия), которые снижают стресс и улучшают психофизическое состояние.

Гедонистическая функция дополняет рекреационную, делая акцент на получении удовольствия. Досуг, лишенный позитивных эмоций, теряет привлекательность, что подчеркивает необходимость баланса между пользой и радостью.

Индивид, стремящийся соответствовать культурным нормам и интегрироваться в общество, ориентируется на позитивные образцы поведения. В этом контексте культурно-развлекательные мероприятия выступают социальным регулятором, укрепляя межличностные связи и позволяя раскрывать творческий потенциал в рамках принятых стандартов.

Такие активности играют важную роль в снижении стресса, создавая условия для релаксации и отвлечения от повседневных задач. Их функции часто совмещаются: например, кинопоказы могут выполнять как просветительскую роль, так и формировать ценностные ориентиры [5].

Культурно-развлекательные мероприятия реализуются в разнообразных форматах, классифицируемых по критериям аудитории, тематике и масштабу. В их организации участвуют учреждения культуры (театры, музеи), event-агентства, творческие коллективы и узкопрофильные специалисты (художники, режиссеры). Деятельность направлена на удовлетворение запросов общества, сохранение традиций и обогащение культурного опыта.

Современные академические исследования определяют культурно-развлекательные

инициативы как сложный многокомпонентный процесс, объединяющий специфические цели (социализация, просвещение), методы (интерактивные форматы, цифровые платформы) и измеримые результаты (повышение культурной грамотности, укрепление сообществ). Ученые рассматривают их как многоуровневую систему взаимосвязанных элементов, эволюция которой отражает исторический контекст. Например, переход от ярмарочных гуляний XVIII века к современным цифровым фестивалям иллюстрирует адаптацию досуга к технологическим и социальным изменениям [6].

В России связь между сферой гостеприимства и организацией досуга имеет глубокие исторические корни. На протяжении веков эта область трансформировалась под влиянием технологических инноваций и урбанизации. Индустриализация, вызвавшая ухудшение экологической ситуации и рост механизированного труда, сократила возможности для творчества, заполнив жизнь рутиной и умственным переутомлением.

Урбанизация усилила нагрузку на жителей мегаполисов, спровоцировав рост поверхностных социальных контактов и стресса от городского шума. В ответ сформировался запрос на восстановление баланса: общество стало стремиться к духовному обновлению, экологическому туризму, активному отдыху на природе и укреплению семейных связей. Это вызвало всплеск интереса к спа-курортам, спортивным мероприятиям, этнографическим турам и эко-тропам, превратив гостиницы в центры комплексного отдыха.

Современные изменения в образе жизни и трудовых практиках сформировали новые требования к отдыху, что стимулировало трансформацию туристической индустрии. Гостиничные комплексы эволюционировали из мест временного проживания в многофункциональные пространства, где гости могут не только восстановить силы, но и получить комплексный досуговый опыт.

Отели сегодня акцентируют внимание на развитии культурно-развлекательных программ как ключевом элементе повышения качества услуг. Эти инициативы проектируются на основе анализа предпочтений клиентов через:

– прямое взаимодействие персонала с гостями;

- анкетирование и сбор обратной связи;
- изучение данных о предыдущих визитах;
- бенчмаркинг практик конкурентов [7].

Примеры мероприятий:

- детские программы: квесты, анимация, творческие мастерские;
- активный отдых: спортивные турниры, йога у бассейна, аквааэробика;
- культурные ивенты: театральные постановки, джазовые вечера, литературные чтения;
- образовательный компонент: мастер-классы по локальным ремеслам, лекции об истории региона.

Такое разнообразие форматов позволяет отелям создавать уникальные предложения, повышая лояльность гостей и конкурентоспособность на рынке.

Досуговые программы для детей и подростков ориентированы на развитие этико-эстетического восприятия и формирование интереса к историко-культурному наследию через интерактивные форматы (квесты, мастер-классы).

Семейный отдых, несмотря на сезонные ограничения и логистические сложности, остается стратегическим направлением для отелей. Этот сегмент демонстрирует устойчивый рост спроса, адаптируясь к запросам современных родителей.

Ключевые аспекты для семейного отдыха:

1. Безопасность и комфорт — главные критерии выбора отеля.
2. Влияние на репутацию: удовлетворенность семейных гостей напрямую отражается в онлайн-отзывах, формируя имидж заведения.
3. Баланс активностей: программы сочетают творческие (арт-студии, театральные кружки) и спортивные компоненты (плавание, командные игры), обеспечивая гармоничное развитие детей.

Например, сеть отелей «Family Resort» внедрила систему детских паспортов достижений, где отметки ставятся за участие в мастер-классах и спортивных мероприятиях, стимулируя соревновательный дух и познавательную активность.

Активные курсы включают мастер-классы (гончарное искусство, цифровая иллюстрация), предоставляющие молодежи возможности для творчества, а также спортивные активности (скалолазание, командные игры), направленные на укрепление физического здоровья.

Образовательные программы фокусируются на языковых интенсивах (например, курсы английского через театральные постановки) и культурном погружении (мастер-классы по национальной кухне, этнические танцы).

Дополнительные опции охватывают экскурсии к местным достопримечательностям и посещение тематических парков (аквапарки, парки аттракционов), что усиливает туристическую привлекательность отеля.

Анимационные программы в отелях требуют разработки комплексных решений:

- спортивные: турниры по пляжному волейболу, йога-сессии;
- творческие: театральные кружки, танцевальные баттлы;
- интерактивные: квесты, основанные на локальных легендах.

Экскурсионные услуги, пользующиеся высоким спросом, часто реализуются через собственные службы отелей. Например, сеть «Исторический отдых» предлагает авторские туры с гидами-краеведами.

Спортивно-массовые мероприятия (мини-олимпиады, марафоны) не только развлекают гостей, но и укрепляют командный дух, особенно в курортных отелях.

Организация концертов — сложный процесс, включающий:

- поиск спонсоров и партнеров.
- подбор артистов (местные группы vs звезды эстрады).
- продвижение через соцсети и партнерские рассылки.
- логистику: аренда оборудования, зонирование площадок.

Например, отель «Арт-Плаза» регулярно проводит джазовые фестивали, привлекая аудиторию со всего региона.

Сетевые отели активно используют фестивали и тематические соревнования как инструмент укрепления репутации и клиентской лояльности, а также для привлечения новой аудитории. Эти масштабные события сочетают анимационные шоу, гастрономические программы (фуд-корты, мастер-классы шеф-поваров) и развлекательные активности, формируя уникальный гостевой опыт. Несмотря на высокие затраты на организацию, фестивали окупаются за счет роста бронирований и медийного охвата.

Вечерние развлекательные программы стали неотъемлемой частью услуг отелей. Они включают танцевальные баттлы и театральные импровизации; караоке-вечера и стендап-выступления; тематические конкурсы (например, «Лучший костюм декады» в ретро-отелях). В курортных комплексах акцент делается на интерактивных мероприятиях, на которых гости участвуют в кулинарных поединках или интеллектуальных викторинах, совмещая отдых с демонстрацией навыков.

Водные развлечения занимают лидирующие позиции в досуговых предпочтениях гостей. Отели адаптируют инфраструктуру под климатические условия:

- в России: крытые спа-комплексы с подогреваемыми бассейнами;
- в южных регионах: открытые бассейны с зонами для аквааэробики;
- в тропиках: аквапарки с экстремальными горками (например, отель «Tropicana» в ОАЭ).

Преимущества аквазона — повышение привлекательности отеля, недостатки — высокие затраты на обслуживание и безопасность.

Кинопоказы универсальны для всех возрастов: утренние сеансы с мультфильмами для детей, вечерние — с артхаусным или классическим кино для взрослых. Правильно подобранный контент (например, релакс-подборки с природными пейзажами) способствует снижению стресса и созданию атмосферы отдыха.

Современные гостиничные комплексы трансформировались в многофункциональные культурные пространства. Сегодня они предлагают не только комфортное размещение, но и насыщенную программу досуга, помогающую гостям перезагрузиться от повседневных забот. Ключевой акцент при формировании развлекательных мероприятий делается на глубоком анализе предпочтений целевой аудитории и персонализированном подходе. Эффективное управление отелями требует не просто отслеживания рыночных тенденций, но и внедрения креативных решений для формирования лояльности клиентов.

В эпоху стремительной цифровизации автоматизация продолжает менять ландшафт различных отраслей. Нарастающая конкуренция заставляет специалистов всех сфер культивировать эксклюзивные компетенции — те, что

остаются недоступными для машинного интеллекта. Этот принцип особенно актуален в бизнес-среде, где уникальное ценностное предло-

жение и аутентичность становятся критически важными факторами для устойчивого развития и сохранения конкурентных преимуществ.

Список источников

1. Кротенко Т. Ю., Лесникова О. В., Кануникова М. И. Качество услуг в индустрии гостеприимства // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2023. № 4(61). С. 77–83. DOI 10.47598/2078-9025-2023-4-61-77-83.
2. Никольская Е. Ю., Зайцева А. А. Современные методы оценки качества на предприятиях индустрии гостеприимства // Научное периодическое издание «CETERIUS PARIBUS». 2015. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-otsenki-kachestva-napredpriyatiyah-industrii-gostepriimstva>.
3. Krotenko T. Yu. COVID-19 pandemic as a trigger for digitalization of the society, state and business // Upravlenie. 2022. Vol. 10, No. 2. P. 80–87. DOI 10.26425/2309-3633-2022-10-2-80-87.
4. Кротенко Т. Ю. Поиск новых измерений пространства образования: «цифровой» и «нецифровой» векторы развития // Цифровая социология. 2022. Том 5, № 2. С. 70–77. DOI 10.26425/2658-347X-2022-5-2-70-77.
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. DOI 10.52176/2304831X_2023_04_136.
6. Кротенко Т. Ю. Возможности и угрозы цифровой трансформации управленческого образования // Цифровая социология. 2022. Том 5, № 1. С. 98–106. DOI 10.26425/2658-347X-2022-5-1-98-106.
7. Кротенко Т. Ю., Малькова Ю. В. Корпоративные связи как фактор повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия // Муниципальная академия. 2023. № 4. С. 201–205. DOI 10.52176/2304831X_2023_04_201.

References

1. Krotenko T. Yu., Lesnikova O. V., Kanunikova M. I. Quality of services in the hospitality industry. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social'ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2023;(4(61)):77–83. (In Russ.). DOI 10.47598/2078-9025-2023-4-61-77-83.
2. Nikolskaya E. Yu. Zaitseva A. A. Modern methods of quality assessment at hospitality industry enterprises. Scientific periodical “CETERIUS PARIBUS”. 2015. No. 4. (In Russ.). Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-otsenki-kachestva-napredpriyatiyah-industrii-gostepriimstva>.
3. Krotenko T. Yu. COVID-19 pandemic as a trigger for digitalization of the society, state and business. *Upravlenie*. 2022;10(2):80–87. (In Russ.). DOI 10.26425/2309-3633-2022-10-2-80-87.
4. Krotenko T. Yu. Search for new dimensions of the educational space: “digital” and “non-digital” vectors of development. *Cifrovaya sociologiya = Digital Sociology*. 2022;5(2):70–77. (In Russ.). DOI 10.26425/2658-347X-2022-5-2-70-77.
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.). DOI 10.52176/2304831X_2023_04_136.
6. Krotenko T. Yu. Opportunities and threats of digital transformation of management education. *Cifrovaya sociologiya = Digital Sociology*. 2022;5(1):98–106. (In Russ.). DOI 10.26425/2658-347X-2022-5-1-98-106.
7. Krotenko T. Yu., Malkova Yu. V. Corporate relations as a factor in increasing the competitiveness of a hotel enterprise. *Municipal'naya akademiya = Municipal Academy*. 2023;(4):201–205. (In Russ.). DOI 10.52176/2304831X_2023_04_201.

Информация об авторе

Г. Ф. Красноженова — доктор социологических наук, заведующий кафедрой гостиничного дела и международного бизнеса.

Information about the author

G. F. Krasnozhdenova — Doctor of Science (Sociological), Head of the Department of Hotel Business and International Business.

Статья поступила в редакцию 12.05.2025; одобрена после рецензирования 21.05.2025; принята к публикации 23.06.2025.

The article was submitted 12.05.2025; approved after reviewing 21.05.2025; accepted for publication 23.06.2025.