

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 2(55). С. 37–45.  
*Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2022; 2(55): 37–45.

Научная статья  
УДК 379.85(470)  
doi: 10.47598/2078-9025-2022-2-55-37-45

## БУДУЩЕЕ РОССИЙСКОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В «ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ»

Татьяна Юрьевна Пашко<sup>1✉</sup>, Евгений Владимирович Тышко<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Академия труда и социальных отношений, Москва, Россия

<sup>1</sup>pashko.tu@gmail.com✉

<sup>2</sup>tyshko.eugeniy@gmail.com

**Аннотация.** Под влиянием последствий пандемии COVID-19 и геополитического кризиса 2022 года индустрия гостеприимства и туризм в России, как и во всем мире, меняют свою идеологию и технологические процессы при неизменности маркетинговой концепции, ориентированной на потребителя. Проблема заключается в том, что сфера гостеприимства, включающая в себя множество различных клиентоориентированных отраслей, является одной из наиболее пострадавших в 2020–2021 годах. Ввиду глобальной неопределенности перспективы и сроки ее восстановления до предпандемийного уровня не берется предсказать большинство экспертов. Вместе с тем, наблюдаемые в настоящее время бизнес-процессы, свидетельствующие о положительной динамике, позволяют говорить о результативности государственных и частных усилий, предпринятых для обеспечения социальных запросов постковидного общества в отдыхе, новых впечатлениях и путешествиях. В статье рассматриваются изменения, происходящие в российской сфере гостеприимства и туризме, анализируются тенденции и инновации, которые необходимо реализовать в настоящее время, а также высказывается ряд предположений относительно перспектив развития индустрии и отрасли в ближайшем и среднесрочном периоде.

**Ключевые слова:** экономика впечатлений, цифровые технологии, автоматизация процессов, анализ больших данных (Big Data), экосистема туроператора, национальный и региональные проекты, криптовалюта

**Для цитирования:** Пашко Т. Ю., Тышко Е. В. Будущее российской индустрии гостеприимства в «экономике впечатлений» // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 2(55). С. 37–45. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-2-55-37-45>.

Research article

## THE FUTURE OF THE RUSSIAN HOSPITALITY INDUSTRY IN THE «ECONOMY OF IMPRESSIONS»

Tatyana Yu. Pashko<sup>1✉</sup>, Evgeny V. Tyshko<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Academy of Labor and Social Relations, Moscow, Russia

<sup>1</sup>pashko.tu@gmail.com✉

<sup>2</sup>tyshko.eugeniy@gmail.com

**Abstract.** Under the influence of the consequences of the COVID-19 pandemic and the geopolitical crisis of 2022, the hospitality industry and tourism in Russia, as well as around the world, are changing their ideology and technological processes while the consumer-oriented marketing concept remains unchanged. The problem is that the hospitality industry, which includes many customer-oriented industries, is one of the most affected in 2020–2021. Due to the global uncertainty, the prospects and timing of its recovery to the pre-pandemic level cannot be predicted by most experts. At the same time, the business processes

currently observed, indicating positive dynamics, allow us to speak about the effectiveness of public and private efforts undertaken to meet the social needs of post-teen society in recreation, new experiences and travel. The article examines the changes taking place in the Russian hospitality and tourism sector, analyzes trends and innovations that need to be implemented at the present time, and also makes a number of assumptions about the prospects for the development of the industry and the industry in the near and medium term.

**Key words:** economy of impressions, digital technologies, process automation, Big Data Analysis, tour operator ecosystem, national and regional projects, cryptocurrency

**For citation:** Pashko T. Yu., Tyshko E. V. The future of the russian hospitality industry in the "economy of impressions". *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2022;2(55):37–45. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-2-55-37-45>.

### Актуальность проблемы

Гостеприимство, исторически возникшее для удовлетворения потребности в размещении на ночлег странствующего паломника, в современном мире функционально существенно расширило свое смысловое содержание. Гостеприимство XXI века представляет собой комплекс разнообразных услуг, способных удовлетворить потребности самых различных клиентов. Сфера гостеприимства, доля которой в мировом ВВП составляет около 10%, обеспечивает рабочие места 25% трудоспособного населения в мире.

Гостеприимство в современном обществе помимо традиционного радушного отношения к незнакомцу, заботы о нем и обеспечения его защиты существует в рамках осознанного восприятия рисков, связанных с незнакомой личностью гостя, который может оказаться террористом или недружественным гостем [1, с. 194].

Индустриальную экономику, нацеленную на производство и продажу товаров, в свое время потеснила постиндустриальная экономика, предложив на насыщенный товарами рынок широкий спектр услуг. Экономика услуг в поисках новых клиентов берет маркетинговый курс на «экономику впечатлений», которая использует в качестве маркетинговой основы эмоции, сопутствующие процессу продажи и потребления того или иного продукта/услуги. В обществе, пережившем период вынужденной изоляции и отсутствие новых впечатлений, маркетинг ориентируется на создание положительных эмоций как в процессе оказания услуги, так и в процессе воспоминаний о ней.

Процесс можно сравнить с продажей качественных вин элитных марок, когда виноделы не только продают изысканное вино, но стараются поразить знатоков ароматом винного послевкусия.

Концепция «экономики впечатлений» требует изучения «послевкусия» клиентов после потребления услуг гостеприимства, что является комплексной многоаспектной задачей, выполнить которую могут только высококвалифицированные специалисты. На выпуск кадров, владеющих современными аналитическими и экономико-управленческими навыками, необходимо переориентироваться образовательным организациям, осуществляющим подготовку специалистов для отраслей индустрии гостеприимства и туризма.

Целью настоящей статьи является всесторонний анализ изменений и преобразований, реализуемых в российском гостеприимстве и туристической отрасли с целью трансформации их до стандартов «экономики впечатлений».

Мировая туристическая сфера показала существенный рост туристических поездок в 2017 и 2018 годах в большинстве регионов мира на фоне экономического кризиса в развитых странах. В 2019 году Всемирная туристическая организация включила в статистические показатели 1,5 млрд международных прибытий. Первенство по числу международных поездок занял Ближний Восток. Второе место — Азиатско-Тихоокеанский регион, за которым последовали Европа, Северная и Южная Америка, Африка [2].

## Материалы и методы

Необходимо отметить, что показатели российского въездного туризма к концу 2019 года не являлись результативными в той же степени, что и выездного. Причинами сложившейся ситуации являлись:

- недостаточная государственная поддержка туристической отрасли России;
- фрагментарность государственного и регионального отраслевого планирования;
- слабая межведомственная и межрегиональная координация;
- несовершенство нормативно-правового регулирования туристической отрасли;
- отсутствие качественной отраслевой статистики и данных;
- отсутствие в стране развитой круглогодичной туристической инфраструктуры и качественных туристических продуктов на внутреннем рынке.

В результате наблюдалось существенное превышение выездного туристического потока над въездным, возможности туристической отрасли для увеличения ВВП России использовались минимально, туристическая сфера базировалась на устаревшей материально-тех-

нической базе, и практически отсутствовали инвестиции в сегмент въездного туризма.

Средний ежегодный прирост выездного туризма в России до пандемии COVID-19 составлял 5%. По объему выездного туризма Россия входила в десятку лидеров. Ежегодные траты россиян в зарубежных туристических поездках составляли 36,4 млрд долларов, из них в страны дальнего зарубежья — 34,8 млрд долларов. В то же время по объему въездного туризма Россия занимала 35-е место в мире. В общем объеме рынка международного туризма (1478 млрд долларов) доля рынка США составляла 14%, России — 1%. В 2019 году по показателю общего вклада туризма в занятость населения страны Россия отставала от стран лидеров в 3–5 раз. Совокупный вклад российского туризма в ВВП страны составлял 3,9% (для сравнения, аналогичный показатель в Испании — 14,3%, Китае — 11,3%, Франции — 8,5%). Россияне крайне мало путешествовали по стране. Количество внутренних туристических поездок с ночевкой на 1 жителя составляло в США — 7 шт., Китае — 4 шт., Франции — 2,9 шт., России — 0,4 шт.

## Результаты исследований

Пандемия COVID-19 и геополитический кризис 2022 года существенно изменили приоритеты путешественников во всем мире, что не смогло не отразиться на результатах деятельности туристической отрасли, которых ей удалось достичь к настоящему времени.

Потенциал России для развития туризма и гостеприимства огромен и не оценен в полной мере. Роль туристической отрасли в обеспечении здоровья населения, культурно-познавательном развитии и повышении удовлетворенности жизнью сложно переоценить. Технологически современная и грамотно управляемая туристическая отрасль, взаимосвязанная более чем с пятьюдесятью другими отраслями российской экономики, способна обеспечить диверсификацию доходов российских регионов и улучшить структуру сырьевого экспорта. Развитие туристической отрасли в новом качестве позволит улуч-

шить имидж России на международной арене, обеспечит социально-экономическое развитие и интеграцию регионов, а также снизит дефицит инфраструктурных инвестиций. Развитие туристической отрасли, являясь капиталоемким, комплексным и долгосрочным инфраструктурным проектом, не может быть осуществлено исключительно за счет государственных средств. Крайне важным является вопрос привлечения частных, а также институциональных инвесторов. Развитие инфраструктуры туристической отрасли является одним из ключевых элементов экономического роста и требует значительных инвестиций, которые будут способствовать удовлетворению растущего спроса российских путешественников на качественную инфраструктуру. Технологическая оснащенность отрасли обеспечит формирование качественно нового туристического продукта.

Интерес к цифровым технологиям характерен для всех отраслей экономики, восстанавливающихся после пандемии. По результатам опроса PwC Digital IQ 2022, проведенного среди 1250 руководителей международных компаний, 53% респондентов отметили, что ускорили цифровую трансформацию за последние 2 года. Технологии сыграли важную роль в достижении компаниями результатов в 2020–2021 годах — подтвердил 51% опрошенных. Внедрение цифровых технологий помогает делать то же, что и всегда, но быстрее и эффективнее — уточнили 57% участников опроса. Почти половина руководителей отметила, что внедрение цифровых технологий помогает модернизировать бизнес-процессы, опираясь на новые возможности.

Традиционные процессы индустрии гостеприимства (регистрация гостей, бронирование, оплата, уборка, инвентаризация, внутренняя связь, бухгалтерия) готовы к внедрению современных технологий, которые позволят оптимизировать обслуживание гостей и исключить риски обслуживания, связанные с человеческим фактором. Средства размещения все чаще становятся центрами деловой активности, качество и результативность которых прямо или косвенно зависят от используемых технологий.

Несмотря на сохраняющиеся предпочтения значительной части путешественников получить туристические услуги при непосредственном участии персонала, очевидной является тенденция автоматизации бизнес-процессов, которая меняет способы обслуживания гостей. Средства размещения ищут новые способы взаимодействия с гостями в цифровом формате, освобождая персонал для работы над другими задачами. Автоматизация в значительной степени улучшает впечатления от путешествия, устраняя языковые различия и обеспечивая четкое общение с путешественниками, откуда бы они ни приехали.

Пандемия COVID-19 заставила пересмотреть принципы взаимодействия гостей с новыми технологиями, акцентировав внимание на минимизации контактов с часто используемыми интерфейсами и создании дополнительной безопасности. Возрос интерес к технологии цифровых ключей от номеров, которые по-

зволяют гостям открывать двери с помощью своих телефонов. Связь таких новых технологий, как датчики движения, которые включают свет, голосовое управление приборами, усовершенствование устройств Интернета вещей (IoT) с интегрированными гостевыми приложениями, обеспечивает не только дополнительную безопасность гостей, но и футуристическое восприятие современных отелей.

Использование современных технологий все чаще выступает критерием онлайн-поиска средств размещения для деловых гостей наряду с наличием мультимедийного оборудования и средств видеоконференцсвязи для подключения участников в удаленном режиме. Бизнес-клиенты предпочитают отели, в которых есть возможность использования современных технологий в залах для мероприятий и банкетных зонах. Залы для конференций с самообслуживанием, оборудованные современной техникой, позволяют деловым туристам обсуждать и решать свои деловые вопросы без участия персонала отеля.

Возросла популярность беспроводных мобильных устройств для обслуживающего персонала отелей. Беспроводные технологии получают широкое распространение благодаря относительно низкой стоимости, простоте развертывания и качеству голосовой связи. Отдельным развивающимся направлением технологических инноваций является определение геолокации персонала и гостей, которое позволяет индивидуализировать обслуживание. Индивидуализация обслуживания частично реализуется за счет использования личных дворцовых (сеть отелей Hilton) и роботопомощников (отель Henn na Hotel в Японии). Впрочем, к последним у гостей отеля появилась масса нареканий [3].

Огромным успехом у туристов пользуются «умные» технологии — голосовой поиск и управление, консьерж видеочат, распознавание лиц и другие. В шведском отеле Omena Hotel Helsinki City Centre, расположенном в центре шведской столицы, реализована функция автоматической регистрации гостей. В отеле нет стойки регистрации, гостям предлагается система доступа без ключа. За день до прибытия гость, оформивший бронирование и внесший предоплату, получает от сотруд-

ников отеля по электронной почте сообщение и SMS с пятизначным кодом двери, необходимым для входа в номер [4].

Аналитики гостеприимства отмечают, что с начала 2020 г. почти десятикратно выросла аудитория пользователей гостиничных приложений, позволяющих отслеживать не только уведомления о заключенных сделках и перечень потребленных гостиничных услуг, но и использованные программы лояльности. Грамотная настройка гостиничного приложения позволяет персонализировать услуги для гостей. К примеру, если гость воспользовался групповым тарифом для конференции, приложение может отправить ему маршрут мероприятия с интерактивной картой мест для встреч, где будет проводиться семинар. Безусловно, рост пользователей гостиничных приложений продолжится.

Предполагаем, что продолжит расти сегмент онлайн продаж, в том числе за счет технологических новинок (обновлений) по модулям бронирования, которые настраиваются на увеличение конверсии (увеличение количества бронирований). Если клиент заходит на сайт отеля, но не бронирует по каким-то причинам, то календарь настраивается таким образом, чтобы предлагать более широкий диапазон дат, удобных для гостя. Анализ данных с нескольких тысяч модулей Bpovo показал, что в последнее время все эффективнее используется функция подсказки гостю. Функция анализирует и показывает загрузку в предыдущий период и предполагаемую загрузку предстоящего периода. Опыт работы приложения в первые месяцы 2022 г. показал, что клиенты бронируют даты, которые первоначально ими даже не рассматривались. Все более эффективной, особенно в загородном сегменте, зарекомендовала себя мобильная идентификация гостей, разработанная для решения проблемы спонтанных бронирований.

Положительной практикой стало «социальное слушание» — анализ отзывов клиентов гостиничных предприятий, которыми они делятся

между собой и в социальных сетях. Социальное слушание позволяет изучить желания, потребности, жалобы и предпочтения гостей.

Клиент сферы гостеприимства привык к возможности онлайн-оплаты любых услуг, существенно упрощающей процедуру приобретения. Доступной стала услуга оформления иностранным гражданином онлайн банковской карты зарубежного банка, а также открытия счета для осуществления транзакций в валюте в мобильном приложении. Австралия, Япония, ОАЭ, Мальта, Швейцария, США, Эстония, Великобритания и Сингапур признали криптовалюту в качестве платежного средства. Следующим шагом, который может быть успешно реализован в сфере гостеприимства благодаря технологии блокчейн, является возможность оплаты услуг криптовалютой на сайте или в мобильном приложении.

Индустрия гостеприимства начала переходить на облачные технологии, которые позволяют небольшим объектам получить преимущество операционных расходов на чистой прибыли, оптимальные варианты интеграции программного обеспечения и инноваций, повысить эффективность бэк-офиса при низких затратах на приобретение технологий. Крупные гостиничные корпорации также анализируют, как облачные технологии могут упростить операции, сократить потребности в персонале и улучшить обслуживание гостей. Проблема использования облачных технологий заключается в обеспечении надежности и безопасности данных.

По мере увеличения новых технологий в процессе обслуживания гостей появится возможность сбора все большего количества данных (Big Data) о взаимодействии гостей с персоналом. Например, по информации, когда включается свет или телевизор, можно понять, сколько гость спит в среднем, когда предпочитает просыпаться. По мере анализа данных, собираемых с устройств, интегрированных в средства размещения, и развития идей, как повысить качество обслуживания, будет формироваться индивидуальный подход к клиентам.

## Обсуждение

Необходимо учитывать, что восстановление индустрии происходит в сложных политических

и экономических условиях, неопределенности перспектив авиакомпаний и санкций, расши-

рение которых представляется более вероятным, нежели чем их сокращение.

Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [5], реализуемый с 2021 года в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [6], нацелен на повышение доступности качественных туристических продуктов для населения страны. Проект сфокусирован на развитии шести видов туризма: культурно-познавательном, событийном, горнолыжном, эко-туризме, пляжном и санаторно-курортном отдыхе. Большинство регионов Российской Федерации выделило средства на реализацию соответствующих региональных проектов. Ближайшая и среднесрочная перспективы сферы гостеприимства и туристической отрасли представляются в меру оптимистичными. Ситуация в значительной степени зависит от социально-экономического состояния каждого региона.

Так, по информации Правительства Москвы за первый месяц 2022 г. выручка отелей российской столицы составила 8,5 млрд рублей. По сравнению с результатами января 2021 г. выручка выросла 1,8 раза. В туристической индустрии Москвы отмечена положительная динамика. По сравнению с январем 2021 г. выручка турагентств увеличилась на 70,4%. Вместе с тем, отставание от показателей января 2020 г. составляет 32,5%.

Туристический поток увеличился на 24%. В 2021 году российскую столицу посетили 16,9 млн туристов, что по сравнению с 2020 годом больше на 24%, но ниже показателей 2019 года, когда столицу посетили более 25 млн путешественников. Основной вклад в туристический поток обеспечил внутренний туризм. В 2021 году Москва приняла 15,3 млн туристов из российских регионов [7].

В рамках реализации национального проекта в сфере туризма к 2030 году будет построено 600 туристических объектов, в том числе гостиничные комплексы различных категорий. По словам вице-премьера Дмитрия Чернышенко в 2022 году на строительство инженерной, а также транспортной инфраструктуры рядом с туристическими объектами будут выделены средства в размере 2,4 млрд руб., пла-

нируется ежегодное выделение субсидий на развитие региональной туристической инфраструктуры [8].

Будущее российской сферы гостеприимства и туристической отрасли также в значительной степени зависит людей, которым предстоит сформировать стандарты качественного обслуживания в новой «экономике впечатлений». С учетом приближающегося традиционного весенне-летнего сезона особого внимания заслуживает вопрос кадрового обеспечения крымской туристической отрасли, традиционно принимающей значительное количество россиян.

Ежегодный рост спроса на отдых и оздоровление в Республике Крым, строительство новых отелей и модернизация существующих, определяют растущую потребность в производственном и линейном персонале для качественного обслуживания гостей. В период высокого сезона в республиканской туристической отрасли обслуживанием гостей занято порядка 40 тыс. сотрудников. По сравнению с 2021 годом количество предложений банка вакансий Министерства курортов и туризма Республики Крым, ежегодно формируемого для крымской туристической отрасли, значительно увеличилось. В 2022 году в средствах размещения Республики Крым открыты вакансии на 3391 рабочее место, в том числе 2457 вакансий предусматривает предоставление жилья, 466 вакансий — с возможностью трудоустройства людей с инвалидностью. Реальная потребность отрасли в кадрах, как минимум, вдвое выше. По сравнению с 2021 годом выросло не только количество запросов от санаториев, гостиниц, пансионатов, но также количество самих средств размещения, присылающих запросы.

В 2022 году вакансии открыты в крупных курортных комплексах Крыма, таких как Mriya Resort&Spa, More Spa&Resort, Porto Mare, Palmira Palace Resort & SPA, в санаториях городов Саки, Евпатория, Ялта и Алушта, в «МДЦ «Артек», «Центр спорта Эволюция», ТОК «Судак» и большинстве других средств размещения.

Востребованными являются как специалисты руководящего состава, так и линейного персонала. Санатории и гостиницы нуждаются в медицинском персонале от главных вра-

чей до медицинских сестер, в шеф-поварах, официантах, горничных, аниматорах и водителях, озеленителях, работниках пляжей, водителях, сантехниках, плотниках и других. Рес-

публика готова содействовать трудоустройству беженцев — работников медицинской, курортной, строительной сферы и других профессий [9].

## Выводы

Перспективы туристической отрасли в целом, по мнению Европейской комиссии по туризму, представляются оптимистичными: туристический поток восстановится на 80 % от результатов 2019 года. Необходимо отметить, что по итогам 2021 года темпы восстановления различаются в разных европейских государствах. По сравнению с 2019 годом индустрия гостеприимства Хорватии восстановилась на 63 %, Франции — на 61 %, Монако — на 60 %, Финляндии — на 20 %, Чехии — 19 %, Латвии — 22 %, Литвы — 26 %.

Ввиду вышесказанного можно выделить тренды, которые определяют перспективы российской сферы гостеприимства:

- часть бронирований перестала относиться к категориям «путешествия» и «туристические поездки», потому что люди бронируют пребывание на срок в 30 дней и более (категория «жизненное перемещение») под влиянием цифровизации, предпочтения удаленной работы, ужесточения конкуренции на рынке труда, изменений климата и геополитических конфликтов;

- международные поездки становятся привилегиями уменьшающейся группы людей, обладающих мобильным и особым положением в обществе ввиду углубления социального неравенства;

- дефицит рабочей силы сохраняется, преодолеть его в текущем режиме не представляется возможным, следствием чего ожидается дальнейшее увеличение нагрузки на работников и политики совмещения обязанностей;

- увеличение стоимости услуг наблюдается на фоне сохранения их качества на прежнем уровне;

- отказ от предварительного бронирования отелей и услуг является новой тенденцией; бронирования носят поздний характер, а от туроператоров, отельеров и авиакомпаний по-

требители требуют гибкости в вопросах тарифа, переноса или отмены поездки;

- спрос на услуги индустрии гостеприимства в значительной степени определяется потребностями местного сообщества, получающего существенную выгоду от их реализации;

- формируются новые модели бронирования в условиях размытия привычной для городских отелей схемы 5 будней/2 выходных;

- усиливается потребность в социализации удаленных сотрудников, которая реализуется в совместных выездах, сборах, предложении пакетов поездок на «рабочие места» для удаленной работы и строительстве корпоративных курортов для сотрудников;

- продолжается рост загородного туризма и увеличение спроса на развлечения на свежем воздухе в пределах города или его пригородах;

- существенно повышаются требования к качеству мероприятий на фоне выделения туристских событий значительного и малого масштабов и уменьшения событий среднего масштаба;

- меняется бизнес-концепция гостеприимства — увеличение доли высоких технологий ведет к созданию бизнес-экосистем вокруг туроператоров и компаний;

- индустрия гостеприимства в значительной степени ориентируется на идеи Парижского соглашения по климату, что находит отражение в изменении подходов к оборудованию номеров (просто и экологично), и как следствие — приоритетности экономичных (прагматичных) моделей средств размещения;

- конкурентоспособность российской индустрии гостеприимства и туризма в сравнении с уровнем ведущих стран мира в значительной степени зависит от переориентации системы подготовки специалистов на маркетинговую концепцию «экономики впечатлений».

**Список источников**

- [1] Хромцова М. Ю. Тема гостеприимства в современной теологии // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2019. Т. 20. Вып. 1. С. 193–204 [Электронный ресурс]. URL: <https://rhga.ru/upload/iblock/937/93722dfd5075665c8f41f0bfad91ef9d.pdf>
- [2] По данным Всемирной туристской организации, в 2019 году в мире зарегистрировано 1,5 миллиарда международных туристических поездок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhdunarodnyh-poezdok/>
- [3] Robot Hotel Loses Love for Robots // Wall Street Journal [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wsj.com/articles/robot-hotel-loses-love-for-robots-11547484628/>
- [4] Официальный сайт бронирования отелей Omenahotels. URL: <https://www.omenahotels.com/ru/>
- [5] Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» // Официальный сайт Правительства Российской Федерации. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/900/events/>
- [6] Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» // Официальный сайт Правительства Российской Федерации. URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>
- [7] В Москве наблюдается значительный рост выручки отелей за январь 2022 года [Электронный ресурс]. URL: <https://hotelier.pro/news/item/v-moskve-nablyudaetsya-znachitelnyy-rost-vyruchki-oteley-za-yanvar-2022-goda/>
- [8] Дмитрий Чернышенко: В этом году на создание инженерной и транспортной инфраструктуры к туристическим объектам Правительство направит 2,4 млрд рублей // Официальный сайт Правительства Российской Федерации. URL: <http://government.ru/news/44635/>
- [9] Официальный сайт Министерства курортов и туризма Республики Крым. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/article/show/2343>

**References**

- [1] Khromtsova M. Yu. The theme of hospitality in modern theology. *Vestnik Russkoj xristianskoj gumanitarnoj akademii = Bulletin of the Russian Christian Academy for the Humanities*. 2019. Vol. 20. Issue. 1. P. 193–204. (In Russ.). Available from: <https://rhga.ru/upload/iblock/937/93722dfd5075665c8f41f0bfad91ef9d.pdf>
- [2] According to the World Tourism Organization, 1.5 billion international tourist trips were registered in the world in 2019. (In Russ.). Available from: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhdunarodnyh-poezdok/>
- [3] Robot Hotel Loses Love for Robots. Wall Street Journal. Available from: <https://www.wsj.com/articles/robot-hotel-loses-love-for-robots-11547484628/>
- [4] Official hotel booking site Omenahotels. (In Russ.). Available from: <https://www.omenahotels.com/ru/>
- [5] National project "Tourism and Hospitality Industry". Official website of the Government of the Russian Federation. (In Russ.). Available from: <http://government.ru/rugovclassifier/900/events/>
- [6] Program "Digital Economy of the Russian Federation". Official website of the Government of the Russian Federation. (In Russ.). Available from: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>
- [7] Moscow sees a significant increase in hotel revenue in January 2022. (In Russ.). Available from: <https://hotelier.pro/news/item/v-moskve-nablyudaetsya-znachitelnyy-rost-vyruchki-oteley-za-yanvar-2022-goda/>
- [8] Dmitry Chernyshenko: This year, the Government will allocate 2.4 billion rubles for the creation of engineering and transport infrastructure to tourist sites. Official website of the Government of the Russian Federation. (In Russ.). Available from: <http://government.ru/news/44635/>
- [9] Official site of the Ministry of Resorts and Tourism of the Republic of Crimea. (In Russ.). Available from: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/article/show/2343>

**Информация об авторах**

Т. Ю. Пашко — кандидат экономических наук, доцент.

Е. В. Тышко — аспирант 3-го года очной формы обучения кафедры непроектирующей сферы и социальных технологий Академии труда и социальных отношений.

**Information about the authors**

T. Yu. Pashko — Candidate of Science (Economics), Associate Professor.

E. V. Tyshko — 3-year post-graduate student at the Department of Non-Production Sphere and Social Technologies, Academy of Labor and Social Relations.

**Вклад авторов:** авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**Contribution of authors:** the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

---

Статья поступила в редакцию 25.04.2022; одобрена после рецензирования 13.05.2022; принята к публикации 24.06.2022.

The article was submitted 25.04.2022; approved after reviewing 13.05.2022; accepted for publication 24.06.2022.