

УДК 347.452.2

DOI: 10.24412/1995-042X-2021-1-142-151

**ДУХОВНАЯ** *Лилия Леонидовна*

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)  
кандидат экономических наук, доцент; 6199900@mail.ru*

**КИЦИС** *Вячеслав Михайлович*

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н.П. Огарева (Саранск, Респ. Мордовия, РФ)  
кандидат географических наук, доцент; vkitsis@mail.ru*

**ПРОХОРОВА** *Ольга Викторовна*

*Университет экономики и управления (Симферополь, Респ. Крым, РФ)  
кандидат экономических наук; ovprokhorova@mail.ru*

## **ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ – ЭПОХА ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА И ПЕРЕМЕН**

*В настоящее время из-за сложившейся эпидемиологической обстановки по всему миру, вопрос о восстановлении гостиничного бизнеса стоит особенно остро. Пандемия COVID-19 нанесла сокрушительный удар по многим отраслям экономики, но наиболее негативные и тяжелые последствия данных событий ощутила на себе сфера международного туризма и гостеприимства. Целью данного исследования является определение основных способов реабилитации сферы гостеприимства, а также рассмотрение сложившихся трендов гостиничного бизнеса в условиях пандемии COVID-19. Авторы статьи на примере ретроспективного анализа ситуации, сложившейся на момент начала 2020 года по ряду наиболее популярных российских и зарубежных туристских направлений, приводят основные данные, характеризующие негативные изменения масштабов туристских потоков, падение загрузки средств размещения и как следствие, катастрофическое падение доходов в сфере туризма и гостеприимства. Однако, учитывая то, что любая кризисная ситуация – это не только проблемы, но и дополнительные возможности, авторы на основе изученного опыта деятельности ряда гостиничных предприятий, обозначают в статье те позитивные изменения, которые неизбежно влечет за собой столь продолжительный период стагнации гостиничного бизнеса. Это, в первую очередь, инновационные подходы к обеспечению безопасности гостей и персонала, а также поиск новых потребительских сегментов, формирование новых гостиничных продуктов, актуальных для гостиничных предприятий, деятельность которых уже сейчас адаптирована к новому формату путешествий в условиях все еще продолжающейся пандемии COVID-19.*

**Ключевые слова:** *пандемия, кризис, гостиничный бизнес, туристский бизнес, гостиничные предприятия, гостиничный рынок*

**Для цитирования:** *Духовная Л.Л., Кицис В.М., Прохорова О.В. Гостиничный бизнес в условиях пандемии – эпоха глобального кризиса и перемен // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т.15. №1. С. 142–151. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-1-142-151.*

**Дата поступления в редакцию:** 11 января 2021 г.

**Дата утверждения в печать:** 18 февраля 2021 г.

**Liliya L. DUKHOVNAYA**

*Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);  
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: 6199900@mail.ru*

**Vyacheslav M. KITSIS**

*National Research Ogarev Mordovia State University (Saransk, Rep. of Mordovia, Russia)  
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: vkitsis@mail.ru*

**Olga V. PROCHOROVA**

*University of Economics and Management (Simferopol, Rep. of Crimea)  
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: ovprokhorova@mail.ru*

## **HOSPITALITY IN A PANDEMIC – AN ERA OF GLOBAL CRISIS AND CHANGE**

**Abstract.** *Currently, due to the prevailing epidemiological situation around the world, the issue of restoring the hotel business is especially acute. The COVID-19 pandemic has dealt a devastating blow to many sectors of the economy, but the most negative and grave consequences of these events were felt by the sphere of international tourism and hospitality. The purpose of this study is to identify the main ways to rehabilitate the hospitality industry, as well as to consider the current trends in the hotel business in the context of the COVID-19 pandemic. The authors through the retrospective analysis of the situation at the beginning of 2020 for a number of the most popular Russian and foreign tourist destinations, provide basic data characterizing the negative changes in the scale of tourist flows, a drop in the occupancy of accommodation facilities and, as a result, a catastrophic drop in income in the field of tourism and hospitality. However, given that any crisis situation is not only problems, but also additional opportunities, the authors, on the basis of the studied experience of hotel enterprises, indicate in the article those positive changes that such a long period of stagnation in the hotel business inevitably entails. These are, first of all, innovative approaches to ensuring the safety of guests and staff, as well as the search for new consumer segments, the formation of new hotel products that are relevant for hotel enterprises, whose activities are already adapted to the new travel format amid the still ongoing COVID-19 pandemic.*

**Keywords:** *pandemic, crisis, hotel business, tourism business, hotel enterprises, hotel market*

**Citation:** Dukhovnaya, L. L., Kitsis, V. M., & Prochorova, O. V. (2021). Hospitality in a pandemic – an era of global crisis and change. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 15(1), 142–151. doi: 10.24412/1995-042X-2021-1-142-151. (In Russ.).

**Article History**

Received 11 January 2021

Accepted 18 February 2021

**Disclosure statement**

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2021 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



**Введение.** В конце 2019 – начале 2020 года мир столкнулся с новым типом вируса и новым инфекционным заболеванием, вызываемым данным типом вируса, COVID-19. За очень короткое время вирус проник на все континенты Земли, в связи с этим на заседании в Женеве 30 января 2020 года Всемирная Организация Здравоохранения признала вспышку нового типа коронавируса в Китае чрезвычайной международной ситуацией, а 28-го февраля 2020 года повысила оценку риска на глобальном уровне до «очень высокого» [5].

Практически мгновенное распространение коронавирусной инфекции не обошло стороной ни одну отрасль, однако к наиболее пострадавшим необходимо отнести пассажирские авиаперевозки, туризм и гостиничный бизнес. Учитывая эволюционирующий характер ситуации, на сегодняшний день слишком рано оценивать полное воздействие COVID-19 на международный туризм. Для своей первоначальной оценки ЮНВТО использовало сценарий 2003 года в качестве ориентира, учитывая размеры и динамику глобальных путешествий и текущих сбоев, географическое распространение COVID-19 и его потенциальное экономическое воздействие.

Однако, уже в марте 2020 г. Президент Всемирного экономического форума Булут Багчи представил перспективный прогноз последствий пандемии, который позволял прийти к выводу, что убыток индустрии туризма во всем мире от пандемии на конец 2020 года может составить триллион долларов США. На начало марта данная величина составила 600 млн долл. По оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC) учитывая скорость, с которой распространяется вирус, и его влияние на туризм, работу в этой сфере потеряют порядка 50 млн человек. За год прибыль от сферы туризма составляет примерно 1,7 трлн руб. Порядка 60 сфер экономики прямо или косвенно связаны с туристической деятельностью. По данным международных экспертов, суммарный мировой убыток в этих отраслях может составить 5 трлн долл. И

даже после окончания пандемии восстановление мировой экономики будет достаточно тяжелым [1].

Теоретико-методическим проблемам гостиничного бизнеса в эпоху глобального кризиса, связанного с пандемией новой коронавирусной инфекции, особенностям, трендам и новым форматам бизнеса, посвящены труды российских и зарубежных авторов, как Воронцовой М.Г., Масаловой Д.Ю., Кациель С.А., Жигулина И В., Pedersen C.L., Ritter T., Riaz U. Hollander J.

**Результаты исследования.** Говоря о тяжелых последствиях начавшейся пандемии и принятых большинством стран жестких карантинных мер весной 2020 г., на примере нескольких наиболее конкурентоспособных туристских направлений стоит рассмотреть масштабы ущерба, который практически сразу ощутила отрасль туризма в целом и гостиничный бизнес в частности, как важнейшая составляющая туристской инфраструктуры.

По данным Hosteleria de España, организации работодателей, представляющей этот сектор, около 40 тысяч гостиничных и ресторанных заведений уже навсегда закрылись в Испании из-за пандемии COVID-19, которая привела к отсутствию иностранных туристов и массовым увольнением сотрудников этой сферы услуг.

В конце июня правительство Испании представило план помощи туристической отрасли в сумме 4,2 миллиарда евро, состоящий в основном из кредитов, гарантированных государством. Однако представители сферы туризма дали понять, что эта сумма субсидий не сможет решить проблемы отрасли.

Самый значительный удар коронавирус нанес по итальянскому туризму, который приносил стране ежегодно десятки миллиардов евро и формировал порядка 12–13% ВВП. При этом негативный эффект от внезапного прекращения деятельности гостиниц испытывают многие другие отрасли, которые прямо или косвенно были вовлечены в процесс обслуживания гостей.

Число иностранных туристов, которые посетили Италию летом 2020 г. упало на 63 миллиона человек или 63,4% по сравнению с 2019 годом, говорится в исследовании флорентийского Центра туристических исследований.

В 2020 году доходы итальянской туристической отрасли уменьшатся на 80 % по сравнению с прошлым годом. Уже есть исследования, которые отмечают, что даже при благоприятном сценарии доходы отрасли в 2021 году все равно уменьшатся на 40% [1].

По мнению ряда экспертов, данная ситуация переведет «стрелки часов» итальянского туристического бизнеса на 20 лет назад. Лето 2020 года стало худшим по числу поездок с 1998 года.

В табл. 1 и 2 представлены доходы от международного туризма в Италии и Испании в динамике за последние 3 года с 2017 г. по 2019 г., а также доля данной сферы в ВВП этих стран соответственно. Представленные данные позволяют сделать вывод о том, что доходы от туризма формируют значительный вклад в ВВП стран. Доходы от международного туризма ежегодно увеличиваются. Стоит отметить, что в 2020 году этот показатель значительно снизился из-за пандемии<sup>1</sup>.

*Таблица 1 – Доходы от международного туризма, млн. долл*

Годы	Италия	Испания
2017	42423	66982
2018	46719	75906
2019	51602	81250

*Таблица 2 – Общий вклад сферы туризма в ВВП, %*

Годы	Италия	Испания
2017	12,7	14,2
2018	13,0	14,5
2019	13,2	14,6

Достаточно быстро, уже в первые месяцы действующих карантинных мероприятий в

наиболее востребованных среди туристов странах мира, сложились вполне определенные тенденции гостиничного рынка, заключающиеся в том, что уязвимость разного типа отелей носила абсолютно различный, зачастую диаметрально противоположный характер.

В особую группу можно выделить гостиницы, которые были вынуждены закрыться по распоряжению властей или на фоне полного отсутствия гостей ввиду пандемии. К числу наиболее пострадавших, согласно исследованию консалтинговой компании HVS, относятся отели, предоставляющие полный комплекс услуг, отели, расположенные в больших городах с большим потоком международных посетителей, отели, которые зависят от наличия чартерных рейсов, отели, операторы которых арендуют здания у собственников и платят фиксированную аренду. В то же время относительно спокойно могут себя чувствовать загородные отели или курорты с возможностью проживания от пяти дней, до которых легко добраться на машине.

Аналогичная тенденция наблюдается и в других европейских странах, где во многом восстановление туристской индустрии зависит от локального потока туристов. Это в первую очередь обусловлено ограничением на передвижение за пределами своей страны, а также накопившейся усталостью от карантина и жаждой новых впечатлений.

Анализируя ситуацию, сложившуюся в тот же момент времени на российском рынке, стоит отметить, что условия возникшей пандемии стали не менее тяжелым испытанием и для российского гостиничного рынка. В виду того, что в 2020 г. в России должен был состояться ряд таких крупномасштабных мероприятий, как ПМЭФ и Евро-2020, то по мнению аналитиков, потери российских отелей за летний сезон составили 7,5–9,5 млрд руб [3].

Вспоминая историю глубоких кризисов гостиничного бизнеса, стоит упомянуть, что

<sup>1</sup> Holder D. Tourism management and destination recovery through the crisis. URL: <https://www.jll.cl/en/views/>

tourism-management-and-destination-recovery-through-the-crisis (Дата обращения: 06.01.2021).

гостиничные рынки США и Китая уже сталкивались с подобными обвалами после соответственно теракта 9 сентября 2011 г., когда уровень загрузки отелей о стране снизился на 45% и эпидемии SARS (атипичной пневмонии) в 2003 г. (заполняемость отелей Китая сократилась на 85%)<sup>2</sup>.

В России же такое резкое падение рынка произошло впервые.

По данным результатам исследования, проведенного компанией CBRE, в первом полугодии 2020 г. падение доходности на гостиничном рынке г. Москвы и г. Санкт-Петербурга составило соответственно 54% и 78% (рис. 1). На фоне возникшей пандемии, введения жесткого локдауна и сведения иностранного туристского потока практически к нулю в Санкт-Петербурге по итогам первого полугодия 2020 г. средняя суточная цена за номер (ADR) снизилась на 45%, в Москве в среднем по рынку – на 5% [6, 7].

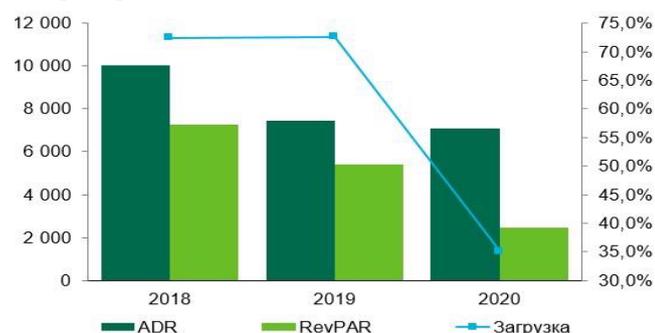


Рис. 1 – Основные показатели гостиничного рынка г. Москвы, 2018–2020 гг.<sup>3</sup>

С началом летнего отпускного сезона ситуация на некоторых объектах характеризовалась загрузкой на уровне 23–26%. Отели более дорогих сегментов восстанавливаются медленнее в связи с отсутствием деловых путешественников, туристов и MICE- мероприятий.

Не менее драматичный сценарий событий разворачивался и на рынке гостиничного бизнеса Крыма и Краснодарского края.

Так, ситуацию, сложившуюся на момент весны 2020 г. в Крыму, можно охарактеризовать рядом следующих негативных факторов:

- сокращение потока туристов на начало весны в Крым фиксировалось на уровне 950 тыс. человек;
- объем выпадающих доходов оценивался в 1.5 триллиона рублей;
- около 120 тыс. человек потеряли работу;
- общая сумма возвратов за апрель-май составила 1.3 миллиарда рублей;
- загрузка гостиниц фиксировалась на уровне 5–10%, а некоторые объекты были закрыты.

Тем не менее, в связи с поэтапным запуском летнего туристского сезона, начавшимся в Республике Крым с 15 июня 2020 г. и проходившем в условиях достаточно жестких требований Роспотребнадзора с 1 по 31 июля в Крыму отдохнули более 1,4 млн путешественников (1 млн 432,8 туристов). За второй месяц курортного сезона, с 1 по 31 августа, в Крыму отдохнуло более 2,1 млн туристов (2 106,3 тыс.). Общее число туристов за весь летний сезон превысило 3,5 млн человек [4, 8].

Сегодня, когда весь цивилизованный мир живет в условиях ЧС биологического характера, к которым относится пандемия коронавируса, гостиничный бизнес, сразу же понесший миллионные убытки и получивший неопределенные перспективы, тем не менее, достаточно оперативно стал адаптироваться к новым реалиям, разрабатывать и внедрять краткосрочные и долгосрочные антикризисные стратегии.

Уже на первом этапе начавшейся пандемии, весной 2020 г. отели столкнулись с необходимостью экстренного введения строгих ограничительных мероприятий, или тех самых тактических мер, направленных на защиту жизни и здоровья гостей и персонала.

<sup>2</sup> Hollander J. Coronavirus: Survival of the Fittest for Hotels // Медиа-платформа Hotel Tech Report. URL: <https://hotelttechreport.com/news/coronavirus> (Дата обращения: 22.12.2020).

<sup>3</sup> <https://hotelier.pro/news/item/v-rusland-sp-otsenili-padenie-vyruchki-gostinichnoy-industrii-moskvy-i-sankt-peterburga/> (Дата обращения: 22.12.2020).

Так, компания Radisson Hotel Group уже в мае 2020 г. объявила о своем протоколе безопасности Radisson Hotels Safety Protocol, новой программе по усилению мер поддержания чистоты и проведения процедур дезинфекции. Протокол разработан в партнерстве с мировым лидером в сфере инспекционных услуг, экспертизы, испытаний и сертификации SGS.



Рис. 2 – Официальная эмблема чистоты и дезинфекции компании SGS

Компания Radisson Hotel Group провела тщательный анализ всех существующих процедур охраны здоровья и безопасности и вместе с командой экспертов разработала и утвердила дополнительные протоколы. Эти расширенные правила, рабочие инструкции и комплексные процедуры поддержания здоровья и безопасности, утвержденные SGS, будут адаптированы в соответствии с местными требованиями и рекомендациями, чтобы обеспечить безопасность и спокойствие гостей с момента регистрации и до выезда из отеля. Протокол безопасности Radisson Hotels Safety Protocol дополнительно усилит существующие строгие правила санитарии, поддержания чистоты и дезинфекции в отелях по всему миру.

Radisson Hotel Group представит официальную эмблему чистоты и дезинфекции, выдающуюся компанией SGS. Она гарантирует соответствие высочайшим стандартам чистоты, гигиены и безопасности, подтвержденное SGS в ходе централизованного процесса

проверки. Каждый отель сможет получить эту эмблему после прохождения комплексного локального аудита, включающего в себя тесты на местах с использованием последних технологий<sup>4</sup>.

В качестве краткосрочных антикризисных стратегий отели по всему миру стали внедрять новые гостиничные продукты, предназначенные для размещения гостей и медперсонала, находящихся на самоизоляции.

Интересен опыт российского гостиничного оператора «ГОСТ Отель Менеджмент», получившего еще на первом этапе пандемии название «гибридное открытие»: когда заселение новых гостей уже возможно, но прочие услуги еще не доступны: F&B, бассейны, СПА, MICE и пр.

На основании данной логики стратегия компании строится на последовательном предложении рынку нескольких глобальных программ, «гибкость» условий которых зависит от стадии послабления. Например, «Оазис Безопасности» и «Оазис Безопасности: all inclusive» — флагманские продукты для самоизоляции с гостиничным сервисом, без или с полным питанием (конечно, в формате Room Service) и включенными услугами (от средств индивидуальной защиты до включенных подписок на стриминги или прямые эфиры от отеля, например, йога или мастер-классы от шефа).

Новые условия, в которых оказался гостиничный бизнес, сформировали новые технологические тренды в индустрии гостеприимства.

- **Улыбка** – «икона гостеприимства». Важно продолжать улыбаться и за покровом маски – гости это видят и чувствуют.
- **Лицо**. Гостю сложно запомнить сотрудника в маске. Решение проблемы - распечатка и размещение под бейджем фотографии сотрудника без маски.
- **Бесконтактная оплата**. Гости теперь ожидают от отеля внедрения системы

<sup>4</sup> [https://www.frontdesk.ru/news/radisson-hotel-group-predstavil-novyy-protokol-bezopasnosti-radisson-safety-](https://www.frontdesk.ru/news/radisson-hotel-group-predstavil-novyy-protokol-bezopasnosti-radisson-safety-protocol)

protocol (Дата обращения: 05.01.2021).

«закрытия» услуг на номер и бесконтактной оплаты картой во избежание контакта с наличными деньгами. Отсутствие такой возможности – серьезное снижение репутации отеля.

- **Чаевые.** Снижение количества чаевых по причине нежелания гостей касаться наличных – поиск отелем новых вариантов получения чаевых бесконтактным способом для сохранения мотивации сотрудников.
- **Телефон.** В связи с участвовавшими звонками гостей по вопросам особенностей проживания в отеле и порядке действующих ограничений возрастает нагрузка на службу телефонных операторов. С учетом не всегда позитивного опыта работы с посредниками в период пандемии, прямое бронирование используется как важнейший на сегодняшний день инструмент продаж.
- **Горничные – фронт-лайн сотрудники.** Выведение данной категории сотрудников отеля на первый план для наиболее наглядной демонстрации гостям соблюдения всех противоэпидемических требований в рамках проведения различных

видов уборочных работ в отеле.

- **Лишние вещи в номере.** Минимизация в оснащении «ненужным» текстилем номеров (часто размещенным на кровати или прикроватной тумбочке) как поверхностей, наиболее активно скапливающих пыль и являющимися местом потенциального заражения гостя.

Безусловно, любые эпидемические процессы в природе имеют свою определенную цикличность и заканчиваются через более или менее продолжительное время. Уже сегодня, несмотря на все еще сложную эпидемическую обстановку мировой гостиничный бизнес выстраивает долгосрочные стратегии, которые базируются на новых трендах постковидного мира. Схематично основные стратегические направления деятельности современного гостиничного предприятия, деятельность которых осуществляется в сложных условиях пандемии коронавируса представлены ниже, на рис. 3.

Также достаточно интересен прогноз бизнес-блога Trivago об изменениях, которые достаточно очевидны и возможны в туристской сфере. Эксперты предполагают следующие изменения, касающиеся в большей степени организации путешествий<sup>5</sup>:

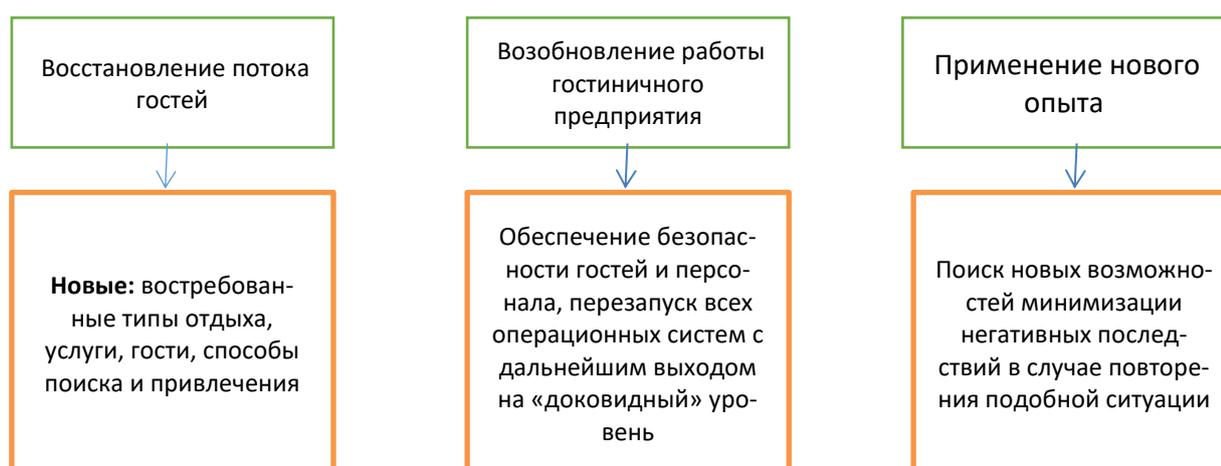


Рис. 3 – Стратегии гостиничных предприятий в условиях пандемии<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Emerging Post-crisis Travel Trends That Hoteliers Should Know. URL: <https://businessblog.trivago.com/post-crisis-travel-trends/> (Дата обращения: 10.01.2021).

<sup>6</sup> Pedersen C.L., Ritter T. Preparing Your Business for a Post-

Pandemic World // Сетевое издание «Harvard Business Review»: URL: <https://hbr.org/2020/04/preparing-your-business-for-a-post-pandemic-world> (Дата обращения: 10.01.2021).

*Преобладание коротких поездок.* Поездки в парки или посещения достопримечательностей в пределах своего города или области будут набирать популярность. Путешествия начнут возобновляться с поездок на автомобилях недалеко от дома. Путешественники отложат более дорогой и длительный отдых из-за ограниченности своих финансов. Для отелей такая ситуация диктует необходимость быть готовыми предложить услуги «от стойки» по демократичным ценам.

*Coronacations.* Прямого перевода на русский язык у этого термина пока нет. Это отпуск, который происходит из-за дешевых рейсов и отелей, которые существуют из-за коронавируса 2020 г. Некоторые люди хотели бы уже начать путешествовать, невзирая на возможный риск. Они хотят получать специальные предложения и скидки на проживание. Отели нужно внедрить эффективную стратегию управления доходами на основе динамического ценообразования, в которой они должны сосредоточиться на диверсификации потоков доходов.

*Coronasafe.* Еще один новый термин, появившийся в туризме благодаря пандемии. Санитарная безопасность становится новым важным критерием отдыха для путешественников. Отели придумывают творческие и инновационные приемы для обеспечения безопасности гостей и персонала. И нередко это становится своеобразной «фишкой» предприятия и привлекает все больше гостей.

*Holistay.* Поездки сейчас будут намного короче, чем раньше. А значит, традиционные двухнедельные отпуска могут превратиться в длинные выходные (от английского «holiday» – праздник, выходной и «stay» – остановка, проживание). Для отелей это означает необходимость разработки программ мероприятий для всей семьи. Гостям будет важно не только найти вариант размещения, подходящий для детей и/или домашних животных, но и получить новые впечатления, активно провести время, поучаствовать в каком-либо мероприятии или мастер-классе [2].

**Выводы.** Подводя итоги исследования и обобщая все вышеизложенное, стоит отметить, что пандемия, возникшая в связи с распространением новой инфекции COVID-19, является беспрецедентной ситуацией, которая оказала влияние на все сферы жизни практически в каждой стране. Наиболее пострадавшим сектором экономики является туризм, в том числе гостиничный бизнес и авиасообщение. Основные стратегические действия в сфере гостеприимства в ближайшей перспективе будут направлены на решение насущных проблем и обеспечение или расширение новых возможностей для бизнеса.

В сложившихся условиях возникла острая необходимость в реализации следующих мер, направленных на поддержку и дальнейшее восстановление отрасли:

- значительная фокусировка усилий, ресурсов и мер поддержки государства на развитии приоритетных туристских территорий, на фоне повышения их инвестиционной привлекательности;
- дальнейшая популяризация местных туристических направлений;
- облегчение налоговой политики для наиболее пострадавших секторов экономики;
- введение льгот и стимулов для обеспечения поддержания бизнеса;
- продление срока действия виз, полученных до пандемии иностранными туристами в рамках мер, направленных на восстановление въездных потоков после открытия государственных границ и восстановления авиасообщения между странами.

Наиболее гибкие объекты гостиничного бизнеса, быстро адаптирующиеся к современным условиям и применяющие технологические новинки, смогут максимизировать свои доходы и повысить качество обслуживания гостей, повышая их лояльность. Именно такая комбинация технологий позволит наиболее быстро восстановить работу после кризиса, вызванного пандемией.

#### Список источников

1. Акбулаев Н.Н., Мамедов И.М., Алиев В.З. Влияние COVID-19 на индустрию туризма (Испания, Италия, Турция) // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. Т. 223. № 3. С. 380-390.
2. Воронцова М.Г., Васильева А.Д. Развитие предприятий гостиничной индустрии в условиях кризиса туризма // Журнал правовых и экономических исследований. 2020. №3. С. 122-128.
3. Кемайкин П.В., Гусева А.А. Проблемы развития гостиничного бизнеса в условиях пандемии // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Сер.: Экономика. 2020. №3(62). С. 27-32.
4. Масалова Д.Ю., Кацнель С.А., Жигулин И. Тенденции развития гостиничного бизнеса в условиях пандемии коронавируса // Современное состояние и потенциал развития туризма в России: Мат. XVII Междунар. науч.-практ. конф. Под ред. Е.В. Кулагиной. 2020. С. 81-84.
5. Осипова, Л.Б. Прокопьев В.Н. Гостиничный и туристический бизнес во время пандемии коронавируса COVID-19 // Молодой ученый. 2020. №23(313). С. 429-433.
6. Пирогова О.Е., Кузнецова С.Н., Шаныгин С.И. Гостиничный рынок Санкт-Петербурга: состояние и перспективы развития в условиях пандемии // Развитие и безопасность. 2020. №2(6). С. 95-106.
7. Туманян Е.Ю. Новая политика индустрии гостеприимства: проблемы, тенденции и ориентиры в условиях пандемии // Планирование и прогнозирование социального-экономического развития в новых геополитических условиях: Сб. ст. по ит. Междунар. науч.-практ. конф. Стерлитамак, 2020. С. 55-58.
8. Шумакова Е.В. Проблемы гостиничного бизнеса в условиях пандемии (коронавируса) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Экономика и право. 2020. №6. С. 103-106.

#### References

1. Akbulaev, N. N., Mamedov, I. M., & Aliev, V. Z. (2020). Vlijanie COVID-19 na industriju turizma (Ispanija, Italija, Turcija) [Impact of COVID-19 on the tourism industry (Spain, Italy, Turkey)]. *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshhestva Rossii [Scientific works of the Free Economic Society of Russia]*, 223(3), 380–390. (In Russ.).
2. Vorontsova, M. G., & Vasil'eva, A.D. (2020). Razvitie predpriyatij gostinichnoj industrii v uslovijah krizisa turizma [Development of hospitality enterprises in tourism crisis.]. *Zhurnal pravovyh i ekonomicheskikh issledovanij [Journal of Legal and Economic Research]*, 3, 122–128. (In Russ.).
3. Kemaykin, P. V., & Guseva, A. A. (2020). Problemy razvitija gostinichnogo biznesa v uslovijah pandemii [Problems of hotel business development in a pandemic]. *Vestnik Povolzhskogo gosudarstvennogo universiteta servisa. Serija: Ekonomika [Bulletin of the Volga State University of Service. Series: Economics]*, 3 (62), 27–32. (In Russ.).
4. Masalova, D. Yu., Katsiel, S. A., & Zhigulin, I. (2020). Tendencii razvitija gostinichnogo biznesa v uslovijah pandemii koronavirusa [Trends in the hotel business development in coronavirus pandemic]. *Sovremennoe sostojanie i potencial razvitija turizma v Rossii [Current state and potential of tourism development in Russia]*: Materials of the XVII International Scientific and Practical Conference, 81-84. (In Russ.).
5. Osipova, L. B., & Prokopiev, V. N. (2020). Gostinichnyj i turisticheskij biznes vo vremja pandemii koronavirusa COVID-19 [Hospitality and tourism during the COVID-19 coronavirus pandemic]. *Molodoj uchenyj [Young Scientist]*, 23(313), 429–433. (In Russ.).
6. Pirogova, O. E., Kuznetsova, S. N., & Shanygin, S. I. (2020). Gostinichnyj rynek Sankt-Peterburga: sostojanie i perspektivy razvitija v uslovijah pandemii [The hotel market of St. Petersburg: state and development prospects in pandemic]. *Razvitie i bezopasnost' [Development and security]*, 2(6), 95–106. (In Russ.).

7. Tumanjan, E. Yu. (2020). Novaja politika industrii gostepriimstva: problemy, tendencii i orientiry v uslovijah pandemii [New hospitality policy: challenges, trends and benchmarks in a pandemic]: *Planirovanie i prognozirovanie social'nogo-ekonomicheskogo razvitija v novyh geopoliticheskikh uslovijah [Planning and forecasting social and economic development in new geopolitical conditions]*: collection of articles on the results of the International Scientific and Practical Conference. Sterlitamak, 55-58. (In Russ.).
8. Shumakova, E. V. (2020). Problemy gostinichnogo biznesa v uslovijah pandemii (koronavirusa) [The problems of the hotel business in a pandemic (coronavirus)]. *Sovremennaja nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Serija: Ekonomika i pravo [Modern science: topical problems of theory and practice. Series: Economics and Law]*, 6, 103-106. (In Russ.).