

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF DEVELOPING INDUSTRIES, COMPLEXES, BUSINESSES AND ORGANIZATIONS OF SERVICES SECTOR

УДК 33.348

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10408

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ);
доктор экономических наук, профессор; recreachin@rambler.ru*

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СЕТЕВОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

Индустрия гостеприимства как объект управления представляет собой сложное неоднородное образование с неодинаковой собственнической принадлежностью. В статье рассмотрены сетевые механизмы управления гостиничным бизнесом. Составлена классификация механизмов управления. Представлен организационно-экономический механизм управления предприятиями гостиничного бизнеса с точки зрения процессного подхода. Рассмотрено содержание понятия «гостиничная сеть» в отечественной и зарубежной науке. Проведен сравнительный анализ механизмов управления в гостиничном бизнесе, определены направления совершенствования сетевого механизма.

Ключевые слова: *механизм управления, предпринимательские структуры, индустрия гостеприимства, процессный подход.*

Для цитирования: Оборин М.С. Проектирование сетевого механизма управления гостиничным бизнесом // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 94-104. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10408.

Дата поступления в редакцию: 22 сентября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 20 октября 2020 г.

Matvey S. OBORIN

*Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University;
Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov (Perm, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID iD: 0000-0002-4281-8615*

DESIGNING A NETWORK MECHANISM FOR MANAGING A HOTEL BUSINESS

Abstract. *The hospitality industry as an object of management is a complex heterogeneous entity with unequal ownership. The article deals with the network management mechanisms of the hotel business. The author develops a classification of management images. The article presents organizational and economic mechanism for managing a hotel business. The content of the concept of "hotel chain" in domestic and foreign science is considered, as well as the directions of improving the network mechanism are determined.*

Keywords: *management mechanism, business structures, hospitality industry, process approach.*

Citation: *Oborin, M. S. (2020). Designing a network mechanism for managing a hotel business. Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 14(4), 94-104. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10408. (In Russ.).*

Article History

Received 22 September 2020
Accepted 20 October 2020

Disclosure statement

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



© 2020 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/>

В настоящее время развитие мировой гостиничной индустрии находится под влиянием различных факторов, определяющих направления трансформации систем управления. Распространение COVID-19 и масштабные ограничения на поездки продолжают наносить ущерб мировой индустрии туризма и гостеприимства, что в первую очередь отрицательно сказывается на сокращении рабочих мест: до 50 млн. в разных странах. Сектор путешествий и туризма находится на границе безубыточности и борется за выживание из-за глобального кризиса здравоохранения COVID-19 [14]. Отели особенно подвержены сокращению объемов деятельности наряду с замедлением экономической активности и спада количества путешествий [17]. Поскольку мероприятия по всему миру продолжают отменяться или откладываться, а уровень заполняемости гостиниц резко падает, пандемия COVID-19 нанесла серьезный удар по отельерам во всем мире. Например, в феврале 2020 года выручка на один доступный номер (RevPAR) в отелях Marriott упала почти на 90% в Большом Китае и снизилась на 25% в других частях Азиатско-Тихоокеанского региона по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (Wallis, 2020). Прогнозируется, что RevPAR в США, Европе и Азии будет продолжать снижаться, поскольку отдых и деловые поездки задерживаются или отменяются из-за страха перед COVID-19 [21].

Гостиничная индустрия уязвима к угрозам, создаваемым неожиданными катастрофами, такими как эпидемии, стихийные бедствия и террористические атаки. Различные типы катастроф приводят к различным отраслевым последствиям и побуждают отельеров принимать меры для решения различных проблем, вызванных кризисами. Например, отельеры Гонконга ввели ужесточение мер безопасности путем модернизации систем замкнутого телевидения (CCTV) и усиления обучения сотрудников отелей технике безопасности после терактов 11 сентября [15].

После вспышки тяжелого острого

респираторного синдрома (торс) корейская гостиничная индустрия установила новое гигиеническое оборудование и предложила сотрудникам образовательные программы по повышению осведомленности о здоровье [19]. Отели в прибрежном пункте назначения в Японии предоставили жилье, убежище и провизию эвакуированным, когда этот регион был опустошен великим Восточно-японским землетрясением и цунами 2011 года. Поскольку опасения туристов по поводу безопасности и рисков для здоровья возрастают, эпидемии могут непосредственно влиять на поведение людей в путешествиях [18]. Таким образом, отельерам крайне важно учесть изменения потребительского спроса после неожиданной пандемии COVID-19 и восстановить доверие путешественников. Поскольку кризис COVID-19, вероятно, окажет беспрецедентное воздействие на отели по всему миру, исследователи должны работать над укреплением теории и знаний в этом важнейшем секторе гостеприимства, чтобы помочь отелям стать более устойчивыми и достичь эффективного восстановления после стихийных бедствий.

Основываясь на обзоре литературы о последствиях крупномасштабных кризисов общественного здравоохранения и современных тенденциях в гостиничной индустрии, определены конкретные области, позволяющие ученым и практикам ориентироваться в гостиничном маркетинге и управлении после пандемии COVID-19. Во-первых, гостиничные операторы начинают уделять более пристальное внимание потенциальным преимуществам искусственного интеллекта (ИИ) и его приложений, таких как робототехника, в практике управления гостиницами [16]. Все большее число исследований фокусируется на связанных с гостиницами воздействиях искусственного интеллекта и робототехники на индивидуальном и организационном уровнях. Кроме того, учитывая роль социального дистанцирования как эффективной стратегии профилактики COVID-19, внедрение искусственного интеллекта и робототехники в гостиницах – особенно в

сценариях с высоким уровнем контактов-может помочь защитить гостей и сотрудников фронтальных служб.

Во-вторых, гигиена и чистота имеют важное значение для успешной работы гостиниц и привлекают повышенное внимание после таких кризисов общественного здравоохранения [20]. В частности, гигиена и чистота широко обсуждались с точки зрения восстановления гостиничной индустрии. Исследования показывают, что на клиентов влияют условия гигиены и чистоты при принятии решений о покупке в сервисной среде. Таким образом, при прогнозировании восстановления гостиничной индустрии после COVID-19 гигиена и чистота должны быть в центре внимания, учитывая серьезные последствия этой пандемии и более высокие ожидания гостей отеля в отношении безопасности во время путешествий.

Влияние кризисных ситуаций на маркетинг и практику управления гостиницами рассматривается в нескольких аспектах: искусственный интеллект и робототехника, гигиена и чистота, здоровье и здравоохранение – для стимулирования исследований и развития знаний в гостиничном секторе.

Необходимо также учитывать растущую цифровизацию экономики и социума, влияние информационных технологий на оптимизацию бизнес-процессов. Осуществляется поиск и формирование эффективных инструментов и механизмов менеджмента, определяющих длительность нахождения субъекта гостиничного бизнеса на региональном или национальном рынке. Развитие управления предприятиями гостиничного бизнеса связано с формированием представлений о механизмах реализации управленческих решений, повышением их эффективности как форме воплощения результатов финансово-хозяйственной деятельности, их опосредования в деятельности функциональных подразделений и персонала.

Классификацию механизмов управления гостиничным бизнесом можно представить схематично (рис. 1).

Традиционным механизмом управления является организационно-экономический, направленный на преобразование внутреннего потенциала объекта управления – предприятия, оказывающего гостиничные услуги. В научной литературе достаточно широко рассматривается данное понятие.

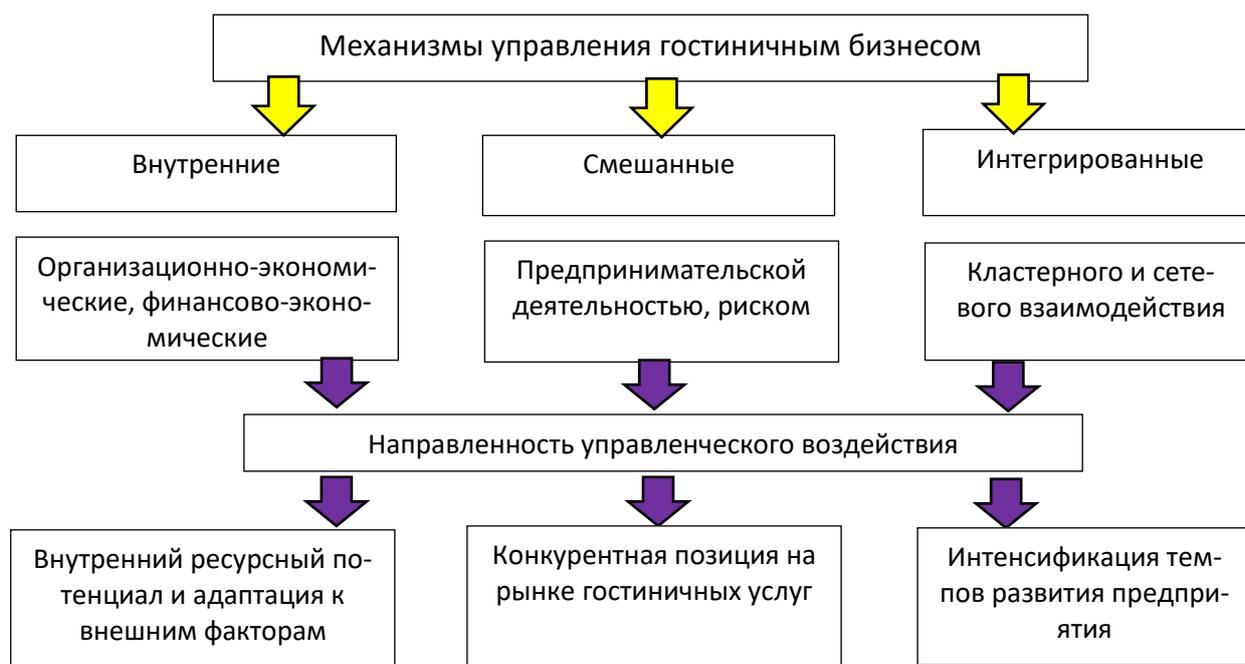


Рис. 1 – Классификация механизмов управления гостиничным бизнесом

Некоторые авторы понимают под механизмом управления четко регламентированный процесс принятия и реализации оптимальных управленческих решений [5]. Другая часть научной работы направлена на исследование мультипликативного эффекта, цепной трансформации состояний объекта управления, которая вызывает необходимые и желаемые изменения качества ресурсного потенциала, стратегии и тактики [7]. Такими элементами могут быть цифровые технологии обслуживания потребителей, которые влияют на весь бизнес-процесс сферы гостеприимства.

В широком смысле к механизму управления могут быть отнесены организационный, экономический, инновационный, финансовый, маркетинговый, кадровый [4], в данном случае это понятие приобретает сложную многоэлементную структуру. В научной литературе встречается также разделение механизма управления по функциональному признаку: управление качеством, производством, маркетингом и иных сфер деятельности объекта бизнес-среды как совокупности методов, приемов, рычагов воздействия на внутренний потенциал и адаптацию к условиям внешней

среды.

В наибольшей степени распространено понятие организационно-экономического механизма, объединяющего административные и экономические рычаги влияния на состояние и развитие внутреннего потенциала предприятия гостиничной индустрии [8]. Развивается подход, согласно которому акцент сделан на антикризисное регулирование и направленность на превентивный характер стратегии и тактики менеджмента [11]. Более широкая трактовка понятия подразумевает форму организации взаимодействия участников рынка, структур и отделов предприятия, внутренних бизнес-процессов, а также экономические методы и механизмы обеспечения этого взаимодействия. В узком: система организационно-экономических мер, направленных на повышение производительности предприятия, подразумевающая взаимодействие организационно-административных и экономических мер.

Представим организационно-экономический механизм управления предприятиями гостиничного бизнеса с точки зрения процессного подхода (рис. 2).

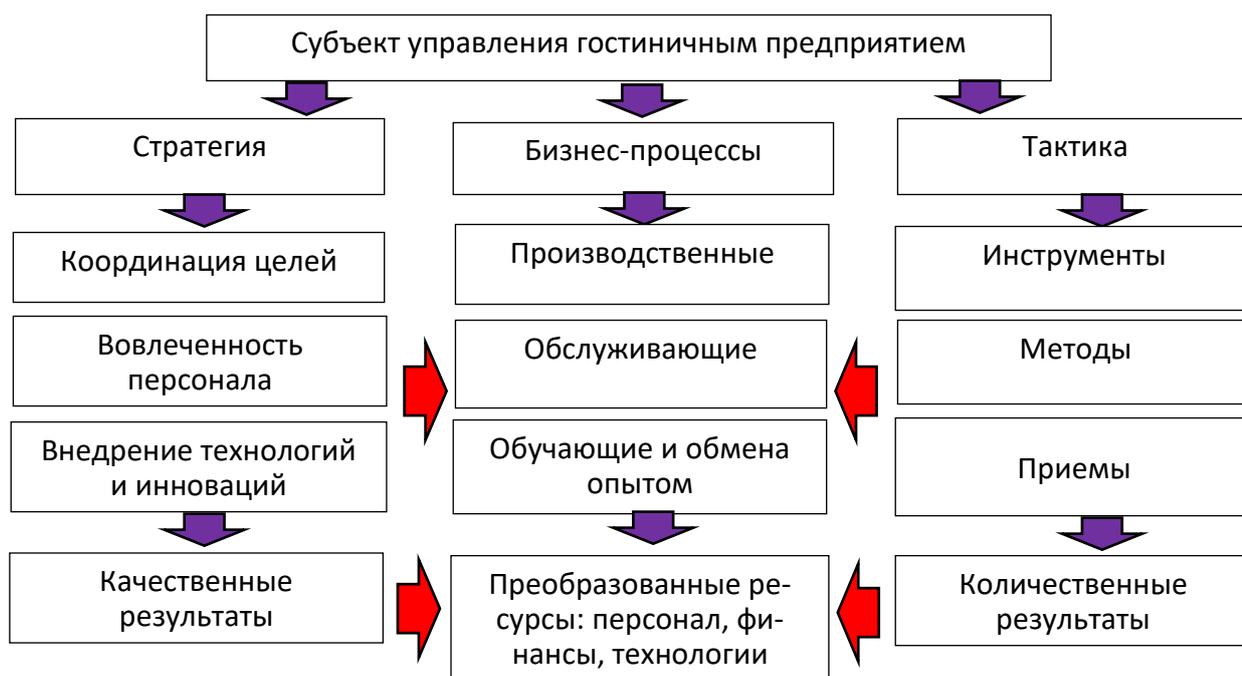


Рис. 2 – Организационно-экономический механизм управления предприятиями гостиничной индустрии как процесс

При рассмотрении структуры механизма управления предпринимательскими структурами в индустрии гостеприимства можно выделить следующие элементы: предпринимательские структуры, субъекты управления, обеспечение, методы, способы и функции управления. Особенностью подобного механизма является наличие «горизонтального управления», то есть партнерского взаимодействия предпринимательских структур индустрии гостеприимства и прочих сфер.

Механизм управления функционированием предпринимательской деятельности предполагает использование инструментов экономического и адаптационного стимулирования, способствующих обеспечению взаимовыгодного сотрудничества субъектов предпринимательства в регионе. Основной целью данного механизма является формирование благоприятной предпринимательской среды и повышение эффективности государственно-частного партнерства.

Некоторые авторы едины во мнении, что формирование партнерских взаимоотношений (на государственно-частном уровне и между предприятиями) является важным элементом управленческого механизма. То есть можно отметить уточнение понятия механизма управления предпринимательством элементом коллективности (совместного управления).

Также в научной литературе часто встречается понятие механизм управления предпринимательским риском: 1) процесс подготовки и реализации мероприятий, цель которых – снижение негативных последствий нежелательного развития событий в ходе реализации принятых предпринимателем решений; 2) совокупность форм, методов, правовых, организационных и экономических инструментов управления, с помощью которых обеспечивается устойчивое развитие организации.

Все авторские определения сходятся в определении механизма управления предпринимательской деятельности как «совокупности» или «системы» определенных элементов

и инструментов, оказывающих воздействие на них. Так как все элементы, входящие в понятие механизма, взаимосвязаны и обуславливают динамику или состояние друг друга, то для описания механизма применяется системный подход.

Таким образом, механизм управления предпринимательской деятельностью можно охарактеризовать как систему элементов, в рамках которой осуществляется воздействие на объект управления со стороны субъектов, с целью достижения положительного экономического, социального, иного эффекта на основе анализа стратегических перспектив развития рынка и альтернатив использования рыночных возможностей для снижения рисков и роста финансово-экономических результатов.

Более сложными механизмами управления являются кластерный и сетевой, поскольку они направлены на регулирование организационного поведения группы предприятий. Для того, чтобы дать описание и оценку сетевого подхода, целесообразно обратиться к понятию «сеть» в индустрии гостеприимства, которое получило сильный импульс развития в последние десятилетия, поскольку закономерно обусловлено проникновением гостиничных сетей в экономическое пространство территорий и государств.

Понятие «гостиничная сеть» рассматривается многими отечественными и зарубежными авторами (табл. 1).

Большая группа ученых и практиков единодушны во мнении, что сетевая форма организации гостиничного бизнеса является основой внедрения высоких единообразных стандартов к качеству гостиничных услуг, повышающих предсказуемость для потребителя на основе трансферта управленческих технологий, положительного опыта, ноу-хау, ресурсов, маркетинга.

Параллельно с понятием гостиничной сети в экономической науке также получили развитие понятия «сеть», «сетевое взаимодействие». Сетевой механизм управления можно охарактеризовать как регулирование

организационного поведения группы гостиничных предприятий, объединенных производством и реализацией общего продукта, услуги на основе экономических и рыночных преимуществ и распределения потенциала.

Сетевой механизм управления обладает определенной иерархией: предприятие гостиничного бизнеса может быть включено в гостиничную сеть (входить в сеть известного

бренда) и одновременно состоять в территориальной сети (быть сетевым участником в развитии сложной услуги на уровне региона, например, в период проведения международных спортивных соревнований, научных мероприятий и т.д.).

Рассмотрим особенности каждого из механизмов управления предприятиями гостиничного бизнеса (табл. 2).

Таблица 1 – Содержание понятия «гостиничная сеть» в отечественной и зарубежной науке

Год	Автор	Содержание понятия
1988, 1996	Ingram P. L.; Jarillo J. C.	Процесс сознательного создания и развития более эффективных организационных отношений для успешной конкуренции на выбранном рынке, в том числе позиционирования
1989, 1992	Kenichi Imai.; Miles R., Snow C.	Эффективная форма организации бизнеса в конкурентной турбулентной среде
2004	Катякало В.С., Мукба В.Н.	Механизм развития и передачи друг другу новых компетенций, что сопровождается созданием ключевых факторов конкурентоспособности гостиничной сети и отношенческих рент
2005	Chen J.J., Dimou I.; Alon I., Ni L., Wang Y.; Chathoth P.K., Olsen M.D.	Способ интернационализации и быстрого развития бизнеса на новых рынках
2007	Шемракова В.Н.	Форма стратегического управления гостиничным бизнесом, бизнес-модель экспансии на рынках гостиничных услуг
2008	Катякало В.С., Шемракова В.Н.	Гостиничная сеть более широкое понятие, чем гостиничная цепь, так как включает широкую группу экономических агентов, задействованных в производстве услуги
2013	Щербаков В.В., Давыдова М.К.	Устойчивая связь субъектов различной отраслевой специализации, объединенных единым производственным процессом
2014	Баджо Р., Шерешева М.Ю.	Механизм формирования бренда и стандартизированного продукта, обеспечивающего высокое качество услуги для потребителя
2016	Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е.	Группа гостиничных предприятий, выполняющих одинаковые функции, объединенные вертикальными и горизонтальными связями

Преимуществом применения организационно-экономического и предпринимательского механизма управления является прозрачность контроля, малое количество управленческих звеньев в системе, быстрота и оперативность принятия решения и их реализации. Сетевой механизм обладает возможностью развития инновационного процесса производства вследствие высокой компетенции персонала, достижение лидирующего положения на рынке гостиничных услуг по нескольким

направлениям: оптимизация и снижение издержек, контроль рыночной доли, углубленная специализация, распределение рисков.

Глобальная паника, связанная с COVID-19, может иметь серьезные последствия для путешествий. Необходимы эффективные стратегии и механизмы управления, чтобы повысить доверие путешественников и помочь бизнесу восстановиться. Устойчивость гостиничной индустрии может быть укреплена путем удовлетворения разнообразных потребитель-

ских потребностей и принятия мер по преобразованию неблагоприятных условий в благоприятные возможности. Эти усилия согласуются с прогнозируемыми тенденциями рыночного спроса, такими как здоровье путешественников, бесконтактные услуги и охрана окружающей среды. Направления деятельности гостиниц, связанные с этой пандемией и динамичным рыночным спросом, раскрывают

несколько областей, в которых следует развивать профессиональные знания. Размышляя о меняющихся ожиданиях путешественников и программах восстановления отрасли, академические круги могут внести свой вклад в развитие теории гостиничного маркетинга и менеджмента, чтобы способствовать позитивным изменениям в отраслевой практике после этой пандемии.

Таблица 2 – Сравнительный анализ механизмов управления предприятиями гостиничного бизнеса

Параметр	Организационно-экономический	Предпринимательский	Сетевой
Формальная система управления	Соответствует структуре объекта управления	Соответствует структуре объекта управления	Координационный центр
Сложность иерархии	Простая, функциональная	Простая, функциональная, матричная, проектная	Многосвязная, построенная по проектному, матричному принципу
Квалификация персонала управления	Сложно оценить	Достаточная, поскольку требует гибкости и оперативности принятия решений	Высокая, персонал обладает углубленной специализацией
Специализация производства товаров, услуг	Оптимизация производственного цикла	Усиление за счет сотрудничества на контрактной основе	Уникальная, на основе объединения ресурсов участников сети
Качество продукции, услуг	Ограничено ресурсами	Учитывает требования рынка	Возможность инновационного производства
Экономия издержек	Незначительная, так как установлена структура и цикл производства	Средняя, так как можно учитывать готовые решения рынка	Высокая, так как затраты распределены между участниками сети
Качество бизнес-процессов	Высокое, так как система контроля прозрачна	Высокое, так как система контроля прозрачна	Высокий риск рассеивания контроля за участниками сети
Сохранность коммерческой информации	Высокая, так как влияет на результаты деятельности	Высокая, так как влияет на результаты деятельности	Высокий риск недобросовестных действий участников сети
Мотивация	Высокая	Высокая	Необходимость поддержания из-за различных мотивов
Согласованность действия	Высокая, так как все процессы связаны между собой	Высокая, так как все процессы связаны между собой	Необходимость постоянных согласований
Качество управленческих решений	Сложно оценить, так как зависит от квалификации персонала управления	Достаточное, поскольку учитывает требования рынка и потенциал объекта управления	Высокое, на основе интегрированного управления, высокий риск снижения оперативности
Управление риском	Низкое, так как системные риски оказывают значительное влияние	Среднее, поскольку позволяет учитывать негативные факторы и разработать меры предупреждения	Высокое, так как риски (убытки) распределены между участниками сети

Совершенствование механизмов сетевого управления направлено на обмен опытом и приобретение новых компетенций, доступных всем участникам сети. В основе обмена опытом отметим цифровые технологии и платформы, обеспечивающие взаимодействие и проектную кооперацию. Важно, чтобы ученые критически оценивали и анализировали возможности и проблемы в каждой из этих областей. Доступность больших данных и новые методы, такие как интеллектуальный анализ текста и анализ изображений, могут привести к появлению новых подходов к сбору данных от заинтересованных сторон, особенно гостей отелей. Будущие исследования должны рассмотреть использование больших данных и аналитики в отношении искусственного интеллекта, гигиены и медицинских практик в отелях и других контекстах гостеприимства для решения текущей цифровой трансформации в отрасли.

Кроме того, предстоящие исследования

должны использовать возможности больших данных и аналитики, чтобы пролить свет на множество проблем на пересечении трех выявленных областей, а именно: искусственный интеллект и робототехника, гигиена и чистота, здоровье и здравоохранение. Поэтому было бы целесообразно изучить, как следует внедрять технологические подходы в отелях, чтобы свести к минимуму возможные сбои в обслуживании и избежать сбоев в обслуживании, которые могут поставить под угрозу лояльность гостей

Антикризисное управление нуждается в будущих исследованиях для оценки различных подходов, с помощью которых отели могли бы работать с правительственными учреждениями для разработки координационных механизмов и комплексных схем антикризисного управления. Вспышка COVID-19 нарушила функционирование отелей по всему миру, поэтому необходимы научная оценка последствий и прогнозирование.

Список источников

1. **Ахметзанов А., Клейн Е.Д.** Современные информационные технологии управления гостиницей // В сб.: Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства: Сб. науч. ст. XIV Междунар. науч.-практ. конф. / Под ред. О.А. Никитиной. 2018. С. 53-57.
2. **Бритвина В.В., Шабалина Н.В., Дусенко С.В., Седенков С.Е., Шинков С.О.** Внедрение инноваций для повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий // Научное обозрение. 2016. № 2. С.96-99.
3. **Ефремова М.В., Чкалова О.В.** Состояние региональных рынков гостиничных услуг в России // Экономический анализ: теория и практика. 2016. Т. 15. Вып. 3. С. 30–43.
4. **Стребкова Л.Н.** Возможности совершенствования качества обслуживания в малых гостиницах города Новосибирска // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 4. С. 170-182.
5. **Мысова О.С.** К вопросу об исследовании качества обслуживания потребителей в гостинице // Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2016. № 1. С. 144–149.
6. **Морозова Л.С., Земскова А.А.** Влияние качества обслуживания на эффективность деятельности предприятий индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т.11. №2. С. 98–110.
7. **Шахова М.С.** Гостиничный франчайзинг в России в свете развития внутреннего туризма // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т.7. №4. С. 185–189.
8. **Артюхова И.В., Хуторская В.А.** Управление факторами сезонности в гостиничном бизнесе// Инновационная наука. 2016. №4. С. 25–26.
9. **Баласанян С.А., Меньяйлов А.А.** Характеристика современной гостиничной индустрии в России// Инновационная наука. 2017. № 3. С. 127–129.
10. **Блиева А.А.** Современные методы управления доходами предприятий индустрии гостеприимства // Молодой ученый. 2017. № 22. С. 242–245.

11. **Бурцева Т.А., Лысова Е.А.** Особенности управления предприятиями сферы услуг // Вестник НГИЭИ. 2016. № 9(64). С. 46–53.
12. **Левченко Т.П., Корягина Е.В., Левченко К.К.** Система сбалансированных показателей как важнейший инструмент повышения эффективности управления предприятиями туристского бизнеса // Сервис в России и за рубежом. 2016. т. 10. № 9 (70). С. 58–64.
13. **Новикова И.Н.** Методы управления рисками в туристическом бизнесе // Экономические науки. 2017. № 58 (2). С. 36–42.
14. **Ahorsu D.K., Lin C.Y., Imani V., Saffari M., Griffiths M.D., Pakpour A.H.** The fear of COVID-19 scale: Development and initial validation // International Journal of Mental Health and Addiction. 2020. pp. 1-9.
15. **Alan C.B., So S., Sin L.** Crisis management and recovery: How restaurants in Hong Kong responded to SARS // International Journal of Hospitality Management. 2006. Vol. 25. №1. Pp. 3-11.
16. **Choi J.** Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel? // Journal of Environmental Health. 2019. Vol. 82. No. 5. Pp. 16-22.
17. **Huang M., Rust R.T.** Artificial intelligence in service // Journal of Service Research. 2018. Vol. 21. No. 2. Pp. 155-172.
18. **Hung K.K., Mark C.K., Yeung M.P., Chan E.Y., Graham C.A.** The role of the hotel industry in the response to emerging epidemics: A case study of SARS in 2003 and H1N1 swine flu in 2009 in Hong Kong // Globalization and Health. 2018. Vol. 14. No. 1. Pp. 112-117.
19. **Kuo C.M., Chen L.C., Tseng C.Y.** Investigating an innovative service with hospitality robots // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2017. Vol.29. №5. Pp. 89-97.
20. **Li J.J., Bonn M.A., Ye B.H.** Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate // Tourism Management. 2019. Vol. 73. Pp. 172-181.
21. **Mariani M.M., Baggio R., Fuchs M., Höpken W.** Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2018. Vol. 30. No. 10. Pp. 3514-3554.
22. **Tung V.W.S., Au N.** Exploring customer experiences with robotics in hospitality. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2018. Vol. 30. No. 7. Pp. 2680-2697.

References

1. **Ahmetzanov, A., & Klejn, E. D.** (2018). Sovremennye informacionnye tekhnologii upravleniya gostinicej [Modern information technologies for hotel management]. *Aktual'nye problemy razvitiya industrii gostepriimstva [Actual development problems of the hospitality industry]*: Coll. of scientific. art. XIV Int. scientific-practical conf., 53-57. (In Russ.).
2. **Britvina, V. V., Shabalina, N. V., Dusenkov, S. V., Sedenkov, S. E., & Shinkov, S. O.** (2016). Vnedrenie innovacij dlya povysheniya konkurentosposobnosti gostinichnyh predpriyatij [Introducing innovations to improve the competitiveness of hospitality businesses]. *Nauchnoe obozrenie [Scientific Review]*, 2, 96-99. (In Russ.).
3. **Efremova, M. V., & Chkalova, O. V.** (2016). The state of the regional markets of hotel services in Russia [Sostoyanie regional'nyh rynkov gostinichnyh uslug v Rossii]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: theory and practice]*, 15(3), 30–43. (In Russ.).
4. **Strebkova, L. N.** (2017). Vozmozhnosti sovershenstvovaniya kachestva obsluzhivaniya v malyh gostinichah goroda Novosibirsk [Opportunities for improving the quality of service in small hotels in the city of Novosibirsk]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 11(4), 170-182. (In Russ.).
5. **Mysova, O. S.** (2016). K voprosu ob issledovanii kachestva obsluzhivaniya potrebitelej v gostinice [On the study of the quality of customer service in a hotel]. *Sovremennye fundamental'nye i prikladnye issledovaniya [Modern fundamental and applied research]*, 1, 144–149. (In Russ.).

6. **Morozova, L. S., & Zemskova, A. A.** (2017). Vliyanie kachestva obsluzhivaniya na effektivnost' deyatelnosti predpriyatij industrii gostepriimstva [Influence of service quality on the efficiency of the hospitality industry enterprises]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 11(2), 98–110. (In Russ.).
7. **Shahova, M. S.** (2016). Gostinichnyj franchajzing v Rossii v svete razvitiya vnutrennego turizma [Hotel franchising in Russia in the light of the development of domestic tourism]. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitiye) [MIR (Modernization. Innovation. Development)]*, 7(4), 185–189. (In Russ.).
8. **Artyuhova, I. V., & Hutorskaya, V. A.** (2016). Upravlenie faktorami sezonnosti v gostinichnom biznese [Management of seasonal factors in the hotel business]. *Innovacionnaya nauka [Innovative Science]*, 4, 25–26. (In Russ.).
9. **Balasanjan, S. A., & Menyajlov, A. A.** (2017). Harakteristika sovremennoj gostinichnoj industrii v Rossii [Characteristics of the modern hotel industry in Russia]. *Innovacionnaya nauka [Innovative Science]*, 3, 127–129. (In Russ.).
10. **Blieva, A. A.** (2017). Sovremennye metody upravleniya dohodami predpriyatij industrii gostepriimstva [Modern methods of managing the income of enterprises in the hospitality industry]. *Molodoj uchenyj [Young scientist]*, 22, 242–245. (In Russ.).
11. **Burceva, T. A., & Lysova, E. A.** (2016). Osobennosti upravleniya predpriyatiyami sfery uslug [Features of management of enterprises in the service sector]. *Vestnik NGIEI [Bulletin of NGIEI]*, 9(64), 46–53. (In Russ.).
12. **Levchenko, T. P., Koryagina E. V., & Levchenko, K. K.** (2016). Sistema sbalansirovannykh pokazatelej kak vazhnejshij instrument povysheniya effektivnosti upravleniya predpriyatiyami turistskogo biznesa [Balanced Scorecard as the Most Important Tool for Improving the Management Efficiency of Tourism Business Enterprises]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 10(9/70), 58–64. (In Russ.).
13. **Novikova, I. N.** (2017). Metody upravleniya riskami v turistscheskom biznese [Risk management methods in the tourism business]. *Ekonomicheskie nauki [Economic Sciences]*, 58(2), 36–42. (In Russ.).
14. **Ahorsu, D. K., Lin, C.Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H.** (2020). The fear of COVID-19 scale: Development and initial validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-9.
15. **Alan, C. B., So, S., & Sin, L.** (2006). Crisis management and recovery: How restaurants in Hong Kong responded to SARS. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1), 3-11.
16. **Choi, J.** (2019). Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel? *Journal of Environmental Health*, 82(5), 16-22.
17. **Huang, M., & Rust, R. T.** (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155-172.
18. **Hung, K. K., Mark, C. K., Yeung, M. P., Chan, E. Y., & Graham, C. A.** (2018). The role of the hotel industry in the response to emerging epidemics: A case study of SARS in 2003 and H1N1 swine flu in 2009 in Hong Kong. *Globalization and Health*, 14(1), 112-117.
19. **Kuo, C. M., Chen, L. C., & Tseng, C. Y.** (2017). Investigating an innovative service with hospitality robots. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 89-97.
20. **Li, J. J., Bonn, M. A., & Ye, B. H.** (2019). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate. *Tourism Management*, 73, 172-181.
21. **Mariani, M. M., Baggio, R., Fuchs, M., & Höpken, W.** (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(10), 3514-3554.
22. **Tung, V. W. S., & Au, N.** (2018). Exploring customer experiences with robotics in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(7), 2680-2697.