

Научная статья  
УДК 338.48  
<https://doi.org/10.24143/2073-5537-2026-1-37-43>  
EDN GIPANR

## Цифровые сервисы в индустрии гостеприимства

---

*Лариса Михайловна Романова*<sup>✉</sup>, *Нина Викторовна Баль*, *Эрик Самвелович Цатурян*

*Сочинский государственный университет,  
Сочи, Россия, Lmrom@mail.ru*<sup>✉</sup>

---

**Аннотация.** Рассматриваются цифровые технологии в индустрии гостеприимства. Исследуются возможности и перспективы использования бесконтактных веб-сервисов, обеспечивающих персонализацию бизнес-процессов предоставления гостиничных услуг и способствующих повышению эффективности гостиничной деятельности за счет снижения операционных затрат, оптимизации бизнес-процессов гостиничной деятельности и увеличения продаж как основных, так и дополнительных гостиничных услуг. Подтвержден факт того, что активное применение цифровых сервисов в индустрии гостеприимства способствует снижению затрат, повышению качества предоставления гостиничных услуг и их продвижению на рынок, улучшению потребительского опыта пребывания гостя в отеле. К технологиям, направленным на повышение доступности информации, относятся приложения, бесконтактные веб-сервисы, чат-боты и формирующий их искусственный интеллект. Отмечено, что внедрение цифровых сервисов по типу 2ROOMZ позволит гостиничному предприятию интегрировать разрозненные каналы коммуникации в единую систему с быстрым непрерывным обменом информацией с гостем отеля, в которой будет удобная и понятная навигация. Выделены технологические этапы внедрения бесконтактного сервиса в курортном отеле. Проанализирован опыт применения российских платформенных технологий гостиничными предприятиями – увеличение показателей выручки от реализации основных и дополнительных услуг, экономия расходов на персонал, обеспечение качества обслуживания и повышение эффективности работы гостиницы. Информационной базой исследования послужили данные из открытых источников о работе курортного отеля, веб-сайт гостиницы, статистические данные, результаты социологических опросов, нормативные документы и законодательные акты, справочники и учебные пособия, профессиональные периодические издания, посвященные гостиничной деятельности, и др. Практическая значимость исследования заключается в возможности внедрения предложений по расширению бесконтактных видов сервиса для повышения эффективности продаж основных и дополнительных услуг гостиницы.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, индустрия гостеприимства, бизнес-процессы, гостиничная деятельность, бенчмаркинг

**Для цитирования:** Романова Л. М., Баль Н. В., Цатурян Э. С. Цифровые сервисы в индустрии гостеприимства // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2026. № 1. С. 37–43. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2026-1-37-43>. EDN GIPANR.

Original article

## Digital services in the hospitality industry

---

*Larissa M. Romanova*<sup>✉</sup>, *Nina V. Bal*, *Eric S. Tsaturyan*

*Sochi State University,  
Sochi, Russia, Lmrom@mail.ru*<sup>✉</sup>

---

**Abstract.** Digital technologies in the hospitality industry are considered. The article explores the possibilities and prospects of using contactless web services that personalize the business processes of providing hotel services and contribute to improving the efficiency of hotel activities by reducing operating costs, optimizing business processes of hotel activities and increasing sales of both basic and additional hotel services. It is confirmed that the active use of digital services in the hospitality industry helps to reduce costs, improve the quality of hotel services and their promotion to the market, and improve the consumer experience of a guest's stay at the hotel. Technologies aimed at increasing the availability of information include applications, contactless web services, chatbots and the artificial intelligence that forms them. It was noted that the introduction of digital services like 2ROOMZ will allow a hotel company to integrate disparate communication channels into a single system with a fast continuous exchange of information with

a hotel guest, in which there will be convenient and understandable navigation. The technological stages of introducing contactless service in a resort hotel are highlighted. The experience of using Russian platform technologies by hotel enterprises is analyzed – an increase in revenue from the sale of basic and additional services, saving staff costs, ensuring the quality of service and improving the efficiency of the hotel. The information base of the study was data from open sources about the work of the resort hotel, the hotel's website, statistical data, the results of sociological surveys, regulatory documents and legislative acts, reference books and textbooks, professional periodicals visited by the hotel industry, etc. The practical significance of the study lies in the possibility of introducing proposals to expand contactless types of services to increase the sales efficiency of basic and additional hotel services.

**Keywords:** digital technologies, the hospitality industry, business processes, hotel activities, benchmark king

**For citation:** Romanova L. M., Bal N. V., Tsaturyan E. S. Digital services in the hospitality industry. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics*. 2026;1:37-43. (In Russ.). <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2026-1-37-43>. EDN GIPANR.

### **Введение**

Развитие современных предприятий индустрии туризма и гостеприимства осуществляется в направлении расширения видов цифрового сервиса в процессе прохождения гостем различных этапов потребления гостиничных услуг. Совершенствование бизнес-процессов гостиничного предприятия на основе внедрения цифровых сервисов и платформенных систем позволяет получить новые конкурентные преимущества за счет приобретения «цифровой репутации» гостиницы и тем самым повысить результативные показатели экономической и маркетинговой деятельности.

*Цель исследования* заключается в изучении возможностей и перспектив применения технологичного бесконтактного веб-сервиса на предприятиях индустрии гостеприимства.

*Задачи исследования:* дать определение цифровых технологий; исследовать приоритетные функциональные области применения цифровых технологий на предприятиях индустрии гостеприимства для совершенствования бизнес-процессов; провести контент-анализ отзывов туристов на гостиничных сайтах для выявления критериев качества услуг, оказываемых гостиничными предприятиями; разработать дорожную карту внедрения цифрового бесконтактного сервиса 2ROOMZ в курортном отеле; провести оценку эффекта от внедрения цифрового сервиса в деятельности гостиничного предприятия.

### **Методы и материалы исследования**

В ходе исследования применялись методы теоретического и сравнительного анализа, методы количественной и качественной оценки, эмпирических оценок, системно-структурный, сравнительно-сопоставительный, аналитический методы, использование которых позволило достигнуть цели и решить поставленные задачи.

Важнейшим источником настоящего исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные цифровым технологиям, в том числе в индустрии гостеприимства, совершенствованию бизнес-процессов гостиничной деятельности на основе цифровых сервисов [1–5].

Исследования касаются различных аспектов цифровизации: поведения гостей, использующих цифровые сервисы, оптимизации бизнес-процессов отелей на основе автоматизации, экономического эффекта от внедрения веб-платформы 2ROOMZ [6]. При этом количество публикаций в зарубежных научных журналах (как в целом по теории и практике цифровизации, так и непосредственно по внедрению цифровых сервисов на предприятиях гостеприимства) на порядок больше, чем в отечественной научной литературе [7–9]. Например, в исследовании [9] анализируются факторы, влияющие на принятие решений гостиничными предприятиями с помощью цифровых платформ.

### **Результаты исследования**

На основе результатов проведенных ранее исследований (материалы исследования) сделаны выводы о целесообразности внедрения цифрового бесконтактного сервиса в работу гостиничного предприятия с целью совершенствования бизнес-процессов и повышения эффективности его работы. Проанализированы научные труды отечественных и зарубежных авторов по теории и практике цифровизации с учетом приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий в части применения интеллектуальных телекоммуникационных систем для достижения национальных целей по обеспечению технологического лидерства.

Развитие технологической и информационной инфраструктуры и использование больших баз данных вызвали крупномасштабную цифровую трансформацию всего общества. Развитие интернета и мобильных коммуникаций закладывает основу технологий цифровой экономики, т. к. позволяет людям становиться субъектами цифровой экономики.

К главным стратегическим целям цифровой трансформации гостиниц эксперты относят рост доходов от прямых продаж и внедрения цифровых сервисов, снижение эксплуатационных расходов за счет оптимизации и ускорения бизнес-процессов, повышение качества гостиничных продуктов и развитие ассортимента услуг, рост уровня удовлетворенности и лояльности гостей [1].

### Обсуждение результатов

Цифровые технологии – это отрасль научных или технических знаний, которая занимается со-

зданием и практическим использованием цифровых или компьютеризированных устройств, методов, систем, облачных сервисов (рис. 1).

|                     |  |
|---------------------|--|
| Big Data            | Хранение, анализ, обработка большого объема данных                       |
| Цифровой маркетинг  | Повышение эффективности продаж и конкурентоспособности гостиничных услуг |
| Кибербезопасность   | Конфиденциальность корпоративных данных и личных данных туристов         |
| Блокчейн            | Надежность, прозрачность и достоверность заказов бронирований и платежей |
| Электронная путевка | Единая система бронирования, госконтроль                                 |

Рис. 1. Направления использования цифровых технологий в деятельности предприятий индустрии гостеприимства [2]

Fig. 1. Directions of using digital technologies in the activities of enterprises of the hospitality industry [2]

Внедрение цифровых инструментов и технологий в бизнес-процессы в работе с гостями отражает тренды покупательского поведения на запрос к использованию бесконтактных видов сервиса. В сложившихся обстоятельствах для гостиничного бизнеса чрезвычайно важно как можно быстрее перейти на обновленную устойчивую бизнес-модель, способную эффективно работать и адаптироваться в новых условиях цифровой реальности.

В научной литературе преобладает подход, в соответствии с которым устойчивый рост гостиничного бизнеса обеспечивается за счет эффективного управления такими приоритетными функциональными областями, как [7–9]:

- качество обслуживания;
- постоянный процесс повышения квалификации сотрудников;
- использование маркетинговых и организационно-управленческих технологий на цифровой основе, их интеграция с сервисами отеля;
- соответствие организационно-материальной базы отраслевым стандартам, финансовая стабильность.

Проведенный в рамках исследования контент-анализ отзывов туристов на гостиничных сайтах TripAdvisor (мировой лидер), российских «Яндекс.Путешествия», Ostrovok.ru, 101Hotels, портале «Отзовик» позволил определить самые важные для гостей критерии качества услуг, оказываемых гостиничными предприятиями. В частности, к такого рода критериям относятся:

- имидж и репутация гостиничного предприятия на рынке;
- доступность и отзывчивость сотрудников в удовлетворении потребностей гостей;

- надежность и безопасность оказываемых услуг;
- информационная доступность и полезность для гостя и связанные с ними скорость, бесконтактные интернет-технологии.

Рынок гостиничного бизнеса характеризуется высоким уровнем конкуренции. В борьбе за потребителей на рынке гостиничных услуг побеждают предприятия, которым удалось наилучшим образом выявить и удовлетворить потребности гостей, а это непосредственным образом зависит от стратегической направленности и эффективности управления, что обеспечивает предприятию гостиничного бизнеса конкурентоспособность и экономические выгоды посредством удовлетворения потребностей гостей и общественных интересов, а также стимулирует его повышать качество предоставляемых услуг и уровень сервиса.

В условиях цифровой экономики гостиничным предприятиям необходимо перейти к выполнению роли генератора идей, внедрению новых видов сервиса на основе использования новейших цифровых технологий, адаптации традиционного предложения основных и дополнительных услуг к платформенным технологиям для гостей и их интеграции в бизнес-процессы взаимодействия с гостями.

Интеграция разрозненных коммуникационных каналов в единую систему с целью быстрого непрерывного обмена информацией с гостем, в которой будет удобная и понятная навигация, относится к приоритетным направлениям повышения эффективности работы гостиниц. К технологиям, направленным на повышение доступности информации, относятся приложения, бесконтактные веб-сервисы, чат-боты и формирующий их искусственный интеллект. Экспертные оценки исследования предпочте-

ний гостей курортных отелей позволяют утверждать, что бесконтактное обслуживание стало приоритетом для потребителей гостиничных услуг [4].

Сегодня в гостиничном бизнесе можно выделить две условные категории цифровых сервисов [5]:

1. Сервисы, связанные с техническим оснащением для внутренней и внешней работы гостиницы.

2. Сервисы, позволяющие управлять работой отеля и обеспечивающие безопасность и комфорт проживающих.

Ко второй категории можно отнести цифровой сервис 2ROOMZ. Данная цифровая платформа для гостей выступает идеальным каналом коммуникации отеля с гостем, т. к. предоставляет ряд функциональных возможностей.

Функции цифровой платформы 2ROOMZ для гостей отеля:

- удобная навигация;
- отсутствие необходимости устанавливать приложение;
- родной язык для каждого гостя;
- бесконтактное меню, заказ еды в номер, ресто-

ран отеля;

– дистанционное общение гостя и сотрудника отеля;

– все услуги отеля в одном месте (бронь столиков, спа, бассейн, фитнес-зал, дополнительные сервисы в номер room-service и др.);

– процесс приема заказа в разы быстрее;

– продажа дополнительных услуг и сторонних сервисов внутри отеля;

– продажа услуг отеля гостю до заезда;

– маркетинговые инструменты.

Удобство подключения цифровой платформы как для отеля, так и для гостя заключается в том, что сервис 2ROOMZ – это web-based сервис, работающий по модели SaaS, который не требует отдельной разработки или установки сторонних приложений. Сервис имеет открытый API и может интегрироваться с любой системой PMS отеля: Travelline, «1С:Отель», Oracle Hospitality, Bitrix24, R.Keeper, Logus, «Яндекс.Станция» (рис. 2) [6].

|   |   |
|---|---|
| Стоп-лист   | Нажатием зеленой кнопки можно добавить или удалить блюдо из стоп-листа  |
| Доп. продажи (Up-sale)  | Система предложит гостю рекомендуемые позиции. Например: гость заказал вино, а сервис отеля предлагает ему сырную тарелку к вину                          |
| «Зеленые технологии»<br>Go Green Skip The Clean                 | Гость отеля может сообщить, что хочет отказаться от уборки, отель, в свою очередь, может предложить ему комплимент в виде баллов лояльности, скидки и др. |
| Геймификация  | В рамках маркетингового инструмента с игровой механикой можно разыгрывать между гостями отеля различные приятные призы                                    |
| Анкета гостя  | Предложение гостям баллов лояльности или комплиментарный подарок за отзыв   |
| Интеграция с сервисами<br>«Яндекс.Ровер»<br>и «Яндекс. Станция» | Интеграция веб-сервиса 2ROOMZ с инновационными сервисами на основе искусственного интеллекта  |

Рис. 2. Специальные функции веб-приложения 2ROOMZ

Fig. 2. Special functions of the 2ROOMZ web application

Информационный сервис обеспечивается с помощью размещения отелем напечатанных QR-кодов с ссылкой на веб-сервис, которые размещают в номерах и общественных зонах. На страницу сервиса также можно попасть при авторизации в сети WI-FI отеля. Особенностью данного сервиса

является возможность полной персонализации дизайна в соответствии с фирменным стилем и брендированным цветовым решением в соответствии с айдентикой бренда отеля. Отели данный сервис позволяет предоставлять бесконтактный способ общения с гостями (табл. 1).

Таблица 1

Table 1

**Дорожная карта внедрения цифрового бесконтактного сервиса 2ROOMZ  
 в курортном отеле**

**Roadmap for the introduction of the 2ROOMZ digital contactless service at the resort**

| <b>Задачи и виды работ</b>   | <b>Содержание работ</b>  |
|--|--|
| Оплата за подписку на web-приложение   | На основании договора с компанией владельцем сервиса 2ROOMZ  |
| Тренинг сотрудников контактных зон отеля для работы в web-приложении   | Каждый ответственный сотрудник может принять или передать заказ коллеге по отделу  |
| Разработка QR-кодов  | Дополнительные услуги во всех функциональных подразделениях отеля: спа-салон, спортивные услуги, услуги предприятий питания отеля, рум-сервис, прокат пляжного и спортивного инвентаря, запись в салон красоты, на экскурсии и др. |
| Подбор печатных носителей (информационные листы, стикеры) для размещения QR-кодов в номерах и общественных зонах: в лифтах, на столиках ресторана, стендах и др. | Подготовка дизайна печатной продукции в фирменных цветах айдентики бренда отеля  |

Romanova L. M., Bal N. V., Tsyguyev E. S. Digital services in the hospitality industry

Опыт применения российских платформенных технологий гостиничными предприятиями показывает положительные результаты – увеличение показателей выручки от реализации основных и до-

полнительных услуг, экономия расходов на персонал, обеспечение качества обслуживания и, как следствие, повышение эффективности работы гостиницы (табл. 2) [6].

Таблица 2

Table 2

**Экономическая эффективность внедрения веб-сервиса 2ROOMZ на основе изучения опыта работы отелей методом бенчмаркинга, %**

**Cost-effectiveness of implementing the 2ROOMZ web service based on the study of the experience of hotels by benchmarking, %**

| <b>Показатель</b>                            | <b>Значение</b> |
|--|-----------------|
| Увеличение продаж дополнительных услуг отеля | +20             |
| Увеличение среднего чека рум-сервиса         | +15             |
| Стимулирование отзывов туристов              | +25             |
| Возврат гостей после внедрения сервиса       | +15             |

Согласно данным табл. 2, рост положительных отзывов гостей (+25 %) об удобстве использования сервиса подтверждает, что внедрение бесконтактных цифровых сервисов для предоставления гостиничных услуг действительно имеет важное значение для гостей отелей, особенно поколения Z, миллениалов.

**Заключение**

Подводя итог исследования, можно утверждать, что внедрение инновационных технологий на основе цифровых веб-сервисов в бизнес-процессы предприятий индустрии гостеприимства позволит получить три главных эффекта: 1) предприятия индустрии гостеприимства внедряют цифровые технологии с целью ускорения операций и расширения каналов продвижения гостиничных услуг, используя цифровые платформы и агрегаторы, тем самым увеличивая возможности получения допол-

нительной прибыли, в том числе от прямых продаж основных и дополнительных услуг; 2) гостиничные предприятия осуществляют цифровизацию своей деятельности с целью увеличения доходов за счет минимизации издержек, а также расширения аудитории потребителей через мониторинг предпочтений; 3) гости получают возможность доступа к более широкому объему информации, расширяя границы собственного выбора, получают большую свободу выбора при покупке гостиничных услуг.

В ходе изучения трендов покупательского поведения определено, что персонализация обслуживания сегодня является одним из важнейших конкурентных преимуществ, основанных на цифровых технологиях. Изучение потребностей и желаний гостя требует сбора и обработки огромной базы данных, связанной с предыдущим опытом путешествий, пребывания в отеле, что позволяет модели-

ровать потребности гостя, в том числе с помощью систем искусственного интеллекта, и обеспечить требуемый сервис.

Экономический эффект использования гостями курортных отелей веб-сервиса 2ROOMZ, по экспертным оценкам, вызовет дополнительный интерес к платным услугам отеля и увеличит средний чек на 15 %, повысит количество заказов на 20 %, будет способствовать экономии затрат на обслуживающий персонал контактных зон, т. к. заказы таких услуг, как рум-сервис, спа-услуги, спорт-клуб, прокат пляжного инвентаря и др., будут осуществляться бесконтактно. Помимо экономического эффекта будет достигнут имиджевый, маркетин-

говый и социальный.

В целом внедрение цифровых сервисов в бизнес-процессы гостиниц позволяет сформировать новую бизнес-модель работы предприятия индустрии гостеприимства, основанную на технологиях искусственного интеллекта, которые включают процессы организационных преобразований, расширение спектра услуг в виде бесконтактных сервисов в клиентском пути гостя. Данные преобразования ведут к сокращению расходов на персонал контактных зон, применению методов низкобюджетного маркетинга и, как следствие, способствуют повышению эффективности работы предприятий индустрии гостеприимства.

### Список источников

1. Полищук О. А., Казарян Ш. Г., Копылова Д. А. Цифровая трансформация гостиничного бизнеса как необходимое условие успешного функционирования отелей // Изв. Юго-Запад. гос. ун-та. Сер.: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. № 13 (5). С. 71–82.
2. Хамирзова С. К., Кумпилова А. Р., Калашникова С. В., Хачемизова Э. А. Направления цифровой трансформации индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях // Вопр. инновац. экономики. 2023. Т. 13. № 4. С. 2283–2296.
3. Смотрина О. С., Рахматулин Т. З. Обзор методического инструментария оценки управления предприятием индустрии гостеприимства // Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration. 2020. Т. 9. № 3 (32). С. 326–329.
4. Романова Л. М., Ушенко С. Г. Управление клиентским опытом на основе внедрения инновационных платформенных систем в отеле // Рекреация и туризм.

2024. № 4 (24). С. 27–33.

5. Милинчук Е. С. Цифровая трансформация туристической отрасли в России: основные направления. Саратов: Изд-во ИИиМО СГУ им. Н. Г. Чернышевского, 2023. С. 502–510.
6. Travelline: единая платформа для гостиничного бизнеса. URL: <https://www.travelline.ru/blog/dashboard/> (дата обращения: 14.10.2025).
7. Travel industry insights / Performance & consumer behavior trends, 2024-2025. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com> (дата обращения: 14.10.2025).
8. Digital transformation / AI in hospitality market insights, 2024-2025. URL: <https://www.idc.com> (дата обращения: 14.10.2025).
9. Faizal S., Sankar J. P., Menon N., Abdalla R., Pattali S. Factors influencing hotel decision-making through digital platforms in South Asia // Cogent Social Sciences. 2024. V. 10. N. 1. P. 2407933. DOI 10.1080/23311886.2024.2407933.

### References

1. Polishchuk O. A., Kazaryan Sh. G., Kopylova D. A. Cifrovaya transformatsiya gostinichnogo biznesa kak neobhodimoe uslovie uspehnogo funkcionirovaniya otelej [Digital transformation of the hotel business as a necessary condition for the successful operation of hotels]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sociologiya. Menedzhment*, 2023, no. 13 (5), pp. 71-82.
2. Hamirzova S. K., Kumpilova A. R., Kalashnikova S. V., Hachemizova E. A. Napravleniya cifrovoj transformatsii industrii gostepriimstva i turizma v sovremennykh usloviyakh [Directions of digital transformation of the hospitality and tourism industry in modern conditions]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*, 2023, vol. 13, no. 4, pp. 2283-2296.
3. Smotrina O. S., Rahmatulin T. Z. Obzor metodicheskogo instrumentariya ocenki upravleniya predpriyatiem industrii gostepriimstva [An overview of methodological tools for assessing the management of a hospitality industry enterprise]. *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*, 2020, vol. 9, no. 3 (32), pp. 326-329.
4. Romanova L. M., Ushenko S. G. Upravlenie klientskim opytom na osnove vnedreniya innovatsionnykh platformennykh sistem v otele [Customer experience management based on the

implementation of innovative platform systems in the hotel]. *Rekreaciya i turizm*, 2024, no. 4 (24), pp. 27-33.

5. Milinchuk E. S. Cifrovaya transformatsiya turisticheskoy otrasli v Rossii: osnovnye napravleniya [Digital transformation of the tourism industry in Russia: the main directions]. *Saratov, Izd-vo ИИМО СГУ имени Н. Г. Чернышевского*, 2023. Pp. 502-510.
6. *Travelline: edinaya platforma dlya gostinichnogo biznesa* [Travelline: a single platform for the hotel business]. Available at: <https://www.travelline.ru/blog/dashboard/> (accessed: 14.10.2025).
7. *Travel industry insights. Performance & consumer behavior trends, 2024-2025*. Available at: <https://www.thinkwithgoogle.com> (accessed: 14.10.2025).
8. *Digital transformation. AI in hospitality market insights, 2024-2025*. Available at: <https://www.idc.com> (accessed: 14.10.2025).
9. Faizal S., Sankar J. P., Menon N., Abdalla R., Pattali S. Factors influencing hotel decision-making through digital platforms in South Asia. *Cogent Social Sciences*, 2024, vol. 10, no. 1, p. 2407933. DOI 10.1080/23311886.2024.2407933.

Статья поступила в редакцию 14.11.2025; одобрена после рецензирования 28.01.2026; принята к публикации 20.03.2026  
The article was submitted 14.11.2025; approved after reviewing 28.01.2026; accepted for publication 20.03.2026

**Информация об авторах / Information about the authors**

**Лариса Михайловна Романова** – кандидат экономических наук, доцент; доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса; Сочинский государственный университет; Lmrom@mail.ru

**Larissa M. Romanova** – Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor; Assistant Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business; Sochi State University; Lmrom@mail.ru

**Нина Викторовна Баль** – кандидат экономических наук; доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса; Сочинский государственный университет; nvb73@rambler.ru

**Nina V. Bal** – Candidate of Economic Sciences; Assistant Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business; Sochi State University; nvb73@rambler.ru

**Эрик Самвелович Цатурян** – магистрант кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса; Сочинский государственный университет; Ericasamvelovich12@icloud.com

**Eric S. Tsaturyan** – Master's Course Student of the Department of Hotel and Restaurant Business; Sochi State University; Ericasamvelovich12@icloud.com

