

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТЕЛЯ**

**Анна Борисовна ЧЕРНОМОРЕЦ<sup>1</sup>, к.т.н., доцент**

**Елена Евгеньевна ШАРАФАНОВА<sup>2</sup>, д.э.н., профессор**

<sup>1</sup>Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: 199004, ул. 3-я линия В.О., д. 30-32, оф. 308

Санкт-Петербург, Россия.

Т.: +7 952 378 00 99. Email: anna.chernomorets@gmail.com

<sup>2</sup>Автономная некоммерческая организация высшего образования «Международный

банковский институт имени Анатолия Собчака», Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: Е.Е. Шарафанова, 191023, Санкт-Петербург, Невский пр., 60

Т.: +8(812)570-55-76, e-mail: ibispb@ibispb.ru

### **Аннотация**

Изменения, произошедшие за последние годы в нашей стране, привели к тому, что предприятия сферы гостеприимства оказались в двоякой ситуации: высокой конкуренции, с одной стороны, и нехватки персонала, с другой. Опыт зарубежных отелей показывает, что оба эти фактора могут быть успешно нивелированы использованием в операционной деятельности инновационных технологий и решений. Их внедрение оказывает большое влияние на операционную и экономическую эффективность предприятия, способствуя привлечению клиентов, повышению уровня безопасности, снижению затрат на обслуживание номеров, оптимизацию персонала, повышению среднего чека и, в итоге, создает более устойчивую конкурентную позицию отеля на рынке. Для определения влияния материально-технических инноваций на привлекательность предприятия сферы гостеприимства для клиентов, а также анализ восприятия технологий было проведено анкетирование потребителей разных возрастов и социальных категорий. Результаты опроса показали, что наличие в отеле технологических инноваций и современного оборудования воспринимается гостями положительно, клиенты отелей имеют различный уровень технической грамотности и отели должны уделить внимание доступности использования технологий для всех категорий гостей, правильное и качественное оборудование в большинстве случаев защищает бизнес от финансовых потерь, ведь потребители гостиничных услуг готовы дороже платить за проживание в высокотехнологичном, в том числе роботизированном отеле. Сделаны выводы и даны рекомендации о применении инновационных технологий в отелях.

### **Ключевые слова**

Инновационные технологии, гостеприимство, гостиничный бизнес, автоматизация отелей, маркетинг отелей, конкурентоспособность отеля, лояльность потребителей, привлекательность отеля.

UDC 338.48

## **INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE HOSPITALITY FIELD, THEIR INFLUENCE ON THE ATTRACTIVENESS OF THE ENTERPRISE FOR CONSUMERS AND THE COMPETITIVENESS OF THE HOTEL**

**Anna B. CHERNOMORETS<sup>1</sup>, PhD, Associate Professor**

**Elena E. SHARAFANOVA<sup>2</sup>, Doctor of Economics, Professor**

<sup>1</sup>Northwestern Institute of Management RANEPА, St. Petersburg, Russia

Address for correspondence: 199004, st. 3rd line V.O., 30-32, office. 308, St. Petersburg, Russia

T.: +7 952 378 00 99. Email:anna.chernomorets@gmail.com

<sup>2</sup>Autonomous Non-profit Organization of Higher Education «Anatoly Sobchak International Banking Institute», St. Petersburg, Russia

Address for correspondence: E.E. Sharafanova, 191023, St. Petersburg, Nevsky ave., 60

T.: +8(812)570-55-76, e-mail: ibispb@ibispb.ru

### **Abstract**

The changes that have occurred in recent years in our country have led to the fact that enterprises in the hospitality sector find themselves in a dual situation of high competition, on the one hand, and lack of personnel, on the other. The experience of foreign hotels shows that both of these factors can be successfully offset by the use of innovative technologies and solutions in operational activities. Their implementation has a great impact on the operational and economic efficiency of the enterprise, helping to attract customers, increase the level of security, reduce room service costs, optimize personnel, increase the average check and, ultimately, creates a more sustainable competitive position of the hotel in the market. To determine the impact of material and technical innovations on the attractiveness of a hospitality enterprise for customers, as well as to analyze the perception of technology, a survey was conducted among consumers of hotel services of different ages and social categories. The survey results showed that the presence of technological innovations and modern equipment in the hotel is perceived positively by guests, hotel clients have different levels of technical literacy and hotels should pay attention to the availability of technology use for all categories of guests, correct and high-quality equipment in most cases protects a business from financial losses, because consumers of hotel services are willing to pay more for accommodation in a high-tech, including robotic, hotel. Conclusions are drawn and recommendations are given on the use of innovative technologies in hotels.

### **Keywords**

Innovative technologies, hospitality, hotel business, hotel automation, hotel marketing, hotel competitiveness, consumer loyalty, hotel attractiveness.

## **Введение**

Инновационные технологии в сфере гостеприимства широко применяются как для привлечения гостей, их удобства, безопасности, так и для дополнительных продаж, а также для оптимизации работы персонала и, в целом, повышения эффективности гостиничного бизнеса [1; 2].

Индустрия туризма и гостеприимства сама по себе включает широкий спектр видов деятельности, поэтому применяемые здесь инновации принимают различные формы и относятся к:

- новым продуктам;
- новым источникам поставок;
- новым методам производства;
- освоению новых рынков;
- новым способам организации и управления бизнесом [3].

Актуальность данной работы обусловлена тем, что изменения, произошедшие за последние годы в нашей стране, привели к тому, что предприятия сферы гостеприимства оказались в двоякой ситуации: высокой конкуренции, с одной стороны, и нехватки персонала, с другой. Опыт зарубежных отелей показывает, что оба эти фактора могут быть успешно нивелированы использованием в операционной деятельности инновационных технологий и решений. Их внедрение оказывает большое влияние на операционную и экономическую эффективность предприятия, способствуя привлечению клиентов, повышению уровня безопасности, снижению затрат на обслуживание номеров, оптимизацию персонала, повышению среднего чека и, в итоге, создает более устойчивую конкурентную позицию отеля на рынке.

Наиболее наглядным для сферы туризма и гостеприимства можно считать разделение инноваций по типам на материально-технические и социальные [4]. По месту применения их можно представить в виде схемы (рис.1).

Материально-технические инновации в сфере гостеприимства – это новые технологии, оборудование и материалы, которые применяются для улучшения качества услуг, повышения эффективности и комфорта потребителей.

Социальные инновации, с другой стороны, связаны с изменением способов взаимодействия с посетителями, внедрением новых концепций и подходов к управлению персоналом, а также удовлетворению различных потребностей посетителей.

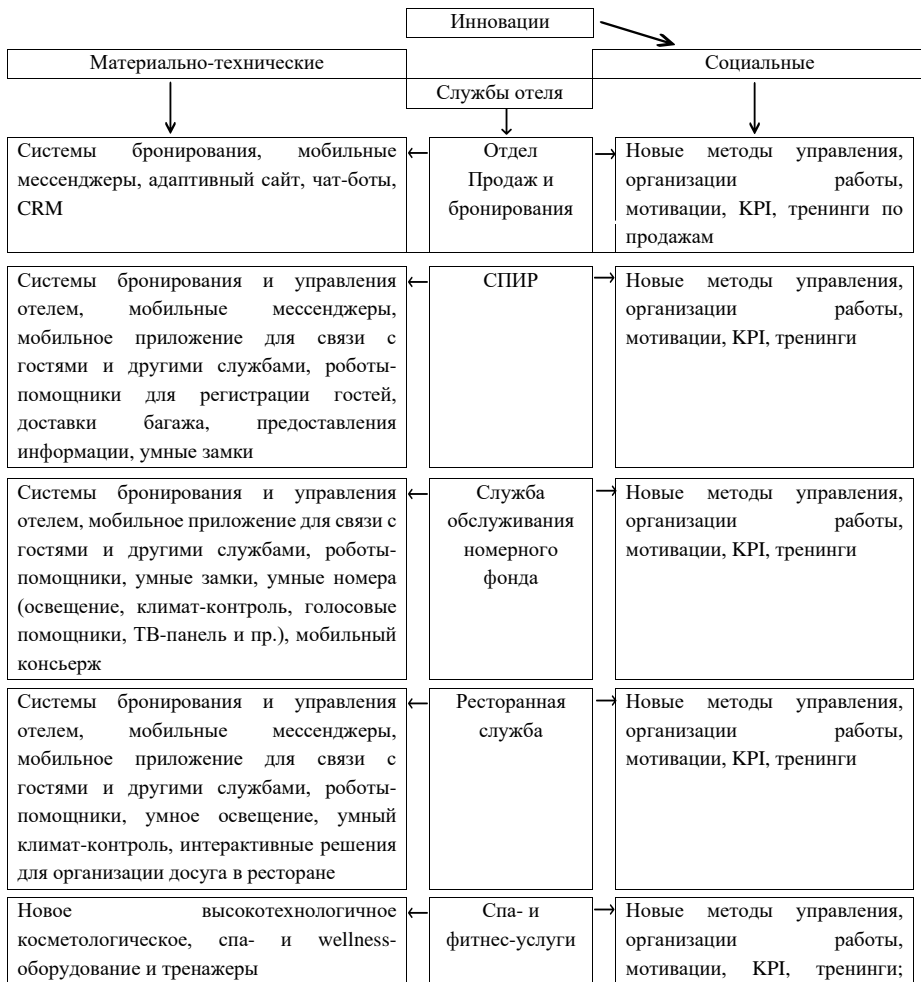
Изучению вопросов внедрения материально-технических инноваций в сфере туризма и гостеприимства посвящены работы многих отечественных и

зарубежных авторов. Так, Л.В. Хасанова [6] описывает получившие распространение в мировой практике гостиничного бизнеса технологии, которые, например, позволяют войти в номер без ключа, только со смартфоном или умными часами; автоматических включать и выключать свет в помещении благодаря светочувствительным датчикам, которые реагируют на движение; удаленно получить услуги консьержа. Также используются такие инновации, как телевизор-зеркало, умные информационные панели, роботы-пылесосы и шкафы для отпаривания одежды и другие, спектр которых постоянно расширяется. Д.А. Грибанова [7] приводит примеры отелей, которые используют для предоставления услуг роботов, которые могут выполнять мелкую работу по дому (варить кофе, забирать/отдавать одежду или почту). В Японии также появился отель, в котором большую часть услуг выполняют роботы, например, многоязычные роботы-динозавры выполняют процедуры регистрации/выписки. Этот «Nenn na Hotel» отель был внесен в книгу рекордов Гиннеса как «отель, где робот впервые служил персоналом». В этом отеле также есть передовые технологии в прачечной: каждая комната оборудована высокотехнологичным шкафом для одежды, который самостоятельно отправляет одежду в чистку. Т.В. Бедяева, В.Е. Сандрина, А.А. Зеленская [8] отмечают, что все больше новаторских решений появляется для повышения качества обслуживания посетителей. Сегодня уже невозможно представить деятельность гостиничного бизнеса без использования широкого спектра инновационных технологий, включая IT-решения, которые напрямую влияют на экономические показатели отеля или турфирмы. Авторы А.А. Казначеева, О.А. Карташева, А.В. Нуроянова [9] приводят широкий спектр информационных технологий в сфере туризма и гостеприимства, к которым относятся учетные программы для фронт-офиса, ресторана, спа-комплекса; интернет-турагентства; финансово-бухгалтерские системы; системы управления замками; платежные терминалы, беспроводной интернет, телевидение, телефония и т.д.; системы безопасности – видеонаблюдение, системы пожаротушения и оповещения и т.д.

При управлении гостиничными комплексами, особенно отелями, входящими в крупные международные сети, существует возможность широкого использования всего спектра современных информационных технологий – от автоматизированных систем управления номерами до онлайн-3D-тура по отелю [10]. Наличие такой системы позволяет отелю поддерживать оперативное взаимодействие с туроператорами и турагентами, выходить на рынок услуг бронирования для индивидуальных туристов, а также интегрироваться в глобальные системы бронирования через специализированные порталы.

Использование современных технологических решений в оснащении отелей позволяют им предлагать требовательным гостям более широкий спектр услуг, повышая свою привлекательность.

Следует определить понятие привлекательности предприятия сферы гостеприимства для потребителя. Данный термин достаточно широко используется профессионалами гостиничной отрасли, а также исследователями в контексте лояльности потребителя, формирования положительного образа предприятия гостеприимства и повышения его конкурентоспособности [11; 12; 13]. В представленной работе мы также придерживаемся этого подхода.



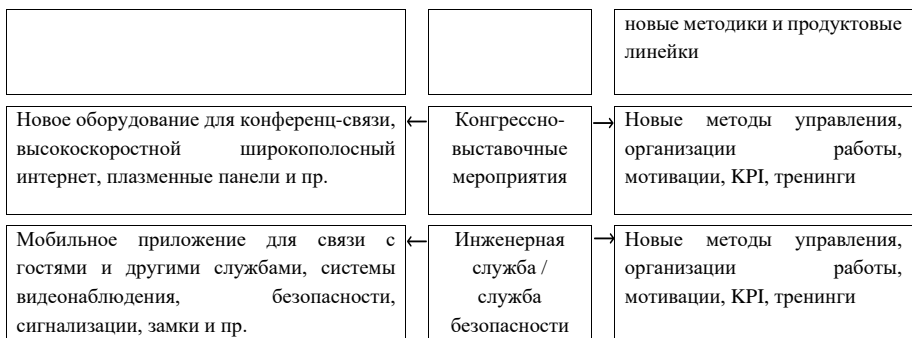


Рисунок 1 – Применение материально-технических и социальных технологий в службах отеля (составлено автором по [4; 5; 6; 7; 8; 9])

Авторы А.Н. Латкин, Е.Л. Ильина, Л.А. Шевелева, В.С. Сергеева говорят о том, что «при создании инновационной среды в гостиничных предприятиях необходимо проводить анализ спроса на инновационные технологии целевой аудитории с учетом стратегии развития, конъюнктуры рынка гостиничных услуг, бизнеса конкурентов» [14].

Таким образом, представленное в настоящей публикации исследование проводилось для определения влияния материально-технических инноваций на привлекательность предприятия сферы гостеприимства для клиентов. Целью данного исследования явилась оценка влияния инновационных технологий на гостиничный бизнес в целом, а также анализ восприятия технологий гостями.

Исследователи ставили следующие основные задачи:

- уточнить важность наличия инновационных технологий в отелях, по мнению гостей;
- выявить наиболее часто применяющиеся в отеле технологии;
- выяснить, готовы ли потребители гостиничных услуг дороже платить за проживание в высокотехнологичном отеле.

### **Материалы и методы**

Для сбора первичных данных был использован метод анкетирования. Анкета из 10 вопросов была размещена на онлайн-платформе и была доступна широкому кругу лиц. В опросе приняли участие более 70 человек из разных возрастных и социальных групп. Именно этот вариант сбора первичной информации был выбран из-за его скорости, доступности для любого устройства, а также для любой страны, языка и часового пояса. Этот метод можно назвать самым быстрым и простым в исполнении, информация, собранная в этом опросе, уникальна и реальна, поэтому данные невозможно найти нигде.

## Результаты

Ниже представлены результаты проведенного опроса. Обобщенные результаты анкетирования приведены на диаграммах (рис.2–4).

На рисунке 2 отражена важность для гостей наличия технологических решений в отеле и ресторане при выборе отеля: видно, что более 66 % респондентов при выборе отеля заинтересованы в их наличии.

На рисунке 3 представлены ответы респондентов на вопрос, с какими технологиями чаще всего они сталкивались при посещении отелей. Анализ показал, что 70 процентов респондентов считают наиболее распространенными сенсорные панели и зеркала для проекционных телевизоров. Также респонденты могли указать свой вариант, которого нет в списке. При этом вариантов было много, некоторые из них: солнечные батареи, портативные колонки, электронное меню планшета, умная ванная комната, регистрация заезда и выезда через онлайн-приложение и т.д. Кроме того, следует принять во внимание, что гости отеля, не использовавшие технологии, могли просто не обратить внимание на их наличие в номере отеля.

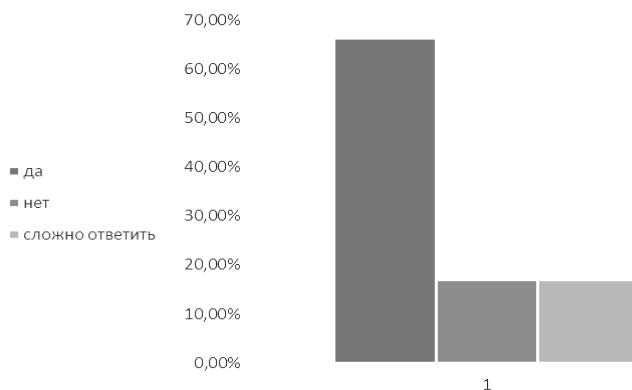


Рисунок 2 – Важность для гостей наличия современных технологических решений в отеле при его выборе

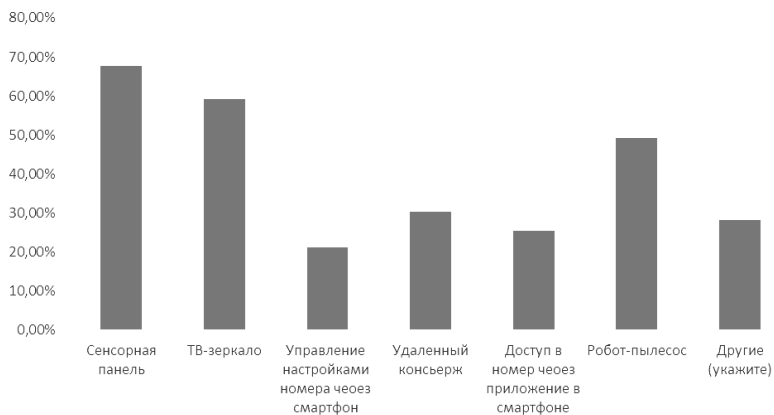


Рисунок 3 – Наиболее часто встречающиеся в отеле технологии, по мнению респондентов

Анализ вопросов об использовании технологических решений в отелях показывает, что 79 % опрошенных используют технологии, представленные в отелях, 21 % респондентов заявили, что не использовали технологии или пытались использовать технологии в отеле, но не смогли с ними справиться (за исключением использования беспроводного интернета и панели управления). Следовательно, отели должны уделить внимание доступности использования технологий для всех категорий гостей.

Результаты, показанные на рисунке 4, помогают нам оценить опыт респондентов в использовании технологий. Положительная динамика видна сразу, так как 64 % оценивают свой опыт на «отлично», а 10 % – на «удовлетворительно», и уже из этого можно сделать вывод, что этот опыт оставил у респондентов положительное впечатление. «Нормально» и «Ни в коем случае» оценили 12,68 % участников в равном количестве и только 1 % ответили «отрицательно».

Следующий вопрос был одним из самых важных (рис.3), поскольку он показал нам статистику того, сколько люди готовы переплачивать за высокотехнологичный отель. Результаты показали, что самая большая группа респондентов, скорее всего, была готова платить больше, тогда как самая маленькая группа ответила «нет». Мы видим, что 36 % точно готовы, а 39 %,

скорее всего, согласны платить больше за проживание в высокотехнологичном отеле, чем например за ночлег и завтрак в обычных отелях. 17 % респондентов сказали, что маловероятно, а 8 % заявили, что точно не будут платить больше.

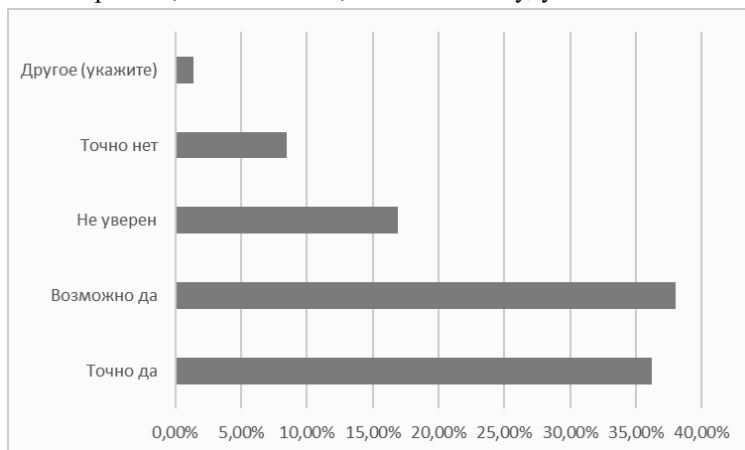


Рисунок 4 – Готовность потребителей гостиничных услуг дороже платить за проживание в высокотехнологичном отеле

По результатам можно сделать вывод, что при разнице в 50 % большинство готово переплатить. Но динамика этого вопроса, безусловно, положительная. Результаты можно увидеть на рисунке 4.

Некоторые респонденты также ответили на этот вопрос более подробно, например: «Если я собираюсь отдохнуть, то, возможно, мне это и не понадобится, но если поездка деловая, то современные инновации улучшают качество жизни». На наш взгляд, данный вопрос является важным, так как это даст понимание владельцу отеля, необходима или нет установка передовых технологий на его объектах.

Следующий вопрос касался заинтересованности респондентов в «роботизации» отелей. Видно, что 66 % опрошенных единодушно и заинтересованы в «тотально роботизированных» отелях. По сравнению с этими показателями, только 37 % респондентов не заинтересованы в гостиничных роботах или против них. Конечно, респонденты показали интерес к данному вопросу, но некоторые подчеркнули, что не уверены в качестве реализации этой идеи.

Представленные результаты анкетирования показали, что для большинства респондентов важно наличие современных технологий при выборе отеля.

## **Выводы**

Таким образом, на основе анализа источников и результатов проведенного опроса можно сделать следующие выводы:

1. Использование в отеле современного технологичного оборудования и IT-решений положительно воспринимается гостями.

2. Технологии в отелях обладают свойствами саморекламы и потенциально приносят пассивный доход.

3. Клиенты отелей имеют различный уровень технической грамотности, и отели должны уделить внимание доступности использования технологий всеми категориями гостей.

4. Правильно подобранный набор технологий для каждого операционного подразделения поможет сократить финансовые затраты и эффективно распределить рабочий потенциал.

5. Правильно выбранное и качественное оборудование в большинстве случаев защищает бизнес от финансовых потерь, ведь потребители гостиничных услуг готовы дороже платить за проживание в высокотехнологичном, в том числе роботизированном отеле.

За последние несколько десятилетий не было ни одного фактора, который бы так же влиял на отрасль гостеприимства и туризма и способствовал ее активному развитию, как развитие инновационных технологий.

## **Список источников**

1. **Morozova M., Isupov P., Korchevska L.** Digital transformation and new era of technological innovations of global hospitality service markets // Global Challenges of Digital Transformation of Markets. Сер. «Economic Issues, Problems and Perspectives». New York, 2021. С. 235–244.
2. **Духовная Л.Л.** Автоматизация бизнес-процессов как механизм повышения эффективности гостиничного предприятия // Сервис в России и за рубежом. 2019. №3 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-biznes-protsessov-kak-mehanizm-povysheniya-effektivnosti-gostinichnogo-predpriyatiya> (дата обращения: 10.09.2023).
3. **Морозова М.А.** Сферы применения инноваций в индустрии туризма: теория и практика // Перспективы науки. 2016. № 7 (82). С. 49–53.
4. **Цыбулько В.В.** Материально-технические и социальные инновации в сервисе // Экономика и социум. 2015. №3–3 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/materialno-tehnicheskie-i-sotsialnye-innovatsii-v-servise> (дата обращения: 12.09.2023).
5. **Залялиева К.Р.** Особенности инноваций в туризме и индустрии гостеприимства // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. №1.

- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsiy-v-turizme-i-industrii-gostepriimstva> (дата обращения: 20.09.2023).
6. **Хасанова Л.В.** Современные тенденции развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации // Казанский вестник молодых ученых. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 10.09.2023).
  7. **Грибанова Д.А.** Использование инноваций в деятельности гостиничных предприятий // Современные инновации. 2019. №3 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-innovatsiy-v-deyatelnosti-gostinichnyh-predpriyatij> (дата обращения: 12.09.2023).
  8. **Бедяева Т.В., Сандрина В.Е., Зеленская А.А.** Развитие инновационных процессов в гостиничном бизнесе // ЭВ. 2021. №2 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsionnyh-protsessov-v-gostinichnom-biznese-1> (дата обращения: 15.09.2023).
  9. **Казначеева А.А., Карташева О.А., Нуроянова А.В.** Внедрение новых технологий обслуживания в гостиничном бизнесе // РППЭ. 2019. №3 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-novyh-tehnologiy-obsluzhivaniya-v-gostinichnom-biznese> (дата обращения: 10.10.2023).
  10. **Dzhandzhugazova E.A., Dusenko S.V., Kabelkaite-Vaitkiene J.A., Morozova M.A., Avilova N.L.** Hotel industry in the context of Russia's emerging digital economy // Modern Journal of Language Teaching Methods. 2018. Т. 8. № 6. С. 263–273.
  11. **Семенова Л.В.** Теоретический подход к системе количественных и качественных показателей оценки конкурентоспособности предприятий гостиничной индустрии // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskiy-podhod-k-sisteme-kolichestvennyh-i-kachestvennyh-pokazateley-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatij-gostinichnoy> (дата обращения: 10.10.2023).
  12. Студия webster. Как увеличить прибыль отеля [Электронный ресурс]. <https://webster.studio/journal/kak-velichit-pribyl-v-otele/> (дата обращения: 10.10.2023).
  13. **Скорбенко С.В.** Увеличение привлекательности российских отелей: [Электронный ресурс]. <https://digitalwill.ru/blog/velichenie-privlekatelnosti-rossiiskikh-otelei> (дата обращения: 10.10.2023).
  14. **Латкин А.Н., Ильина Е.Л., Шевелева Л.А., Сергеева В.С.** Создание инновационной среды в гостиничных предприятиях // Beneficium. 2020. №3 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozдание-innovatsionnoy-sredy-v-gostinichnyh-predpriyatiyah> (дата обращения: 10.11.2023).

## References

1. **Morozova M., Isupov P., Korchevska L.** Digital transformation and new era of technological innovations of global hospitality service markets // *Global Challenges of Digital Transformation of Markets. Ser. «Economic Issues, Problems and Perspectives»*. New York, 2021, pp. 235–244.
2. **Dukhovnaya L.L.** Automation of business processes as a mechanism for increasing the efficiency of a hotel enterprise // *Service in Russia and abroad*. 2019. No. 3 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-biznes-protsssov-kak-mehanizm-povysheniya-effektivnosti-gostinichnogo-predpriyatiya> (access date: 09.10.2023).
3. **Morozova M.A.** Areas of application of innovations in the tourism industry: theory and practice // *Perspectives of science*. 2016. No. 7 (82). Pp. 49–53.
4. **Tsybulko V.V.** Material, technical and social innovations in service // *Economy and society*. 2015. No. 3–3 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/materialno-tehnicheskie-i-sotsialnye-innovatsii-v-servise> (access date: 09/12/2023).
5. **Zalyalieva K.R.** Features of innovations in tourism and the hospitality industry // *Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service*. 2019. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsiy-v-turizme-i-industrii-gostepriimstva> (date of access: 09/20/2023).
6. **Khasanova L.V.** Modern trends in the development of the hotel business in the Russian Federation // *Kazan Bulletin of Young Scientists*. 2022. No. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-rossiyskoy-federatsii> (date of access: 09/10/2023).
7. **Gribanova D.A.** The use of innovations in the activities of hotel enterprises // *Modern innovations*. 2019. No. 3 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-innovatsiy-v-deyatelnosti-gostinichnyh-predpriyatij> (date of access: 09/12/2023).
8. **Bedyayeva T.V., Sandrina V.E., Zelenskaya A.A.** Development of innovation processes in the hotel business // *EV*. 2021. No. 2 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsionnyh-protsssov-v-gostinichnom-biznese-1> (date of access: 09/15/2023).
9. **Kaznacheeva A.A., Kartasheva O.A., Nuroyanova A.V.** Introduction of new service technologies in the hotel business // *RPPE*. 2019. No. 3 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-novyh-tehnologiy-obsluzhivaniya-v-gostinichnom-biznese> (date of access: 10/10/2023).
10. **Dzhandzhugazova E.A., Dusenko S.V., Kabelkaite-Vaitkiene J.A., Morozova M.A., Avilova N.L.** Hotel industry in the context of Russia's emerging digital economy // *Modern Journal of Language Teaching Methods*. 2018. T. 8. No. 6. P. 263–273.
11. **Semenova L.V.** Theoretical approach to the system of quantitative and qualitative indicators for assessing the competitiveness of hotel industry enterprises // *Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service*. 2018. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskiy>

- podhod-k-sisteme-kolichestvennyh-i-kachestvennyh-pokazateley-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiy-gostinichnoy (date of access: 10.10.2023).
12. Webster Studio. How to increase hotel profits [Electronic resource]. <https://webster.studio/journal/kak-uvlichit-pribyl-v-otele/> (access date: 10/10/2023).
  13. **Skorbenko S.V.** Increasing the attractiveness of Russian hotels [Electronic resource]. <https://digitalwill.ru/blog/uvelichenie-privlekatelnosti-rossiiskikh-otelei> (access date: 10/10/2023).
  14. **Latkin A.N., Ilyina E.L., Sheveleva L.A., Sergeeva V.S.** Creation of an innovative environment in hotel enterprises // Beneficium. 2020. No. 3 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozдание-innovatsionnoy-sredy-v-gostinichnyh-predpriyatiyah> (access date: 11/10/2023).