

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-3

Рахимбекова Ж. С.¹
Богомазова И. В.²

**Факторы, влияющие на принятие решения туристами
во время COVID-19: эмпирическое исследование**

¹Алматы Менеджмент Университет,
ул. Розыбакиева, 227, Алматы 050060, Казахстан

²ФГАОУ «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»,
ул. Победы, д.85, Белгород 308015, Россия

¹e-mail: rahi-zhanar@mail.ru

²e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

*Статья поступила 10 февраля 2022 г.; принята 7 марта 2022 г.;
опубликована 31 марта 2022 г.*

Аннотация. Результаты исследований, проведенные авторами, позволили выявить актуальные тренды и выработать четкие представления об удовлетворенности потребителями гостиничными услугами во время COVID-19. В качестве респондентов выступили резиденты России и Казахстана. Анализ показал, что большинство респондентов, участвующих в опросе, ориентированы на внутренний туризм ввиду ограничений, связанных с COVID-19. Эпидемиологическая обстановка внесла свои коррективы не просто в выбор туристами того или иного места размещения, но и дополнила перечень наиболее важных критериев для них при выборе средства размещения. В качестве одного из основополагающих критериев, обуславливающих принятие решения туристами, является характеристика мер безопасности и профилактики COVID-19. Большинство путешественников отмечают важность наличия ПЦР-тестов, паспортов вакцинации и их влияние на оценку безопасности в отелях и местах размещения. При проведении исследования выявлено, что хотя критерий «меры безопасности и профилактики COVID-19» определяется респондентами как весьма значимый фактор, главными, по-прежнему, остаются критерии месторасположения, чистоты в номере, питания, гостеприимность и компетентность персонала отеля.

Ключевые слова: туризм; гость; гостиничные услуги; средства размещения; безопасность; COVID-19

Для цитирования: Рахимбекова Ж. С., Богомазова И. В. Факторы, влияющие на принятие решения туристами во время COVID-19: эмпирическое исследование // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 8. № 1. 2022. С. 25-37. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-3

UDC 338.48

Zhanar S. Rakhimbekova¹ | Factors influencing tourist decision-making
Irina V. Bogomazova² | during COVID-19: an empirical study

¹Almaty Management University,
227 Rozybakiev St., Almaty, 050060, Kazakhstan

²Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia

¹*rahi-zhanar@mail.ru*

²*e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru*

Abstract. The results of the research conducted by the authors made it possible to identify current trends and develop clear ideas about consumer satisfaction with hotel services during COVID-19. The respondents were residents of Russia and Kazakhstan. The analysis showed that the majority of respondents participating in the survey are focused on domestic tourism, due to the restrictions associated with COVID-19. The epidemiological situation has made its own adjustments not only to the choice of a particular place of accommodation by tourists, but also supplemented the list of the most important criteria for them when choosing a means of accommodation. One of the fundamental criteria determining the decision-making by tourists is the characteristic of COVID-19 safety and prevention measures. Most travelers note the importance of having PCR tests, vaccination passports and their impact on the assessment of safety in hotels and accommodation. The study revealed that although the criterion of «COVID-19 safety and prevention measures» is defined by respondents as a very significant factor, the main criteria are still the location, cleanliness in the room, food, hospitality and competence of the hotel staff.

Keywords: tourism; guest; hotel services; accommodation facilities; security; COVID-19

For citation: Rakhimbekova Z.S., Bogomazova I.V. (2022), “Factors influencing tourist decision-making during COVID-19: an empirical study”, *Research Result. Business and Service Technologies*, vol. 8, 1, pp. 25-37. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-3

Введение (Introduction). Мировая индустрия туризма и гостеприимства испытала колоссальное потрясение: пандемия COVID-19 стала беспрецедентным событием, повлияв на многие аспекты жизни и оказав существенное воздействие на государство, бизнес, общество, а также на каждого жителя планеты. Однако, несмотря на локдауны, усиления и ослабления карантинных мер, туристы стремились к путешествиям, получению ярких впечатлений, эмоций и общения. Сложности данного периода в мире отпечатывались на

решениях потенциальных гостей относительно выбора мест размещения, трансфера, условий питания и необходимости соблюдения санитарных норм, включая ПЦР-тестирование и вакцинацию.

В научном поле достаточное количество работ отечественных и зарубежных авторов посвящено исследованиям развития индустрии гостеприимства в период пандемии.

Так, исследователи изучают влияние пандемии коронавируса на организацию процесса оказания услуг гостиницами с

учетом обеспечения безопасности пребывания гостей в средствах размещения, обосновывают перспективы адаптации системы управления предприятиями индустрии гостеприимства и туризма к работе в условиях пандемии коронавируса и после ее завершения (Зайцева, 2021; Davahli, 2020). При этом Н.А. Зайцева отмечает важность формирования и поддержания доверия потребителей к предприятиям индустрии туризма и гостеприимства. Необходимость в адаптации и внедрении инновационных процессов обслуживания в соответствии с требованиями новой ситуации, правилами социального дистанцирования и более высокими стандартами безопасности рассматриваются в трудах Дубе К., Нхамо Г., Чикодзи Д. (Dube, Nhamo and Chikodzi, 2021), Геслинг С., Скотт Д., Холл К. М. (Gössling, Scott and Michael Hall, 2021).

Ряд исследований посвящен проблемам влияния COVID-19 на качество обслуживания клиентов в средствах размещения (Liang and Wu, 2021; Donthu and Gustafsson, 2020), а также вопросам безопасности и мерам по охране здоровья (Robina-Ramírez, Medina-Merodio, Moreno-Luna, Jiménez-Naranjo and Sánchez-Oro, 2021; Pérez, Alonso and Rodríguez, 2021; López, López-Felipe, Navajas-Romero and Menor-Campos, 2021). Научная работа Чан Дж., Гао Ю. и Макгинли С. направлена на изучение обновлений стандартов обслуживания после вспышки COVID-19 с управленческой точки зрения. В ней авторы рассматривают изменения, процессы принятия управленческих решений, трансформационные процессы в соответствии с перспективами безопасности (Chan, Gao and McGinley, 2021). Международные и российские подходы к реализации санитарно-эпидемиологических норм в работе гостиниц в период пандемии коронавируса COVID-19 рассматриваются в одной из работ российских авторов (Сахаров, 2021). В результате анализа деятельности ряда мировых сетей в исследовании сделан вывод об универсальном подходе к реализации

санитарно-гигиенических норм по профилактике коронавирусной инфекции (COVID-19).

Авторский коллектив ученых Китая, Германии, Финляндии рассматривает изменения в ожиданиях и восприятии путешественниками гостиничных услуг на разных этапах пандемии и выявлении нового штамма, начиная с 2019 года. Сравнивая предпочтения путешественников по отношению к гостиничным атрибутам до, во время и после пандемии COVID-19, авторы изучают новое поведение потребителей, изменившееся в результате пандемии (Hu, Teichert, Deng, Liu and Zhou, 2021). Отдельные исследования посвящены влиянию пандемии на клиентский опыт и тому, как менеджеры отелей создают безопасные условия для гостей. На основе тематического анализа интервью с менеджерами отелей авторы предлагают меры по обеспечению безопасности, которые могут помочь гостиницам пережить воздействие Covid-19 и, таким образом, восстановить конкурентное преимущество (Bonfanti, Vigolo and Yfantidou, 2021).

Практический интерес, на наш взгляд, представляет исследование одного из словенских ученых, который изучал взгляды сотрудников отелей на пандемию, показывая, насколько разнородно словенские сотрудники отелей воспринимали COVID-19 и свою собственную работу во время пандемии (Šuligoj, 2022; Srivastava, Sengupta, Kumar, Biswas and Ishizaka, 2021).

Настоящая работа расширяет научные знания по изучаемой проблематике, предлагая эмпирические данные исследования, полученные в ходе опросов туристов, которые совершали путешествия во время пандемии, и обеспечивает практический вклад в управленческие решения, принимаемые менеджментом отелей и других средств размещения.

Цель исследования (The aim of the work). Цель настоящего исследования заключается в выявлении факторов, оказывающих влияние на принятие решения ту-

ристами в эпоху коронавирусной инфекции COVID – 19 (SARS – CoV). Задачей исследования являлось выявление степени удовлетворенности гостиничными услугами реальных туристов, совершавших поездки внутри страны или за ее пределы с апреля 2020 года, а именно: определить предпочтения относительно средств размещения с учетом фактора безопасности; выявить наиболее значимые факторы при выборе средства размещения; оценить качество гостиничных услуг в условиях COVID-19; оценить отношение к обязательному наличию ПЦР-тестов, паспортов вакцинации от COVID-19 и их влияние на оценку безопасности пребывания в местах размещения.

Гипотеза исследования строится на предположении, что выбор места размещения определяется общими трендами, обусловленными пандемийной эпохой, и, несмотря на важность фактора мер безопасности и профилактики COVID-19 в местах размещения, главными, по-прежнему, остаются локация, чистота в номере, качество оказываемых услуг, гостеприимность и компетентность персонала отеля.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Исходными материалами стали результаты маркетингового исследования, проведенного в январе 2022 года, где респондентами выступили резиденты двух стран: России и Ка-

захстана. Анкетирование проводилось анонимно с применением Google form. Технологический цикл состоял из шести составляющих: определение цели исследования, разработка анкеты, пилотный запуск, корректировка, запуск и проведение опроса, оценка и интерпретация результатов. В процессе исследования применялись методы анкетирования, опроса, группировки данных, сравнения, ранжирования. Также в основе исследования лежат общетеоретические методы, в частности, метод синтеза и анализа информации, выделения отдельных сторон проблематики исследования, структурирования информации.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Проведенное исследование позволило определить факторы, которые оказывают влияние на поездки туристов во время COVID-19, на их решения относительно выбора средств размещения. В опросе приняли участие 162 респондента, при этом соотношение по гендерному признаку имело следующий вид: 77,2% женщин, 22,8% мужчин. Среди респондентов 53,7% имеют высшее образование, 35,8% – обучаются в настоящее время и имеют незаконченное высшее образование, 10,5% опрошенных имеют среднее специальное и среднее образование.

Распределение респондентов по возрастному составу представлено на рисунке 1.

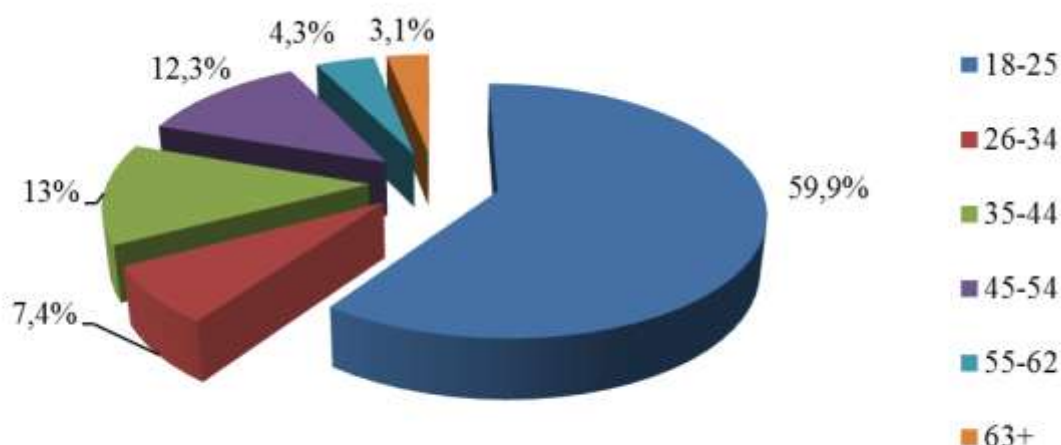


Рис. 1. Распределение респондентов по возрастному признаку
Fig. 1. Distribution of respondents by age

Наибольшее количество респондентов, принявших участие в опросе, это группа лиц в возрасте от 18 до 25 лет (почти 60%). Данная возрастная категория оказалась наиболее активной. Доля же участников в возрасте от 26 до 54 лет составила в сумме порядка 32,7%. Респонденты в возрасте от 55 лет и старше представлены незначительно – в общей совокупности лишь 7,4%, что в принципе имеет свою причинно-следственную зависимость и обусловлено проявлением высокой

степени осторожности из-за уязвимости к SARS – CoV.

В связи с невозможностью посещения многих стран, ограничениями по въезду в другие страны, COVID-ограничениями, путешественники отдавали предпочтение внутреннему туризму. Так, 48,4% респондентов из России и Казахстана путешествовали внутри страны, выезжали за пределы 16,8%, а 34,8% опрошенных путешествовали как внутри своей страны, так и с выездом за рубеж (рис. 2).

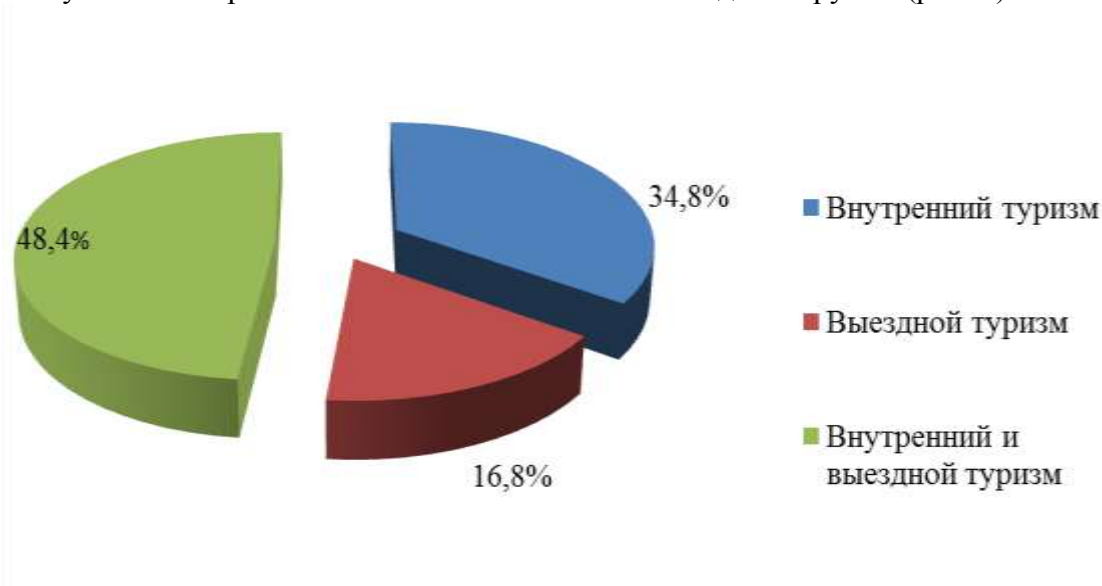


Рис. 2. Какой вид туризма был для Вас наиболее предпочтителен?
Fig. 2. Which type of tourism was most preferable for you?

Несмотря на все ограничения, усиленные карантинных мер, дополнительных расходов, связанных с ПЦР-тестированием, респонденты имели желание активно проводить свободное время и путешествовать по мере своих возможностей.

В ходе дальнейшего исследования выявлено, что при поиске средств разме-

щения туристы делали выбор в пользу того или иного объекта, учитывая факторы безопасности и риски заражения во время проживания и отдыха в целом. Опрос был построен с точки зрения выбора туристами их безопасного размещения (рис. 3).

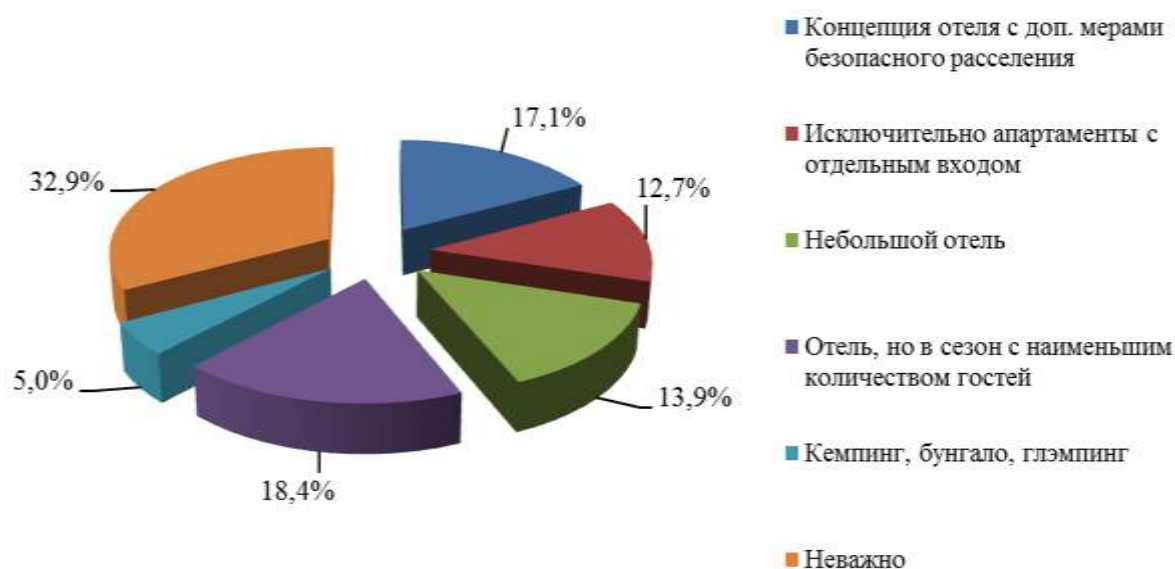


Рис. 3. Выбор средств размещения с учетом фактора безопасности
Fig. 3. Selection of accommodation facilities taking into account the security factor

Результаты анализа свидетельствуют, что 67% респондентов подходят весьма осторожно к выбору концепции размещения. Так, 18,4% опрошенных выбрали отель, опираясь на «невысокий» сезон с целью избежать скопления отдыхающих. 5% респондентов в качестве безопасных мест размещения в условиях распространения Covid-19 отдали предпочтение бунгало, кемпингам, глэмпингам, почти 14% -

небольшим отелям с номерным фондом до 50 номеров, а 12,7% респондентов рассматривали апартаменты с обязательным отдельным входом. Стоит отметить, что почти 33% опрошиваемых не акцентировали внимание на возможные риски и вопросы безопасности размещения, полагаясь, в основном, на свой прежний клиентский опыт и просто желание отдохнуть и получить эмоции и впечатления от отдыха.

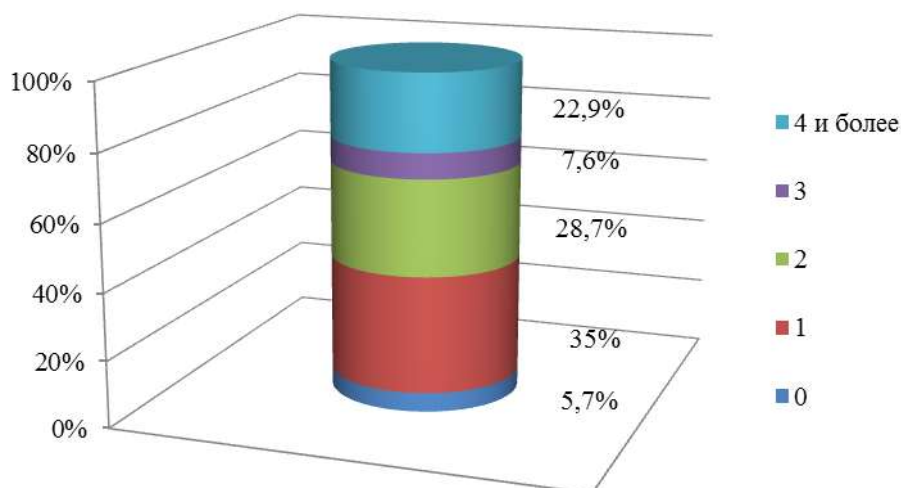


Рис. 4. Количество размещений гостей в отелях и средствах размещения (с апреля 2020 года)

Fig. 4. Number of guest placements in hotels and accommodation facilities (since April 2020)

Рисунок 4 отражает, что из общего числа опрошенных наибольшее количество (35%) приходится на респондентов, которые смогли хотя бы один раз получить услуги размещения. Следующие категории в рейтинге это те, кто останавливались в отелях два, четыре и более раз - 28,7% и 22,9% соответственно. Наименьшее количество ответов (7,6%) было дано по количеству «трех» размещений. Несомненно, по результатам исследования были выявлены респонденты, которые не останавливались в местах размещения за исследуемый период, и их число соответствует 5,7% от общего числа опрошенных.

Сложившаяся эпидемиологическая ситуация внесла свои коррективы не просто в выбор туристами того или иного места размещения, но и дополнила перечень наиболее важных критериев для них при выборе средства размещения, в том числе критерием «меры безопасности и профилактики COVID-19». Однако, несмотря на необходимость соблюдения объектами размещения данного критерия, введения различных технологий, обеспечивающих снижение рисков заражения в отелях, главными по-прежнему остаются чистота в номере, локация, питание, гостеприимность и компетентность персонала отеля (рис. 5).

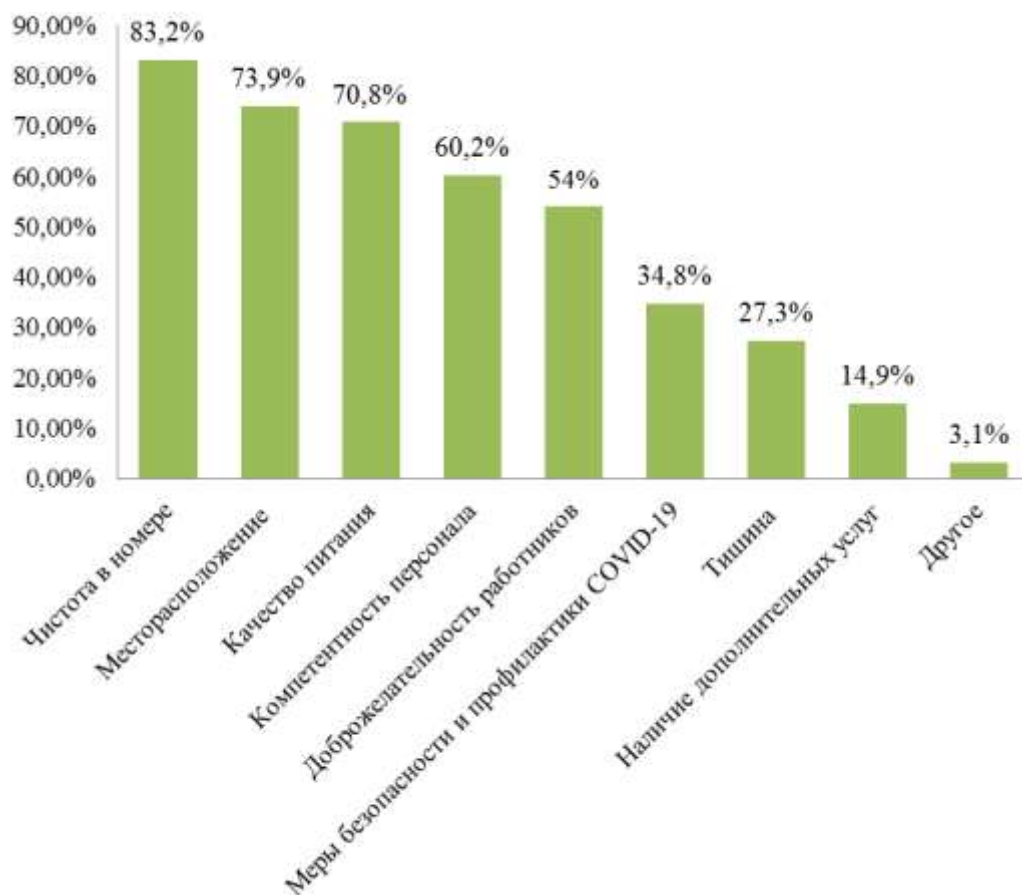


Рис. 5. Результаты вопроса: «Отметьте пять критериев, наиболее важных для Вас при выборе отеля?»

Fig. 5. Results of the question: «What are the five criteria that are most important to you when choosing a hotel?»

Результаты опроса по степени важности критериев для респондентов распределились следующим образом. Самыми значимыми являются чистота в номере (83,2%), локация отеля (73,9%), качество питания (70,8%), компетентность и дружелюбность персонала – 60,2% и 54% соответственно, 35% респондентов отметили важность мер безопасности по COVID-19. Отсюда можно сделать вывод, что, несмотря на важность мер безопасности в средствах размещения, основные факторы, характеризующие гостиничные услуги, остаются для многих туристов прежними.

Касательно качества предоставляемых гостиничных услуг стоит отметить, хотя и присутствуют проблемы, связанные с жесткой конкуренцией за рабочую силу в

гостиничном секторе (как за квалифицированную, так и за эффективный линейный персонал), но участники опроса достаточно высоко оценили уровень оказываемых гостиничных услуг в средствах размещения, которые посещали в период пандемии.

Так, по оценкам опрошенных, отели и другие места размещения предоставляют гостиничные услуги на высоком уровне, их доля составляет 33,3% от общего количества респондентов; оценку «хорошо» выставили 37,7%. Результаты исследования свидетельствуют о том, что многие средства размещения и в период локдауна, ограничений по нераспространению SARS – CoV, кризиса нехватки рабочей силы и пр. понимают важность сохранения каче-

ства предоставляемых гостиничных услуг. Тем не менее, 22% респондентов оценили качество гостиничных услуг на «удовлетворительно» и 6,7% опрошенных были не

удовлетворены услугами средств размещения, которые посещали в последнее время (рис. 6).

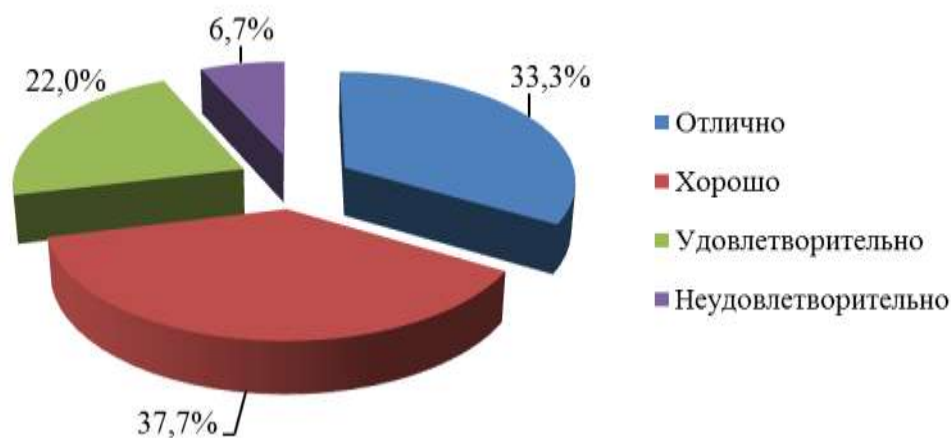


Рис. 6. Оценка качества гостиничных услуг в условиях Covid-19
Fig. 6. Assessment of the quality of hotel services in the conditions of Covid-19

Важными в оценке качества остаются критерии, которые характеризуют сервисную культуру объектов размещения, гостеприимство, выражающееся в отношении к гостю, готовности персонала оказать помощь, улыбочивости, приветствии и т.д. Данный аспект весьма актуален, на наш

взгляд, и при проведении оценки акцент был сделан на определении того, в какой мере гостеприимство со стороны персонала отелей оказывает влияние на степень удовлетворенности и формирование лояльности гостей (рис. 7).

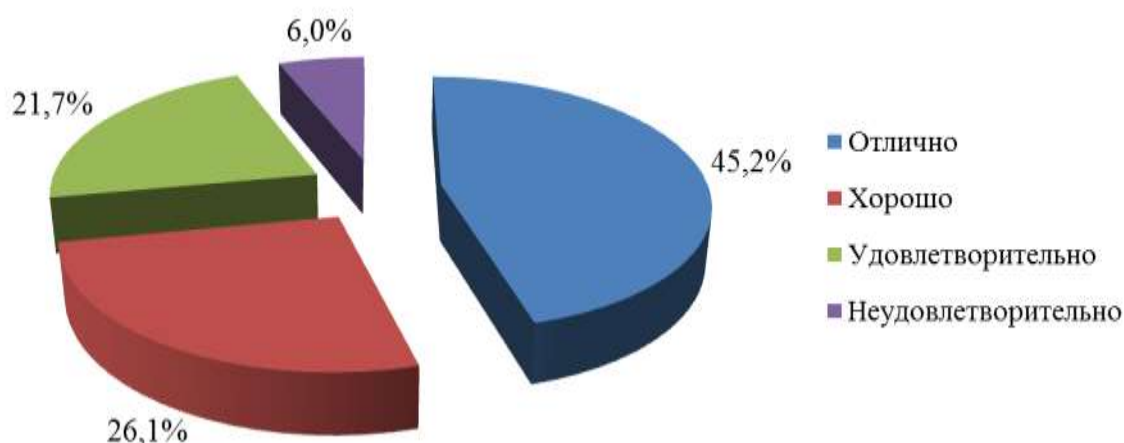


Рис. 7. Оценка сервисной культуры (гостеприимство, отношение к гостю, улыбочивость, отзывчивость персонала и пр.)
Fig. 7. Assessment of service culture (hospitality, attitude to the guest, smileyness, responsiveness of staff, etc.)

Исследование показало, что «атрибуты» сервисной культуры многие отели и другие средства размещения сохранили и в период пандемии, что сложившаяся ситуация не повлияла на культуру обслуживания. В совокупности 71,3% опрошенных остались довольны отношением к гостю,

оценив его на «отлично» и «хорошо» (45,2% и 26,1% соответственно).

Для полноты проведения оценки респондентам был задан вопрос относительно соответствия параметра «цена – качество» гостиничных услуг (рис. 8).

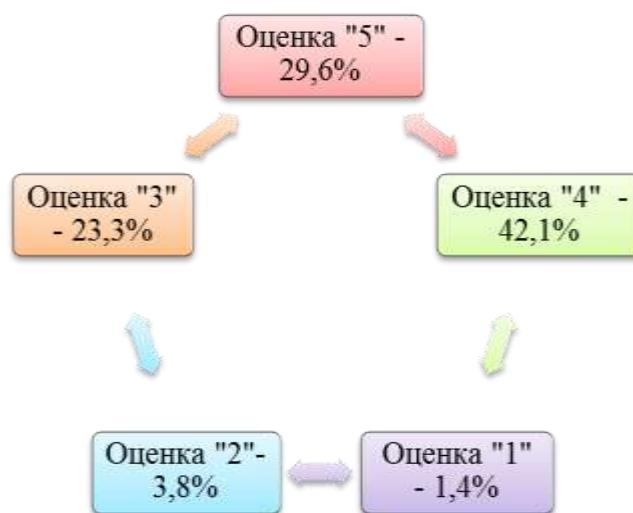


Рис. 8. Оценка соотношения «цена – качество» гостиничных услуг
Fig. 8. Evaluation of the price–quality ratio of hotel services

Результаты опроса показали, что львиная доля туристов удовлетворена ценой и качеством полученных гостиничных услуг, их потребительские ожидания оправдались (95% от общего числа опрошенных). Лишь 5% отметили свою неудовлетворенность отдыхом, при том, что цена была достаточно высокой при оказанном качестве услуг средств размещения.

Также для решения задач, поставленных в исследовании, был проведен опрос относительно наличия перед поездкой у туристов ПЦР-тестов, учитывая их стоимость, паспортов вакцинации, а также их влияние на оценку безопасности в местах размещения при проживании. Для боль-

шинства респондентов выполнение условий данного критерия является весьма значимым - 52,8% опрошиваемых отметили, что наличие ПЦР-тестов, паспортов вакцинации оправдано и напрямую влияет на безопасность пребывания гостей в местах размещения. Однако часть респондентов отрицательно относится к данному требованию со стороны средств размещения, высказывая мнение, что рост стоимости обязательных ПЦР-тестов оказал существенное влияние при планировании поездки за пределы страны проживания, так как это расходы, которые могут значительно увеличить стоимость путешествия.

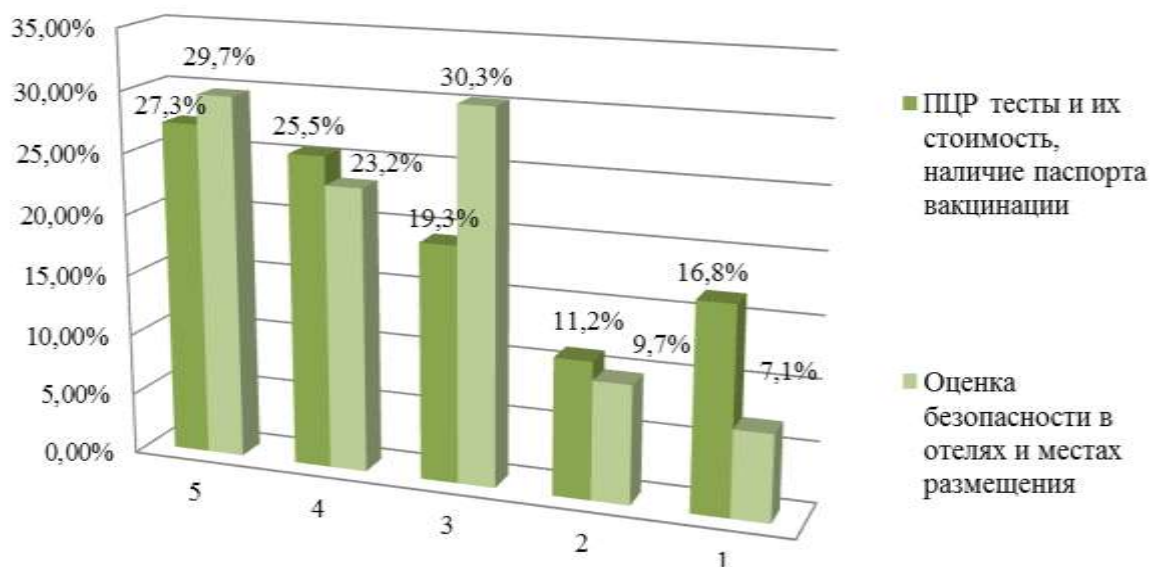


Рис. 9. Влияние ПЦР-тестов и их стоимости, наличия паспортов COVID-19 и оценки безопасности пребывания в местах размещения

Fig. 9. The impact of PCR tests and their cost, the availability of COVID-19 passports and the assessment of the safety of stay in accommodation

Заключение (Conclusions). Результаты исследования отражают ориентацию большинства респондентов, участвующих в опросе, на внутренний туризм, ввиду ограничений, связанных с COVID-19. Однако наличие отложенного спроса и открытие части туристских направлений позволило осуществить выезд за пределы страны проживания. К выбору концепции размещения, туристы в целом подходили весьма осторожно, что вполне логично и объяснимо. Туристы старались выбирать не пиковые даты, отели с дополнительными мерами безопасного расселения, небольшие отели, апартаменты с отдельным входом, места с низким туристским трафиком (кемпинги, глэмпинги).

Эпидемиологическая обстановка внесла свои коррективы не просто в выбор туристами того или иного места размещения, но и дополнила перечень наиболее важных критериев для них при выборе средства размещения параметром, связанным с мерами безопасности и профилактики COVID-19. При выборе средства раз-

мещения путешественники обращают внимание на антиковидные меры, принимаемые в тех или иных объектах размещения. Отели достаточно объективно подходят к реализации мер по безопасности, помимо 100%-ной вакцинации персонала вводят новые технологии (в том числе бесконтактного взаимодействия с гостем), обеспечивая снижение рисков. Большинство путешественников отмечают важность наличия ПЦР-тестов, паспортов вакцинации и их влияние на оценку безопасности. Однако в ходе исследования выявлено, что несмотря на то, что критерий «меры безопасности и профилактики COVID-19» относится к значимым факторам, главными, по-прежнему, остаются критерии месторасположения, чистоты в номере, питания, гостеприимность и компетентность персонала отеля. Исследования показывают, что многие средства размещения, несмотря на локдаун, ограничения по нераспространению SARS – CoV, кризис нехватки рабочей силы и пр., сохраняют «атрибуты» сервисной культуры

и в период пандемии, что очень важно для предприятий, работающих в индустрии туризма и гостеприимства.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Зайцева Н. А. Влияние пандемии коронавируса на развитие индустрии туризма и гостеприимства: глобальный и национальный аспекты // *Международная экономика*. 2021. №2. С.98-113.

Как коронавирус поменял стратегии продвижения международного туризма, 2020. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/51312.html> (Дата обращения: 15.01.2022).

Сахаров Р.В. Особенности реализации санитарно-эпидемиологических норм в работе гостиниц в период пандемии коронавируса COVID-19 (международный и российский подходы) // *Медицинское образование сегодня*. 2021. № 1 (13). С. 71-75.

Тренды 2021: как пандемия изменила предпочтения туристов, 2021. URL: <https://tourweek.ru/articles/world/314962> (Дата обращения: 15.01.2022).

Agag G., El-Masry A.A. Understanding the determinants of hotel booking intentions and moderating role of habit // *International Journal of Hospitality Management*. 2016. Vol. 54. PP. 52-67. DOI 10.1016/j.ijhm.2016.01.007.

Bonfanti A., Vigolo V., Yfantidou G. The impact of the Covid-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective // *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Vol. 94. [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102871> (Accessed: 21.01.2022).

Chan J., Gao Y.(L). and McGinley S. Updates in service standards in hotels: how COVID-19 changed operations // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2021. Vol. 33 No. 5, PP. 1668-1687. [Online], available at: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1013> (Accessed: 21.01.2022).

Davahli M.R., Karwowski W., Sonmez S., Apostolopoulos Y. The hospitality industry in the

face of the COVID-19 pandemic: Current topics and research methods // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020. Vol. 20. P. 17. Pp. 1-222. DOI 10.3390/ijerph17207366 (Accessed on: 21.01.2022).

Donthu N., Gustafsson A. Effects of COVID-19 on business and research // *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 117. PP. 284-289. [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008> (Accessed on: 21.01.2022).

Dube K., Nhamo G., Chikodzi D. COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry // *Current Issues in Tourism*. 2021. Vol. 24. Pp. 1487-1490. DOI: 10.1080/13683500.2020.1773416.

Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. Vol. 29. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Hu F., Teichert T., Deng S., Liu Y., Zhou G. Dealing with Pandemics: An Investigation of the Effects of COVID-19 on Customers' Evaluations of Hospitality Services // *Tourism Management*. 2021. Vol. 85(2). DOI: 10.1016/j.tourman.2021.104320.

Liang L., Wu G. Effects of COVID-19 on customer service experience: Can employees wearing facemasks enhance customer-perceived service quality? // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2022. Vol. 50. PP. 10-20 DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.12.004.

López R.R., López-Felipe T., Navajas-Romero V., Menor-Campos A. Lessons from the first wave of covid-19. What security measures do women and men require from the hotel industry to protect against the pandemic? // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021. Vol. 5. P.18. Pp. 1-171. DOI 10.3390/ijerph18052232.

Pérez L.M., Alonso M., Rodríguez M. Consuming safe hotels during the COVID-19 pandemic: the case of Spain // *Current Issues in Tourism*. 2021. DOI 10.1080/13683500.2021.2015300.

Robina-Ramírez R., Medina-Merodio J.-A., Moreno-Luna L., Jiménez-Naranjo H.V., Sánchez-Oro M. Safety and health measures for COVID-19 transition period in the hotel industry in Spain // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021. Vol. 2. P.18. Pp. 1-192. DOI 10.3390/ijerph18020718.

Srivastava P.R., Sengupta K., Kumar A., Biswas B., Ishizaka A. Post-epidemic factors influencing customer's booking intent for a hotel or leisure spot: an empirical study // *Journal of Enterprise Information Management*. 2021. DOI 10.1108/JEIM-03-2021-0137.

Šuligoj M. Work in Hotels Under Conditions Related to the Covid-19 Disease: Views of Slovenian Employees // *Tourism*. 2022. Vol. 70(2). DOI: 10.37741/t.70.2.9.

References

Agag, G. and El-Masry, A. A. (2016), "Understanding the determinants of hotel booking intentions and moderating role of habit", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 54, pp. 52-67. DOI 10.1016/j.ijhm.2016.01.007.

Bonfanti, A., Vigolo, V. and Yfantidou, G. (2021), "The impact of the Covid-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 94, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102871> (Accessed 21 January 2022).

Chan, J., Gao, Y.(L). and McGinley, S. (2021), "Updates in service standards in hotels: how COVID-19 changed operations", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33, 5, pp. 1668-1687. [Online], available at: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1013> (Accessed 21 January 2022).

Davahli, M.R., Karwowski, W., Sonmez, S. and Apostolopoulos, Y. (2020), "The hospitality industry in the face of the COVID-19 pandemic: Current topics and research methods", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 20, P. 17, pp. 1-222. DOI 10.3390/ijerph17207366.

Donthu, N. and Gustafsson, A. (2020), "Effects of COVID-19 on business and research", *Journal of Business Research*, Vol. 117, pp. 284-289, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008> (Accessed 21 January 2022).

Dube, K., Nhamo, G. and Chikodzi, D. (2021), "COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry", *Current Issues in Tourism*, Vol. 24, pp. 1487-1490. DOI: 10.1080/13683500.2020.1773416.

Gössling, S., Scott, D. and Hall, C. M. (2021), "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19", *Journal of Sus-*

tainable Tourism, Vol. 29, DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.

How the coronavirus has changed the strategies for promoting international tourism, 2020, [Online], available at: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/51312.html> (Accessed 15 January 2022).

Hu, F., Teichert, T., Deng, S., Liu, Y. and Zhou, G. (2021), "Dealing with Pandemics: An Investigation of the Effects of COVID-19 on Customers' Evaluations of Hospitality Services", *Tourism Management*, Vol. 85(2), DOI: 10.1016/j.tourman.2021.104320.

Liang, L. and Wu, G. (2022), "Effects of COVID-19 on customer service experience: Can employees wearing facemasks enhance customer-perceived service quality?", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 50, pp. 10-20 DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.12.004.

López, R.R., López-Felipe, T., Navajas-Romero, V. and Menor-Campos, A. (2021), "Lessons from the first wave of covid-19. What security measures do women and men require from the hotel industry to protect against the pandemic?", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 5, P.18, pp. 1-171. DOI 10.3390/ijerph18052232.

Pérez, L.M., Alonso, M. and Rodríguez, M. (2021), "Consuming safe hotels during the COVID-19 pandemic: the case of Spain", *Current Issues in Tourism*, DOI 10.1080/13683500.2021.2015300.

Robina-Ramírez, R., Medina-Merodio, J.-A., Moreno-Luna, L., Jiménez-Naranjo, H.V. and Sánchez-Oro, M. (2021), "Safety and health measures for COVID-19 transition period in the hotel industry in Spain", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 2, P. 18, pp. 1-192. DOI 10.3390/ijerph18020718.

Sakharov, R.V. (2021), "Features of the implementation of sanitary and epidemiological standards in the operation of hotels during the COVID-19 coronavirus pandemic (international and Russian approaches)", *Medical education today*, Vol. 1 (13), pp. 71-75.

Srivastava, P.R., Sengupta, K., Kumar, A., Biswas, B. and Ishizaka, A. (2021), "Post-epidemic factors influencing customer's booking intent for a hotel or leisure spot: an empirical study", *Journal of Enterprise Information Management*, DOI 10.1108/JEIM-03-2021-0137.

Šuligoj, M. (2022), “Work in Hotels Under Conditions Related to the Covid-19 Disease: Views of Slovenian Employees”, *Tourism*, Vol. 70 (2), DOI: 10.37741/t.70.2.9.

Trends 2021: how the pandemic has changed the preferences of tourists, 2021, [Online], available at: <https://tourweek.ru/articles/world/314962> (Accessed 15 January 2022).

Zaitseva, N. A. (2021), “The impact of the coronavirus pandemic on the development of the tourism and hospitality industry: global and national aspects”, *International economy*, Vol. 2, pp.98-113.

Данные об авторах

Рахимбекова Жанар Сапаровна, кандидат экономических наук, доцент, Высшая школа менеджмента

Богомазова Ирина Викторовна, доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the authors

Zhanar S. Rakhimbekova, PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Graduate School of Management

Irina V. Bogomazova, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Tourism and Hotel Business