

Оригинальная статья  
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-2

Морозова Н. С.

**Инновационные направления развития индустрии туризма  
и гостеприимства в кризисных условиях**

АНО ВО «Российский новый университет», ул. Радио, 22, Москва  
105005, Россия  
e-mail: [sks@rosnou.ru](mailto:sks@rosnou.ru)

*Статья поступила 10 ноября 2020 г.; принята 12 декабря 2020 г.;  
опубликована 31 декабря 2020 г.*

**Аннотация.** Для любой сферы социально-экономической деятельности разработка и внедрение инноваций является одним из инструментов достижения новых конкурентных преимуществ, которые чрезвычайно важны в условиях высокой конкуренции и кризисных ситуаций. Инновационное развитие туристской и гостиничной индустрии неразрывно связано с внедрением цифровых технологий. Следует отметить, что, начиная с внедрения глобальных систем бронирования, эта сфера всегда ориентируется на новейшие достижения в области информационно-коммуникационных технологий. Актуальность и особая значимость инновационного развития важна в кризисный период, который наблюдается в данный момент в связи с пандемией. В статье проведен анализ современного состояния индустрии туризма и гостеприимства и влияние на нее пандемии COVID-19. Результаты исследования показали, что кризисное состояние этой сферы приводит к весьма тяжелым последствиям, в том числе резкому сокращению персонала, занятого в индустрии туризма и гостеприимства, закрытию турагентских и туроператорских компаний, малых средств размещения, особенно хостелов. Одним из принципов управления в таких сложных кризисных условиях является поиск и внедрение инновационных решений в туристском и гостиничном бизнесе. В процессе проведения исследования были проанализированы основные инновационные решения в индустрии туризма и гостеприимства, которые целесообразно принимать в кризисных условиях для смягчения критической ситуации, выявлены наиболее важные и значимые из них. Одним из наиболее целесообразных инновационных направлений выступает цифровизация основных бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства.

**Ключевые слова:** туризм; гостиничный бизнес; кризис; пандемия; инновации; инновационные решения; цифровые технологии

**Для цитирования:** Морозова Н. С. Инновационные направления развития индустрии туризма и гостеприимства в кризисных условиях // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 6, № 4, 2020, с. 11-18, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-2

UDC 338.48

Natalia S. Morozova

**Innovative directions for the development of the tourism  
and hospitality industry in crisis conditions**

ANO VO "Russian New University", 22 Radio St., Moscow  
105005, Russia  
e-mail: [sks@rosnou.ru](mailto:sks@rosnou.ru)

**Abstract.** For any sphere of social and economic activity, the development and implementation of innovations is one of the tools for achieving new competitive advantages, which are extremely important in conditions of high competition and crisis situations. The innovative development of the tourism and hotel industry is inextricably linked with the introduction of digital technologies. It should be noted that, starting with the introduction of global booking systems, this area has always been guided by the latest advances in information and communication technologies. The relevance and special significance of innovative development is important in the crisis period, which is observed at the moment in connection with the pandemic. The article analyzes the current state of the tourism and hospitality industry and the impact of the COVID-19 pandemic on it. The results of the study showed that the crisis in this area leads to very serious consequences, including a sharp reduction in personnel employed in the tourism and hospitality industry, the closure of travel agency and tour operator companies, small accommodation facilities, especially hostels. One of the principles of management in such difficult crisis conditions is the search and implementation of innovative solutions in the tourism and hotel business. In the course of the study, the main innovative solutions in the tourism and hospitality industry were analyzed, which are advisable to take in a crisis to mitigate the critical situation, the most important and significant of them were identified. One of the most expedient innovation areas is the digitalization of the main business processes in the tourism and hospitality industry.

**Keywords:** tourism; hotel business; crisis; pandemic; innovation; innovative solutions; digital technologies

**For citation:** Morozova N. S. (2020) Innovative directions for the development of the tourism and hospitality industry in crisis conditions *Research Result. Business and Service Technologies*, 6(4), 11-18, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-2

**Введение.** По прогнозам Всемирной туристской организации (UNWTO), доходы от международного туризма сократятся на 320 миллиардов долларов США, что более чем в три раза превышает потери во время глобального экономического кризиса 2009 года (Impact of COVID-19..., 2020). Современное состояние индустрии туризма и гостеприимства также характеризуется глубоким кризисом, вызванным пандемией COVID-19. Из-за отсутствия ино-

странных туристов российская индустрия туризма может потерять до 600 млрд рублей, отели Санкт-Петербурга – 20 млрд руб. и Москвы – 100 млрд рублей (РСТ: на восстановление ..., 2020). Ограничения на международные передвижения граждан, вводимые большинством стран, кардинальным образом сократили туристские потоки и, соответственно, снизили загрузку отелей по всему миру. В такой кризисной ситуации особенно пострадали туро-

ператорские и турагентские компании, а также разнообразные средства размещения. Государство предпринимает определенные шаги по поддержке наиболее пострадавших от пандемии отраслей, но эти меры носят временный характер и в долгосрочной перспективе на них нельзя рассчитывать, т.к. все они направлены на облегчение финансовой нагрузки в краткосрочном периоде. Отсрочки по уплате налогов, кредиты на выплату заработной платы дают временное финансовое облегчение малым и средним предприятиям. Каждое предприятие индустрии туризма и гостеприимства пытается найти меры эффективного долгосрочного воздействия на свой бизнес для смягчения этой кризисной ситуации. Одним из наиболее действенных способов можно считать разработку и внедрение различных инноваций, позволяющих сохранить необходимый уровень стабильности работы предприятий туристской и гостиничной индустрии.

**Цель исследования** состоит в исследовании направлений инновационного развития индустрии туризма и гостеприимства в условиях современного кризиса, связанного с влиянием пандемии COVID-19.

**Материалы и методы исследования.** При проведении настоящего исследования были использованы монографический, статистический, аналитический, сравнительный методы. Они позволили проанализировать данные о влиянии пандемии на туризм и гостиничный бизнес, выявить основные направления инноваций, связанные с формированием новых туристских и гостиничных продуктов, внедрением цифровых технологий в индустрию туризма и гостеприимства с целью поддержания стабильности и устойчивости гостиничных и туристских предприятий.

**Результаты исследования и их обсуждение.** На данный момент состояние индустрии туризма и гостеприимства можно охарактеризовать как крайне нестабильное и критическое. Наблюдается повсеместная приостановка международных

авиарейсов, большинство стран закрывают свои границы для их пересечения иностранными гражданами, практически полностью приостановлен международный туризм.

Российский туристский и гостиничный рынок также испытывает большие проблемы. Вследствие пандемии были закрыты практически все летние зарубежные направления, и российские туристы были вынуждены отдыхать на территории своей страны. Этот фактор на фоне мирового снижения туристских потоков можно рассматривать как положительный для развития внутреннего российского туризма. Однако для того, чтобы это искусственно созданный рост внутреннего туризма оставался и в будущем после окончания пандемии, необходимо повысить качество туристских и гостиничных услуг, улучшить информационно-коммуникационной сопровождение туристско-гостиничного бизнеса, внедрить современные цифровые технологии, удовлетворяющие потребности современных цифровых путешественников.

В течение летнего сезона средства размещения Краснодарского края и Крыма имели достаточно высокую загрузку и частично сумели компенсировать те убытки, которые они понесли в период весеннего локдауна (Из страны ежегодно ..., 2020). Однако для стабилизации ситуации на туристском и гостиничном рынке необходимо разработать и принять инновационные решения на всех уровнях управления экономикой.

Инновационные решения, применяемые для уменьшения влияния негативных последствий пандемии и смягчения кризисной ситуации в индустрии туризма и гостеприимства, лежат в следующих плоскостях:

- выход на новые рынки;
- создание нового туристского и гостиничного продукта (услуги);
- внедрение инновационных цифровых технологий;

– инновационные решения в сфере маркетинга и продвижения туристских и гостиничных услуг и туристских дестинаций;

– организационные изменения в структуре предприятия индустрии туризма и гостеприимства;

– инновации в управлении персоналом предприятия индустрии туризма и гостеприимства;

– изменения в системе управления туристским и гостиничным бизнесом.

Практически все названные типы инноваций нашли применение в современных кризисных условиях, вызванных пандемией. Прежде всего, следует подчеркнуть, что невозможность отдохнуть за рубежом способствовала развитию внутреннего туризма. Это привело к тому, что туроператоры, работающие на рынке выездного туризма, были вынуждены обратить более пристальное внимание на рынок внутреннего туризма. Так поступили многие крупные туроператоры и расширили предложения по внутреннему туризму, в том числе TUI, Tez Tour и другие компании.

Такая инновация, как создание новых туристских продуктов, также начала активно применяться, привнося разнообразие в традиционные внутрироссийские направления туризма.

Гостиничные предприятия в условиях резкого снижения спроса вывели на рынок новые инновационные предложения, связанные с длительным пребыванием в отеле на период карантина. Так, например, Санкт-Петербургский отель «Гельвеция» одним из первых гостиничных предприятий предложил гостям длительное размещение по специальной цене в период самоизоляции. Отель предлагал срок аренды от 30 до 60 дней, регулярные уборки номера, смену белья, фирменные халаты и тапочки, косметические средства и средства личной гигиены, ежедневные завтраки. Антивирусное предложение отеля Корстон-Москва 4\* включало в себя апгрейд категории номера, ранний заезд и поздний выезд без доплат, бесконтактную доставку

завтрака в номер, выдачу средств личной гигиены (маски, антисептики), увеличение начисляемых бонусов. Все эти инновации были порождены исключительной ситуацией пандемии и были направлены на смягчение кризисной ситуации и повышение загрузки отелей.

Особо следует отметить цифровизацию туристской и гостиничной индустрии как весьма эффективную инновацию (Сервис и туризм, 2020). Исследование внедрения цифровых инноваций в индустрию туризма и гостеприимства содержится в ряде научных исследований (Blal, Singal and Templin, 2018; Морозов, Морозов, 2019). В туризме и гостеприимстве нашли применение технологии больших данных (Big Data), которые совместно с технологиями искусственного интеллекта позволяют глубоко и всесторонне изучить потребительскую аудиторию, сформировать информационный профиль клиента и спрогнозировать его будущие потребности. Интернет вещей (Internet of Things) находит применение в индустрии гостеприимства для создания комфортных условий пребывания гостя в отеле. Цифровые технологии позволяют сформировать новую информационно-коммуникационную среду для взаимодействия с клиентами и продвижения туристских возможностей дестинаций, создать единое информационное пространство в туризме (Морозов, Морозова, 2019). Широкую популярность получили чат-боты, выступающие в качестве персональных менеджеров гостей отелей и туристов. Они позволяют индивидуализировать подход к каждому клиенту, обеспечив ему максимально комфортный информационно-коммуникационный канал. Комитет по туризму Московской области запустил чат-бот в Telegram, который предоставляет информацию о мерах поддержки туризма в условиях действия антикоронавирусных ограничений (Чат-бот Мособлтуризма..., 2020). Высокую эффективность показали мобильные приложения для туристов и гостей отелей. Эта технология отвечает потребностям так называемых

«цифровых путешественников», для которых цифровые коммуникации стали основным атрибутом их жизни.

В условиях резкого падения спроса на туристские услуги основной задачей региональных и местных органов управления туризмом, туроператоров, турагентов стало создание информированности населения страны о той туристской привлекательности, которой обладают российские регионы (Innovative development..., 2019). Основной мотивацией совершения путешествия является туристская привлекательность дестинации, которую надо создать и прорекламировать (Морозов, Морозова, 2012). Именно туристская привлекательность лежит в основе формирования конкурентоспособности туристской дестинации (Морозов, Морозова, 2012). С учетом смены поколений все больше претерпевают изменения маркетинговые технологии продвижения в туризме, в частности, социальные сети следует рассматривать как эффективный инновационный инструмент продвижения туристских продуктов и услуг (Морозов, Савин, 2017).

Инновации в сфере туризма и гостеприимства предлагаются и реализуются на различных уровнях:

- федеральном;
- региональном;
- местном;
- на уровне отдельных предприятий туристской и гостиничной индустрии.

Примером достаточно успешных инноваций в сфере туризма на федеральном уровне являются:

- предоставление субсидий из федерального бюджета на государственную поддержку организаций, обеспечивающих прирост количества посетивших Российскую Федерацию иностранных туристов, реализуемое с 2019 года;

- специальная программа по поддержке внутреннего туризма (программа кешбэка), начатая в августе 2020 года и позволяющая возмещать туристам затраты за туристские путевки (Туроператоры и отели..., 2020);

- система предпочтений в Арктике, связанная со льготным режимом для резидентов Арктической зоны РФ, реализующих инвестиционные проекты с капитальными вложениями от 1 млн рублей, что может явиться стимулом для развития арктического туризма и создания туристской инфраструктуры и других инноваций.

Следует отметить инновационную деятельность Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в части популяризации темы брендинга территорий как эффективного инструмента продвижения туристских ресурсов страны. ТПП РФ ежегодно выступает инициатором проведения Всероссийской конференции по брендингу в рамках выставки «ОТДЫХ LEISURE» и вебинаров по брендингу, освещающих проблемы продвижения региональных брендов.

На федеральном и региональном уровнях разработаны меры поддержки для предпринимателей, развивающих мобильные средства размещения, в частности, глэмпинги.

Одним из наиболее интересных инновационных решений на региональном уровне является создание и запуск в июле 2020 года сервиса Russpass, который разработан по инициативе Правительства Москвы, его курирует Комитет по туризму города Москвы и Департамент информационных технологий. Сервис Russpass служит для создания уникального торгового предложения в сфере туризма и обеспечивает планирование индивидуального путешествия с учетом личных возможностей и предпочтений. На этом сервисе могут размещать свои предложения туроператоры, музеи, рестораны, экскурсионные бюро и парки. Russpass предоставляет услуги приобретения билетов на самолеты, поезда, в музеи, театры, на различные экскурсии. На нем содержится информация о более чем 300 турах и авторских маршрутах. Сервис Russpass постоянно развивается и совершенствуется, и к нему присоединяются все новые регионы.

Одним из признаков эффективного предпринимательства в туризме является активное применение инновационных решений в области управления персоналом (Концепция эффективного предпринимательства..., 2019). В период пандемии к персоналу предприятий индустрии туризма и гостеприимства были предъявлены новые требования санитарно-гигиенического характера. В некоторых случаях это повлекло за собой необходимость изменения схемы бизнес-процессов обслуживания гостей, например, обеспечение бесконтактного сервиса при предоставлении питания. Следует также отметить, что внедрение цифровых инноваций предполагает наличие у персонала предприятий индустрии туризма и гостеприимства цифровых компетенций (Krenzler, 2019; Frey, Osborne, 2017; Iordache, Mariën and Baelden, 2017; Морозова, 2018). Как известно, одними из самых эффективных инвестиций являются инвестиции в персонал, что в условиях цифровизации туристской и гостиничной деятельности является абсолютно необходимым (Морозов, 2006).

Во время пандемии многие предприятия туристской и гостиничной индустрии были вынуждены вводить так называемые принудительные инновации, связанные с новыми условиями ведения бизнеса в эпоху COVID-19. В частности, речь идет о нововведениях, обеспечивающих выполнение необходимых в условиях пандемии дополнительных санитарно-гигиенических требований. Российские предприятия индустрии туризма и гостеприимства присоединились к программе безопасного туризма и получения международных сертификатов безопасного и комфортного отдыха SafeTravels. Такие сертификаты получают те предприятия индустрии туризма и гостеприимства, услуги которых отвечают требованиям санитарно-гигиенических норм и стандартам безопасности. Это соответствует специальным протоколам безопасного туризма (Safe Travels), которые разработаны Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) в качестве

глобальных рекомендаций при разработке мероприятий по восстановлению туристской деятельности.

**Заключение.** Всемирная туристская организация (UNWTO) прогнозирует восстановление мирового туризма после снятия всех ограничений в течение 4–6 лет. Для того, чтобы российская индустрия туризма и гостеприимства восстановилась как можно быстрее, необходимы усилия как со стороны государства, так и предпринимательских структур. Только нестандартные инновационные решения, такие как туристский кешбэк и подобные, могут способствовать успешному восстановлению индустрии туризма и гостеприимства. Оригинальные инновационные решения необходимы также и на региональном уровне. Туристские сервисы, подобные Russpass, должны создаваться во всех туристских дестинациях в качестве инструмента продвижения и создания комфортной информационно-коммуникационной среды для туристов.

**Информация о конфликте интересов:** автор не имеет конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** author have no conflict of interests to declare.

#### Литература

Из страны ежегодно с туристами “улетают” 35 млрд долларов. URL: <https://fingazeta.ru/business/turizm/467084> (дата обращения: 15.10.2020).

Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез: Монография. / Под общ. ред. М.А. Эскиндарова. 2-е издание. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и Ко”, 2019. – 641 с.

Морозов М.А. Управление персоналом на предприятиях туристской индустрии // Стандарты и качество. 2006. №2. С. 54-58.

Морозов М.А., Морозов М.М. Цифровые коммуникации как инструмент формирования единого информационного пространства в туризме / М.А. Морозов, М.М. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2019. – №2. С. 69-72.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Модель оценки конкурентоспособности российских дестинаций / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2012. №11 (70). С. 100-108.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Оценка привлекательности туристских дестинаций / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2012. № 7-8 (67). С. 41-49.

Морозов М.М., Савин М.А. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях как способ продвижения турпродукта // М.М.Морозов, М.А.Савин // Туризм и региональное развитие. Сборник научных статей. 2017. С. 73-75.

Морозова Н.С. Особенности управления персоналом в условиях цифровой экономики // Н.С.Морозова // Человеческий капитал в формате цифровой экономики. Международная научная конференция, посвященная 90-летию С.П. Капицы: сборник докладов. 2018. С. 324-331.

Морозова Н.С., Морозов М.М. Информационное сопровождение туристского бизнеса // Н.С. Морозова, М.М. Морозов // Туризм и региональное развитие. Сборник статей. Смоленский гуманитарный университет. Смоленск, 2016. С. 60-64.

РСТ: на восстановление въездного турпотока уйдет больше полугода // Travel Russian News. URL: <https://www.trn-news.ru/news/101257> (дата обращения: 2.11.2020).

Сервис и туризм в условиях цифровизации российской экономики. Монография. Санкт-Петербург, изд-во СПбГЭУ. 2018. – 176 с.

Туроператоры и отели зафиксировали рост бронирований по программе туристического кешбэка. URL: <https://tourism.gov.ru/news/16953/> (дата обращения: 28.10.2020).

Чат-бот Мособлтуризма расскажет о мерах поддержки туротрасли в период эпидемии Covid-19. URL: <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/organy/komitet-po-turizmu-moskovskoi-oblasti/chat-bot-mosoblтуризма-rasskazhet-o-merakh-podderzhki-turotrasli-v-period-pandemii> (дата обращения: 2.10.2020).

Blal, I., Singal, M., Templin, J. (2018). Airbnb's effect on hotel sales growth. *Int. J. Hospitality Manage.* 73, pp. 85–92.

Frey, C.B., Osborne, M. A. (2017). The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, pp. 254-280.

Impact of COVID-19 on world tourism. URL: <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill> (дата обращения: 12.10.2020).

Innovative development of the regional economy / Morozov M.A, Morozova N.S., Morozov M.M., Moldazhanov M.B. Semey, PC “Intellect”, 2019. – 104 p.

Iordache, C., Mariën, I., & Baelden, D. (2017). Developing digital skills and competences: A quick- scan analysis of 13 digital literacy models. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), pp. 6–30.

Krenzler A. Competition law enforcement on digital markets – lessons from recent EU case law. *Journal of Antitrust Enforcement*, Volume 7, Issue 2, July 2019, pp. 249-278.

## References

Blal, I., Singal, M. and Templin, J. (2018), *Airbnb's effect on hotel sales growth*, *Int. J. Hospitality Manage.* 73, 85–92.

Chatbot of Mosoblтуризма will tell about measures to support the tourism industry during the epidemic Covid-19 [Online], available at: <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/organy/komitet-po-turizmu-moskovskoi-oblasti/chat-bot-mosoblтуризма-rasskazhet-o-merakh-podderzhki-turotrasli-v-period-pandemii> (Accessed October 2020).

Frey, C.B. and Osborne, M. A. (2017), “The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation?”, *Technological Forecasting and Social Change*, 114, pp. 254-80.

35 billion dollars "fly away" with tourists from the country annually [Online], available at: <https://fingazeta.ru/business/turizm/467084> (Accessed 15 October 2020).

Impact of COVID-19 on world tourism. [Online], available at: <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill> (Accessed 12 October 2020).

*Innovative development of the regional economy*, (2019), Morozov, M.A, Morozova,

N.S., Morozov, M.M. and Moldazhanov, M.B., Semey, PC “Intellect”.

Iordache, C., Mariën, I. and Baelden, D. (2017), “Developing digital skills and competences: A quick- scan analysis of 13 digital literacy models”, *Italian Journal of Sociology of Education*, 9 (1), pp. 6–30.

*Kontsepsiya effektivnogo predprinimatel'stva v sfere novyh reshenij, proektov i gipotez* (2019) [The concept of effective entrepreneurship in the field of new solutions, projects and hypotheses] in Eskindarov, M. A. (ed.), 2 izdanie, M., Izdatel'sko-torgovaya korporaciya "Dashkov i Ko", 641p.

Krenzler, A. (2019), “Competition law enforcement on digital markets—lessons from recent EU case law”, *Journal of Antitrust Enforcement*, 7, Issue 2, July, pp. 249–278.

Morozov, M.A. (2006), “Personnel management at the enterprises of the tourism industry”, *Standards and quality*, 2, pp. 54-58.

Morozov, M.A. and Morozov, M.M. (2019), “Digital communications as a tool for the formation of a single information space in tourism”, *Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society*, 2, pp. 69-72.

Morozov, M.A. and Morozova N.S. (2012), “Model for assessing the competitiveness of Russian destinations”, *Bulletin of the Russian State University of Trade and Economics (RGTEU)*, 11(70), pp. 100-108.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2012), “Assessment of the attractiveness of tourist destinations”, *Bulletin of the Russian State University of Trade and Economics (RGTEU)*, 7-8 (67), pp. 41-49.

Morozov, M.M. and Savin, M.A. (2017), “Marketing communications in social networks as

a way to promote a tourist product”, *Tourism and regional development. Collection of scientific articles*, pp. 73-75.

Morozova, N.S. (2018), “Features of personnel management in a digital economy Human capital in the digital economy format”, *International scientific conference dedicated to the 90th anniversary of S.P. Kapitsa: collection of reports*, pp. 324-331.

Morozova, N.S. and Morozov, M.M. (2016), “Information support for tourism business”, *In the collection: Tourism and regional development. Digest of articles. Smolensk Humanitarian University*, pp. 60-64.

PCT: it will take more than six months to restore the inbound tourist flow [Online], available at: <https://www.trn-news.ru/news/101257> (Accessed 2 November 2020).

*Servis i turizm v usloviyah tsifrovizatsii rossijskoj ekonomiki*, (2018), [Service and tourism in the context of the digitalization of the Russian economy]. Monograph. St. Petersburg, SPbGEU publishing house, 176 p.

Tour operators and hotels recorded an increase in bookings on the tourist cashback program [Online], available at: <https://tourism.gov.ru/news/16953/> (Accessed 28 October 2020).

#### Данные об авторе

**Морозова Наталья Степановна**, доктор экономических наук, профессор, научный руководитель института бизнес-технологий

#### Information about the author

**Natalia S. Morozova**, Doctor of Economics, Professor, Scientific Director of the Institute of Business Technologies