

УДК 338.48

<http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-1-52-60>

Туриндустрия России: последствия пандемии COVID-19

Виктория Викторовна Нарбут*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, vvnarbut@fa.ru,
<https://orcid.org/0000-0003-1551-5114>*

Аннотация

Цель. Статистическая оценка масштаба негативного воздействия пандемии на основные показатели туриндустрии Российской Федерации (РФ).

Задачи. Показать динамику ключевых показателей туристской отрасли до и во время пандемии; дать оценку влияния кризиса на деятельность туристских фирм; сопоставить объем средств, полученных от реализации туристского продукта, в регионах России до и во время пандемии; оценить статистическую значимость изменения средств от реализации туристского продукта в расчете на одну фирму до и во время пандемии по федеральным округам России.

Методология. В статье приведены и проанализированы сведения Федеральной статистической службы об основных показателях деятельности организаций туриндустрии в России в период с 2017 по 2020 г. Источником информации о деятельности турфирм в субъектах РФ послужила витрина данных Федеральной службы государственной статистики. В процессе исследования автором статьи применены методы группировки, вариации, структурный и динамический анализ данных. В целях получения региональных сведений соответствующий анализ проведен в 2019–2020 гг. в 85 субъектах РФ. Проверка гипотезы о нормальности распределения данных осуществлена на основе критерия Шапиро-Уилка. Проверка гипотезы о существовании различий показателей туристской деятельности до и во время пандемии выполнена с применением непараметрического критерия Вилкоксона, так как характер распределения данных отличался от нормального.

Результаты. Установлено, что кризис, связанный с пандемией, отрицательно отразился на всех ключевых показателях туристской отрасли. Произошло существенное сокращение рабочих мест, нарушен характер сезонности, свойственный «здоровому» этапу развития туриндустрии. Самый большой спад численности работников наблюдается в летние месяцы 2020 г. Влияние кризиса на среднюю заработную плату проявляется в том, что, во-первых, в апреле 2020 г. произошел значительный ее спад, во-вторых, в период кризиса колебания уровня средней заработной платы внутри года стали более существенными. Карантинные мероприятия способствовали уходу с рынка туристских услуг России 227 фирм, снижению числа туристских поездок в 3,7 раза, сокращению средств, поступающих от реализации туристского продукта, на 54,4 %. В статье представлены результаты оценки статистической значимости изменения средств от реализации туристского продукта в расчете на одну фирму до и во время пандемии по федеральным округам России.

Выводы. Влияние пандемии выражено в сломе тенденций развития туризма, которые предшествовали ей, создали предпосылки для реструктуризации отрасли и создания новых тенденций. В целях преодоления последствий пандемии в сфере туризма необходим комплекс мер, а также требуются совместные действия государства и предприятий туризма.

Ключевые слова: турфирмы, пандемия, среднесписочная численность, средства от реализации турпродукта, статистические данные

Для цитирования: Нарбут В. В. Туриндустрия России: последствия пандемии COVID-19 // *Экономика и управление*. 2022. Т. 28. № 1. С. 52–60. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-1-52-60>

Благодарности: статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве РФ.

© Нарбут В. В., 2022

Russian tourism industry: consequences of the COVID-19 pandemic

Victoria V. Narbut

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

vvnarbut@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1551-5114>

Abstract

Aim. The presented study aims to statistically assess the scale of the pandemic's negative impact on the major indicators of the tourism industry in the Russian Federation.

Tasks. The author shows the dynamics of the key indicators of the tourism industry before and during the pandemic; assesses the impact of the crisis on the activities of travel agencies; compares the amount of funds received from the sale of tourist products in Russian regions before and during the pandemic; assesses the statistical significance of changes in funds received from the sale of tourist products per company before and during the pandemic in the federal districts of Russia.

Methods. This study presents and analyzes data of the Federal State Statistics Service on the major activity indicators of organizations in the Russian travel industry from 2017 to 2020. The data mart of the Federal State Statistics Service serves as a source of information about the activities of travel agencies in the constituent entities of the Russian Federation. In the course of the study, the author uses the methods of grouping, variation, structural and dynamic data analysis. To obtain region-specific information, a corresponding analysis was performed in 2019–2020 in 85 constituent entities of the Russian Federation. A hypothesis about data distribution normality is tested using the Shapiro–Wilk test. A hypothesis about the significance of the differences in tourist activity indicators before and during the pandemic is tested using the non-parametric Wilcoxon test, since the nature of data distribution is different from normal.

Results. It is found that the pandemic-related crisis has had a negative impact on all key indicators of the tourism industry. There have been significant job cuts, and the seasonality that is typical of the 'healthy' stage of the tourism industry's development has been interrupted. The biggest decline in the number of employees is observed in the summer months of 2020. The impact of the crisis on average wages is manifested in a significant decline in April 2020 and fluctuations in the level of yearly average wages becoming more pronounced during the crisis. Quarantine measures contributed to the withdrawal of 227 companies from the Russian tourist services market, a 3.7-fold decrease in the number of tourist trips, and a 54.4% reduction in funds received from the sale of tourist products. The study presents the results of estimating the statistical significance of changes in the amount of funds received from the sale of tourist products per company before and during the pandemic in the federal districts of Russia.

Conclusions. The impact of the pandemic is expressed in the breakdown of tourism development trends that preceded it, creating prerequisites for the restructuring of the industry and the emergence of new trends. A set of measures and joint actions of the state and tourism enterprises are needed to overcome the consequences of the pandemic in the tourism sector.

Keywords: *travel agencies, pandemic, average number of employees, funds from the sale of tourist products, statistics*

For citation: Narbut V.V. Russian tourism industry: consequences of the COVID-19 pandemic. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2022;28(1):52-60 (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-1-52-60>

Acknowledgments: This article is based on the results of studies funded through budgetary resources under the government order of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

До пандемии COVID-19 туристская индустрия активно развивалась. Практически все основные показатели туристской деятельности демонстрировали рост. Доля валовой добавленной стоимости туристической индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (РФ) составляла 3,9 % [1]. Экс-

порт услуг по статье «Поездки» возростал в среднем на 11 %, и он оценен в 2019 г. в 11,0 млрд долл. США. Объем предоставляемых услуг туристических агентств, туроператоров и иных (по бронированию, а также сопутствующих им услуг) увеличивался в среднем ежегодно на 3,9 %, в 2019 году

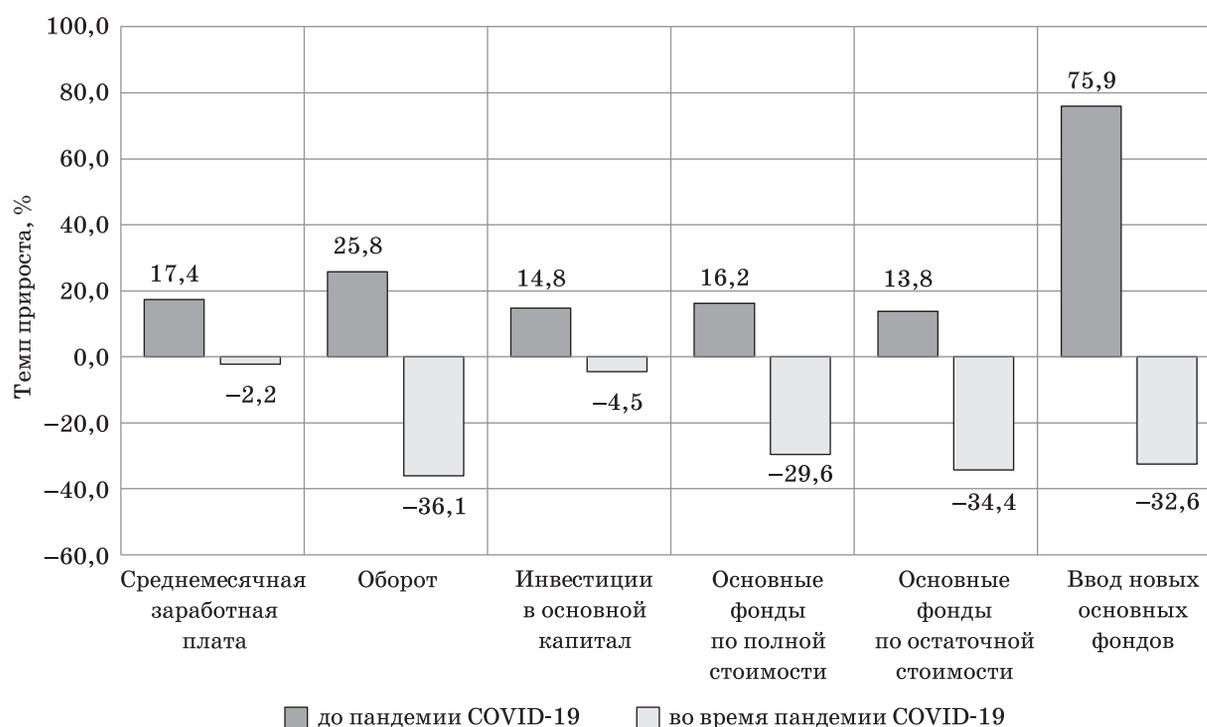


Рис. 1. Динамика основных показателей деятельности организаций туристической индустрии (без субъектов малого предпринимательства) до и во время пандемии COVID-19

Fig. 1. Dynamics of the major activity indicators of organizations in the travel industry (excluding small enterprises) before and during the COVID-19 pandemic

Источник: выполнен автором на основе данных [8].

оценен в 179,8 млрд руб. В 2020 г. в индустрии туризма возникли существенные проблемы, которые вызваны последствиями пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. Экспорт услуг по статье «Поездки» снизился в 3,8 раза и составил в 2020 г. всего 2,9 млрд долл. США; объем предоставляемых услуг туристических агентств, туроператоров и иных услуг по бронированию, а также сопутствующих сократился в два раза и составил 91,9 млрд руб. [2]. Аналогичная ситуация наблюдается и относительно других показателей, характеризующих туристскую деятельность.

Оценка эффекта отрицательного воздействия пандемии как на туристическую индустрию в целом, так и на экономику ряда регионов России дана в работах многих ученых и исследователей [3; 4; 5; 6]. В одной из статей [7] авторы причисляют отрицательное воздействие пандемии COVID-19 к неконтролируемым элементам среды бизнеса и называют «пандемическим риском». На рисунке 1 представлены темпы прироста ключевых показателей деятельности туристических организаций до пандемии (2017–2019) и в период пандемии (2019–2020).

С 2017 по 2019 г. произошел рост среднемесячной заработной платы работников туристической индустрии на 8 025 руб. (17,4 %), оборота туристической отрасли — на 624,6 млрд руб. (25,8 %), инвестиций в основной капитал — на 46,4 млрд руб. (14,8 %), полной стоимости основных фондов — на 688,6 млрд руб. (16,2 %), остаточной стоимости основных фондов — на 377,6 млрд руб. (13,8 %), стоимости введенных основных фондов — на 183,8 млрд руб. (75,9 %). Во время пандемии COVID-19 и последовавшего вследствие нее периода ограничения туристических потоков средняя заработная плата работников туристической индустрии снизилась на 1 200 руб. (2,2 %), оборот туристической отрасли сократился на 1 096,8 млрд руб. (36,1 %), инвестиции в основной капитал уменьшились на 16,1 млрд руб. (4,5 %), полная стоимость основных фондов снизилась на 1 464,9 млрд руб. (29,6 %), а остаточная — на 1 072,5 млрд руб. (34,4 %), ввод новых основных фондов сократился на 138,7 млрд руб. (32,6 %). В 2017–2020 гг. возрастала степень износа основных фондов. В целом в указанный период износ основных фондов увеличился с 35,5 % до 41,1 % (на 5,6 п.п.).

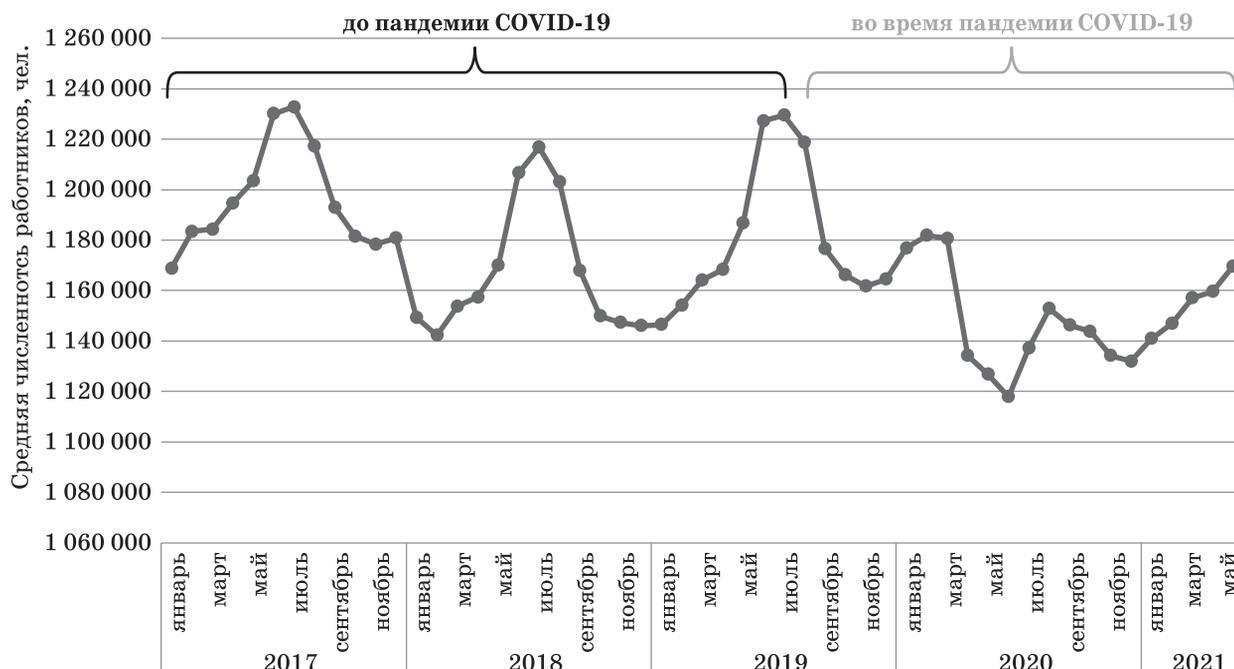


Рис. 2. Изменение средней численности работников туристической индустрии до и во время пандемии COVID-19 в 2017–2021 гг.

Fig. 2. Changes in the average number of employees in the tourism industry before and during the COVID-19 pandemic in 2017–2021.

Источник: выполнен автором на основе данных [8].

Статистические данные за месяц позволяют провести детальный анализ процессов, происходящих в туристической индустрии. Но возможности детального анализа ограничены публикуемыми показателями. Ежемесячно осуществляется сбор данных о средней численности работников, среднесписочной численности работников, средней заработной плате. На рисунке 2 представлены ежемесячные данные о средней численности работников туристической индустрии в 2017–2020 гг.

До наступления пандемии в динамике средней численности работников туристической индустрии четко прослеживалось наличие сезонности: число работников, вовлеченных в сферу туризма, ежегодно увеличивалось с мая по август, а сокращалось с сентября по апрель. Сезонная волна изменения численности работников туристической отрасли с 2017 по 2019 г. показана на рисунке 3.

В 2020 г. характер динамики средней численности работников туризма резко изменился. Данные за тот или иной месяц отражают влияние ограничительных мер, вызванных пандемией коронавируса: в туристической отрасли не только произошло существенное сокращение количества рабочих мест, но и нарушен характер сезонности, который был присущ «здоровому» этапу

развития туристической индустрии. Самый большой спад численности работников наблюдается в летние месяцы 2020 г. Как видно на рисунке 2, туристическая индустрия не вышла из кризисного состояния, численность работников туризма не восстановлена до сих пор.

Доступны и данные о средней начисленной заработной плате работников туристической индустрии. Анализ ежемесячных статистических данных о заработной плате в 2017–2020 гг. позволяет сделать вывод о том, что влияние эпидемии и периода самоизоляции отразилось на заработной плате в меньшей степени, чем на численности кадров туристической отрасли. В динамике средней заработной платы также отражена сезонность, как показано на рисунке 4. Пик выплат ежегодно приходится на конец года (декабрь). Несмотря на кризис, в декабре 2020 г. выплаты работникам сферы туризма превзошли уровни предыдущих лет.

Влияние кризиса на среднюю заработную плату проявляется в том, что, во-первых, в апреле 2020 г. произошел значительный спад уровня заработной платы, во-вторых, в период кризиса колебания уровня средней заработной платы внутри года стали более значительными. В 2017–2019 гг. коэффициент вариации среднемесячной заработной платы

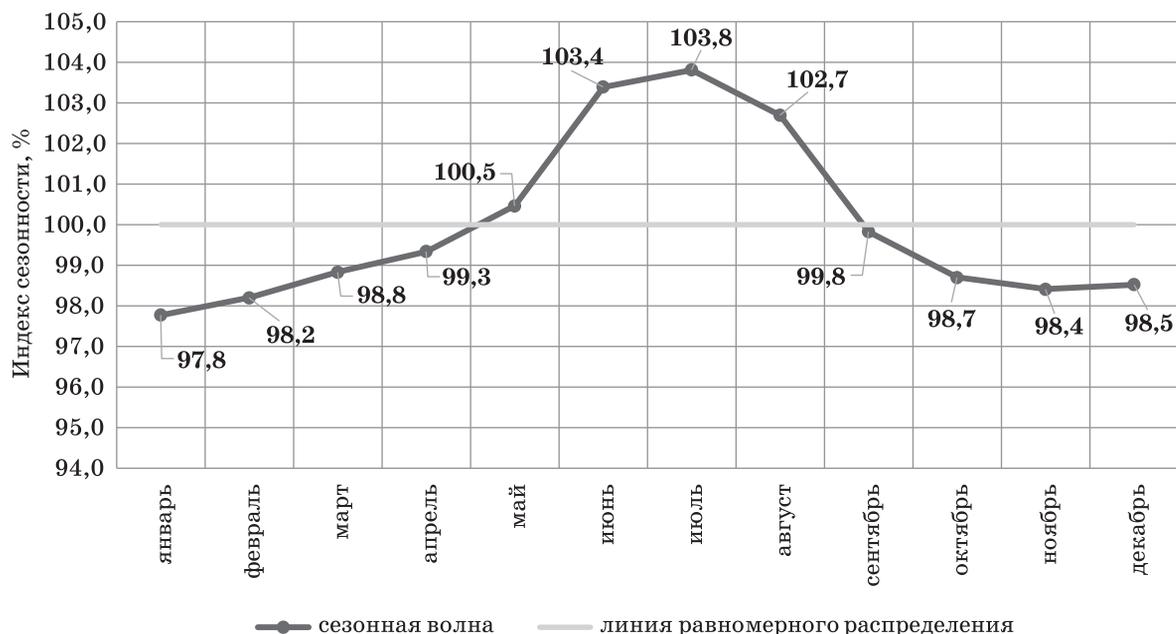


Рис. 3. Сезонная волна в динамике средней численности работников туристической индустрии в 2017–2019 гг.
Fig. 3. Seasonal wave in the dynamics of the average number of employees in the tourism industry in 2017–2019.

Источник: выполнен автором на основе данных [8].

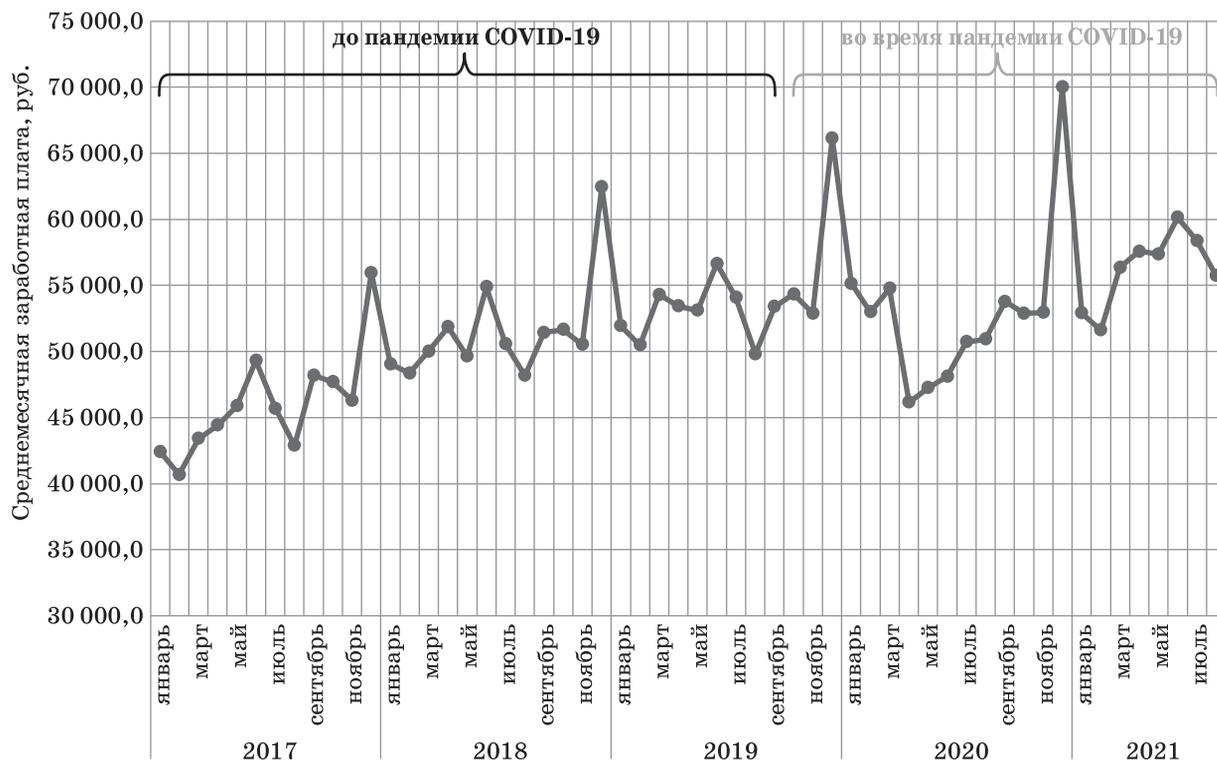


Рис. 4. Изменение средней начисленной заработной платы работников туристической индустрии до и во время пандемии COVID-19 в 2017–2021 гг.
Fig. 4. Changes in the average accrued wages of employees in the tourism industry before and during the COVID-19 pandemic in 2017–2021.

Источник: выполнен автором на основе данных [8].

Средства от реализации туристского продукта в расчете на одну турфирму по федеральным округам России до и во время пандемии, 2019–2020 гг.

Table 1. Funds received from the sale of tourist products per travel agency in the federal districts of Russia before and during the pandemic in 2019–2020.

Федеральный округ	Кол-во регионов	Средства, поступившие от реализации туристского продукта в расчете на одну турфирму, млн руб. (медианное значение)		Темп прироста, %	Уровень значимости теста Вилкоксона (<i>Wilcoxon matched pairs test</i>)
		2019	2020		
Центральный	18	2 216	928	–58,1	$p < 0,001^*$
Северо-Западный	11	7 684	3 909	–49,1	$p = 0,003^*$
Южный	8	7 786	4 274	–45,1	$p = 0,012^*$
Северо-Кавказский	7	4 244	2 103	–50,4	$p = 0,018^*$
Приволжский	14	1 632	838	–48,7	$p < 0,001^*$
Уральский	6	3 832	1 047	–72,7	$p = 0,028^*$
Сибирский	10	3 666	1 565	–57,3	$p = 0,074$
Дальневосточный	11	9 380	2 230	–76,2	$p = 0,003^*$
Российская Федерация	85	3 892	1 389	–64,3	$p < 0,001^*$

*статистически значимые изменения при уровне $p < 0,05$

Источник: расчеты выполнены автором на основе витрины статистических данных // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://showdata.gks.ru/finder/> (дата обращения: 12.11.2021).

платы составлял 7–8 %, а в 2020 г. он увеличился до 11 %.

Кризис способствовал возникновению потребности совершенствования статистического учета показателей туризма. Оперативные статистические данные предоставляют возможность проведения более детального анализа основных показателей деятельности туристической индустрии, а также дают возможность их прогнозирования и принятия своевременных управленческих решений.

Карантинные мероприятия в первом квартале 2020 г. привели к ограничению внутреннего туризма и приостановке международного туризма как в России, так и в большинстве стран мира; к последующему его возобновлению «на отдельных территориях в условиях противоэпидемических ограничений» [9]. Это в значительной степени осложнило деятельность туристских фирм. В 2019–2020 гг. с рынка туристских услуг России ушли 227 фирм. Сокращение туристской инфраструктуры не обошло стороной все федеральные округа страны, за исключением Центрального и Уральского, где в непростое для отрасли время создавали новые туристские фирмы. В Центральном федеральном округе число туристских фирм увеличилось на 274 (10,1 %), а в Уральском — на шесть фирм (0,4 %).

В 2020 г. число туристских поездок снизилось с 45 330 тысяч до 12 361 тысяч (в 3,7 раза). Это повлекло за собой значительное

сокращение средств, поступающих от реализации туристского продукта. В целом в России средства от реализации туристского продукта сократились на 181 961 млн руб. (54,4 %). Сокращение средств от реализации турпродукта произошло во всех федеральных округах РФ.

С целью сопоставления федеральных округов между собой выявлен объем средств от реализации туристского продукта в расчете на одну турфирму, а также произведено сравнение значения этого показателя до и в период пандемии. С учетом того, что характер распределения данных отличается от нормального, для сравнения выбран непараметрический критерий Вилкоксона (*Wilcoxon matched pairs test*), а значения объема средств от реализации туристского продукта представлены в виде медианы. Результаты расчетов приведены в таблице 1.

В 2019 г. в среднем в России на одну туристскую фирму приходилось 3 892 млн руб. от реализации туристского продукта. В четырех федеральных округах страны (Центральном, Приволжском, Уральском и Сибирском) объем средств в расчете на туристскую фирму был ниже, чем в среднем по России. В составе Центрального федерального округа существует два региона с аномально высокими значениями показателя по сравнению не только с остальными регионами указанного округа, но и по сравнению с другими регионами России. Речь

идет о Москве и Московской области. Средства от реализации туристского продукта в расчете на одну турфирму в Москве составляли 642 118 млн руб., а в Московской области — 13 907 млн руб. В остальных регионах Центрального округа доходность туристских фирм невысока. С учетом настолько сильной вариации показателя в регионах округа значение медианы точнее отражает ситуацию в округе, так как свободно от воздействия аномальных значений.

В 2020 г. объем средств, поступивших от реализации туристского продукта в среднем по России, снизился до 1 389 млн руб. (на 64,3 %). В 2020 г. в трех федеральных округах (Центральном, Приволжском и Уральском) значение этого показателя было ниже, чем в среднем по России. Тест Вилкоксона свидетельствует о том, что снижение объемов средств от реализации турпродукта в расчете на турфирму статистически значимо во всех федеральных округах России, за исключением Сибирского федерального округа.

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Кризис, связанный с пандемией, отрицательно отразился на всех основных показателях туристской отрасли.

2. В 2020 г. характер динамики средней численности работников туризма резко изменился. В туристской отрасли произошло существенное сокращение рабочих мест, нарушен характер сезонности, свойственный «здоровому» этапу развития туристской индустрии. Наибольший спад численности работников наблюдается в летние месяцы 2020 г. Численность работников туризма не восстановлена до сих пор.

3. В динамике средней заработной платы присутствует сезонность. Пик выплат ежегодно приходится на конец года (декабрь). Несмотря на кризис, в декабре 2020 г. выплаты работникам сферы туризма превзошли уровни предыдущих лет. Влияние кризиса на среднюю заработную плату проявляется в том, что, во-первых, в апреле 2020 г. произошел значительный спад уровня заработной платы, во-вторых, в период кризиса колебания уровня средней заработной платы внутри года стали более значительными.

4. Карантинные мероприятия существенно осложнили деятельность туристских фирм. В 2019–2020 гг. с рынка туристских услуг России ушли 227 фирм.

5. В 2020 г. количество туристских поездок снизилось с 45 330 тысяч до 12 361

тысяч (в 3,7 раза). Это повлекло за собой значительное сокращение средств, поступающих от реализации туристского продукта. В целом в России средства от реализации туристского продукта сократились на 181 961 млн руб. (54,4 %).

6. В 2019 г. в среднем по России на одну туристскую фирму приходилось 3 892 млн руб. от реализации туристского продукта. В 2020 г. объем средств, поступивших от реализации туристского продукта в среднем по России, снизился до 1 389 млн руб. (на 64,3 %). Снижение средств от реализации турпродукта в расчете на турфирму статистически значимо во всех федеральных округах России, за исключением Сибирского федерального округа.

В условиях подобного отрицательного воздействия пандемии на основные показатели деятельности отечественного туризма туристская отрасль нуждается, по нашему мнению, в масштабной программе поддержки. Правительством РФ своевременно приняты меры по поддержке туризма, что позволило не допустить коллапса, способствовало продолжению деятельности туристских организаций.

В настоящее время авторы научных публикаций, занимающихся исследованием влияния пандемии на индустрию туризма, предлагают несколько путей выхода из кризисной ситуации: стимулирование спроса на услуги турфирм при условии обеспечения клиентам государственных гарантий [10], развитие внутреннего туризма [11], страхование путешествий [12], снижение налоговой нагрузки для предприятий туризма и «предоставление субсидий на путешествия для незащищенных слоев населения» [13], увеличение располагаемых доходов граждан [14], повышение конкурентоспособности турфирм посредством обновления туристского продукта [15].

Некоторые исследователи указывают на то, что восстановление индустрии туризма на региональном и международном уровне будет неравномерным как во времени, так и в пространстве [16]. Нельзя не поддержать утверждение авторов [17] о том, что слом тенденций развития туризма, которые предшествовали пандемии, создал предпосылки для реструктуризации отрасли и создания новых тенденций. По нашему мнению, для преодоления последствий пандемии в сфере туризма необходим комплекс перечисленных мер, а также совместные действия государства и предприятий туризма.

Список источников

1. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2020 // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 23.11.2021).
2. Статистический бюллетень Росстата к всемирному дню туризма – 2021 // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 23.11.2021).
3. Ханина А. В. Пандемия COVID-19 и санкции: особенности влияния на туристическую отрасль России // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 3 (95). С. 199–208. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-199-208
4. Логунцова И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. С. 49–65. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063
5. Буторов С. А., Каньгина О. М. Пандемия COVID-19 и ее влияние на мировую туристическую индустрию // Сервис Plus. 2020. Т. 14. № 4. С. 31–38. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10404
6. Швец И. Ю. Глобальное и локальное влияние COVID-19 на сферу туризма // Экономический вестник ИПУ РАН. 2021. Т. 2. № 2. С. 17–25. DOI: 10.25728/econbull.2021.2.2-shvets
7. Тарасенко Э. В., Розанова Т. П., Ильина Е. Л., Кошелева А. И., Латкин А. Н. Трансформация международного гостиничного бизнеса в эпоху COVID-19: новые риски и возможности на примере гостиничных групп // Региональная экономика и управление: электр. науч. журнал. 2021. № 1 (65). С. 12. URL: <https://readera.org/transformaciya-mezhdunarodnogo-gostinichnogo-biznesa-v-epohu-covid-19novye-143176156> (дата обращения: 23.11.2021).
8. Розничная торговля, услуги населению, туризм // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 23.11.2021).
9. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research // Journal of Business Research. 2020. Vol. 117. P. 312–321. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06.015
10. Коцеев Д. А., Исопескуль О. Ю. Функционирование туристского сектора в условиях карантина при пандемии: проблемы и решения // Региональные исследования. 2021. № 2 (72). С. 61–73. DOI: 10.5922/1994-5280-2021-2-6
11. Морозов М. М. Антикризисный менеджмент в индустрии туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т. 6. № 4. С. 19–27. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-3
12. Оборин М. С. Тенденции антикризисного управления в сфере туризма // Сервис Plus. 2021. Т. 15. № 3. С. 3–11. DOI: 10.24412/2413-693X-2021-3-3-11
13. Оборин М. С. Последствия влияния пандемии COVID-19 на мировой туризм // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 1 (93). С. 47–58. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-1-47-58
14. Симомян Г. А., Сарян А. А. О влиянии пандемии коронавируса на туризм // Современная научная мысль. 2020. № 2. С. 158–164.
15. Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А. Туристская отрасль и пандемия COVID-19: влияние и последствия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 7 (201). С. 49–60. DOI: 10.46554/1993-0453-2021-7-201-49-60
16. Hall M. C., Scott D., Gössling S. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for // Tourism Geographies. 2020. Vol. 22. No. 3. P. 577–598. DOI: 10.1080/14616688.2020.1759131
17. Матраева Л. В., Васютина Е. С., Саакян А. О. Перспективы развития мировой и отечественной туристской отрасли: каким будет туризм после COVID-19? // Экономика и предпринимательство. 2020. № 9 (122). С. 648–655. DOI: 10.34925/EIP.2020.122.9.126

References

1. Statistical Bulletin of Rosstat for the World Tourism Day – 2020. Federal State Statistics Service. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed on 23.11.2021). (In Russ.).
2. Statistical Bulletin of Rosstat for the World Tourism Day – 2021. Federal State Statistics Service. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed on 23.11.2021). (In Russ.).
3. Khanina A.V. The COVID-19 pandemic and sanctions: Features of the impact on the tourism industry. *Servis v Rossii i za rubezhom = Services in Russia and Abroad*. 2021;15(3):199–208. (In Russ.). DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-199-208
4. Loguntsova I.V. Touristic industry in the time of coronavirus pandemic: Challenges and perspectives. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik = Public Administration. E-Journal*. 2020;(80):49–65. (In Russ.). DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063

5. Butorov S.A., Kanygina O.M. COVID-19 pandemic and its impact on the global tourism industry. *Servis plus = Service Plus*. 2020;14(4):31-38. (In Russ.). DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10404
6. Shvets I.Yu. Global and local impact of COVID-19 on tourism. *Ekonomicheskii vestnik IPU RAN = Economic Bulletin of ICS RAS*. 2021;2(2):17-25. (In Russ.). DOI: 10.25728/econbull.2021.2.2-shvets
7. Tarasenko E.V., Rozanova T.P., Ilina E.L., Kosheleva A.I., Latkin A.N. Transformation of the international hospitality industry in the COVID-19 era: New risks and opportunities on the example of hotel groups. *Regional'naya ekonomika i upravlenie: elektronnyi nauchnyi zhurnal = Regional Economics and Management: Electronic Scientific Journal*. 2021;(1):12. URL: <https://readera.org/transformacija-mezhdunarodnogo-gostinichnogo-biznesa-v-jepohu-covid-19novye-143176156> (accessed on 23.11.2021). (In Russ.).
8. Retail trade, public services, tourism. Federal State Statistics Service. URL: <https://rossstat.gov.ru/folder/23457> (accessed on 23.11.2021). (In Russ.).
9. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. 2020;117:312-321. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06.015
10. Koshcheev D.A., Isopeskul O.Yu. Tourism sector with pandemic quarantine: Problems and solutions. *Regional'nye issledovaniya*. 2021;(2):61-73. (In Russ.). DOI: 10.5922/1994-5280-2021-2-6
11. Morozov M.M. Crisis management in the tourism industry. *Nauchnyi rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa = Research Result. Business and Service Technologies*. 2020;(4):19-27. (In Russ.). DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-3
12. Oborin M.S. Trends in the development of anti-crisis management in the field of tourism. *Servis plus = Service Plus*. 2021;15(3):3-11. (In Russ.). DOI: 10.24412/2413-693X-2021-3-3-11
13. Oborin M.S. Impact of the COVID-19 pandemic on global tourism. *Servis v Rossii i za rubezhom = Services in Russia and Abroad*. 2021;15(1):47-58. (In Russ.). DOI: 10.24412/1995-042X-2021-1-47-58
14. Simonyan G.A., Saryan A.A. On the impact of the coronavirus pandemic on tourism. *Sovremennaya nauchnaya mysl' = Modern Scientific Thought*. 2020;(2):158-164. (In Russ.).
15. Sarafanova A.G., Sarafanov A.A. Tourism industry and the COVID-19 pandemic: Impact and consequences. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Samara State University of Economics*. 2021;(7):49-60. (In Russ.). DOI: 10.46554/1993-0453-2021-7-201-49-60
16. Hall M.C., Scott D., Gössling S. Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. 2020;22(3):577-598. DOI: 10.1080/14616688.2020.1759131
17. Matraeva L.V., Vasiutina E.S., Saakyan A.O. Prospects for the development of the global and domestic tourism industry: What will tourism be like after COVID-19? *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship*. 2020;(9):648-655. (In Russ.). DOI: 10.34925/EIP.2020.122.9.126

Сведения об авторе

Виктория Викторовна Нарбут

кандидат экономических наук, доцент
департамента бизнес-аналитики

Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации

125993, Москва, Ленинградский пр., д. 49

SPIN-код 7553-9995

Поступила в редакцию 25.11.2021
Прошла рецензирование 14.01.2022
Подписана в печать 31.01.2022

Information about Author

Victoria V. Narbut

PhD in Economics, Associate Professor
of the Department of Business Analytics

Financial University under the Government
of the Russian Federation

49 Leningradskiy Ave., Moscow 125993, Russia

SPIN-code 7553-9995

Received 25.11.2021
Revised 14.01.2022
Accepted 31.01.2022

Конфликт интересов: автор декларирует отсутствие конфликта интересов,
связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the author declares no conflict of interest related to the publication
of this article.