
ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ

ECONOMICS AND ORGANIZATION OF ENTERPRISES, INDUSTRIES, COMPLEXES

Оригинальная статья / Original article

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-1-106-114>



Влияние COVID-19 на туристический и гостиничный бизнес в Курской области

М. В. Абушенкова¹ ✉

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru

Резюме

Актуальность исследования определяется критическим положением туристического и гостиничного бизнеса всех регионов страны в условиях новой вирусной инфекции, включая Курскую область.

Цель данного исследования заключается в изучении влияния COVID-19 на туристический и гостиничный бизнес в Курской области.

Задачи: выявление воздействия COVID-19 на состояние туристического и гостиничного бизнеса в Курской области; уточнение направлений выхода из кризисной ситуации; исследование особенностей привлечения туристов в условиях ковидных ограничений; выявление ключевых экономических и социальных последствий для туристического и гостиничного бизнеса Курской области в условиях пандемии коронавируса.

Методология представлена методами научного обобщения, сбора и обработки информации, анализа и синтеза.

Результаты исследования показали, что в условиях новой вирусной инфекции туристический и гостиничный бизнес Курской области переживает значительное падение туристского спроса. Распространение новой вирусной инфекции сначала не так сильно пугало граждан и предпринимателей. Однако постепенное поглощение страны за страной, все большее количество зараженных и погибших – все это стало не только причиной страха народа, но и введения серьезных мер по борьбе с распространением COVID-19. Одной из первых мер стало ограничение посещения людных мест и работ гостиниц, далее, остановиться в гостинице стало просто невозможным. Туристические агентства и гостиницы Курской области до сих пор не могут окончательно «встать на ноги», несмотря на снятие жестких ограничений и популяризацию внутреннего туризма среди граждан Российской Федерации. Накопленных финансовых резервов, которые могли бы смягчить критическую экономическую ситуацию, нет. Малым предприятиям туристического и гостиничного бизнеса в сложившихся условиях очень сложно выжить без государственной поддержки.

Выводы. Туристические агентства и гостиницы Курской области в условиях пандемии новой вирусной инфекции рискуют не только не привлечь новых потребителей своих услуг, но и потерять значительное количество постоянных клиентов. Для туристических фирм угрозу представляет ослабление туристического потока как из стран дальнего зарубежья, так и внутренних туристов. Гостиницы региона также остро зависят от спроса на туристические услуги. Возрастает зависимость туристического и гостиничного бизнеса от государственной поддержки. Пандемия коронавируса, как минимум, в среднесрочной перспективе не позволит предприятиям туристического и гостиничного бизнеса улучшить экономическое положение.

Ключевые слова: COVID-19; туристический и гостиничный бизнес; Курская область; ковидные ограничения; повышение туристского спроса.

© Абушенкова М. В., 2022

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2022; 12(1): 106–114

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Абушенкова М. В. Влияние COVID-19 на туристический и гостиничный бизнес в Курской области // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 1. С. 106–114. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-1-106-114>.

Поступила в редакцию 14.12.2021

Принята к публикации 18.01.2022

Опубликована 28.02.2022

The Impact of COVID-19 on the Tourism and Hotel Business in the Kursk Region

Marina V. Abushenkova¹ ✉

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru

Abstract

The relevance of the study is determined by the critical situation of the tourism and hotel business in all regions of the country in the conditions of a new viral infection, including the Kursk region.

The purpose of this study is to study the impact of COVID-19 on the tourism and hotel business in the Kursk region.

Objectives: to identify the impact of COVID-19 on the state of the tourism and hotel business in the Kursk region; to clarify the ways out of the crisis situation; to study the features of attracting tourists under covid restrictions; to identify key economic and social consequences for the tourism and hotel business of the Kursk region in the context of the coronavirus pandemic.

The methodology is presented by methods of scientific generalization, collection and processing of information, analysis and synthesis.

The results of the study showed that in the conditions of a new viral infection, the tourist and hotel business of the Kursk region is experiencing a significant drop in tourist demand. The spread of a new viral infection did not scare citizens and entrepreneurs so much at first. However, the gradual absorption of country after country, an increasing number of infected and dead became not only the cause of fear of the people, but also the introduction of serious measures to combat the spread of COVID-19. One of the first measures was the restriction of visits to crowded places and the work of hotels, further, it became simply impossible to stay in a hotel. Travel agencies and hotels in the Kursk region still cannot finally "get back on their feet" despite the lifting of strict restrictions and the popularization of domestic tourism among citizens of the Russian Federation. There are no accumulated financial reserves that could mitigate the critical economic situation. It is very difficult for small enterprises of the tourism and hotel business to survive without government support in the current conditions.

Conclusion. Travel agencies and hotels of the Kursk region in the conditions of a pandemic of a new viral infection risk not only not attracting new consumers of their services, but also losing a significant number of regular customers. For travel companies, the weakening of the tourist flow, both from foreign countries and domestic tourists, is a threat. Hotels in the region are also acutely dependent on the demand for tourist services. The dependence of the tourism and hotel business on government support is increasing. The coronavirus pandemic, at least in the medium term, will not allow tourism and hotel businesses to improve their economic situation.

Keywords: COVID-19; tourism and hotel business; Kursk region; covid restrictions; increase in tourist demand.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Abushenkova M. V. The Impact of COVID-19 on the Tourism and Hotel Business in the Kursk Region. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2022; 12(1): 106–114. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-1-106-114>.

Received 14.12.2021

Accepted 18.01.2022

Published 28.02.2022

Введение

Вирусная инфекция COVID-19 стала ударом для всего мира. Бизнесы разного масштаба закрывались один за другим, люди оставались без работы и возможности дальнейшего трудоустройства, никто не мог предсказать развитие ситуации. Со временем жесткие ограничения спали, но даже при смягченных обстоятельствах большой удар пришелся по туристическому и гостиничному бизнесу [1].

Запрет на перемещения, ограничения путешествий и серьезные требования к туристам спровоцировал падение объема предоставляемых услуг гостиницами и другим временным жильем более чем на 36% на 2020 г. [2]. Переводя данные в денежный эквивалент, процент равняется чуть более чем 160 млрд руб. Подобных показателей российский рынок не видел с 2013 г.

Пандемия COVID-19 бросила вызов правительствам, обществу и бизнесу во всем мире [3]. Последствия пандемии негативно отразились на въездном, выездном и внутреннем туризме и привели к серьезному кризису в сфере гостиничных услуг [4]. В то время как некоторые отрасли незначительно пострадали от карантинных ограничений, предприниматели в индустрии гостеприимства почти полностью потеряли свой бизнес в течение нескольких месяцев [5].

Материалы и методы

Проведенное исследование базируется на методах научного обобщения, сбора и обработки информации, анализа и синтеза, контент-анализа информационных источников. При подготовке данной статьи были использованы статистические данные [6], информация с официальных сайтов в сети Интернет, что позволило провести компаративный анализ современных тенденций по влиянию новой вирусной инфекции на экономические параметры функционирования туристического и гостиничного бизнеса Курской области.

Информационные материалы, размещенные на официальных сайтах: «Лента новостей Курска» [7], «Гарант.РУ» [8], «Курские известия» СМИ «Сетевое издание «KURSK-IZVESTIA» [9], «Интерфакс-«Туризм» [10], Lenta.ru [11], позволили расширить представление об изучаемом явлении.

Результаты и их обсуждение

Курская область наполнена достопримечательностями и интересными туристическими маршрутами, развитая инфраструктура также способствует развитию туризму и гостиничному бизнесу в области.

Здесь можно отправиться в гости к Фету или подышать историей на Северном фесе, а можно разгадать тайну магнитной аномалии. В регионе рады путешественникам. За последние 3 года турпоток держится на уровне 200 тысяч человек [7].

Курская магнитная аномалия, Стрелецкая степь, Дом-музей Афанасия Фета, археологический и краеведческий музеи, древние монастыри, красивые отели – все это перестало быть легкодоступным во время пандемии.

Ковид по-разному повлиял на разные отрасли гостиничного и туристического бизнеса. Сильнее пострадали гостиницы с нулевым потоком гостей, закрытые по указу правительства отели в крупных городах и зависящие от потока иностранных туристов. Проще переживали разгар пандемии гостиницы, расположенные за пределом городской черты, до которых просто добраться на личном авто [2].

Для пополнения числа посетителей и хоть какой-то выручки в начальный период пандемии весь туристический бизнес задумался о методах достижения безопасности будущих постояльцев. И если на момент введения ограничений (в России их ввели в апреле 2020 г.) поток постояльцев мог заставить множество заведений закрыться, то к концу мая-июня 2020 г. люди устали сидеть дома и спрос на услуги отелей и гостиниц возрос.

Так как по состоянию на лето 2020 г. границы были закрыты и туристы не могли покинуть Россию, вырос спрос на внутренний туризм. Людям буквально пришлось выбирать, куда можно поехать в отпуск, не покидая страну. В санаториях и на курортах, где ограничения были сняты только частично, для заселения требовалось предоставить:

1. Справку об отсутствии контактов с зараженными, выписанную не более чем за 2 недели до самолета/поезда.
2. Полис (ОМС или ДМС).
3. Ваучер на размещения.
4. При посещении санатория соответствующая санаторно-курортная карта [12].

Ограничения коснулись и самого отдыха туристов. Организовано все было следующим образом:

1. Заселение в один номер возможно только при условии, что постояльцы являются членами одной семьи.
2. По аналогии гости могли размещаться за столиками в обеденной зоне кафе, таким образом, работали и рестораны. В противном случае отобедать можно было только в одиночестве.
3. Между столиками соблюдалась дистанция не менее полутора метров.
4. Закрыты детские комнаты.
5. Все мероприятия перенесены на свежий воздух, если мероприятие допус-

кает возможность соблюдения дистанции. В противном случае развлекательная программа отменялась.

6. Обязательное ношение средств индивидуальной защиты.

Несмотря на наличие возможности провести отпуск на территории России, спрос на предоставление услуг гостиниц значительно снизился по соотношению 2020 г. к 2019 г. Достаточно жесткие ограничения по нахождению в отелях и посещению любых культурных достопримечательностей, за исключением находящихся на свежем воздухе культурных памятников, способствовали подобным показателям.

В сравнении первого года пандемии (2020) с вторым текущему (2021) показатели, напротив, сильно увеличились, так как ограничения были ослаблены. Чтобы попасть в самолет или отель летом 2021 г., требовалось продемонстрировать сертификат о вакцинации и справку ПЦР, подтверждающую отсутствие болезни. Посещать туристические зоны можно было в свободном порядке.

Для наглядного сравнения была подготовлена таблица с данными об обороте гостиничных организаций и организаций общественного питания, т. е. кафе и ресторанов, которые также посещаются туристами по состоянию на разгар туристического сезона – июль месяца.

Таблица. Оборот гостиничных организаций и организаций общественного питания по состоянию на разгар туристического сезона [6]

Показатель	Июль 2020 г.	Июль 2021 г.
Сумма, млн руб.	320,7	437,2
Процентное соотношение к предыдущему году, %	70,2	136,8

Опираясь на показатели таблицы, можно сделать такие выводы:

1. В разгаре сезона в июле 2020 г. туристами было забронировано гостиниц и посещено отелей почти на 30% меньше, чем в год, предшествующий пандемии. Данный показатель лучше, чем в крупных городах, где показатели могли упасть на 60-80% [2].

2. Разгар туристического сезона в июле 2021 г. значительно поднял показатели относительно первого года эпидемии: оборот составил более 136% от предыдущего года, однако показатели года, предшествующего пандемии, были выше. По состоянию на июль 2019 г. оборот гостиниц и мест общественного

питания составил более 455 млн, что на 20 млн больше 2021 г.

После анализа статистических данных следует подытожить состояние туристического и гостиничного бизнеса: несмотря на улучшение ковидной ситуации в мире и в России в частности, бизнес не оправился от эпидемии, и показатели постковидного года все равно меньше, чем показатели лет, предшествующих эпидемии.

Экономическое потрясение, спровоцированное новой вирусной инфекцией, находит параллели с финансовым кризисом 2008-2009 гг. Государства вынуждены были вмешаться в монетарную и налогово-бюджетную политику, чтобы оказать поддержку бизнесу. Но такие ограничительные меры, как запрет на перемещение и социальная дистанция, затронули многие сферы, в т. ч. и туристический бизнес [13].

Беспрецедентные по масштабам угрозы, появившиеся в 2020 г. вследствие лавинообразного распространения на планете коронавируса COVID-19, потребовали повсеместной реализации системных мер государственной поддержки бизнеса и населения, мобилизации всех возможных внутренних и внешних финансовых источников [14]. Мировая экономика после пандемии погрузится в рецессию, более сильную, чем за предыдущие десятилетия. Из-за повсеместного распространения COVID-19 бизнесмены и инвесторы пересматривают ранее намеченные планы, формируют стратегии посткризисного развития [15, с. 117].

Чтобы выжить в новых реалиях, бизнесу пришлось стать более гибким, подстраиваться под указания власти, обеспечивать охрану здоровья работников и постояльцев, видоизменять услуги, чтобы отели и туристические зоны не теряли прибыль в значительных показателях, минимизировать потери. Можно только предполагать, когда условия достаточно стабилизируются и бизнес сможет восстановить былые показатели.

В настоящее время небольшие частные отели и гостиницы выступают центрами, которые оказывают множество услуг, не связанных непосредственно с размещением клиентов, но удовлетворяющих их интересы. Это стимулирует финансовую привлекательность региона [16].

Почти что катастрофические условия, грозящие гостиничному бизнесу, способствовали сплочению бывалых конкурентов для совместного решения ситуации, поиска новых путей ведения бизнеса. Подобный подход также послужил толчком в развитии туристической отрасли.

По словам руководителя агентства по туризму России, первый год пандемии поспособствовал следующим шагам в развитии:

1. Определилась исключительная степень важности туризма для экономического состояния страны, переводение туризма в разряд несырьевой отрасли экономики.

2. Расширение географии поездок по территории страны: введение новых рейсов, направлений, запуск программы «туристический кэшбек».

3. Создание Национального проекта по туризму.

4. Популяризация безопасных поездок и заботы о здоровье: активный отдых на природе, посещение санаториев, путешествия выходного дня на личном транспорте.

5. Внедрение онлайн-форматов для всех процессов, связанных с построением и реализацией туристических маршрутов. Появление индивидуальных туров и популяризация путешествий в маленьких группах [17].

COVID-19 и введенные в этой связи ограничения можно сравнить с природными катаклизмами, поэтому объяснение рецессии как вызванного «шоком предложения» получило неподдельный интерес [18].

Для сдерживания коронавируса мировое сообщество вводит разные ограничительные меры – от запрета внутренних

поездки до полной остановки работы предприятий, что в свою очередь влечет сокращение предложения товаров, вызванного аккумуляцией запасов и падением спроса из-за самоизоляции населения [19; 20]

Главный санитарный врач по Курской области О. Д. Климушин в интервью «Курским известиям» объяснил, почему, несмотря на сложную эпидемиологическую ситуацию, в регионе продолжают работу рестораны, но закрыты фуд-корты. Так, по словам Олега Дмитриевича Климушкина: «Трафик на фуд-кортах выше в разы. И возможность соблюдения предписанных правил в ресторанах гораздо выше. И хотя я настаивал на сохранении временных ограничений, тем не менее коллегиально штабом решили ослабить эти ограничения в отношении ресторанов. Нужно же ещё и бизнес этот не погубить. Мы же стремимся, чтобы наш край был туристически привлекательным. А без ресторанов и гостиниц этого не случится» [9].

Ряд мер по выводу туристической отрасли из кризиса после COVID-19 представили общественники, разместив на портале Российских общественных инициатив программу ее развития, по следующим направлениям [8]:

- визовая политика;
- гостиничный бизнес;
- транспортная инфраструктура;
- национальная идентичность;
- общественное питание.

Авторы инициативы убеждены, что данные меры помогут расширить вклад туристической отрасли в течение пяти лет в экономику нашей страны с 3% до 11% ВВП, а на международном рынке – с менее чем 1% до 3%.

Заметим, что и понятие «завершение кризиса» нельзя трактовать однозначно. Это может быть и восстановление экономического подъема, и достижение стабильных докризисных темпов роста или выход производства на линию длительного тренда. Это разнообразие трактовок

стоит иметь в виду при рассмотрении перспектив после кризисного восстановления [18].

По истечении 2021 г. внутренний туризм, вероятно, вернется к доковидным показателям, но восстановление выездного туризма тормозит все еще малое число стран открывших границы и отсутствие чартерных авиаперевозок. [19]

Траты россиян на путешествия летом 2021 г. возросли на 34,2% по сравнению с 2020 г. По результатам исследования лаборатории «СберИндекс» и сервиса для планирования путешествий OneTwoTrip расходы россиян на внутренний туризм составили чуть менее 1,5 трлн руб., что на 31,5% больше, чем годом ранее. При выборе направлений для внутреннего туризма спрос оказался стабильнее. В тройку лидеров попали Москва, Санкт-Петербург и Сочи. Несмотря на такие показатели, отрасль все еще остается в депрессии. Расходы на выездной туризм летом 2021 г. составили в долларовом эквиваленте всего 17,4% от уровня 2019 г. [11].

Считая туризм первостепенной отраслью стратегического развития, администрация Курской области отводит особую роль в этом процессе частному бизнесу, поскольку он способен играть важную роль в разработке туристических продуктов и услуг, соответствующих не только внутреннему, но и международному спросу.

Выводы

Несмотря на значительные недостатки в виде уменьшения прибыли, можно отметить и положительную сторону COVID-19 для России и Курской области в частности. Среди россиян всегда были популярны курортные страны, такие как Турция, Египет, Греция, а также отдых на отечественных южных курортах. Невозможность вылететь за границу заставила граждан изучать собственную Родину.

У людей открылись глаза на существование множества интересных тури-

стических маршрутов и достопримечательностей на территории России, которая не ограничивается столицами и югом. Многие уже успели посетить за лето 2020-2021 гг. необычные для себя регионы. Другие же явно отметили в списке пожеланий существование крупных природных памятников, исторических музеев или древних монастырей Курской области.

С возможностью спокойно улететь за границу граждане все равно будут помнить о существовании множества живо-

писных и богатых культурно уголков родной страны, которые можно посетить еще не раз.

Пандемия заставила бизнес цепляться за каждого клиента, следовательно, оказывать услуги достойного уровня, чтобы люди возвращались еще и еще. При сохранении достойного уровня обслуживания, гостиничный и туристический бизнес может ожидать повышения уровня доходности. Повлияют на показатели, конечно, и ограничения, связанные с пандемией.

Список литературы

1. Влияние пандемии на сферу туризма. URL: <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/ru-ru-tourism-in-russia-current.pdf> (дата обращения: 26.10.2021).
2. Итоги года на рынке гостиничных услуг. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/12427/> (дата обращения: 26.10.2021).
3. Predictors of COVID-19 voluntary compliance behaviors: an international investigation / C. Clark, A. Davila, M. Regis, S. Kraus // *Global Transitions*. 2020. Vol. 2. P. 76–82. <https://doi.org/10.1016/j.glt.2020.06.003>.
4. Zhang H., Cho T., Wang H. The impact of a terminal high altitude area defense incident on tourism risk perception and attitude change of Chinese tourists traveling to South Korea // *Sustainability*. 2020. Vol. 12, is. 1. P. 1–13.
5. Baum T., Hai N. T. T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19 // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2020. Vol. 32, N 7. P. 2397–2407. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>.
6. Социально-экономическое положение Курской области. URL: https://kurskstat.gks.ru/publication_collection/document/38734 (дата обращения: 26.10.2021).
7. В Курске обсудили туристический потенциал региона. URL: <http://kursk-news.net/society/2019/09/28/41761.html> (дата обращения: 28.10.2021).
8. Туризм-2020 и COVID-19: туристическая отрасль в условиях пандемии и после нее. URL: <https://www.garant.ru/article/1376805/> (дата обращения: 28.10.2021).
9. Руководитель курского Роспотребнадзора: «Жить в локдауне – непозволительная роскошь». URL: <https://kursk-izvestia.ru/news/175989/> (дата обращения: 28.10.2021).
10. Внутренний туризм в 2021 году восстановится до уровня 2019 года, выездной – нет. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/82108/> (дата обращения: 28.10.2021).
11. Россияне на треть увеличили свои расходы на отдых в 2021 году. URL: <https://lenta.ru/news/2021/09/27/tourism/> (дата обращения: 28.10.2021).
12. Соболевская В. Гостиничная индустрия в эпоху COVID-19. URL: <http://hotel.report>...gostinichnaya...v-epohu-covid-19> (дата обращения: 26.10.2021).
13. Дробот Е. В. Мировая экономика в условиях пандемии COVID-19: итоги 2020 года и перспективы восстановления // *Экономические отношения*. 2020. Т. 10, № 4. С. 937-960. <https://doi.org/10.18334/eo.10.4.111375>.
14. Вертакова Ю. В., Феоктистова Т. В. Реализация антикризисных мер для населения и бизнеса в условиях пандемии коронавируса COVID-19 // *Экономика и управление*. 2020. Т. 26, № 5 (175). С. 444–454.
15. Акмаева Р. И., Бабкин А. В., Епифанова Н. Ш. О стратегиях восстановления российских организаций после COVID-19 // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки*. 2020. Т. 13, № 3. С. 115–128.

16. Третьяков А. В., Алюшин Р. Е., Яценко К. В. Малый бизнес в гостиничной сфере Курской области на рубеже XX-XXI веков // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2020. Т. 55, № 3. С. 48-57.
17. Кабелкайте-Вайткене Ю. А. Влияние пандемии коронавируса на индустрию гостепреимства: проблемы и возможности // Российские регионы: взгляд в будущее. 2020. Т. 7, № 4. С. 106–116.
18. Кизилов В. В. Некоторые макроэкономические последствия COVID-19: специфика мирового кризиса 2020 года // Финансовый журнал. 2021. Т. 13, № 1. С. 9–27. <https://doi.org/10.31107/2075-1990-2021-1-9-27>.
19. Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики / Е. В. Дробот, И. Н. Макаров, В. С. Назаренко, С. М. Манасян // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 8. С. 2135-2150. <https://doi.org/10.18334/epp.10.8.110790>.
20. Кулькова И. А. Адаптация поведения предпринимателей к вызванным пандемией коронавируса изменениям // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 10. С. 2529-2540. <https://doi.org/10.18334/epp.10.10.111051>.

References

1. Vliyanie pandemii na sferu turizma [The Impact of the pandemic on the tourism]. Available at: <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/ru-ru-tourism-in-russia-current.pdf>. (accessed 26.10.2021)
2. Itogi goda na rynke gostinichnyh uslug [RBC: a year in the market of hotel services]. Available at: <https://marketing.rbc.ru/articles/12427/>. (accessed 26.10.2021)
3. Clark C., Davila A., Regis M., Kraus S. Predictors of COVID-19 voluntary compliance behaviors: an international investigation. *Global Transitions*, 2020, vol. 2, pp. 76–82. <https://doi.org/10.1016/j.glt.2020.06.003>
4. Zhang H., Cho T., Wang H. The impact of a terminal high altitude area defense incident on tourism risk perception and attitude change of Chinese tourists traveling to South Korea. *Sustainability*, 2020, vol. 12, is. 1. pp. 1–13.
5. Baum T., Hai N. T. T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2020, vol. 32, no. 7, pp. 2397–2407. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>
6. Social'no-ekonomicheskoe polozhenie Kurskoj oblasti [The socio-economic situation of the Kursk region]. Available at: https://kurskstat.gks.ru/publication_collection/document/38734. (accessed 26.10.2021)
7. V Kurske obsudili turisticeskij potencial regiona [In Kursk discussed the tourism potential of the region]. Available at: <http://kursk-news.net/society/2019/09/28/41761.html>. (accessed 28.10.2021)
8. Turizm-2020 i COVID-19: turisticeskaya otrasl' v usloviyah pandemii i posle nee [Tourism 2020 and COVID-19: the tourism industry in the conditions of the pandemic and after]. Available at: <https://www.garant.ru/article/1376805/>. (accessed 28.10.2021)
9. Rukovoditel' kurskogo Rospotrebnadzora: «ZHit' v lokdaune – nepozvolitel'naya roskosh'» [The head of Rospotrebnadzor of Kursk "Life in lockdown – a luxury"]. Available at: <https://kursk-izvestia.ru/news/175989/>. (accessed 28.10.2021)
10. Vnutrennij turizm v 2021 godu vosstanovitsya do urovnya 2019 goda, vyezdnoj – net [Domestic tourism in 2021 will be restored to the level of 2019, exit – no]. Available at: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/82108/>. (accessed 28.10.2021)
11. Rossiyanе na tret' uvelichili svoi raskhody na otdyh v 2021 godu [The Russians in the third increased their spending on recreation in 2021]. Available at: <https://lenta.ru/news/2021/09/27/tourism/>. (accessed 28.10.2021)
12. Sobolevskaya V. Gostinichnaya industriya v epohu COVID-19 [Hotel industry in the era of COVID-19]. Available at: <http://hotel.report>...gostinichnaya...v-epohu-covid-19>. (accessed 26.10.2021)
13. Drobot E. V. Mirovaya ekonomika v usloviyah pandemii COVID-19: itogi 2020 goda i perspektivy vosstanovleniya [The world economy in the conditions of the COVID-19 pandemic: the results of

2020 and prospects for recovery]. *Ekonomicheskie otnosheniya = Economic Relations*, 2020, vol. 10, no. 4, pp. 937-960. <https://doi.org/10.18334/eo.10.4.111375>

14. Vertakova Yu. V., Feoktistova T. V. Realizaciya antikrizisnyh mer dlya naseleniya i biznesa v usloviyah pandemii koronavirusa COVID-19 [Implementation of anti-crisis measures for the population and business in the context of the COVID-19 coronavirus pandemic]. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*, 2020, vol. 26, no. 5 (175), pp. 444-454.

15. Akmaeva R. I., Babkin A. V., Epifanova N. S. O strategiyah vosstanovleniya rossijskikh organizacij posle COVID-19 [On strategies for restoring Russian organizations after COVID-19]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki = Scientific and Technical Bulletin of St. Petersburg State Polytechnic University. Economic Sciences*, 2020, vol. 13, no. 3, pp. 115-128.

16. Tretyakov A. V., Alyushin R. E., Yatsenko K. V. Malyj biznes v gostinichnoj sfere Kurskoj oblasti na rubezhe XX-XXI vekov [Small business in the hotel sector of the Kursk region at the turn of the XX-XXI centuries]. *Uchenye zapiski. Elektronnyj nauchnyj zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes. Electronic Scientific Journal of Kursk State University*, 2020, vol. 55, no. 3, pp. 48-57.

17. Calcite-Vitkine J. A. Vliyanie pandemii koronavirusa na industriyu gostepreimstva: problemy i vozmozhnosti [The Impact of the pandemic of the coronavirus in the hospitality industry: challenges and opportunities]. *Rossijskie regiony: vzglyad v budushchee = Russian Regions: a Look into the Future*, 2020, vol. 7, no. 4, pp. 106-116.

18. Kizilov V. V. Nekotorye makroekonomicheskie posledstviya COVID-19: specifika mirovogo krizisa 2020 goda [Some macroeconomic consequences of COVID-19: specifics of the global crisis of 2020]. *Finansovyj zhurnal = Financial Journal*, 2021, vol. 13, no. 1, pp. 9-27. <https://doi.org/10.31107/2075-1990-2021-1-9-27>

19. Drobot E. V., Makarov I. N., Nazarenko V. S., Manasyan S. M. Vliyanie pandemii COVID-19 na real'nyj sektor ekonomiki [The impact of the COVID-19 pandemic on the real sector of the economy]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, vol. 10, no. 8, pp. 2135-2150. <https://doi.org/10.18334/epp.10.8.110790>

20. Kulkova I. A. Adaptaciya povedeniya predprinimatelej k vyzvannym pandemiej koronavirusa izmeneniyam [Adaptation of entrepreneurs' behavior to changes caused by the coronavirus pandemic]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, vol. 10, no. 10, pp. 2529-2540. <https://doi.org/10.18334/epp.10.10.111051>

Информация об авторе / Information about the Author

Абушенкова Марина Владимировна, доцент кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru,
ORCID: orcid.org/0000-0002-8632-1715

Marina V. Abushenkova, Associate Professor of the Department of History and Socio-Cultural Service, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru,
ORCID: orcid.org/0000-0002-8632-1715