

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2022. № 1 (207). С. 25–35.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2022. No. 1 (207). Pp. 25–35.

Научная статья

УДК (332.1:338.48):616-036.2

doi:10.46554/1993-0453-2022-1-207-25-35

Региональные особенности развития рынка туроператорских услуг Приволжского федерального округа в период пандемии

Евгений Валерьевич Конышев¹, Алевтина Александровна Веприкова²,
Алёна Игоревна Сметанина³

¹ Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия,
konj@bk.ru

^{2,3} Вятский государственный университет, Киров, Россия

² timiredisfailinthesky@gmail.com

³ smetalika@yandex.ru

Аннотация. Рынок туроператорских услуг в 2020 г. значительно пострадал из-за пандемии, вызванной распространением COVID-19. Воздействие ограничительных мероприятий по-разному отразилось на региональных туристских рынках. Актуальность исследования обусловлена необходимостью оценки экономических последствий влияния пандемии на рынок туроператорских услуг регионов Приволжского федерального округа. В статье дана оценка изменения рынка туроператорских услуг регионов Приволжского федерального округа с 2015 по 2020 г. В ходе исследования были рассчитаны индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации, темп изменения выручки туроператоров. Информационной базой исследования послужили статистические данные сайта Audit-it, Единый федеральный реестр туроператоров. На основе данных изменения выручки региональных туроператоров была построена матрица типологии регионов Приволжского федерального округа. Регионы ПФО разделились на три группы: регионы с монополистическим рынком, регионы с олигополистическим рынком и регионы с конкурентным рынком. Путем сравнения статистических результатов деятельности туроператоров были выявлены регионы с наиболее стабильной динамикой и невысокой выручкой за период 2015–2020 гг.: Кировская, Саратовская области, республики Башкортостан, Удмуртия.

Ключевые слова: COVID-19, пандемия, Приволжский федеральный округ, туроператор, индекс Херфиндаля-Хиршмана, монополистический рынок, конкурентный рынок, индекс концентрации

Основные положения:

- ◆ в ближайшем будущем будет преобладать тенденция на безопасные туры внутри регионов;
- ◆ пандемия COVID-19 по-разному отразилась на развитии региональных туроператорских рынков. Негативным последствиям пандемии лучше всего противостоят монополистические рынки;
- ◆ в 2020 г. произошел рост монополизации туроператорских рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана вырос у 9 регионов ПФО.

Для цитирования: Конышев Е.В., Веприкова А.А., Сметанина А.И. Региональные особенности развития рынка туроператорских услуг Приволжского федерального округа в период пандемии // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2022. № 1 (207). С. 25–35. doi:10.46554/1993-0453-2022-1-207-25-35.

The regional features of the tour operators services market development in the Volga Federal District during the pandemic

Evgeniy V. Konyshev¹, Alevtina A. Veprikova², Alyona I. Smetanina³

¹ Perm State National Research University, Perm, Russia, konj@bk.ru

^{2,3} Vyatka State University, Kirov, Russia

² timiredisfailinthesky@gmail.com

³ smetalika@yandex.ru

Abstract. During the period of 2020 the market for tour operator services was significantly affected due to the pandemic caused by the spread of COVID-19. The impact of restrictive measures has affected regional tourism markets in different ways. The relevance of the study is due to the need to assess the economic consequences of the impact of the pandemic on the market of tour operator services in the regions of the Volga Federal District. The article assesses the change in the market of tour operator services in the regions of the Volga Federal District from 2015 to 2020. During the study, the Herfindahl-Hirschman index, the concentration index, the rate of change in the revenue of tour operators were calculated. The information base of the study was statistical data from the Audit-it website, the Unified Federal Register of Tour Operators. Based on the data on changes in the revenue of regional tour operators, a matrix of typology of the regions of the Volga Federal District was built according to the indicators of the functioning of the tour operator services market. The regions of the Volga Federal District were divided into three groups: regions with a monopolistic market, regions with an oligopolistic market, and regions with a competitive market. By comparing the statistical results of the activities of tour operators, regions with the most stable dynamics and low revenue for the period 2015-2020 were identified: the Kirov region, the Republic of Udmurtia, the Ulyanovsk region, the Saratov region, the Republic of Bashkortostan.

Keywords: COVID-19, pandemic, Volga Federal District, tour operator, Herfindahl-Hirschman index, monopolistic market, competitive market, concentration index

Highlights:

- ◆ the safe tours trend within the regions will prevail in the near future;
- ◆ the COVID-19 pandemic has had a different impact on the development of regional tour operator markets. The negative effects of the pandemic are best countered by monopoly markets;
- ◆ there was an increase in the monopolization of tour operator markets in 2020. The Herfindahl-Hirschman index increased in 9 regions of the Volga Federal District.

For citation: Konyshev E.V., Veprikova A.A., Smetanina A.I. The regional features of the tour operators services market development in the Volga Federal District during the pandemic // Vestnik of Samara State University of Economics. 2022. No. 1 (207). Pp. 25–35. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2022-1-207-25-35.

Введение

Продолжающаяся пандемия, нестабильная геополитическая ситуация стали главными факторами переориентации международных направлений туризма на внутренние [1]. Уровень международных туристских прибытий, который в 2020 г. по прогнозам Всемирной туристской организации (UNWTO) мог бы вырасти на 3–4%, упал на 74% [2].

Влияние пандемии COVID-19 распространилось на каждый субъект Российской Федерации. Вследствие того, что положение международного туризма еще не вернулось на доковидный уровень, внутренний туризм стал более привлекательным направлением как для туроператоров и турагентов, так и для потребителей туристских услуг. Пандемия COVID-19 спровоцировала не только негативные, но и поло-

жительные последствия для туристской индустрии, т.е. можно рассматривать пандемию как возможность для внедрения инноваций, преобразований.

Пандемия позволила переосмыслить многое в экономике, в том числе и в туристской сфере, доказательством чему является ряд особенностей, которые характерны для этого периода. Во-первых, цифровизация стала играть ведущую роль в туризме (появление инноваций в каждой сфере туристской индустрии – от транспорта до экскурсионного сопровождения), во-вторых, как отмечалось выше, возрос спрос на направления внутреннего туризма, что в свою очередь повлияло на появление новых туристских направлений и перепрофилирование на виды туризма, отличающиеся индивидуальным подходом в организации отдыха и рекреации [3–5].

Следует отметить, что на данный момент развитие туризма на территории ПФО является одной из важнейших сфер диверсификации экономики. Согласно «Стратегии развития туризма до 2035 года», на территории ПФО высоким потенциалом для развития обладает круизный туризм [6]. Кроме того, в рамках развития сети межрегиональных маршрутов хорошие перспективы имеет «Великий волжский путь», объединяющий практически все регионы ПФО. Однако дальнейшая реализация туристских проектов может быть осложнена негативным воздействием ограничительных факторов, вызванных пандемией. Несмотря на ее глобальное распространение, мы предполагаем, что реакция туристской сферы на негативное воздействие пандемии COVID-19 в регионах будет отличаться.

Развитие отдельных видов туризма в регионах ПФО рассматривается в работах М.А. Саранчи. Автор исследовал проблему развития сферы малого предпринимательства, сети туристских маршрутов, туристско-рекреационного пространства и потенциала Республики Удмуртия [7–10]. Д.В. Бажанов в своих исследованиях рассматривал экологический аспект туризма регионов ПФО [11]. Развитию санаторно-курортной сферы Кировской области посвящены работы Е.В. Конышева, А.И. Кузнецовой [12–13]. Анализ состояния оздоровительного туризма в Пермском крае – исследова-

ния Т.Л. Лепихиной., Ю.В. Карпович, М.С. Оборова [14].

С 2020 г. одним из ведущих факторов развития туризма в мире и России становится пандемия COVID-19. В сложившихся условиях одной из наиболее пострадавших отраслей экономики стал туризм. Изменение социально-экономических процессов, вызванных пандемией COVID-19, отмечены в работах Е.А. Джанджагузовой, Н.З. Зотикова, Е.А. Разумовской, Д.Ю. Разумовского, А.Г. Сарафановой [3; 15–17].

Исследования авторов показали, насколько неустойчиво было состояние экономики регионов в период пандемии, а также какие меры предпринимались для того, чтобы его улучшить. А.И. Зырянов проследил географию распространения коронавируса по миру, России и по каждому ее субъекту [18–19]. Расчет динамики изменений экономических показателей туристской сферы в период пандемии представлен в отдельных работах Е.А. Джанджагузовой [3]. Исследований экономического влияния пандемии COVID-19 на туризм в регионах ПФО нет либо они носят частный характер и направлены на изучение развития экономики регионов ПФО в целом [20–23].

Исследований по развитию рынка услуг туроператоров в ПФО также не отмечено, есть только частные случаи развития отдельных услуг, предоставляемых туроператорами. В исследованиях роли сектора средств размещения в структуре туристских маршрутов РФ выявлены основные аспекты предложений региональных туроператоров в контексте федеральных округов России [24].

Общей целью нашего исследования является выявление региональных особенностей воздействия пандемии COVID-19 на развитие туроператорского рынка услуг Приволжского федерального округа.

Методы

В статье использованы методы количественного и качественного анализа.

Информационной базой исследования являются статистические данные, опубликованные на сайте «Аудит в РФ», за основу были взяты показатели «выручка», «чистая прибыль (убыток)».

Сравнительный анализ выручки туроператоров за 2015–2020 гг. позволил вычислить, какие туроператоры работали в убыток в период пандемии, а какие попытались повысить чистую прибыль. Для этого был рассчитан темп изменения объема выручки за 2015–2020 гг.:

$$T = \frac{B_{2020}}{B_{2019}} \times 100\% . \quad (1)$$

Для оценки монополизации туристских рынков регионов ПФО был взят индекс Херфиндаля-Хиршмана:

$$HHI = \sum_{i=0}^n S_i^2 , \quad (2)$$

где S_i – доля каждого конкретного туроператора.

Также был рассчитан индекс концентрации (CR). С помощью формулы можно найти долю выручки нескольких крупнейших туроператоров в общем объеме рынка:

$$CR = \sum_{i=1}^n S_i , \quad (3)$$

где S_i – это доля самого крупного участника туристского рынка (к примеру, туроператора или турагента).

Чем ближе значение CR к 100, тем более монополизирован рынок.

Результаты

В ходе исследования, в соответствии с выбранной методикой, были проанализированы следующие экономические показатели: выручка туроператоров, темп роста/снижения выручки. Общий объем выручки туроператоров регионов складывается из выручки тех туроператоров, чья основная деятельность по ОКВЭД туроператорская, турагентская либо спортивная.

Выручка – один из определяющих показателей, по уровню которого можно судить о результатах реализации услуг предприятия.

Анализ выручки позволил выявить, успели ли объекты туристской индустрии перепрофилировать туристские направления или адаптировать деятельность предприятия под действующие ограничения, причиной которых является распространение COVID-19.

Совокупная выручка туроператоров ПФО после 2010-х гг. постепенно повышается до уровня 2019 г. Однако в 2020 г. вследствие пандемии и введенных в последующем ограничений, объем выручки туроператоров резко снизился. Исходя из результатов анализа вы-

ручки туроператоров регионов ПФО можно увидеть, что практически каждый туроператор понес в 2020 г. значительные убытки. Работа туроператоров в период 2020 г. была максимально убыточной, почти каждое предприятие характеризуется низкой финансовой устойчивостью.

Был рассчитан темп изменения выручки по каждому региону Приволжского федерального округа в 2020 г. по сравнению с 2019 г. Исходя из результатов расчетов, есть и такие регионы, чьи темпы снижения очень высоки, это Чувашская Республика, Оренбургская область. Можно сделать вывод, что туроператорская деятельность не играет большую роль в экономике этих регионов. С помощью матрицы типологии регионы ПФО были разделены на четыре группы (рис. 1):

1. Регионы с высоким уровнем выручки и низким темпом изменения выручки: Самарская область, Пермский край. Это те субъекты, которые менее популярны в сравнении с лидерами ПФО, следовательно, их выручка немого меньше.

2. Регионы с высоким уровнем выручки и высоким темпом изменения выручки: Республика Татарстан и Нижегородская область. Регионы ПФО с самыми популярными туристскими направлениями потеряли больше 50% своей выручки.

3. Регионы с низким уровнем выручки и низким темпом изменения выручки: Республика Удмуртия, Саратовская область, Республика Башкортостан и др. Регионы со стабильной ситуацией на рынке туроператорских услуг.

4. Регионы с низким уровнем выручки и высоким темпом изменения выручки: Республики Марий Эл, Чувашия, Мордовия, Оренбургская область, Пензенская область. Это регионы с самой неблагоприятной ситуацией.

Средний темп изменения выручки среди регионов – 53%, т.е. совокупный объем выручки по ПФО понизился практически в 2 раза. Если рассматривать совокупную выручку в абсолютном значении, то средняя величина за 2019 г. составила 345 648 тыс. руб., а за 2020 г. – 168 510 тыс. руб.

Прослеживается тенденция: чем более монополизирован рынок (Республика Мордовия,

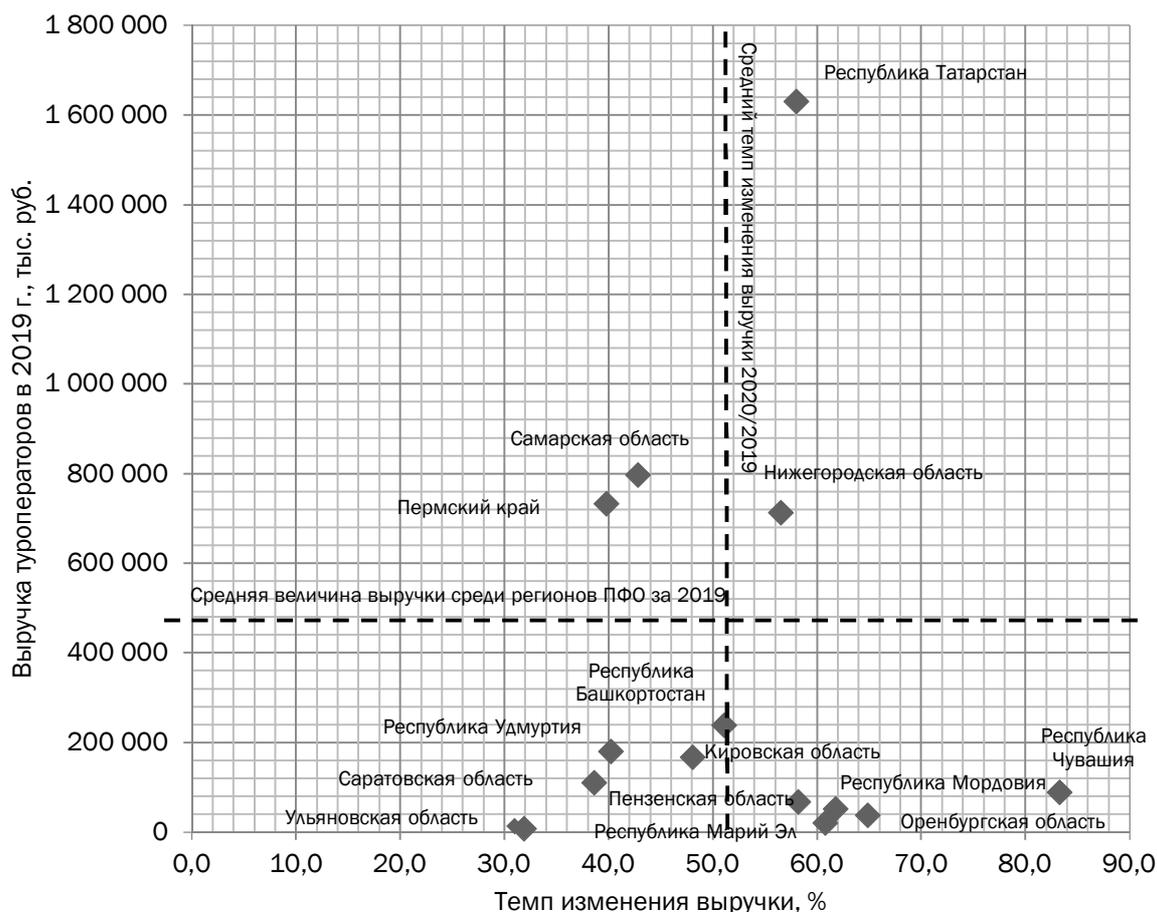


Рис. 1. Матрица типологии регионов ПФО

Ульяновская область), тем меньше потеря объема выручки туроператоров регионов. Так, у туроператоров Ульяновской области самые низкие потери прибыли и самый высокий индекс концентрации (CR равен 100). Есть регионы, которые являются исключением. Например, в Чувашской Республике выручка понизилась до 83%, уровень концентрации тоже высок, близится к 100 (см. таблицу, рис. 2).

Следует также отметить, что был проведен анализ туроператорского сегмента с помощью формулы Херфиндаля-Хиршмана для определения изменения уровня монополизации рынка туристских услуг регионов ПФО.

Классификация шкалы по формуле Херфиндаля-Хиршмана:

- ◆ индекс от 10 000 до 1800 ед. – монополистические рынки (1);
- ◆ индекс от 1800 до 1000 ед. – олигополистические рынки (2);
- ◆ индекс более 1000 ед. – конкурентные рынки (3).

Согласно матрице, в первой и второй группах регионов есть один лидирующий туроператор-монополист. Например, в Кировской области это туроператор «Мир открытый», активно реализующий туристские продукты внутри региона: гастрономические и экскурсионные туры («Вкусная Вятка»). В Самарской области – это «Спутник Гермес», чьи предложения охватывают речные круизные путешествия и международные поездки (см. таблицу).

В Пермском крае, Республике Башкортостан, Саратовской области преобладает олигопольный рынок туроператоров. Крупных туристских предприятий в таких регионах несколько. Например, в Пермском крае это Круизный флот «Русич» (ООО «ЭКСПРЕСС-ТУР»), осуществляющий речные и морские круизы, исторические, байкальские туры.

В наиболее посещаемых туристских регионах – Республике Татарстан и Нижегородской области – самый низкий уровень монополизации. Это говорит о том, что в данных регионах

Индекс Херфиндаля-Хиршмана и индекс концентрации доли крупнейших туроператоров ПФО

Регионы ПФО	Год	Индекс Херфиндаля-Хиршмана	Уровень монополизации	Доля крупнейших туроператоров			
				S1	S2	S3	CR3
Кировская область	2019	3821	1	6	17	17	40
	2020	3383	1	47	29	18	94
Республика Башкортостан	2019	1767	2	34	17	14	64
	2020	1487	2	35	10	6	51
Республика Марий Эл	2019	2680	1	35	26	23	84
	2020	3237	1	44	26	24	94
Республика Мордовия	2019	8449	1	92	6	2	100
	2020	6865	1	82	10	9	100
Нижегородская область	2019	791	3	17	12	12	40
	2020	911	3	18	15	11	44
Оренбургская область	2019	3381	1	48	28	13	89
	2020	2761	1	43	21	15	79
Пензенская область	2019	1913	1	29	23	16	69
	2020	2705	1	41	27	12	80
Пермский край	2019	1280	2	29	13	10	52
	2020	1760	2	38	12	7	58
Самарская область	2019	1802	1	40	10	9	59
	2020	2241	1	43	13	12	68
Республика Чувашия	2019	4790	1	62	30	5	97
	2020	4323	1	60	23	11	94
Ульяновская область	2019	5077	1	56	44	0	100
	2020	5947	1	72	28	0	100
Республика Удмуртия	2019	2991	1	52	10	7	69
	2020	3253	1	54	11	10	75
Республика Татарстан	2019	305	3	6	6	6	17
	2020	463	3	9	9	8	26
Саратовская область	2019	1391	2	24	22	11	57
	2020	1415	2	20	18	17	55

высокий уровень конкуренции между туроператорами. Этому свидетельствует наличие крупнейших туристских предприятий Татарстана: ООО «Экскурсионный центр», ООО «Туроператор Регион - Юг», ООО «Туроператор Легенда» и др. Например, ООО «Экскурсионный центр» реализует экскурсионные маршруты (семейные, гастрономические, необычные, новогодние и др.), ООО «Туроператор Лидер Казань» осуществляет мусульманские туры, туры по Татарстану. Таким образом, туроператорам Татарстана практически не пришлось перепрофилироваться, потому что большую часть выручки им приносил внутренний туризм.

В Нижнем Новгороде самые высококонкурентные туроператоры: ООО «ЭЙ ЭНД ЭЙ», ООО «Команда Горький», ЗАО «Консолидация оздоровления населения». Данные туроператоры осуществляют зарубежные туры, туры по России, охватывающие все виды туризма.

В ходе исследования были выявлены доли трех крупнейших туроператоров регионов за 2019 и 2020 гг. Уровень концентрации рынка показывает, на сколько процентов заняли рынок данные крупные туроператоры. Были выбраны 3 крупных туроператора в каждом регионе, которые по итогам 2019 и 2020 гг. показывали рост эффективности своей деятельности. Самыми высокими результатами обладают такие регионы, как Ульяновская область и Республика Мордовия. Результаты расчета индекса концентрации совпадают с расчетами индекса Херфиндаля-Хиршмана. Оба этих региона имеют первый уровень монополизации (см. таблицу).

Если рассматривать, насколько высоко монополизирован рынок туроператорских услуг, то, к примеру, регионом с наиболее монополизированным рынком будет Ульяновская область.

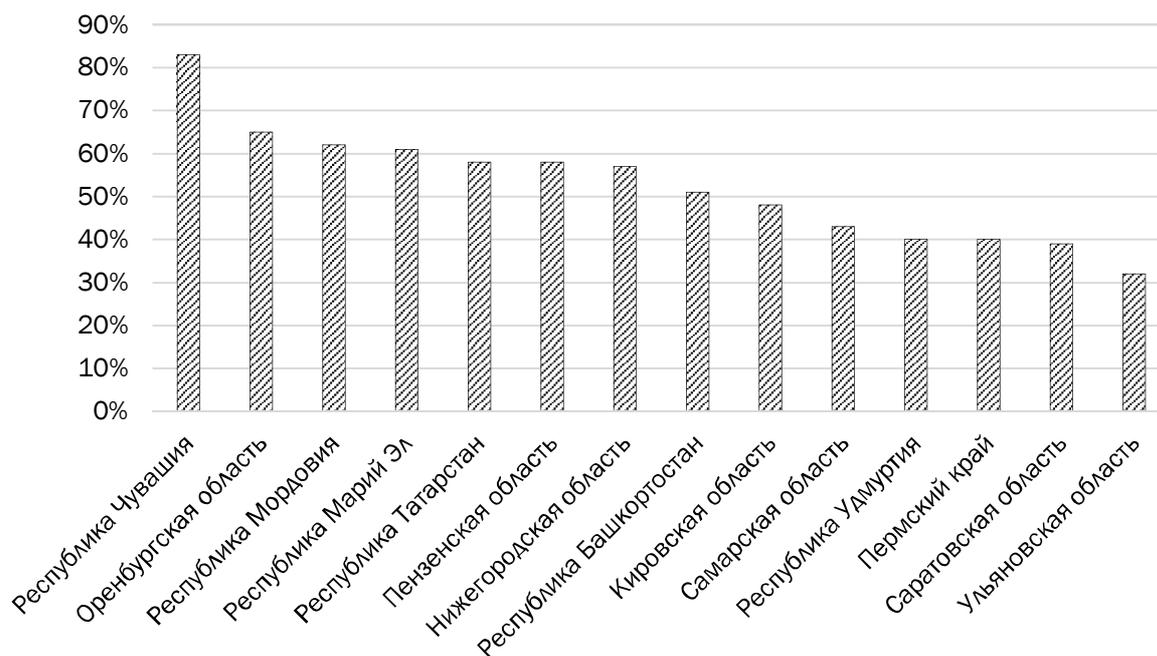


Рис. 2. Понижение совокупного объема выручки туроператоров в 2020 г.

Также высока монополизация в Республике Мордовия. Наиболее крупным туроператором здесь, исходя из данных доли выручки, является ООО Международный центр обмена «ЮНИОН». Данное предприятие реализует разнообразные направления: туры по России, туры за рубеж, туры по Саранску и Мордовии (экскурсия в старую Теризморгу, экскурсия в Макаровку).

Обсуждение

Как туризм, так и вся экономика России в целом будут медленно восстанавливаться после пандемии. Тем не менее распространение COVID-19 дифференцировало отдых на безопасный и небезопасный. Если сейчас из-за пандемии экономическое положение нестабильно, то, вероятнее всего, безопасный отдых будет в приоритете еще много лет, если не станет полностью лидирующим на рынке туристских предложений. Отдых внутри региона, который имеет благоприятную эпидемиологическую обстановку, с элементами экологического, сельского, активного туризма – наиболее привлекательный вариант для туроператоров, которые планируют в дальнейшем развивать новые внутренние туристские направления. Тем не менее развитие региональных туроператорских рынков ПФО в период панде-

мии носит противоречивый характер. Практически ни одному региональному рынку пока не удалось стабилизироваться. Монополистические рынки, как показали результаты, менее уязвимы, чем конкурентные. Примером могут стать региональные туроператорские рынки Кировской и Самарской областей.

Рост монополизации рынков туроператорских услуг вызван рядом факторов: пандемией и последовавшей за ней экономической нестабильностью. Туроператоры регионов ПФО продолжают искать пути выхода из кризиса, а также новые способы уменьшения убытков и непривычные формы отдыха. Наблюдая за тем, как крупнейшие туроператоры стараются преодолеть кризис своей деятельности, создавая и реализуя новые туристские направления, особенно внутренние, можно сделать вывод, что монополизация будет расти, если менее активные туроператоры не смогут предложить альтернативу туристским продуктам, реализуемым до 2020 г.

Заключение

В заключение исследования можно сказать, что внутренние направления для туроператоров стали одним из главных способов выхода из кризиса, вызванного пандемией. Общие направления, которые впервые появи-

лись в числе услуг туроператоров, связаны именно с направлениями внутри региона, с малыми городами.

Матрица типологии регионов позволила выделить 4 группы регионов в соответствии со средними значениями темпов изменения выручки и совокупной величины выручки. Республика Татарстан приобрела статус региона с самым высоким темпом изменения выручки, а Ульяновская область имеет самый низкий темп изменения наряду с самой низкой величиной выручки.

В ходе исследования были проанализированы следующие показатели: темп изменения выручки, индекс Херфиндаля-Хиршмана, концентрация рынка.

Так, исходя из анализа темпов изменения выручки туроператоров, наиболее стабильными регионами оказались Кировская об-

ласть, Самарская область, Пермский край, Республика Удмуртия и др.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана выявил равномерную структуру туристского рынка ПФО. Это значит, что на территории регионов преобладают не только туроператоры-монополисты, но есть регионы с олигопольным рынком туроператоров. Однако, несмотря на разнообразие типов туроператорских рынков на территории региона, общий поток туроператоров стремится к большей монополизации. Результаты анализа концентрации рынка туроператоров во многом совпали с результатами расчетов по формуле Херфиндаля-Хиршмана. По результатам был определен перечень регионов, у которых показатель небольшой выручки и тенденция к повышению монополизации совпадают: Республика Удмуртия, Кировская область, Саратовская область.

Список источников

1. Altuntas F., Gok M. S. The effect of COVID-19 pandemic on domestic tourism: A DEMATEL method analysis on quarantine decisions // *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Vol. 92. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102719.
2. UNWTO World Tourism Barometer. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf (дата обращения: 02.08.2021).
3. Джанджугазова Е.А. Современный туристский рынок в период перемен // *Российские регионы: взгляд в будущее*. 2021. Т. 8, № 1. С. 1–15.
4. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // *Сервис в России и за рубежом*. 2019. Т. 13, № 3 (85). С. 34–47. doi:10.24411/1995-042X-2019-10303.
5. Саранча М.А., Якимова С.А. Проблемы использования современного инструментария для создания интерактивных туристских веб-карт и геопорталов // *Сервис в России и за рубежом*. 2020. Т. 14, № 1 (88). С. 23–33. doi:10.24411/1995-042X-2020-10103.
6. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». URL: <http://www.consultant.ru>.
7. Саранча М.А. Вопросы развития туристских территорий с позиций системного подхода // *Сервис plus*. 2016. Т. 10, № 3. С. 84–92. doi:10.12737/21127.
8. Саранча М.А., Голубева О.А. Методические подходы к исследованию состояния туристской маршрутной сети (на примере Приволжского федерального округа) // *Сервис в России и за рубежом*. 2015. Т. 9, № 2 (58). С. 194–203. doi:10.12737/11903.
9. Саранча М.А., Рублева Е.А. Оценка масштабов и уровня развития малого предпринимательства в Приволжском федеральном округе // *Вестник Удмуртского университета. Серия: Биология. Науки о Земле*. 2014. № 1. С. 155–160.
10. Development opportunities of social tourism for elderly people in Russia (on the Udmurt Republic example) / M. Sarancha, L. Batalova, T. Okonnikova, L. Akatyeva // *4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2017, Aug. 24–30, 2017. Sofia, 2017*. Pp. 237–242. doi:10.5593/sgemsocial2017/14/S04.031.
11. Бажанов Д.В. Национальные парки в Приволжском федеральном округе: географический аспект // *XLVIII Огаревские чтения : материалы науч. конф., Саранск, 6–13 дек. 2019 г. / отв. за выпуск П.В. Сенин. Саранск : МГУ имени Н.П. Огарева, 2020*. С. 228–238.

12. Конышев Е.В. Проблемы устойчивого развития туризма в Кировской области // Проблемы развития индустрии туризма : сб. ст. V Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., Чита, 30 окт. 2019 г. Чита : Забайкал. гос. ун-т, 2019. С. 26–30.

13. Конышев Е.В., Кузнецова А.И. Анализ развития санаторно-курортного комплекса в регионах России на основе типологического подхода // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 3 (185). С. 17–25.

14. Лепихина Т.Л., Карпович Ю.В., Оборин М.С. Курортное лечение как форма инвестирования в капитал здоровья // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2015. № 4 (27). С. 123–131.

15. Разумовская Е.А., Разумовский Д.Ю. Влияние новой коронавирусной инфекции COVID-19 на финансовое и потребительское поведение населения РФ // Финансы и кредит. 2020. Т. 26, № 10 (802). С. 2252–2267. doi:10.24891/fo.26.10.2252.

16. Зотиков Н.З. Социально-экономическое положение регионов в условиях пандемии (на примере регионов ПФО) // *Oeconomia et Jus*. 2020. № 3. С. 9–26. doi:10.47026/2499-9636-2020-3-9-26.

17. 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.

18. Зырянов А.И., Балабан М.О., Зырянов Г.А. География коронавируса и вопросы туризма // География и туризм. 2020. № 2. С. 5–17.

19. Зырянов А.И. Географические особенности распространения коронавируса // Социально-экономическая география. Вестник Ассоциации российских географов-обществоведов. 2020. № 1 (9). С. 135–137.

20. Melnik M.A. The impact of COVID-19 on the global economy // Актуальные научные исследования в современном мире. 2021. № 5-4 (73). С. 19–22.

21. Быков А.А., Пархименко В.А., Толкачев С.А. Влияние COVID-19 на российскую экономику: методологические подходы к оценке на основе межотраслевого баланса // Белорусский экономический журнал. 2020. № 2 (91). С. 25–37. doi:10.46782/1818.

22. Пагин В.В., Смирнова Е.В. Влияние новой коронавирусной инфекции на туристическую отрасль в России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 6-2 (76). С. 130–133. doi:10.24412/2411-0450-2021-6-2-130-133.

23. Кузнецова А.Р. Предпосылки для развития придорожного сервиса и внутреннего туризма в Российской Федерации // Уфимский гуманитарный научный форум. 2021. № 1 (5). С. 35–45. doi:10.47309/2713-2358_2021_1_35.

24. Дусенко С.В., Шариков В.И. Современные тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства в условиях кризиса // Вестник РМАТ. 2020. № 3. С. 100–105.

References

1. Altuntas F., Gok M. S. The effect of COVID-19 pandemic on domestic tourism: A DEMATEL method analysis on quarantine decisions // *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Vol. 92. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102719.

2. UNWTO World Tourism Barometer. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf (date of access: 02.08.2021).

3. Dzhandzhugazova E.A. Modern tourist market in a period of change // *Russian regions: a look into the future*. 2021. Vol. 8, No. 1. Pp. 1–15.

4. Bogomazova I.V., Anoprieva E.V., Klimova T.B. Digital economy in the tourism and hospitality industry: trends and prospects // *Service in Russia and abroad*. 2019. Vol. 13, No. 3 (85). Pp. 34–47. doi:10.24411/1995-042X-2019-10303.

5. Sarancha M.A., Yakimova S.L. Problems of using modern tools for creating interactive tourist web maps and geoportals // *Service in Russia and abroad*. 2020. Vol. 14, No. 1 (88). Pp. 23–33. doi:10.24411/1995-042X-2020-10103.

6. Decree of the Government of the Russian Federation dated 09/20/2019 No. 2129-r "Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period up to 2035". URL: <http://www.consultant.ru>.

7. Sarancha M.A. Issues of development of tourist territories from the standpoint of a systematic approach // *Service plus*. 2016. Vol. 10, No. 3. Pp. 84–92. doi:10.12737/21127.

8. Sarancha M.A., Golubeva O.A. Methodological approaches to the study of the state of the tourist route network (on the example of the Volga Federal District) // Service in Russia and abroad. 2015. Vol. 9, No. 2 (58). Pp. 194–203. doi:10.12737/11903.
9. Sarancha M.A., Rubleva E.A. Assessment of the scale and level of small business development in the Volga Federal District // Bulletin of the Udmurt University. Series: Biology. Earth Sciences. 2014. No. 1. Pp. 155–160.
10. Development opportunities of social tourism for elderly people in Russia (on the Udmurt Republic example) / M. Sarancha, L. Batalova, T. Okonnikova, L. Akatyeva // 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2017, Aug. 24–30, 2017. Sofia, 2017. Pp. 237–242. doi:10.5593/sgemsocial2017/14/S04.031.
11. Bazhanov D.V. National parks in the Volga Federal District: geographical aspect // XLVIII Ogarev readings : materials of the scientific conference, Saransk, 6-13 Dec. 2019 / responsible for the issue P.V. Senin. Saransk : N.P. Ogarev Mordovian State University, 2020. Pp. 228–238.
12. Konyshov E.V. Problems of sustainable tourism development in the Kirov region // Problems of tourism industry development : collection of articles of the V All-Russian Scientific and practical conference with international participation, Chita, Oct. 30, 2019. Chita : Zabaikalsky State University, 2019. Pp. 26–30.
13. Konyshov E.V., Kuznetsova A.I. Analysis of the development of the sanatorium-resort complex in the regions of Russia on the basis of a typological approach // Vestnik of Samara State University of Economics. 2020. No. 3 (185). Pp. 17–25.
14. Lepikhina T.L., Karpovich Yu.V., Oborin M.S. Spa treatment as a form of investment in health capital // Bulletin of Perm University. Series: Economics. 2015. No. 4 (27). Pp. 123–131.
15. Razumovskaya E.A., Razumovsky D.Yu. The impact of the new coronavirus infection COVID-19 on the financial and consumer behavior of the population of the Russian Federation // Finance and Credit. 2020. Vol. 26, No. 10 (802). Pp. 2252–2267. doi:10.24891/fc.26.10.2252.
16. Zotikov N.Z. Socio-economic situation of regions in the conditions of a pandemic (by the example of the regions of the Volga Federal District) // Oeconomia et Jus. 2020. No. 3. Pp. 9–26. doi:10.47026/2499-9636-2020-3-9-26.
17. Sarafanova A.G., Sarafanov A.A. Tourism industry and the COVID-19 pandemic: impact and consequences // Vestnik of Samara State University of Economics. 2021. No. 7 (201). Pp. 49–60. doi:10.46554/1993-0453-2021-7-201-49-60.
18. Zyryanov A.I., Balaban M.O., Zyryanov G.A. Geography of the coronavirus and issues of tourism // Geography and tourism. 2020. No. 2. Pp. 5–17.
19. Zyryanov A.I. Geographical features of the spread of coronavirus // Socio-economic geography. Bulletin of the Association of Russian Geographers and Social Scientists. 2020. No. 1 (9). Pp. 135–137.
20. Melnik M.A. The impact of COVID-19 on the global economy // Current scientific research in the modern world. 2021. No. 5-4 (73). Pp. 19–22.
21. Bykov A.A., Parkhimenko V.A., Tolkachev S.A. The impact of COVID-19 on the Russian economy: methodological approaches to assessment based on intersectoral balance // Belarusian Economic Journal. 2020. No. 2 (91). Pp. 25–37. doi:10.46782/1818.
22. Panin V.V., Smirnova E.V. The impact of the new coronavirus infection on the tourism industry in Russia // Economics and Business: theory and practice. 2021. No. 6-2 (76). Pp. 130–133. doi:10.24412/2411-0450-2021-6-2-130-133.
23. Kuznetsova A.R. Prerequisites for the development of roadside service and domestic tourism in the Russian Federation // Ufa Humanitarian Scientific Forum. 2021. No. 1 (5). Pp. 35–45. doi:10.47309/2713-2358_2021_1_35.
24. Dusenko S.V., Sharikov V.I. Modern trends in the development of the tourism and hospitality industry in a crisis // Bulletin of the Russian International Academy of Tourism. 2020. No. 3. Pp. 100–105.

Информация об авторах

Е.В. Конышев – кандидат географических наук, и.о. зав. кафедрой социально-экономической географии Пермского государственного национального исследовательского университета;

А.А. Веприкова – инженер-исследователь кафедры туризма и управления персоналом Вятского государственного университета;

А.И. Сметанина – преподаватель кафедры туризма и управления персоналом Вятского государственного университета.

Information about the authors

E.V. Konyshov – Candidate of Geographical Sciences, Acting Head of the Department of Socio-Economic Geography of Perm State National Research University;

A.A. Veprikova – engineer-researcher of the Chair of Tourism and Personnel Management of Vyatka State University;

A.I. Smetanina – Lecturer of the Chair of Tourism and Personnel Management of Vyatka State University.

Статья поступила в редакцию 25.02.2022; одобрена после рецензирования 04.03.2022; принята к публикации 25.04.2022.

The article was submitted 25.02.2022; approved after reviewing 04.03.2022; accepted for publication 25.04.2022.