

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-3

Морозов М. М.

Антикризисный менеджмент в индустрии туризма

АНО ВО «Российский новый университет», ул. Радио, 22, Москва
105005, Россия
e-mail: m.morozov@bk.ru

*Статья поступила 14 ноября 2020 г.; принята 13 декабря 2020 г.;
опубликована 31 декабря 2020 г.*

Аннотация. Современное состояние мировой индустрии туризма характеризуется как кризисное, что требует глубокого анализа и выработки антикризисных решений, соответствующих реальной ситуации. За последние годы это самый глубокий и серьезный кризис, вызванный пандемией COVID-19. Все прогнозы о дальнейшем прогрессивном развитии туризма оказались несостоятельными в силу объективных причин. Многие факторы, которые привели к приостановке международных перемещений граждан, обусловлены необходимостью всемерной борьбы с пандемией и сохранением жизни и здоровья людей. В этих условиях мероприятия антикризисного менеджмента должны выработываться на всех уровнях управления туризмом. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что разработка мероприятий по преодолению кризисных явлений представляется очень важной, эти действия должны носить системный и комплексный характер. На основе анализа сложившейся ситуации в сфере туризма были выявлены направления, связанные с антикризисными мероприятиями для поддержки туристского бизнеса в условиях глобального кризиса, обусловленного пандемией COVID-19. Показано, что туристская индустрия, как мировая, так и российская находится в глубоком кризисе, который порожден внешними причинами, многие из которых объективно устранить очень сложно. Результатом исследования стало системное рассмотрение антикризисных мер, которые предпринимает государство для поддержки национальной туристской индустрии. Показаны пути преодоления кризиса на уровне отдельных предприятий индустрии туризма.

Ключевые слова: туристская индустрия; кризис; пандемия; экономика; цифровизация; антикризисное управление

Для цитирования: Морозов М. М. Антикризисный менеджмент в индустрии туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 6, № 4, 2020, с. 19-27, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-3

Mikhail M. Morozov | Crisis management in the tourism industry

ANO VO "Russian New University", 22 Radio St., Moscow
105005, Russia
e-mail: m.morozov@bk.ru

Abstract. The current state of the world tourism industry is characterized as a crisis, which requires deep analysis and the development of anti-crisis solutions that correspond to the real situation. This is the deepest and most serious crisis caused by the COVID-19 pandemic in recent years. All forecasts about the further progressive development of tourism turned out to be untenable due to objective reasons. Many of the factors that led to the suspension of international movements of citizens are due to the need to comprehensively combat the pandemic and preserve the life and health of people. In these conditions, anti-crisis management measures should be developed at all levels of tourism management. The relevance of this study is due to the fact that the development of measures to overcome crisis phenomena seems to be very important, these actions should be systemic and complex. Based on the analysis of the current situation in the tourism sector, directions were identified related to anti-crisis measures to support the tourism business in the context of the global crisis caused by the COVID-19 pandemic. It is shown that the tourism industry, both world and Russian, is in a deep crisis, which is generated by external factors, many of which are very difficult to eliminate objectively. The result of the study was a systematic consideration of anti-crisis measures that the state is taking to support the national tourism industry. The ways of overcoming the crisis at the level of individual enterprises of the tourism industry are shown.

Keywords: tourism industry; crisis; pandemic; economy; digitalization; anti-crisis management

For citation: Morozov M. M. (2020) Crisis management in the tourism industry. Research Result. Business and Service Technologies, 6(4), 19-27, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-3

Введение. Мировая экономика находится в кризисном состоянии в связи с пандемией COVID-19 и, по оценкам МВФ, в этом году мировой ВВП снизится на 4,4%, а в ближайшие пять лет может недополучить 28 триллионов долларов (МВФ подсчитал потери..., 2020). Потери экономик стран Европы в текущем году оцениваются в 7% или в 3 триллиона евро. В 2020 году прогнозируется сокращение российского ВВП на 4,1% и снижение благосостояния россиян на 10,7% в долларовом выражении в расчете на одного взрослого (Турные новости..., 2020). Такие прогнозы говорят о неблагоприятном бизнес-климате во всех сферах социально-

экономической деятельности, которые приводят к серьезному спаду деловой активности и необходимости принятия нестандартных антикризисных мер.

Одной из наиболее пострадавших сфер деятельности является сфера услуг, в том числе туристский, гостиничный, ресторанный бизнес. Для многих стран и регионов туризм является важнейшей сферой экономической деятельности и вносит существенный вклад в региональные и национальные экономики (Innovative development..., 2019). Именно предприятия индустрии туризма и гостеприимства первыми приняли кризисный удар в связи с ограничениями передвижения граждан, самоизо-

ляцией населения, закрытием границ. В отличие от ресторанной индустрии, предприятия которой начали работать по технологии «на вынос» еды, предприятия туристской индустрии вынужденно приостановили свою работу. В этих условиях необходимо было принять антикризисные решения как на государственном уровне, так и на уровне предпринимательских структур. Причем в рамках антикризисного менеджмента необходимо было разработать и принять нестандартные решения, т.к. сложившаяся ситуация с пандемией коронавируса уникальна. В связи с этим изучение антикризисных мер, принимаемых в сфере туристской индустрии, является актуальным и важным вопросом изучения.

Цель исследования состоит в изучении ситуации, сложившейся в настоящее время на туристском рынке и анализе антикризисных решений, принимаемых на всех уровнях управления туризмом.

Материалы и методы исследования. Исследование было проведено с помощью монографического, статистического, экономико-аналитического, сравнительного методов, которые были исполь-

зованы для выявления основных особенностей наступившего кризисного периода в экономике, связанного с пандемией, проявлении кризисных явлений применительно к индустрии туризма, выявлении подходов антикризисного управления в сфере туризма.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время мировая туристская индустрия находится в сложнейших условиях, когда из-за закрытия многих государственных границ практически приостановился международный туризм. Исследования проблемы кризиса в туристской индустрии проводятся в ряде работ (Gössling, Scott and Hall, 2020; Gretzel, Fuchs and etc., 2020; Sigala, 2020). Изучается не только влияние кризиса в целом на туристскую деятельность, но и информационно-коммуникационное воздействие информации о COVID-19 на поведение туристов (Zheng, Goh and Wen, 2020).

Для российской туристской индустрии также наступили сложные времена, объемы въездных и выездных туристских потоков резко уменьшились, о чем свидетельствуют данные следующей таблицы.

Таблица

Объемы въездных и выездных туристских потоков

Table

Volumes of inbound and outbound tourist flows

Показатели	Число туристских поездок (в тысячах)			
	2017	2018	2019	2020 (за январь-сентябрь)
Число выездных туристских поездок граждан России в зарубежные страны	39620	41964	45330	9874,72
Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию	24390	24551	24419	5147,412
Разность	15230	17430	20911	4727,3

Составлено автором по данным Росстата <https://rosstat.gov.ru/folder/23457>

В условиях резкого сокращения международных туристских поездок туроператорские компании, работающие на рынке международного туризма, потеряли большую часть своих клиентов и, соответственно, их прибыль резко уменьшилась. Потери въездного туризма оцениваются в 600 миллиардов рублей, а в целом из-за закрытия международных границ туристский рынок к концу 2000 года может потерять до 8-9 миллиардов долларов (Ростуризм оценил..., 2020).

Туроператорские компании вынуждены сокращать свои расходы, и одним из наиболее часто используемых приемов является уменьшение размера заработной платы и сокращение персонала. Около 3 миллионов сотрудников туркомпаний могут потерять работу в результате этого кризиса. По прогнозным оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC) в ближайшее время из сферы туризма могут быть уволены 174 миллиона человек. Таких крупномасштабных сокращений в индустрии туризма до настоящего времени не было. В авиаотрасли сокращения персонала могут достичь 4,8 миллионов человек (Спад в туристической..., 2020).

Сложившаяся в индустрии туризма ситуация требует системного подхода при выработке антикризисных мер на всех уровнях управления туризмом.

Кризис представляет собой непредвиденное событие, которое негативно сказывается на социально-экономической деятельности отдельных предприятий, отраслей, стран или мирового сообщества в целом. В настоящее время пандемия коронавируса поразила всю мировую экономику, и этот кризис является глобальным.

Под антикризисным менеджментом понимается управление, которое направлено на предотвращение, профилактику или ослабление влияния кризисных явлений (Быкова, 2020). Сегодня в условиях пандемии антикризисный менеджмент призван уменьшить негативное влияние кризиса и снизить негативные последствия

COVID-19 на экономику, в частности, на индустрию туризма.

Технология антикризисного менеджмента включает ряд мероприятий:

- маркетинговые антикризисные мероприятия;
- антикризисное управление персоналом;
- стратегическое антикризисное планирование;
- реструктуризация и перепрофилирование предприятия туристской индустрии и т.п.

Ключевыми принципами антикризисного менеджмента являются:

- оперативное реагирование на кризисные явления и корректировка ранее принятой стратегии управления;
- адекватная реакция предприятия туристической индустрии на сложившуюся кризисную ситуацию;
- использование всех возможных внутренних резервов предприятия туристической индустрии для смягчения кризисного влияния.

Отличительной чертой нынешнего кризиса является то, что удару подверглись не отдельные предприятия и отрасли, а вся мировая и национальные экономики. С одной стороны, это поставило все предприятия туристической индустрии в сложные условия, а, с другой стороны, глобальность кризиса проявилась по-разному для туроператоров внутреннего, выездного и въездного туризма. В связи с закрытием границ международный туризм практически остановился, а туроператоры, работающие на этом рынке, были вынуждены быстро диверсифицировать свою деятельность на внутренний туризм. Туроператоры внутреннего туризма пострадали несколько меньше, т.к. в начале лета внутренние путешествия по стране возобновились.

По данным на сентябрь 2020 года с рынка уже ушли 18% турагентств и 14% небольших гостиниц, оборот турагентств за июнь–август снизился в среднем на 43%

по сравнению с прошлым годом (Турные новости..., 2020).

Государством разработаны антикризисные меры поддержки предприятий туристской индустрии:

- выделено 3,5 млрд рублей на субсидии для туроператоров на возмещение убытков, связанных с авиаперевозками, в том числе с невозвратными тарифами, вывозом туристов из стран с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией;

- денежные средства, внесенные туроператорами в фонд персональной ответственности, разрешено использовать на возврат денежных средств туристам;

- взнос туроператоров в сфере выездного туризма в резервный фонд Ассоциации «Турпомощь» на 2020 год будет равен 1 рублю;

- сроки предоставления туроператорами финансовой отчетности перенесены на 12 мая 2021 года;

- предоставление кредитов на выплату зарплат сотрудникам под 0% в первые шесть месяцев, и под 4% в последующие шесть месяцев;

- предоставление льготного кредитования по сниженной ставке 8,5% для индивидуальных предпринимателей, микропредприятий и малого бизнеса;

- введено ряд мораториев на банкротство, налоговые санкции, налоговые, таможенные, выездные проверки;

- предоставлены налоговые каникулы, продлены сроки уплаты практически всех налогов;

- снижение страховых взносов с 30% до 15% для части заработной платы, превышающей МРОТ;

- субсидии на возобновление деятельности;

- субсидии на проведение мероприятий по профилактике новой коронавирусной инфекции;

- программа кешбека для внутреннего туризма.

В каждом регионе Российской Федерации своя специфика и нюансы, которые

следует учитывать для поддержания малого бизнеса.

В Казани и Рязани вводятся льготы по аренде помещения. В Челябинской области десятки фирм получили отсрочки по кредитам. В Башкирии открыли Центр по поддержке малого и среднего бизнеса. В Кемеровской области снизили налоги для предприятий малого и среднего бизнеса. В Благовещенске разработан пакет мер по экономической поддержке туристического бизнеса Амурской области. Субсидируются затраты на приобретение оборудования для соответствия санитарно-эпидемиологическим нормам. Разработаны и предусмотрены гранты на проекты, которые помогут повысить конкурентоспособность внутреннего турпродукта и услуг, размер гранта может быть до 1 млн. рублей на один проект.

В Санкт-Петербурге в два раза снижается ставка налога на имущество в 2021 году для гостиниц, санаториев и других объектов размещения. Для экскурсоводов и гидов-переводчиков продлевается на 2021 год действие оплаченных в 2020 году аккредитаций.

Москва также помогает малому бизнесу в виде отсрочек оплаты арендных платежей, предприятиям предоставляют налоговые льготы, компенсируют часть затрат, продление до 31 декабря 2020 года срока уплаты торгового сбора за первый квартал 2020 года, отсрочку по уплате земельного и имущественного налога за первый квартал 2020 года. Правительство Москвы выделяет субсидии для столичных предпринимателей, которые могут компенсировать затраты на развитие бизнеса.

Государство старается принять все возможные меры для поддержания экономики туристической России, так как туристская индустрия признана одной из важнейших сфер национальной экономики. Однако следует подчеркнуть, что не все предприятия туристской индустрии имеют возможность воспользоваться антикризисной программой государства. Например, российские круизные компании

испытывают глубочайший финансовый кризис, а так как многие из них не относятся к категории малых и средних предприятий, они не смогли воспользоваться помощью государства (Крузизным операторам..., 2020).

Наряду с государственной поддержкой предприятия индустрии туризма разрабатывают собственные антикризисные решения в области маркетинга, управления персоналом и т.д. Они стремятся следовать принципам эффективного и социально-ответственного предпринимательства, несмотря на сложную ситуацию (Концепция эффективного предпринимательства..., 2019). Большое значение для успешного выхода из кризиса имеет наличие сплоченной и целеустремленной команды единомышленников, готовой принимать и исполнять даже самые непопулярные решения (Морозов, 2006).

Одним из наиболее эффективных решений антикризисного менеджмента является оптимизация расходов и снижение затрат, которую можно достичь несколькими путями:

- одно из самых непопулярных, но часто принимаемых решений – снижение заработной платы и сокращение сотрудников предприятий туристской индустрии;

- перевод части сотрудников на удаленный режим работы, что обеспечит сокращение затрат на арендные платежи.

Исключительной особенностью нынешнего кризиса в индустрии туризма является то, что вследствие борьбы с пандемией искусственно создаются ограничения, связанные с запретом на перемещения людей, что подрывает саму основу туризма. Туризм может существовать только тогда, когда путешественник перемещается с места своего постоянного проживания в интересующую его дестинацию. Такое перемещение в условиях пандемии крайне ограничено и фактически допустимо только в пределах государственных границ, т.е. в рамках внутреннего туризма. Вследствие этого одним из возможных антикризисных решений может быть включение в турист-

ский оборот невостребованных до сих пор туристских ресурсов и новых территорий, создание инновационных туристских маршрутов. Однако надо обеспечить высокий уровень информационно-коммуникационного сопровождения новых туристских продуктов (Морозова, Морозов, 2016).

В рамках антикризисного менеджмента необходимо разрабатывать будущие стратегии развития предприятий туристской индустрии в послекризисный период. С этой целью целесообразно проанализировать и учесть тенденции развития целевой аудитории туризма. Известно, что в настоящее время происходит формирование нового поколения так называемых цифровых путешественников, для которых цифровые технологии становятся абсолютно необходимыми (Сервис и туризм..., 2018). Кроме того, во время пандемии большинство населения получило навыки цифровой грамотности и начало пользоваться онлайн услугами, в том числе, заказ продуктов на дом и т.п. Исходя из этого, предприятия туристской индустрии должны выстраивать свою новую информационно-коммуникативную политику с учетом происходящих изменений в компетенциях целевой аудитории. При этом персонал предприятий туристской индустрии должен сформировать необходимые цифровые компетенции, соответствующие требованиям цифрового туризма (Морозова, 2018).

Пандемия COVID-19 ускорила все процессы цифровизации сферы туризма, которые начали развиваться очень быстро. В условиях цифровизации меняется схема взаимодействия между всеми участниками туристского рынка, в том числе производителями и потребителями туристских услуг (Морозов, 2018). Информация становится важнейшим фактором, формирующим потребительские предпочтения и определяющим привлекательность туристской дестинации и ее турпродукта (Морозова, Морозов, 2016).

Заключение. Проведенный анализ современного состояния туристской индустрии показывает, что глубина глобального кризиса для туристской индустрии оказалась катастрофической. Международный туристский рынок практически приостановил свою деятельность, что негативно сказалось на выездных и въездных туристских потоках. На этом фоне внутренний туризм остался единственным сегментом доступного туризма для российских граждан. Государство оказывает всемерную поддержку туристской индустрии, предоставляя возможность выживания для многих туристских компаний и стимулируя внутренний туризм программой кешбэка. Несмотря на то, что кризис порожден внешними причинами, на которые предприятия туристской индустрии не могут повлиять, они, тем не менее, также должны предпринимать антикризисные меры на уровне своих предприятий. Только совместными усилиями государства и предпринимательских структур российская индустрия туризма может выжить в этих сложнейших для всего мирового сообщества условиях.

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

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

Литература

Быкова Н. Антикризисное управление // Стандарты и качество. 2020. №4. С. 60-64.

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

Крузизным операторам будет трудно выжить без господдержки. URL: https://ratanews.ru/news/news_6112020_3.stm (дата обращения: 6.11.2020).

МВФ подсчитал потери мировой экономики из-за пандемии коронавируса. URL: [https://www.finversia.ru/news/markets/mvf-podschital-poteri-mirovoi-ekonomiki-iz-za-](https://www.finversia.ru/news/markets/mvf-podschital-poteri-mirovoi-ekonomiki-iz-za)

[pandemii-koronavirusa-82982](#) (дата обращения: 12.10.2020).

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

Морозов М.М. Информационное обеспечение процесса управления в туризме / М.М. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2018. №1. С. 142-146.

Морозов М.М. Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики / М.М. Морозов // Туризм: право и экономика. 2018. №3. С. 7-10.

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

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

Ростуризм оценил потери отрасли от приостановки въездного туризма URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2020/10/19/843803-rosturizm-otsenil-poteri-otrasli-ot-priostanovki-vezdnogo-turizma> (дата обращения: 12.10.2020)

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

Спад в туристической отрасли оставит без работы 3 миллиона жителей РФ URL: https://www.ng.ru/economics/2020-11-12/1_8013_tourism.html (дата обращения: 12.11.2020).

Турные новости: после пандемии закрылось каждое пятое туристическое агентство. URL: <https://iz.ru/1063396/ekaterina-vinogradova/turnye-novosti-posle-pandemii-zakrylos-kazhdoe-piatoe-turisticheskoe-agentstvo> (дата обращения: 25.10.2020).

Экономисты сравнили потери граждан разных стран из-за пандемии. URL: <https://www.vesti.ru/finance/article/2475768> (дата обращения: 12.10.2020).

Gössling S., Scott D., Hall C.M. Pandemics, tourism and global change: A rapid assess-

ment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2020 doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Gretzel U., Fuchs M., Baggio R., Hoepken W., Law R., Neidhardt J., Pesonen J., Zanker M., Xiang Z. e-Tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. *Journal of Information Technology & Tourism*. 2020. 22(2). Pp.187–203.

Hall C.M., Scott D., Gössling S. Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. 2020. doi: 10.1080/14616688.2020.1759131.

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

Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. doi:10.1016/j.jbusres.2020.06.015. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7290228/> (дата обращения: 12.10.2020).

Zheng Y., Goh E., Wen J. The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: A perspective article. *Anatolia*. 2020. 31(2). Pp. 337–340.

References

Bykova, N. (2020), “Anti-crisis management”, *Standards and quality*, 4, pp. 60-64.

Cruise operators will find it difficult to survive without government support [Online], available at: https://ratanews.ru/news/news_6112020_3.stm (Accessed 6 November 2020).

Economists compared the losses of citizens of different countries due to the pandemic [Online], available at: <https://www.vesti.ru/finance/article/2475768> (Accessed 12 October 2020).

Gössling, S., Scott, D. and Hall C.M. (2020), “Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19”, *Journal of Sustainable Tourism*, doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M. and Xiang, Z. (2020), “E-Tourism beyond COVID-19: A call for transformative research”, *Journal of Information Technology & Tourism*, 22 (2), pp.187–203.

Hall, C.M., Scott, D. and Gössling, S. (2020), “Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for”, *Tourism Geographies*, doi: 10.1080/14616688.2020.1759131.

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

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

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

Morozov, M.M. (2018) “Information support of the management process in tourism”, *Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society*, 1, pp. 142-146.

Morozov, M.M. (2018), “Features of management of tourist systems in the digital economy”, *Tourism: law and economics*, 3, pp. 7-10.

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

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

Rostourism assessed the industry's losses from the suspension of inbound tourism [Online], available at: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2020/10/19/843803-rosturizm-otsenil-poteri-otrasli-ot-priostanovki-vezdnogo-turizma> (Accessed 12 October 2020).

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

Sigala, M. (2020), “Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research”, doi:10.1016/j.jbusres.2020.06.015, [Online], available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7290228/> (Accessed 12 October 2020).

The IMF has calculated the losses of the world economy due to the coronavirus pandemic [Online], available at:

<https://www.finversia.ru/news/markets/mvf-podschital-poteri-mirovoi-ekonomiki-iz-za-pandemii-koronavirusa-82982> (Accessed 12 October 2020).

The decline in the tourism industry will leave 3 million residents of the Russian Federation unemployed [Online], available at: https://www.ng.ru/economics/2020-11-12/1_8013_tourism.html (Accessed 12 November 2020).

Travel news: every fifth travel agency closed after the pandemic [Online], available at: <https://iz.ru/1063396/ekaterina-vinogradova/turnye-novosti-posle-pandemii-zakrylos-kazhdoe-piatoe-turisticheskoe-agentstvo> (Accessed 25 October 2020).

Zheng, Y., Goh, E. and Wen, J. (2020), "The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: A perspective article". *Anatolia*, 31 (2), pp. 337–340.

Данные об авторе

Морозов Михаил Михайлович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и культурного наследия

Information about the author

Morozov M. Mikhailovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Cultural Heritage