

УДК 338.48

## ВЛИЯНИЯ «COVID-19» НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА

*Рубцов В. А.<sup>1</sup>, Джумаев Б. А.<sup>2</sup>*

*<sup>1,2</sup>Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Российская Федерация  
E-mail: <sup>2</sup>bobur.djumaev@mail.ru*

Пандемия «COVID-19», начавшаяся в начале 2020 года охватила почти весь мир эпидемией заболеваемости. Она оказала огромное влияние на состояние и дальнейшее развитие практически всех сфер мирового хозяйства, в том числе и туризма. Такого тяжелого кризиса в туристском бизнесе не наблюдалось с начала XXI века. Связи с этим возникает необходимость научного изучения современного состояния туризма в кризисные времена. Научный подход и разработка рекомендаций и методологий являются актуальным решением многих задач по борьбе во времена циклического спада экономики. В статье были проанализированы влияние различного рода кризисных явлений, в том числе связанных с коронавирусной пандемией, на сферу туризма. В качестве оценки состояния рынка туризма и влияния на экономическую, политическую и социальную сферу был взят рынок туризма в Узбекистане. По оценкам состояния мирового рынка туризма и рынка туризма в Узбекистане были разработаны рекомендации по улучшению состояния туристской отрасли. Поддержка туристских предприятий с малыми потерями во время циклических застоев в экономике было предложено укреплять внутренний рынок туризма. Расширение возможностей развития территориально-рекреационных систем (ТРС) даст возможность не только пережить кризис в туристском бизнесе, но и увеличить потенциальные возможности, опыт и инфраструктуру рынка туризма в целом.

**Ключевые слова:** Covid-19, кризис на мировом рынке туризма, туризм в Узбекистане, туристско-рекреационная система, туристы, культурные впечатления.

### ВВЕДЕНИЕ

Туризм глобализируется в крупную мировую отрасль со среднегодовым темпом роста 4–5%, создает 8% мирового ВВП и 10% занятости населения [1]. Туризм — это глобальный бизнес. К 2020 г. число путешествующих достигнет около 1,6 млрд чел. А к 2030 и вообще может перевалить за 2 млрд [2].

Туристическая отрасль имеет ряд особенностей, одна из главных его характеристик состоит в том, что он является связующим звеном многих секторов экономики. По мере развития туристской отрасли в стране параллельно развиваются транспортная инфраструктура, улучшается телекоммуникационная система, все большее внимание со стороны правительства будет уделяться на экологическое состояние окружающей среды вблизи туристских предприятий и рекреационных зон, улучшению городской и коммунальной инфраструктуры, градостроительство и т. д.

Тем не менее рынок туризма также очень уязвим для кризисов различного происхождения, таких как стихийные бедствия, эпидемии, социально-экономические и политические кризисы, террористические акты, сопровождающие дестабилизацию обстановки внутри страны [3]. Такие кризисные явления способствуют полному или частичному разрушению экономики страны и многих секторов бизнеса. Одним из самых уязвимых к кризису относится туристическая отрасль и предприятия сферы услуг, связанные с ней.

Основа туристического бизнеса — это туристы (лица, посещающие страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных,

познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания [4]) и туристские продукты (комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристического путешествия) [5]. Поскольку туристические продукты нуждаются в постоянной модернизации в отличие от материальных производственных товаров (услуг), важное значение для потребителей (туристам) в процессе потребления товаров и услуг туристского характера имеет качества товаров и сервисных услуг, качественные показатели здорового образа жизни населения, соблюдение медико-санитарных правил установленных Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) во время турпоездки [6]. Поэтому важно постоянно привлекать новых туристов для поддержания и развития рынка туризма и туристских услуг.

Как показывает мировой опыт, кризисы не только неизбежны, но и в определенном смысле необходимы, поскольку они связаны не только с негативными явлениями и процессами — кризисы почти всегда открывают дополнительные возможности для дальнейшего роста и развития [7].

Covid-19 — это гуманитарный кризис в глобальном масштабе, продолжающий распространение по всему миру, подвергая систему здравоохранения беспрецедентному стрессу в битве за спасение жизни людей. Масштабы этой трагедии будут ухудшаться по мере распространения вируса в основном в странах с более открытыми границами и свободным перемещением людей, не доверие к медицине той или иной страны, не соблюдение медико-санитарных правил и т. д. [8].

### РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данные анализа ВОЗ показывает, что, не смотря на социально-экономическую, политическую развитость стран, именно в этих странах (США, Европа) наблюдается все большее распространение Covid-19 (рис. 1). Это связано с несогласием общества к изоляции и смены свободного образа жизни, игнорирование предупреждение правительств и организаций здравоохранения.

Ожидается, что последствия Covid-19 превзойдут все предыдущие мировые кризисы и приведут к сокращению мирового объема туризма на 39%. Прогнозируется возвращение индустрии туризма докризисному состоянию (2019 год) не раньше, чем к 2023 году [9].

По данным Всемирной туристской организации UNWTO — международный туризм сократился за первые 10 месяцев 2020 года более чем на 70%, до уровня 1990 года. Это связано с ограничениями на поездки, опасениями потребителей, с уменьшением доходов населения из-за изоляции для предотвращения массовых скоплений людей и глобальной борьбой за сдерживание коронавирусной инфекции [10]. Все это привело к тому, что данное кризисное явление стало самым худшим в истории сферы туризма, да и в мировой экономике в целом. Так, в 2020 году страны с развитой туристской индустрией приняли почти на 1 млрд меньше туристов, чем за аналогичный период 2019 года [11] (рис. 2.).

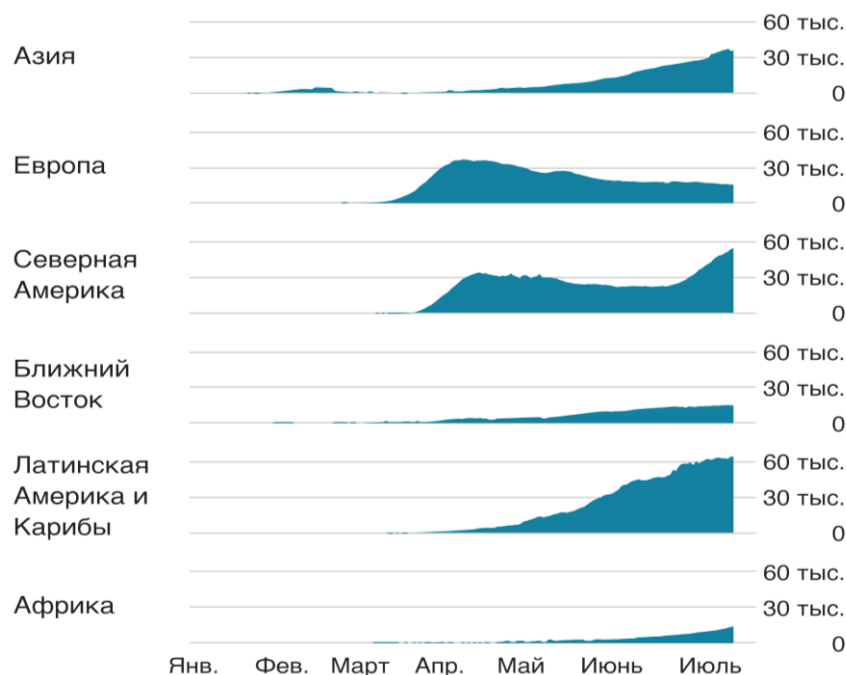


Рис. 1. Распространение Covid-19 в мире (по континентам) по январь–июль 2020 года.  
Источник: составлено по [10].

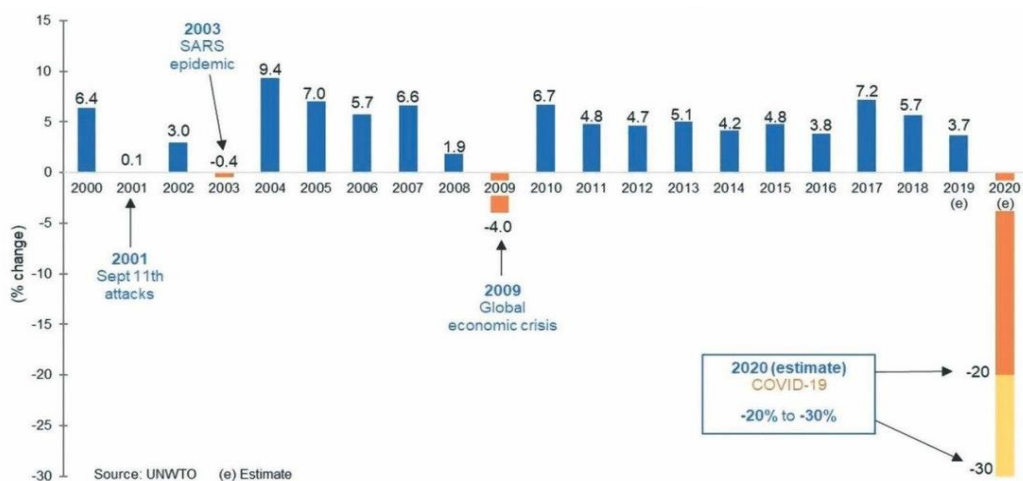


Рис. 2. Изменения количества международных туристских прибытий 2000–2020 гг.  
Источник: составлено по данным [10].

Туризм в Республике Узбекистан также пострадал от последствий принятых карантинных мер и ограничений по распространению коронавирусной инфекции Covid-19. Так, согласно статистическим данным Государственного Комитета

## ВЛИЯНИЯ «COVID-19» НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА

Республики Узбекистан по развитию туризма, в 2020 году число прибывших туристов в страну составило 1,5 млн человек, что в 4,5 раз меньше показателей 2019 года, число туристов которых составляло 6,7 млн [12] (рис. 3).

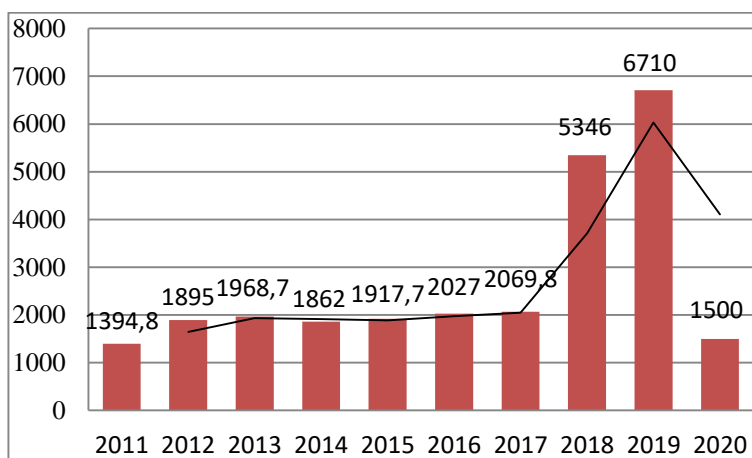


Рис. 3. Показатели количество прибывших туристов в Узбекистан в 2011–2020 г. (млн чел.).

Источник: составлено по данным [12].

Причиной тому явилось прекращение с марта 2020 года всех транспортных сообщений (авиа, железнодорожные, автотранспортные, речные и др.), являющегося катализатором распространения коронавирусной инфекции Covid-19.

Учитывая прибыль от международного туризма в Узбекистане в 2019 году порядка 1,3 млрд долл. США, в 2020 году этот показатель снизился на 498%, составив 261 млн долларов США. (рис. 4.).

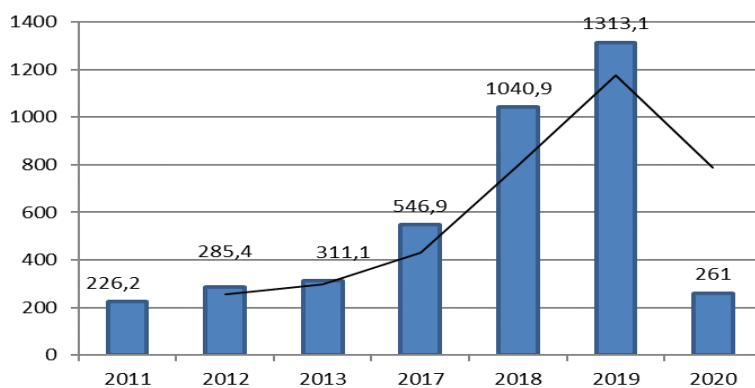


Рис.4. Экспорт туристических услуг в период 2011–2019 гг., млн долл. США.

Источник: составлено по данным [12].

Туризм в Республике Узбекистан рассматривается в качестве приоритетного сектора в структуре национальной экономики и одного из основных факторов регионального развития. В республике с эффективным функционированием сферы туризма связывается решение важнейших социально-экономических задач, таких как рост трудовой занятости и повышение уровня качества жизни населения, диверсификация региональной экономики, повышение инвестиционной привлекательности региона, улучшение экологической ситуации и оптимизация процесса природопользования и ряд других. В свете современной экономической ситуации все большую актуальность приобретает вопрос развития туризма как элемента экономической системы в целях наиболее полного и эффективного использования туристского потенциала страны с учетом сложившихся в настоящее время благоприятных условий для развития туристской сферы.

Туризм в Узбекистане относительно новая экономическая сфера деятельности, ее активное развитие началось с 2017 года. С приходом к власти Президента Ш. М. Мирзиёева начались кардинальные перемены в экономике и в обществе в целом. Мировая интеграция экономики Узбекистана способствовала активному росту, большинство хозяйствующих субъектов страны, которым необходима либеральное проведение государственной политики и активное сотрудничество со всеми странами. Так и туризм в стране начал трансформироваться в отдельную отрасль экономики, и преобразования в структуре начались с Постановления Президента Республики Узбекистан Ш. М. Мирзиёева от 02.12.2016, № ПП-2666 «Об организации деятельности Государственного Комитета Республики Узбекистан по развитию туризма». До создания комитета в стране координационную деятельность осуществляла Национальная компания «Узбектуризм» [13].

В сравнении с другими отраслями экономики, сектор туризма в Узбекистане впервые испытал на себе подобного рода кризиса. Выше упомянутые анализы статистических данных явное тому доказательство.

Так как туристские продукты не являются первой необходимостью потребительских товаров (услуг), во время пандемии и кризисных явлений может быть отложено до улучшения ситуации. При этом необходима всесторонняя поддержка правительства для поддержания туристской сферы до выхода из кризисной ситуации. Как и многие страны, Правительство Узбекистана принимает меры по борьбе с пандемии Covid-19. Одним из важных шагов является Указ Президента Республики Узбекистан Ш. Мирзиёева от 28 мая 2020 года № УП-6002 «О неотложных мерах поддержки сферы туризма» для снижения негативного воздействия коронавирусной пандемии». На основании Указа в периоды с 1 июня 2020 года в туристском секторе и связанных с ней отраслями ставки налога на прибыль были снижены на 50% от установленных ставок. Перенаправление рынка туристических услуг на развитие внутреннего туризма в Указе подразумевает выделение регионов на «зеленую», «жёлтую» и «красную» зоны, где зеленая зона — наименее пострадавшая от коронавирусной инфекции в отличие от желтых и красных зон. В стране разрешается совершать внутренние турпоездки только в зеленых зонах при строгом соблюдении установленных санитарно-гигиенических норм и масочно-перчаточного режима [14].

Стоит отметить создание антикризисного фонда при Министерстве Финансов и выделение из Государственного бюджета 20 млрд сумм (около 2 млн долл. США) предоставлялись дополнительная поддержка предприятиям туристической деятельности, оказавшихся на грани банкротства из-за возникшей ситуации с коронавирусом.

Учитывая пики туристического сезона в Узбекистане в среднем с апреля по сентябрь 2020 г., пик заражения пришелся именно на высокий сезон туристической активности. Анализ данных показал эффективность перенаправления туристского рынка на внутренний туризм, даёт определенного рода стимулирование и поддержку предприятий туристической отрасли. Вероятней всего внутреннего турпотока будут составлять тристы в пенсионном возрасте, которые имеют больше свободного времени и стабильную социальную поддержку.

В виду достаточно внушительных потерь туристическую отрасль в Узбекистане необходимо восстановить в соответствии с требованиями, возникшими в условиях борьбы с пандемии Covid-19. Так, многие страны начали внедрять разработанные инновационные технологии в туризме и смежных сферах, прежде всего на транспорте, где происходит скопление больших масс людей. В частности, Испания одной из первых разработала и утвердила на государственном уровне новые санитарные протоколы для туристской сферы [15]. Власти России и Китая испытывают технологию распознавание лица — «Findface» (лицевая биометрия, устанавливаются на местах с большим скоплением людей, с помощью нейросети выявляются зараженные вирусным заболеванием). Данную систему испытали впервые Китай и на сегодняшний день эта технология является самым эффективным способом выявления инфицированных коронавирусом [16].

Так как индустрия туризма в целом первым почувствовала такого рода кризисного явления, с закрытием границ, изоляцией, отменой крупномасштабных мероприятий, и все эти ограничения ещё долгое время будут влиять на восстановления сферы туризма и примыкающим к ней отраслей, в будущем независимо от сценария в сфере туризма будет наблюдаться резкое и долгосрочное сокращение расходов, поскольку виртуальные встречи и онлайн системы начали преобладать.

Большинство Государств предлагали и предлагают финансовые пакеты (например, налоговые каникулы, кредитные возможности, поддержку занятости), чтобы пережить кризисное время. Тем не менее, этот период также можно рассматривать как возможность исправить выявившиеся структурные проблемы в туристской отрасли и в других отраслях хозяйствования [17].

В реализации мер по стимулированию туристской отрасли в будущем стоит сделать определенный упор на развития территориально-рекреационные системы (ТРС), так как в будущем путешествующие будут предпочитать отдыхать местах отдаленных от густонаселенных и загрязненных городов в поисках необычных природных зон для впечатления и восстановления здоровья. развивать рынок внутреннего туризма развивая ТРС, с помощью GIS технологии, с переходом на внешний, международный уровень. ТРС — географический объект особого рода. Она характеризуется территориальной упорядоченностью объектов, их плотностью,

размещением и прочими свойствами. Выступая собственно ресурсом и носителем различных ресурсов, территория приобретает социально-экономическую составляющую [18]. ТРС (рис. 5.) представляет собой систему взаимодействий между ландшафтной, производственной и социальной сферами [19].

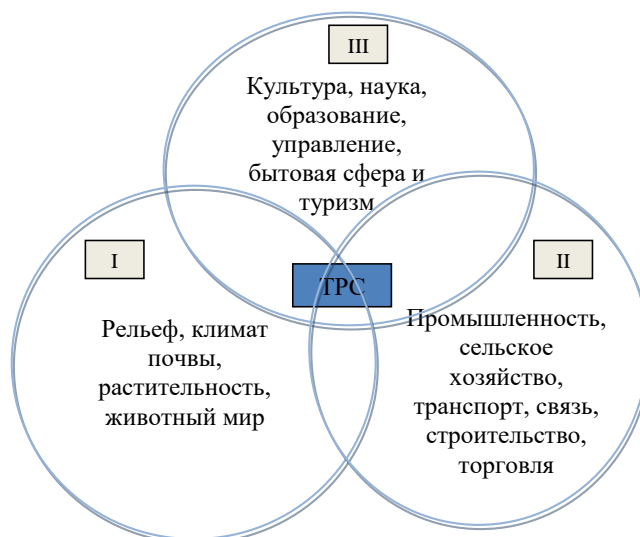


Рис. 5. Система взаимодействия (I-ландшафтной, II-материальной и III-непроизводственной) сфер жизнедеятельности общества, определяющих местоположение ТРС.

Источник: [19].

Безусловно, развития ТРС на территории имеет комплексный характер, который включает процесс пропорциональной направленности между хозяйственными и социальными элементами, эффективностью использования рекреационных ресурсов и полного удовлетворения социальных потребностей населения. Основными центрами, генерирующими и принимающими туристские потоки, являются социально-экономически развитые центры с высокой долей объектов инфраструктуры. Периферийные районы отличаются затрудненной транспортной доступностью и практически отсутствием комфортных средств размещения. Подробное изучение ТРС позволяет подойти к их рациональной организации. Взаимное расположение территориальных систем дает возможность выделить целостное сочетание элементов природного, культурного, социального, экономического характера — туристско-рекреационные районы.

## ВЫВОДЫ

В заключении необходимо подчеркнуть о серьезности кризиса Covid-19 и тот факт, что многие эксперты и ученые придерживаются мнению долгого

восстановления туристской отрасли. В будущем существуют разные примеры того, как будет восстанавливаться отрасль:

- мировые стандарты для путешествия будут ужесточены однозначно, что приведет к уменьшению въездного туризма;
- туроператоры будут сокращаться, переходить на удаленную работу, но и их место будут занимать роботы на местах совершения турпоездки.

Следовательно, правительству стран с развитой туристической сферой необходимо:

- устанавливать тесные взаимоотношения с туристскими предприятиями по оказанию содействия развития отрасли;
- созданием фондов на базе Правительства стимулирующих внутренний рынок туризма;
- оптимизация налоговых сборов с установлением долгосрочных налоговых льгот;
- субсидирование туристско-рекреационных зон с привлечением научных специалистов по выявлению территорий с помощью современных технологий и организации социально-экономического пространства на базе рекреационных территорий;
- составлять долгосрочные планы управляющими структурами по повышению устойчивости туристического рынка сопутствующих в будущем мировых кризисов и т. д.

### Список литературы

1. Ларионов В. А. Развитие мировой туристической индустрии: тенденции и инновационная практика // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 114–118.
2. Ширихина Е. Ю. Кластерный подход в туризме // Проблемы современной экономики. 2012. № 1 (41). С. 361–362.
3. Wang Y.-S. The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand. *Tourism management*. 2009. pp. 75–82.
4. Глоссарий. «World Tourism Organization. Understanding Tourism: Basic Glossary». Всемирная туристская организация UNWTO. Мадрид, 2019.
5. Веткин В. А., Винтайкина В. Е. Технология создания массового турпродукта. М.: Ruscience, 2016. 247 с.
6. Всемирная организация здравоохранения (В. Sadrizadeh, «Пятьдесят восьмая сессия Всемирной ассамблеи здравоохранения А58/55»). Исламская Республика Иран, 23.05.2005.
7. Логунцова И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. С. 50–67.
8. Тедрос Аданом Гебреисус. Всемирная организация здравоохранения. Interviewee. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) — брифинг по COVID-19. [интервью]. 15.03.2021.
9. Tourism Economics (2020) Total Travel Industry Impact [Electronic resource]. URL: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research> (reference date: 07.04.2021).
10. United Nations World Tourism Organization (2020) International Tourism Highlights. [Electronic resource]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/> (reference date: 07.04.2021).
11. COMCEC (2019). Tourism Outlook. 2019. [Electronic resource]. URL: [http://ebook.comcec.org/Kutuphane/Icerik/Yayinlar/Genel\\_Gorunum/Turizm/Outlook-2018/files/assets/basic-html/page-1.html#](http://ebook.comcec.org/Kutuphane/Icerik/Yayinlar/Genel_Gorunum/Turizm/Outlook-2018/files/assets/basic-html/page-1.html#) (reference date: 07.04.2021).



12. Государственный Комитет по развитию туризма Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://uzbektourism.uz/ru/research> (дата обращения: 07.04.2021).
13. Рубцов В. А., Джумаев Б.А., Биктимиров Н.М. Анализ современного состояния развития туризма в Республики Узбекистан. IV Всероссийский форум «Экономика в меняющемся мире», Казань, 2020.
14. Указ Президента Республики Узбекистан Ш.Мирзиёева от 28 мая 2020 года № УП-6002 «О неотложных мерах поддержки сферы туризма» для снижения негативного воздействия коронавирусной пандемии». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lex.uz/ru/docs/4831122>. (дата обращения: 23 март 2021).
15. Alrawadieh Z., Guttentag D., Cifci M., Cetin G. Budget and midrange hotel managers' perceptions of and responses to Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2020. С. 401–405.
16. Распознавания коронавируса: как лицевая биометрия помогает в борьбе с пандемией [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://findface.pro/blog/raspoznvanie-koronavirusa/> (дата обращения: 28.03.2021).
17. Seraphin H., Gowreesunkar V.G., Platania M. Examining the Relationship between Residents' Level of Happiness and Supportiveness to Tourism Events: Winchester (UK) as a Case Study. *Journal of Tourismology*. 2019. no. 5 (2). pp. 93–112.
18. Машбиц Я. Г. Основы страноведения: конспект для учителя, Москва: Просвещение, 1999. 268 с.
19. Шабалина С. А., Рубцов В. А., Байбаков Б. И. Территориальные аспекты развития туризма в Республики Татарстан, Казань: Отечество, 2014. 160 с.

## **INFLUENCE OF “COVID-19” ON THE TOURISM INDUSTRY**

*Rubtsov V. A.<sup>1</sup>, Djumaev B. A.<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>*Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation*  
*E-mail: <sup>2</sup>bobur.djumaev@mail.ru*

The coronavirus pandemic “Covid-19”, which began in early 2020, has swept almost the entire world with an epidemic of morbidity. It had a tremendous impact on the state and further development of almost all spheres of the world economy, including tourism. Such a severe crisis in the tourism business has not been observed since the beginning of the XXI century. In connection with this, there is a study from a scientific point of view about the modern state and analysis in times of crisis. Since the scientific approach and the development of recommendations and methodologies are an urgent solution to many of the problem of fighting in times of cyclical economic downturn. So, the article analyzed the impact of various kinds of crisis phenomena and how the latest crisis associated with the coronavirus pandemic affected the world tourism market. The tourism market in Uzbekistan was taken as an assessment of the state of the tourism market and the impact on the economic, political and social sphere. According to assessments of the state of the world tourism market and the market of Uzbekistan, recommendations were developed to improve the state of the tourism industry. Support for tourism enterprises with low losses during cyclical stagnation in the economy, it was proposed to strengthen the domestic tourism market. As a complement to the expansion of opportunities for the development of “Territorial and Recreational Systems” (TRS), it will give an even greater opportunity not only to survive the crisis in the tourism business, but also to increase the potential, experience and infrastructure of the tourism market as a whole.

*Keywords:* coronavirus pandemic Covid-19, crisis in the global tourism market, tourism in Uzbekistan, TRS systems, travel, natural and cultural experiences.

## References

1. Larionov V. A. Razvitiye mirovoj turindustrii: tendentsii i innovatsionnaya praktika. Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta (RINH). 2017. no. 3 (59). pp. 114–118 (in Russian).
2. Shirihina, E. Yu. Klasternyj podhod v turizme. E. YU. SHirihina. Problemy sovremennoj ekonomiki. 2012. no. 1 (41). pp. 361–362 (in Russian).
3. Wang Y.-S. The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan`s international inbound tourism demand. Tourism management. 2009. pp. 75–82.
4. Glossarij. “World Tourism Organization. Understanding Tourism: Basic Glossary”. Vsemirnaya turistskaya organizaciya UNWTO. Madrid, 2019.
5. Vetkin V. A., Vintajkina V. E. Tekhnologiya sozdaniya massovogo turprodukta. M.: Ruscience, 2016. 247 p (in Russian).
6. Vsemirnaya organizaciya zdorovohraneniya (B. Sadrizadeh, “Pyat'desyat vos'maya sessiya Vsemirnoj assamblei zdorovohraneniya A58/55”. Islamskaya Respublika Iran, 23.05.2005 (in Russian).
7. Loguncova I. V. Industriya turizma v usloviyah pandemii koronavirusa: vyzovy i perspektivy. Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyj vestnik. 2020. no. 80. pp. 50–67 (in Russian).
8. Tedros Adanom Gebreisu. Vsemirnaya organizaciya zdorovohraneniya. Interviewee. Vsemirnaya organizaciya zdorovohraneniya (VOZ) — brifing po COVID-19. [interv'yu]. 15.03.2021.
9. Tourism Economics (2020) Total Travel Industry Impact [Electronic resource]. URL: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research> (reference date: 07.04.2021).
10. United Nations World Tourism Organization (2020) International Tourism Highlights. [Electronic resource]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/> (reference date: 07.04.2021).
11. COMCEC (2019). Tourism Outlook. 2019. [Electronic resource]. URL: [http://ebook.comcec.org/Kutuphane/Icerik/Yayinlar/Genel\\_Gorunum/Turizm/Outlook-2018/files/assets/basic-html/page-1.html#](http://ebook.comcec.org/Kutuphane/Icerik/Yayinlar/Genel_Gorunum/Turizm/Outlook-2018/files/assets/basic-html/page-1.html#) (reference date: 07.04.2021).
12. Gosudarstvennyj Komitet po razvitiyu Respubliki Uzbekistan [Electronic resource]. URL: <https://uzbektourism.uz/ru/research> (reference date: 07.04.2021).
13. Rubcov V. A., Dzhumaev B. A., Biktimirov N.M. Analiz sovremennogo sostoyaniya razvitiya turizma v Respubliki Uzbekistan. IV Vserossijskij forum «Ekonomika v menyayushchemsya mire», Kazan', 2020 (in Russian).
14. Ukaz Prezidenta Respubliki Uzbekistan SH.Mirziyoeva ot 28 maya 2020 goda no. UP-6002 “O neotlozhnyh merah podderzhki sfery turizma” dlya snizheniya negativnogo vozdejstviya koronavirusnoj pandemii», «www.lex.uz,» 28 maj 2020. [Electronic resource]. URL: <https://lex.uz/ru/docs/4831122>. (reference date: 23 mart 2021).
15. Alrawadieh Z., Guttentag D., Cifci M., Cetin G. Budget and midrange hotel managers' perceptions of and responses to Airbnb. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2020. pp. 401–405.
16. Raspoznavaniya koronavirusa: kak licevaya biometriya pomogaet v bor'be s pandemiej [Electronic resource]. URL: <https://findface.pro/blog/raspoznavanie-koronavirusa/> (reference date: 28.03.2021).
17. Seraphin H., Gowreesunkar V. G., Platania M. Examining the Relationship between Residents' Level of Happiness and Supportiveness to Tourism Events: Winchester (UK) as a Case Study. Journal of Tourismology. 2019. no. 5 (2). pp. 93–112.
18. Mashchbic YA. G. Osnovy stranovedeniya: konspekt dlya uchitelya, Moskva: Prosveshchenie, 1999. 268 p. (in Russian).
19. SHabalina S. A., Rubcov V. A., Bajbakov B. I. Territorial'nye aspekty razvitiya turizma v Respubliki Tatarstan, Kazan': Otechestvo, 2014. 160 p. (in Russian).

*Поступила в редакцию 22.04.2021*