

EDN: WWHQAT

УДК 338.48:379.85-053.81:616-036.21

ASSESSING ON THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON YOUNG TRAVELERS

Thi Phuong Thao Mong^{*1}, Tatyana Yu. Anopchenko²

¹Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

²Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

Received 09.12.2024, approved after reviewing 19.12.2024, accepted 13.01.2025

Abstract. The coronavirus pandemic has led to a sharp decline in global tourism. However, since it is believed that young people will travel more during the pandemic, this study aims to investigate potential effects of the illness on the youth tourism industry. An online survey was used to gather information from 134 youth in the Rostov area of Russia. Principal components analysis, which was used to examine the data, revealed that travel attitudes, preferences, and health safety were the two separate components that contributed to the participants' travel behavior during the Covid-19 crisis. Overall, the study discovered that attitudes, behaviors, and concerns about health and safety related to travel were mostly unaffected by the crisis. Furthermore, the pandemic had a stronger effect on safety and hygiene than it did on the attitudes and preferences of male participants about travel. Furthermore, the attitudes of older respondents were more rigid with regard to safety, hygiene, and travel preferences. Even with the pandemic's harm, the study suggests that youth travel may have a better future if the correct safety and health precautions are taken.

Keywords: Covid-19, tourism services, youth tourism, world tourism, development of youth tourism.

Citation: Mong Thi Phuong Thao, Anopchenko, T. Yu. (2025). Assessing on the impact of the Covid-19 pandemic on young travelers. In: Trade, service, food industry. Vol. 5(1). Pp. 25–34. EDN: WWHQAT



ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ

Тхи Фьонг Тхао Монг^{*1}, Татьяна Юрьевна Анопченко²

¹Донской государственный технический университет,

Ростов-на-Дону, Российская Федерация

²Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,

Москва, Российская Федерация

Аннотация. Пандемия Covid-19 привела к резкому падению мирового туризма. Тем не менее, поскольку считается, что во время пандемии будут больше путешествовать молодые люди, целью данного исследования стало изучение того, как эта болезнь может повлиять на рынок молодежного туризма. Опрос был проведен среди 134 молодых людей Ростовской области России методом онлайн-опроса. Собранные данные проанализированы с использованием метода основных компонентов, который показал, что влияние кризиса Covid-19 на поведение участников в поездках можно разделить на два отдельных компонента: отношение к путешествию (предпочтения) и гигиеническую безопасность. В целом исследование подтвердило, что

кризис практически не повлиял на отношение к путешествиям, поведение, а также проблемы здоровья и безопасности, связанные с поездками. Кроме того, установлено, что пандемия меньше повлияла на отношение участников-мужчин к поездкам, но больше – на гигиену и безопасность, причем респонденты старшего возраста придерживались более строгого отношения как к гигиене и безопасности, так и предпочтениям в путешествиях. Несмотря на ущерб, нанесенный пандемией, выявлены оптимистичные перспективы молодежного туризма, если будут приняты соответствующие меры гигиены и безопасности.

Ключевые слова: Covid-19, туристические услуги, молодежный туризм, мировой туризм, развитие молодежного туризма.

Цитирование: Тхи Фыонг Тхао Монг. Оценка влияния пандемии Covid-19 на молодежный туризм / Тхи Фыонг Тхао Монг, Т. Ю. Анопченко // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2025. – № 5(1). – С. 25–34. – EDN: WWHQAT



Введение / Introduction. Коронавирус, возникший в Ухане / Китае, быстро превратился в пандемию, объявленную во всем мире 11 марта 2020 г. [1, 2]. Стремясь замедлить рост распространения вируса, правительства принимают ряд ограничительных мер. Кризис Covid-19 останавливает поездки, вызывая огромные потери рабочих мест и доходов [3–5]. Сокращения передвижений нанесло ущерб международному и национальному туризму: фестивали, встречи, мероприятия и другие общественные собрания отменены или отложены [5]. Были временно закрыты предприятия сферы услуг, такие как гостиницы, рестораны, транспорт, в местах, которые во многом зависят от туризма [6]. По данным ЮНВТО [7–9] в 2020 г. иностранных посетителей предполагалось меньше на 72%. Несмотря на успешную разработку вакцин, социальное дистанцирование, самоизоляция, ограничения или даже изоляция строго соблюдались во всем мире [10].

Ученые, изучающие туризм в настоящее время, сосредоточились на достижениях, которые отражают видение отрасли в период после Covid-19. Поэтому говорят, что для туризма необходимы новые нормы и процедуры, ориентированные на общественное здоровье и безопасность, а не возвращение к тому, как все делалось в прошлом [1, 11]. Чтобы создать более устойчивый туристический сектор, нужна возможность для внедрения новых правил устойчивого развития [1, 5]. Именно благодаря этой трансформации туристическая экономика может стать более устойчивой, принимая более жесткие правила. И. Ательевич [1] рассматривает мотивы, такие как самосознание, и поддерживает идею трансформационного пути, отражающего смысл и цель человека. Путешествия, основанные на впечатлениях, характеризуются изменениями в саморефлексии и развитии, а также взаимодействием с природой и культурой [12]. Считается, что устойчивому туризму способствует внедрение мелкомасштабных поездок, поэтому важно оценивать молодежный туризм в рамках и опыта, и преобразований.

Молодежный туризм формируется благодаря студентам, учителям языков, волонтерам, туристам и «цифровым кочевникам». Всемирная туристическая конфедерация молодежи, студентов и образовательных учреждений (WYSE) сообщает, что 23% туристов из-за границы моложе тридцати лет. При этом в 2019 г. молодежный туристический рынок принес организации почти 330 миллиардов долларов дохода [13]. Пандемия уменьшила молодежный туристический сектор в 2020 г., как и все туристические отрасли. С другой стороны, резонно предположить, что молодежь будет возглавлять туристические движения [3]. Поэтому путешественники, принадлежащие к

среднему классу, молодые, не состоящие в браке и опытные, с большей вероятностью приспособятся к текущей ситуации [14].

Согласно исследованию WYSE, компании, предоставляющие такие продукты, как волонтерские и образовательные поездки, кемпинги и уроки языка, обычно оптимистично относятся к эпидемиям [13, 15, 16]. Путешествия вдохновляют и мотивируют молодых людей. Более того, несколько компаний демонстрируют, что кризис может принести пользу молодежному туризму: активность волонтерства и кемпингов, вероятно, возрастет. Таким образом, ожидается, что молодые туристы будут меньше затронуты пандемией. Возможно, волонтерство и отдых на природе будут развиваться одновременно [17], поэтому молодые путешественники должны меньше подвергаться воздействию пандемии Covid-19. Это служит основой для изучения влияния проблемы Covid-19 на молодежную туристическую индустрию.

С целью изучения влияния коронавируса на молодежный рынок 134 молодых человека Ростовской области приняли участие в опросе ВК-онлайн в рамках исследования, результаты которого должны пополнить наши знания о молодежном туризме и влиянии на него кризиса Covid-19. В исследовании также будут представлены идеи для туристических предприятий и политиков, ориентированных на молодежный рынок.

Материалы и методы / Materials and Methods. WYSE классифицирует молодежный туризм как вид, включающий независимых путешественников (молодых не сопровождает родитель или опекун) на период менее одного года. При этом у людей есть мотивация для такого путешествия, желание познакомиться с новой культурой, приобрести новые знания и возможности (формальные или неформальные) в неизвестном месте, отличном от обычной рутинной жизни.

При внимательном рассмотрении очевидно, что до вступления в брак или создания семьи молодые люди часто путешествуют в одиночку или группами [8]. В результате это устраняет сезонность путешествий в целом, популярность молодежного туризма растет и привлекает интерес туристических мест и туристических компаний. Молодые люди часто путешествуют с целью, отличной от отдыха и развлечений, например, для исследования и/или трудоустройства [7]. Это туристы, которые заинтересованы в приключениях, у них меньше обязанностей перед семьей они не ищут особого комфорта и поэтому им легче быть удовлетворенными. Кроме того, молодые люди редко отказываются путешествовать, несмотря на политические кризисы, болезни и стихийные бедствия. Они чувствуют себя пионерами, открывающими новые и интригующие места, и не только получают культурную выгоду от путешествий, но и играют большую роль в развитии мест, которые посещают [7, 18].

Пандемия Covid-19 оказала серьезное негативное влияние на молодежный туризм, а также на другие отрасли, связанные с туризмом. Доступно немного публикаций, посвященных молодежному туризму, несмотря на то, что некоторые исследования в области социальных наук [17, 19] изучают трудности, с которыми сталкивается молодежь во времена кризиса. Г. Ричардс и В. Моррилл [20], например, рассмотрели предприятия молодежного туризма в свете развивающейся пандемии. Эти результаты показывают, что, хотя в туристической отрасли в целом существуют некоторые проблемы, молодой туризм сталкивается с еще и с рядом уникальных трудностей. Например, правила социального дистанцирования снижают заполняемость помещений с числом от четырех до двенадцати человек или крупных общественных мест. Однако Ричардс и Моррилл обнаружили, что сектор молодежного туризма может реагировать более творчески, то есть предложить некоторое смягчение последствий, хотя свобода действий по-прежнему ограничена. Таким образом, в свете проблемы

Covid-19, это исследование показало, как изменилось отношение к туризму и поведение молодых людей.

Для проведения онлайн-опроса с целью выяснить, как эпидемия Covid-19 повлияла на поведение участников в сфере молодежного туризма, использовали социальную сеть «ВКонтакте». На платформе собираются многочисленные молодые путешественники, которые участвуют в туристических мероприятиях, таких как пешие походы, железнодорожные поездки и волонтерство, а также обмениваются опытом и целями путешествий.

Данные были собраны исследователем в августе и октябре 2023 года с помощью онлайн-опросников. Поведенческие последствия проблемы Covid-19 в туризме определены с использованием шкалы воздействия, созданной З. Веном с соавт. [21] после эпидемии атипичной пневмонии в Китае. Одиннадцать пунктов этого показателя разделены на две категории: «отношение и поведение туристов», «гигиена и безопасность». Вопросы оценивали по пятибалльной шкале Лайкерта: один балл означает полностью несогласие, два балла означают несогласие, три балла означают ни полное согласие, ни несогласие, четыре балла означают полное согласие. В анкету также включены вопросы о возрасте, поле, семейном положении, уровне образования и цели поездки. Электронные формы, собранные методом простой случайной выборки, были заполнены 134 участниками. Для опроса респондентов об основных мотивах их путешествий использовали масштаб рынка молодежного туризма Всемирной туристской организации [7].

Перед анализом данные были оценены. Установлено, что в анкетах нет недостающих данных. Затем были использованы стандартизированные z-показатели для анализа выбросов. Согласно Р. А. Джонсону и Д. В. Вичерну [22, 23], значения в пределах 3,0 стандартных отклонений от среднего значения считались выбросами. Наконец, были исследованы нормальное распределение, а также значения асимметрии и эксцесса для 134 опросов. По данным К. П. Баланды и Х. Л. Макгилливрея [24], значения эксцесса и асимметрии набора данных находились в диапазоне $-/+2$, что указывает на нормально распределенный набор данных.

Для обеспечения достоверности анализа данных проведен анализ основных компонентов. Значение Кайзера-Мейера-Олкина, равное 0,893, было удовлетворительным в тесте размера выборки [25, 26]. Критерий Бартлетта ($p = 0,000$) использовался для определения наличия статистически значимых связей между переменными. Кроме того, в качестве метода ротации факторов исследователь выбрал вращение Varimax.

Цель исследования состояла также в том, чтобы выяснить, как влияние пандемии на поведение путешественников связано с демографическими характеристиками. Влияние кризиса на туристическое поведение оценивалось с помощью T-теста и корреляционного теста Пирсона. Программное обеспечение SPSS 20 было использовано для проверки собранных данных.

Полученные результаты и их обсуждение / Results and Discussion. Первым шагом в исследовании было подробное изучение демографических данных участников. Возраст респондентов варьируется от 18 до 37 лет (средний составляет 26,7 лет), при этом 57% идентифицированы как женщины. Почти все они не состоят в браке (92,5%) и имеют высшее образование (табл. 1).

Таблица 1. Демографические переменные онлайн-интервьюируемых
Table 1. Demographic variables of online interviewees

Переменная (n = 134)	Медиана (Mean)	n	%
Возраст (от 18 до 37)	26.7		
Пол			
Женский		77	57,1
Мужской		57	42,9
Семейное положение			
Одинокий		124	92,5
Женат / замужем		10	7,5
Уровень образования			
Средняя школа / эквивалент или более низкий уровень		19	13,5
Выпускник университета (ассоциированная степень и бакалавриат)		90	67,7
Аспирант		25	18,8
Причины для путешествия			
Исследование новых мест / культур		86	64,7
Удовольствие и расслабление		30	22,6
Обучение за рубежом		4	3,0
В гостях у друзей и родственников		9	6,0
Работа за границей		5	3,8

Анализ главных компонентов использован для проверки достоверности структуры шкалы. Важно помнить, что при проведении анализа факторная нагрузка должна быть равна или превышать 0,30 [23]. Поскольку были сопутствующие факторные нагрузки, элементы с факторными нагрузками менее 0,10 по нескольким параметрам не были включены в анализ [18]. Согласно стандартам надежности при выборе пунктов оценивали значения корреляции всех пунктов, которые должны были быть больше 0,30 [27]. В анализ не были включены элементы, не соответствующие указанным критериям. Пункты «отношение к путешествию и предпочтения» и фактор «гигиена и безопасность» были удалены из исходной шкалы. Впоследствии была достигнута структура из 11 пунктов с 2 факторами. Объясненная степень дисперсии составляет 73,447% а собственное значение – (Eigenvalue) 1,078, что является удовлетворительным уровнем [28].

В табл. 2 показан общий средний балл респондентов, согласных с утверждениями о том, как проблема Covid-19 повлияла на отношение к путешествиям и предпочтения (4,04). Иными словами, пандемия оказала заметное влияние на взгляды и предпочтения респондентов. Тем не менее, средний процент ответов тех, кто согласился с утверждениями о том, как коронавирусная болезнь влияет на меры гигиены и безопасности, составляет 3,77. В этом контексте респонденты больше страдают от заболевания в части отношения к путешествиям и предпочтений.

Таблица 2. Результаты анализа главных компонент
Table 2. Principal component analysis results

Элемент	Медиана (Mean)	Стандартное отклонение	Корреляция элемент – итого	Загрузка фактора
Гигиена и безопасность (HS) ($\alpha = 0.900$)	3,77			
После Covid-19 меня больше волнуют гигиена и безопасность средств передвижения	3,78	0,750	0,803	0,804
После пандемии Covid-19 я буду очень беспокоиться о безопасности и гигиене мест назначения	3,69	0,843	0,817	0,808
Я больше забочусь о гигиене и безопасности необходимых вещей во время путешествий после Covid-19	3,76	0,806	0,720	0,782
Меня больше волнует здоровье товарищей после Covid-19	3,83	0,954	0,758	0,835
Я буду держаться подальше от мест, затронутых Covid-19	3,80	0,874	0,684	0,766
Отношение к путешествиям и предпочтения (ТАР) ($\alpha = 0.938$)	4,04			
Я резко сокращу свои планы поездок на следующий год	4,00	0,870	0,833	0,843
Я воздержусь от поездок в оживленные и большие города после Covid-19	4,00	0,888	0,872	0,886
Я предпочитаю раздельное питание во время групповой поездки	4,02	0,933	0,784	0,823
Я думаю, что из-за Covid-19 путешествовать будет опасно	4,02	0,921	0,807	0,821
Я предпочитаю путешествовать с членами семьи и родственниками после Covid-19	4,08	0,789	0,807	0,825
Я уменьшу продолжительность поездок после Covid-19	4,13	0,783	0,809	0,792

В этом исследовании было изучено влияние кризиса Covid-19 на респондентов и демографические переменные. Результаты Т-теста были использованы для выявления последствий кризиса в соответствии с гендерной переменной, представленной в табл. 3 и на рис. 1. По результатам анализа ясно, что гендерная переменная имеет статистически значимый результат как по параметру «гигиена и безопасность», так и по «отношениям и предпочтениям в путешествии» ($p < 0,05$). Молодые женщины больше пострадали от кризиса Covid-19 по сравнению с мужчинами с точки зрения отношения к поездкам и предпочтений, тогда как в вопросах гигиены и безопасности кризис больше повлиял на респондентов-мужчин.

Таблица 3. Последствия пандемии Covid-19 в разбивке по полу
Table 3. Consequences of the Covid-19 pandemic by gender

Фактор	Пол	N	Медиана (Mean)	Стандартное отклонение	p
Гигиена и безопасность (HS)	Женский	77	3,53	0,62	0,00
	Мужской	57	4,09	0,69	
Отношение к путешествиям и предпочтения (TAP)	Женский	77	4,29	0,78	0,00
	Мужской	57	3,69	0,63	

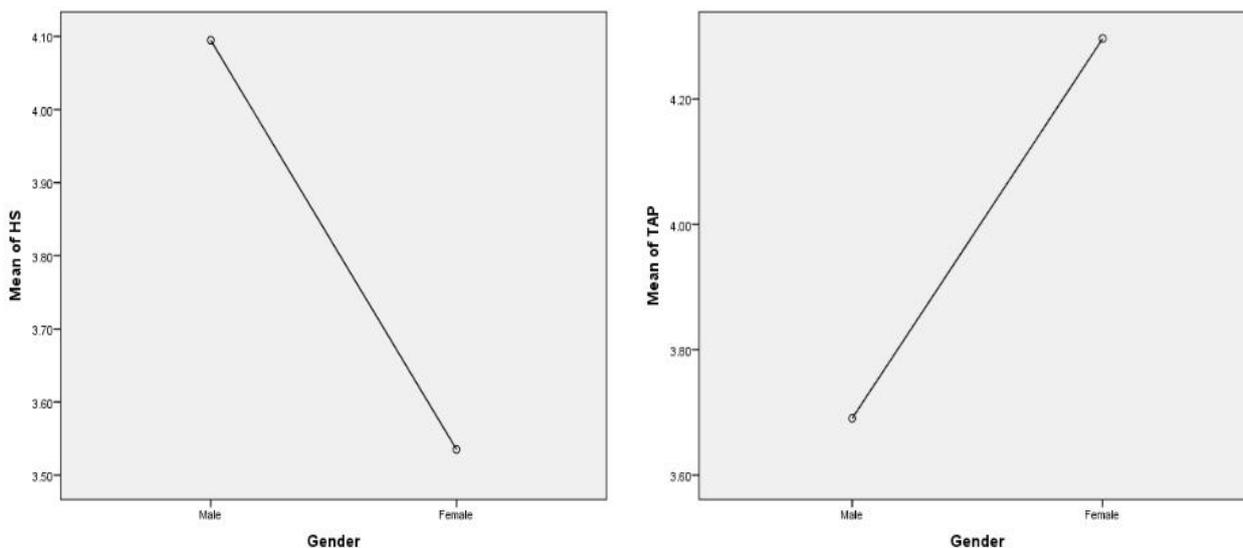


Рисунок 1. Последствия пандемии Covid-19 в разбивке по полу
(Gender: пол; Female: женский; Male: мужской)

Figure 1. Consequences of the Covid-19 pandemic by gender

Связь между возрастом респондентов и последствиями пандемии Covid-19 была обнаружена с помощью корреляционного анализа (табл. 4). Выводы анализа показали, что существует значительная и положительная корреляция ($p < 0,05$) между возрастной переменной и обоими факторами. Следовательно, отношение респондентов к «гигиене, безопасности» и «отношению к путешествиям, предпочтениям» оказалось тем более строгим, чем старше они были.

Таблица 4. Последствия пандемии Covid-19 по возрасту
Table 4. Consequences of the Covid-19 pandemic by age

Фактор	r (Корреляции Пирсона)	p
Гигиена и безопасность (HS)	0,776	0,000
Отношение к путешествиям и предпочтения (TAP)	0,708	0,000

Выводы и дискуссионные вопросы / Conclusions. Чтобы изучить влияние пандемии Covid-19 на молодежный рынок, через сеть «ВКонтакте» было опрошено 134 студента. Данные, собранные в интернете с августа по октябрь 2023 года, показывают влияние кризиса на молодых путешественников. Установлено, что пандемия не оказала существенного влияния ни на отношение молодых туристов к путешествиям, ни на их

страхи по поводу безопасности и гигиены. Следовательно, результаты подтверждают, что поездки молодых людей после эпидемии не сократятся.

Кроме того, практика молодежного туризма без сезонных ограничений может эффективно создавать туристическую деятельность в течение всего года.

Снижение негативных последствий пандемии и внедрение более устойчивых методов имеют решающее значение для индустрии туризма, особенно с точки зрения социально-экономической ситуации. А. А. Лю с соавт. [11] полагают, что политика будет играть решающую роль в индустрии туризма, особенно с точки зрения изменения отрасли и создания устойчивых форм путешествий после окончания кризиса. Ожидается, что планы и правила создадут необходимую основу для обеспечения безопасности туристов в этой области. Стандарты общественного здравоохранения и гигиены в туризме в настоящее время разрабатываются.

Молодежный туризм более устойчив, чем массовый, благодаря постоянному спросу и небольшому масштабу использования. Таким образом, предприятиям, которые выходят на молодежный рынок, следует оказывать поддержку. Для привлечения молодых туристов к участию в путешествии можно использовать методы содействия. Кроме того, для расширения программ обмена студентами может быть введено удобство прохождения паспортных процедур или специальных заявлений на получение визы.

Одним из ограничений исследования является малый размер выборки. Предполагалось, что участники группы в «Вконтакте», принявшие участие в опросе, будут успешными или перспективными молодыми путешественниками. Последующие исследования могут включать опытных молодых путешественников. Для изучения влияния пандемии Covid-19 на поведение туристов необходимы более масштабные исследования.

Библиографический список / References

1. Ateljevic, I. (2020). Transforming the (tourism) world for good and (re)generating the potential 'new normal'. *Tourism Geographies*, 22, 3. DOI: 10.1080/14616688.2020.1759134.
2. WHO- World Health Organization. (2020). WHO director-general's opening remarks at the media briefing on COVID-19. *Who.int*. [Electronic source] URL: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-openingremarks-at-the-media-briefing-on-COVID-19---11-march-2020> (Date of access: 15.05.2023).
3. Aydın, B., Arıca, R., Arslantürk, Y. (2020). The Effect of Novel Coronavirus (COVID-19) on Travel Risk Perception. *Journal of Yasar University*, 16(61), 378–392.
4. Gallego, I., Font, X. (2020). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: Using big data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(9), 1–20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1773476.
5. Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.
6. Williams, C. C., Kayaoglu, A. (2020). COVID-19 and undeclared work: Impacts and policy responses in Europe. *The Service Industries Journal*, 40(13-14), 914–931, DOI: 10.1080/02642069.2020.1757073.
7. UNWTO – World Tourism Organization. (2008). *Youth travel matters understanding the global phenomenon of youth travel*. Madrid: UNWTO, 117.
8. UNWTO – World Tourism Organization. (2010). *Demographic Change and Tourism*. Madrid: UNWTO, 127.

9. UNWTO – World Tourism Organization. (2020). International Tourist Numbers Could Fall 60-80% In 2020. UNWTO Reports. [Electronic source] URL: [https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020#:~:text=article%20on%20facebook-International%20Tourist%20Numbers%20Could%20Fall,80%25%20in%202020%2C%20UNWTO%20Reports&text=The%20COVID%2D19%20pandemic%20has,Tourism%20Organization%20\(UNWTO\)%20shows.](https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020#:~:text=article%20on%20facebook-International%20Tourist%20Numbers%20Could%20Fall,80%25%20in%202020%2C%20UNWTO%20Reports&text=The%20COVID%2D19%20pandemic%20has,Tourism%20Organization%20(UNWTO)%20shows.) (Date of access: 01.05.2023).
10. Kim, J., Kim, J., Wang, Y. (2021). Uncertainty risks and the strategic reaction of restaurant firms amid COVID-19: Evidence from China. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 1–11.
11. Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. *Tourism Geographies*, 22(3), 455–466. DOI: 10.1080/14616688.2020.1770326.
12. Trimble, M. (2017). Why “transformative travel” will be the travel trend of 2017. *Vogue*. [Electronic source] URL: <https://www.vogue.com/article/transformative-travel-trend-2017> (Date of access: 10.06.2023).
13. Galvani, A., Lew, A. A., Perez, M. S. (2020). COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 567–576. DOI: 10.1080/14616688.2020.1760924.
14. Chen, K., Enger, W. Yu. J., Zhang, C. (2020). Hitting the road again: How Chinese travelers are thinking about their first trip after COVID-19. *McKinsey*. [Electronic source] URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/hitting-the-road-again-how-chinese-travelers-are-thinking-about-their-first-trip-after-covid-19> (Date of access: 05.07.2023).
15. WYSE Travel Confederation (2020). COVID-19 travel business impact series. WYSE Travel Confederation. [Electronic source] URL: https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2020/09/WYSE_COVID19_Travel_Business_Impact_Series_August.pdf (Date of access: 26.05.2023).
16. WYSE Travel Confederation (2020b). Youth travel anticipating 30% Decrease in Business for 2020. Wysetc. [Electronic source] URL: <https://www.wysetc.org/2020/03/COVID-19-travel-business-impact-series-part-1/> (Date of access: 26.05.2023).
17. Barbhuiya F., Mazmuder, A. G. (2021). Transformation of a recreational youth group into community service group during the COVID-19 pandemic. *Social Work with Groups*, 44(1), 53–59.
18. Richards, G., Morrill, W. (2020). The impact and future implications of COVID-19 in the youth travel sector. *Atlas Review*, 2, 57–64.
19. Gordon, F., Klose, H., Storrod, M. L. (2021). Youth (in)justice and the COVID-19 pandemic: Rethinking incarceration through a public health lens. *Current Issues in Criminal Justice*, 33(1), 27–46.
20. Richards, G., Morrill, W. (2021). The challenge of COVID-19 for Youth Travel. *Revista Anais Brasileiros De Estudos Turisticos/ ABET*, 11, 1–8.
21. Wen, Z., Huimin, G., Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22–38. DOI: 10.1080/13683500508668203.
22. Douglas Bors (2018). *Data Analysis for the Social Sciences: Integrating Theory and Practice*. California: SAGE Publications Ltd, 637.
23. Richard, A. J., Dean W. W. (2017). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall, 642.

24. Balanda, K. P., Macgillivray, H. L. (1988). Kurtosis: A critical review. *The American Statistician*, 42(2), 111–121. DOI: 10.2307/2684482.
25. Hair, J. F., Black, W., Babin, B., Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. London: Pearson Education, 761.
26. Jöreskog, K. G., Olsson, U. H., Wallentin, F. Y. (2016). *Multivariate Analysis with LISREL*. Springer International Publishing, 557.
27. Tinsley, E. A., Brown, S. D. (2000). *Handbook of applied multivariate statistics and mathematical modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 721.
28. Yunusovich, S. S. (2018). Youth tourism as a scientific research object. *Journal of Tourism & Hospitality*, 7(5), 1–3.

Сведения об авторах:

Монг Тхи Фьонг Тхао – аспирант, Донской государственный технический университет
e-mail: mongphuongthao01@gmail.com

Анопченко Татьяна Юрьевна – доктор экономических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова
ORCID: 0000-0002-7426-0441
e-mail: anopchenko.ty@rea.ru

Information about the authors:

Mong Thi Phuong Thao – Postgraduate, Don State Technical University
e-mail: mongphuongthao01@gmail.com

Anopchenko Tatyana Yuryevna – Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of State and Municipal Administration, Plekhanov Russian University of Economics
ORCID: 0000-0002-7426-0441
e-mail: anopchenko.ty@rea.ru