

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Направление подготовки

Профиль

Кафедра «Экономическая теория и
международные отношения»

38.03.01 «Экономика»

Мировая экономика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

Россия на мировом рынке туристических услуг

Студент

Борщина

Ева

Владимировна

подпись, дата

Руководитель

Скворцова

В. А.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Рассказова Н. В.

подпись, дата

Пенза 2023

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика», профиль Мировая экономика

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., доцент Рожкова Л. В.

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Борщиной Е. В., группа 19ЭЭР1, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: Россия на международном рынке туристических услуг.

утверждена приказом по университету

от «__» _____ 20__ г. № _____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 13.06.2023.

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: сущность понятия туризм, влияние западных экономических санкций на функционирование рынка туристических услуг страны, основные проблемы и перспективы российского рынка туристических услуг в современных условиях, стратегии выхода из кризиса и перспективы развития рынка туристических услуг.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 1.12.2023 г.

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	1.12.2022 – 15.12.2022	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	16.12.2022 – 9.01.2023	
3	Написание Главы 1	10.01.2023 – 19.01.2023	
4	Написание Главы 2	20.02.2023 – 27.03.2023	
5	Написание Главы 3	28.03.2023 – 4.05.2023	
6	Написание введения и заключения	5.05.2023 – 14.05.2023	
7	Оформление ВКР	15.05.2023 – 25.05.2023	
8	Сдача ВКР на нормоконтроль, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	26.05.2023 – 9.06.2023	
9	Ознакомление с отзывом руководителя	10.06.2023	
10	Представление законченной бакалаврской работы	13.06.2023	

Руководитель _____ / В. А. Скворцова /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / Е. В. Борщина /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Реферат

Бакалаврская работа 45 с., 3 ч., 7 рис., 3 табл., 40 источников.

РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ САНКЦИИ, ТУРИЗМ, ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ, ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ, АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ

Объект исследования – мировой рынок туристических услуг.

Цель исследования заключается в изучении современного состояния России в мировом рынке туристических услуг, стратегических направлений развития и решения актуальных проблем в сфере туризма в России с учётом негативного внешнеэкономического воздействия на страну и применяемых экономических санкций.

Методологическую основу работы составил системный подход. В процессе написания работы использовались методы единства исторического и логического, сравнительного анализа, индукции и дедукции, экономико-математического моделирования, а также позитивный и нормативный подходы.

Результаты работы: раскрыта сущность, содержание и основные показатели понятия туризм; определена верификация современных вызовов и угроз для рынка туристических услуг России в контексте экономических санкций; изучено состояние рынка туристических услуг России на начало санкций; определены направления по разработке стратегий развития рынка туристических услуг страны; раскрыты причины современного кризиса рынка туристических услуг в мире и в России. Теоретическая значимость ВКР состоит в обосновании места России на мировом рынке туризма с учетом экономических санкций против страны, а также определении подходов к выходу из кризисного положения данной отрасли.

Практическая значимость работы состоит в обобщении и систематизации большого массива статистических данных, рекомендаций и предложений ученых, специалистов, занимающихся проблемой функционирования рынка туристических услуг страны в условиях международных экономических санкций.

Оглавление

Введение	3
Глава 1 Современное состояние мирового рынка туристических услуг.....	6
1.1 Сфера туризма: сущность, содержание, основные показатели	6
1.2 Влияние пандемии коронавируса и экономических санкций на развитие мирового туризма.....	11
Глава 2 Россия на мировом рынке туристических услуг	17
2.1 Характеристика современного рынка туристических услуг в России	17
2.2 Стратегии, перспективы и проблемы развития рынка туристических услуг в России	23
Глава 3 Современные тренды и угрозы функционирования российского рынка туризма в условиях санкций.....	29
3.1 Развитие международного и внутреннего туризма в России в современных условиях	29
3.2 Основные подходы к выходу из кризисного состояния туризма в России	35
Заключение.....	40
Список использованных источников	42

Введение

В широком понимании рынок туристических услуг означает куплю-продажу туристического продукта (туров, отдельных туристических услуг или товаров для путешественников). При этом следует иметь в виду, что подобные сделки не всегда проводятся в одном и том же месте. Они могут состояться и без прямого привлечения продавца и покупателя туристического продукта, например, посредством телекса, телеграммы, факса, телефонного звонка или по чеку. Это связано с тем, что рынок туристических услуг не ограничен конкретным местом или географической зоной. Ряд авторов рассматривают туристический рынок как инструмент согласования интересов покупателей и продавцов туристического продукта, сферы его реализации и проявления экономических отношений между покупателями и продавцами туристического продукта.

Туристический рынок есть сфера проявления общественно-экономических отношений между производителями и потребителями туристического продукта, объединяющая спрос и предложение для обеспечения процесса его купли-продажи. Данный рыночный механизм будет эффективно функционировать только в том случае, если будут соблюдаться следующие условия: свободная конкуренция, при которой все участники рынка стремятся достичь своих целей (продать товар с максимальной прибылью или приобрести его с минимальными затратами); наличие основных правил в области качества и безопасности выпускаемого продукта и оказываемых услуг; возможность свободного выбора потребителя.

Актуальность изучения данной темы обусловлена рядом глобальных изменений в сфере мирового туризма. Причинами для изменений стали такие факторы, как пандемия, экономические санкции, напряженная политическая обстановка и др. Факторов, влияющих на развитие туристических услуг, огромное множество, все они разнообразны и по-разному оказывают воздействие на состояние рынка.

Пандемия коронавируса стала самым масштабным фактором кризиса в туристической отрасли для всего мира. Самое глобальное изменение, закономерно

спровоцированное пандемией, – переориентация путешественников на внутренние направления. Границы оказались закрыты, но спрос на туристические услуги остался. Такая тенденция сложилась в большинстве стран мира. Так, например, в 2021 г. 95 % всех авиазаказов в России были оформлены только на перелеты внутри страны [32].

По статистическим данным Ростуризма туристический поток в России был восстановлен после пандемии к 2022 г., однако почти сразу за этим последовали жесткие экономические санкции в связи с политической обстановкой. На данный момент положение российского туризма крайне нестабильно.

В новых экономических условиях развитие туризма приобрело высокую степень актуальности, ведь сфера влияния туризма как на мировую экономику, так и на экономику отдельных государств постоянно расширяется. В условиях западных санкций и нынешнего политического положения России разработка стратегий развития туристической отрасли является крайне важным направлением деятельности. Необходимо не только восстановить показатели в данной отрасли, но и не упустить возможности их увеличить, используя правильные инструменты.

Так, в России проблематикой туризма занимались многие ученые, такие как Преображенский В. С., Азар В. И., Биржаков М. Б., Долженко Г. П. и др.

Исходя из вышесказанного, целью работы является обозначение места России на мировом рынке туристических услуг.

Данная цель реализуется через следующие задачи:

- раскрыть сущность, содержание и основные показатели понятия туризм;
- определить степень влияния экономических санкций и пандемии на развитие мирового туризма;
- охарактеризовать состояние современного рынка туристических услуг в России;
- выделить основные стратегии, перспективы и проблемы развития рынка туристических услуг в России;
- проанализировать дальнейшее развитие внутреннего и международного туризма в России в современных условиях;

– обозначить основные пути развития и выхода из кризисного состояния для рынка туристических услуг в России.

Объектом исследования является мировой рынок туристических услуг.

Предмет исследования – место России на мировом рынке туристических услуг с учетом современных экономических санкций.

Теоретической базой послужили научные статьи, периодические издания, учебные пособия по туризму, а также данные Ассоциации туроператоров России.

Нормативно-правовой основой исследования является федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 35-ФЗ.

Методологическую основу работы составил системный подход. Также использовались методы единства исторического и логического, сравнительного анализа, индукции и дедукции, экономико-математического моделирования, а также позитивный и нормативный подходы.

Практическая значимость данной работы заключается в предложении рекомендаций по развитию основных направлений туризма на примере рынка туристических услуг в России, а также в изучении различных стратегий выхода из кризисного состояния данной сферы в современных условиях.

Глава 1 Современное состояние мирового рынка туристических услуг

1.1 Сфера туризма: сущность, содержание, основные показатели

На современном этапе развития общества туристические услуги приобретают все большую актуальность, становясь одной из основных потребностей населения по всему миру. Развитие этой сферы является важнейшим критерием создания атмосферы стабильности и благополучия как в мире в целом, так и в каждом отдельном государстве.

Несмотря на то, что изучению рынка туристических услуг и различным аспектам туризма уделено достаточно внимания в экономической науке, приходится констатировать, что многие нюансы этой проблемы до сих пор остаются дискуссионными. Функционирование рынка туристических услуг зависит от множества весьма изменчивых факторов, что в свою очередь приводит к некоторой нестабильности данной отрасли. В отношении термина «туризм» необходимо отметить, что впервые он был введен в практику в XVII в. французским писателем Анри Стендалем. Однако, как и сама отрасль, данный термин не сразу стабилизировался и укоренился в языке. Сущность данного термина в полной мере была определена только в XIX в., ведь до этого момента туризм существовал по большей части как прерогатива элиты.

В Царской России элитарный туризм начал развиваться с конца XVII в. Большую роль в этом сыграл Пётр Первый, который «прорубил окно в Европу», предприняв путешествие за рубеж. Он отправлял своих подданных в другие страны не только с целью деловых поездок, но и в качестве исследователей с целью «смотреть и записывать». Именно царь Петр Первый стал основоположником туризма в России – он не только сам ездил по различным странам с целью отдыха и оздоровления, но и отправлял своих подданных отдыхать в такие страны как Италия, Голландия и Англия. Стоит отметить, что путешествия как таковые в России не являлись самоцелью, так как поездки в другие страны преследовали в основном только торговые, лечебные или образовательные цели.

Массово же ездить за рубеж в познавательных и развлекательных целях люди стали в IX в. Однако только благодаря инициативе Томаса Кука туризм принял более современную реализацию. Томас Кук был баптистом и состоял в обществе трезвости. Он осознавал, что для того, чтобы приобщить людей к идее баптизма, нужно предложить им взамен нечто более интересное и увлекательное. Для этой цели Кук организовал выездное собрание ассоциации баптистов, и 5 июля 1841 г. состоялась первая публичная железнодорожная экскурсия в истории Англии. В 1842 г. Томас Кук основал первое предприятие, которое сегодня мы бы назвали туристическим агентством.

Главным отличием позиции Томаса Кука было то, что он предлагал поездки для небогатых людей, а принятый закон, закреплявший за рабочими право на один выходной в неделю, пришёлся как раз кстати, дав Томасу Куку клиентов. Позднее он стал создавать пакетные туры, которые сегодня мы называем «всё включено». Именно он был тем, кто отправил обычных людей в первое кругосветное путешествие, длившееся 222 дня. Примечательно, что одним из постоянных клиентов фирмы Кука был известный писатель Марк Твен.

Сразу после создания первой туристической конторы Томаса Кука термин «туризм» распространился по миру и получил более корректное и близкое к современному значение. В русскую речь слово туризм активно стало проникать только в конце XIX в. Ни в широко известном «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля (1863–1866), ни в русской универсальной энциклопедии Брокгауза и Ефрона (1869–1907) оно не было замечено.

Туризм – это выезды (поездки) граждан одного государства в другое государство или местность, отличную от места постоянного жительства, с любой целью, за исключением трудоустройства. Человека, совершающего такое путешествие, называют «туристом», «путешественником», «посетителем».

Что же касается исключительно российской терминологии, то в принятом в 1996 г. Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под «туризмом» понимаются временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного

места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания [1].

Данное определение туризма содержит сущностный, временной и мотивационно-целевой компоненты. Раскрывается суть туризма – это путешествие, совершаемое с определенной целью, и именно это отличает туризм от других временных поездок и видов миграции; определяется временной фактор – критический для статистического учета; указаны основные цели туристских поездок.

Понятие «турист» трактуется как «гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки» [1].

Временные рамки туристического путешествия, как следует из определения «турист», данного в Законе 1996 г., составляют строго от 24 часов до 6 месяцев, а не 12 месяцев, как это зафиксировано в «Рекомендациях по статистике туризма» ЮНВТО. Таким образом, российская интерпретация «туриста» (и «туризма») в этой части отличается от международной дефиниции, используемой сегодня в регламентирующих документах и материалах ЮНВТО [1].

Содержание туризма как вида экономической деятельности наиболее полно отражается через его средства, формы, виды.

Средства туризма можно обозначить как:

- способы организации туристической деятельности: маршрут, путешествие, экскурсия, туристский продукт, туристская услуга и т.д.;
- способы перемещения, транспортного обслуживания;
- способы туристического обслуживания: размещение, питание, программа обслуживания.

Туризм является обширной и многогранной отраслью. Самой распространенной классификацией туризма является его деление на типы, категории, виды и формы.

Тип туризма характеризуется национальной принадлежностью туристов. В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

- внутренний туризм – путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;
- въездной туризм – путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны;
- выездной туризм – путешествия резидентов одной страны в какую-либо иную страну.

Рассмотренные типы туризма, взаимодействуя между собой, образуют следующие категории туризма:

- туризм в пределах страны, включает внутренний и въездной туризм;
- национальный туризм, включает внутренний и выездной туризм;
- международный туризм, включает въездной и выездной туризм.

Данные категории могут быть применены к отдельно взятой стране, к региону в данной стране либо к нескольким странам [7].

Функциональная классификация видов туризма характеризуется целью поездок. В соответствии с этими факторами различают следующие основные виды туризма:

- рекреационный;
- лечебно-оздоровительный;
- познавательный;
- деловой;
- спортивный;
- религиозный;
- транзитный;
- образовательный.

Наиболее популярными видами являются рекреационный и познавательный туризм.

Формы туризма – это тип организации туристской деятельности человека или группы людей. К ним относятся: туризм индивидуальный, туризм групповой.

Важнейшей действующей фигурой или основной единицей туризма является турист. По определению ВТО, к туристам относятся любые лица, путешествующие между двумя или более странами, или между двумя или более местностями в пределах страны своего места жительства. С целью статистического учета выделяются категории международного туриста и внутреннего туриста.

Для оценки экономической эффективности развития туризма ряд авторов [5] предлагают использовать систему экономических показателей, которые отражают количественный объем реализации туристских услуг и их качественную сторону.

В эту систему входят:

- объем туристического потока;
- состояние;
- развитие материально-технической базы;
- показатели финансово-экономической деятельности фирмы;
- показатели развития международного туризма.

Туристический поток можно определить как форму взаимодействия между местом назначения, где есть предложения туристских услуг и товаров и местом отправления, где имеется спрос или дефицит подобных услуг и товаров [1]. Туристический поток включает в себя такие показатели, как общее число туристов, в том числе организованных и самостоятельных; количество ночевков, койко-дней; средняя продолжительность нахождения туристов в стране или регионе.

Таким образом, понятия «туризм», «турист» и другие близкие по значению могут незначительно отличаться в зависимости от региона. Сам по себе туризм может быть разнообразным за счет количества путешественников, цели поездки, способу перемещения и других факторов.

Данная отрасль является одной из самых чувствительных к изменениям, однако она же и самая разнообразная, и многогранная.

Туризм, даже несмотря на свою неустойчивость, как одна из форм международных экономических отношений обладает в нынешних условиях

огромными масштабами влияния на политические, экономические и культурные связи между государствами.

1.2 Влияние пандемии коронавируса и экономических санкций на развитие мирового туризма

Пандемия коронавируса и целый ряд экономических санкций погрузили весь мир в долгий и тяжелый экономический кризис, нанеся колоссальный удар по всем сферам современной деятельности. Некоторые отрасли потерпели крайне серьезные убытки. В том числе речь идет и о сфере туристических услуг. Пандемия нанесла катастрофический ущерб всей мировой экономике, но 70 % сокращения глобального ВВП связано именно с потерями на рынке туристических услуг [22].

По данным Всемирной туристической организации (ЮНВТО), в 2020 г. количество международных турпоездов сократилось на 60–80 % (таблица 1). Это в несколько раз превышает воздействие на отрасль экономического кризиса 2008 г., когда спад составил всего 4 %.

Таблица 1 – Количество турпоездов 2017–2024 гг., млн [1; 2; 10]

Регион	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (прогноз)	2024 (прогноз)
Мир в целом	1333	1408	1459	400	550	800	1200	1400
Европа	677	716	744	227	281	406	655	771
Азиатско-Тихоокеанский регион	323	347	361	64	119	178	267	326
Северная Америка	137	142	146	47	71	94	112	136
Африка	63	67	70	22	27	38	51	53
Ближний Восток	58	60	65	17	24	37	49	58

Исходя из данных таблицы, мы видим, что к концу 2023 г. количество поездок придет к докризисным показателям в большинстве регионов.

Анализируя данные, можно сделать вывод о том, что Европа по сравнению с другими регионами будет опережать их в скорости восстановления туристической

отрасли, хотя экономика в целом будет стабилизироваться быстрее в США и Азиатско-Тихоокеанском регионе. Заметное оживление международной туристической активности замечено в каждом регионе мира.

На Ближнем Востоке количество приезжих путешественников уже достигло 83 % от уровня, существовавшего до пандемии. В Европе туризм тоже набирает обороты – почти 80 % от допандемийного уровня. Африка и Северная и Южная Америка восстановились в этом отношении на 65 %, в то время как Азиатско-Тихоокеанский регион достиг только 23 %, что связано с жесткими ограничениями, связанными с пандемией.

В Европе количество приезжих туристов будет расти опережающими темпами на контрасте с остальными регионами мира, поскольку в 2020 г. именно Европа испытала наибольший упадок в этом отношении (в абсолютных цифрах число иностранных туристов, которые посетили Европу в 2020 г., сократилось более чем на 1,5 млрд чел. по сравнению с 2019 г.).

Помимо этого, вероятно, что страны ЕС будут сотрудничать между собой, чтобы эффективным образом убирать ограничения на путешествия, ведь именно Европа больше всего выиграет от возрождения отрасли туризма.

Учитывая влияние туристической отрасли на экономику – а она обеспечивает приток иностранной валюты, содействует региональному развитию, трудоустройству и предпринимательству в самых разных областях и находится в основе существования многих коренных общин, в частности в развивающихся странах и малых островных государствах, – восстановление этой отрасли представляет собой одну из важнейших задач международного значения.

Восстановление мирового туризма также столкнулось с проблемами из-за длительных ограничений на поездки по Азиатско-Тихоокеанскому региону и странам Южной и Северной Америки в связи с появлением новых штаммов коронавируса, против которых имеющиеся вакцины оказались менее эффективными.

Исходя из исследований аналитиков, по прогнозу число туристов, посещающих эти регионы, достигнет в 2024 г., соответственно, 326 млн чел [37].

По анализам экспертов, к 2023 г. к положительной динамике смог вернуться только внутренний туризм. К сожалению, даже восстановление отрасли внутреннего туризма не сможет компенсировать убытки для всей сферы в целом, которые возникли из-за сокращения числа более прибыльных международных и деловых поездок. Эти сегменты рынка туристических услуг могут испытывать негативное воздействие до 2024 г. Туристы, которые путешествуют в пределах своих стран, обычно тратят меньше средств, чем международные путешественники.

Исходя из прогнозируемых данных, объем трат путешественников на международные поездки даже в 2023 г. будет на 8 % уступать докризисному. Рост безработицы в том числе усугубит трудности для туристической сферы, потому что туристы, вероятно, сократят расходы на турпоездки [26].

Исходя из всего вышеперечисленного, пандемия *COVID-19* смогла на довольно продолжительный срок приостановить международный туризм, вынудив компании из данной сферы перестроить модели ведения бизнеса. Однако уже в 2022 г. в большинстве регионов наблюдается положительная динамика развития отрасли туризма и вскоре пандемия коронавируса для туристической индустрии останется в прошлом [17].

Об этом свидетельствует отчет *World Travel Market* (крупнейшей выставки индустрии туризма) о факторах, которые будут влиять на отрасль в 2023 г. Эксперты опросили WTM о том, как рост заболеваемости *COVID* скажется на их бизнесе в течение 2023 г. Только 5 % опрошенных допустили, что влияние пандемии будет негативным.

Многие опасаются, что на их деятельность негативно повлияют такие факторы, как повышение общей стоимости жизни и политическая обстановка в некоторых регионах. К тому же, на место пандемии коронавируса пришли новые факторы влияния. Например, деловые путешественники теперь больше обеспокоены изменением климата.

Сотрудники, работающие в корпорациях в Германии, Франции, Испании, Великобритании и США говорят, что менеджмент их компаний оказывает значительное влияние на борьбу с изменением климата [16].

Между тем, существуют и другие проблемы, которые могут повлиять на ведение туристического бизнеса. Факторы, влияющие на туризм, можно рассмотреть на рисунке 1.



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на туризм [16]

Мировая туристическая индустрия, которая не успела до конца оправиться от последствий пандемии, понесёт ещё большие убытки из-за экономических санкций. За 2022 г. сфера потеряла около 7 млрд долл. США благодаря антироссийским санкциям, а именно – перекрытым границам, непростой экономической ситуации и проблемой с авиатранспортом.

Несмотря на то, что российские туристы составляют всего 1 % от мирового количества, в 2021 г. они принесли отрасли 9,6 млрд долл. США. Отсутствие русских туристов на уже знакомых курортах существенно замедлит восстановление индустрии. Из-за ограничений в 2022 г. русские путешественники могут потратить за рубежом на 50 % меньше, чем в 2021 г.

Специальная военная операция на Украине влияет на мировой туризм не только отсутствием россиян на популярных курортах. Из-за неожиданно возникших санкций

и резкого скачка инфляции туристы из Европы не могут позволить себе отдых за рубежом, а многие пути оказались недоступны из-за закрытого неба над Россией.

К тому же путешественники из других государств оказались не готовы приближаться к опасному в их понимании региону на карте. По этой причине многие мировые туры – например, из Северной Америки – были отменены. На самих россиян санкции окажут не такое сильное влияние. В последние годы основными местами отдыха россиян были Беларусь, Турция и Китай, которые продолжают сотрудничество с РФ (таблица 2).

Таблица 2 – Затраты на туризм россиян в некоторых странах за 2021–2022 гг. [9]

Страна	2021 г., млрд руб.	2022 г., млрд руб.
Беларусь	1	1,4
Турция	1,2	0,6
Китай	0,3	0,6

Так, на отдых в Беларуси россияне потратили 1,4 млрд долл. США в 2022 г. В Турции – 600 млн долл. США, в Китае – около 600 млн долл. США.

Таким образом, сфера туризм находится в очень нестабильном положении даже несмотря на прогнозируемый выход из кризиса пандемии. Международная туристическая активность в Европе 2023 г. может восстановиться до уровня, который существовал до пандемии коронавируса.

Тем не менее, в связи со сложившимся экономическим климатом путешественники, как прогнозируется, будут стараться искать наиболее выгодное соотношение цены и качества и выбирать направления ближе к своей стране.

На подавляющем количестве туристических маршрутов было замечено увеличение поступлений от международного туризма, в некоторых случаях превышающее рост числа туристов. Этому способствовало увеличение средних расходов на путешествия из-за более длительных сроков пребывания, готовности путешественников тратить больше и более высоких расходов на поездки из-за инфляции.

Исходя из вышесказанного, общее ухудшение экономической обстановки в мире может привести к тому, что в 2023 г. туристы станут более осмотрительными, уменьшат свои расходы на путешествия, сократят продолжительность поездок и будут путешествовать на более короткие расстояния от своих стран. Сохраняющаяся геополитическая нестабильность, существующая в основном из-за проведения СВО, а также проблемы в сфере здравоохранения, связанные в большей степени с *COVID-19*, тоже могут помешать восстановлению туризма в ближайшие месяцы.

Глава 2 Россия на мировом рынке туристических услуг

2.1 Характеристика современного рынка туристических услуг в России

В последнее время рынок туризма в России многократно сталкивался с серьезными трудностями, которые существенно влияли на его функционирование. Очевидно, что путешествия не являются первой необходимостью в повседневной жизни, поэтому именно на них в первую очередь экономят во время кризисных периодов. Следовательно, сфера туристических услуг – одна из отраслей, которые наиболее чувствительны к любым изменениям в социально-экономической обстановке как в отдельной стране, так и во всем мире.

Одним из основных факторов, имеющих колоссальное значение для международного туризма, является политическая обстановка, поэтому международные конфликты, в особенности военно-политического характера, практически полностью исключают туризм на соответствующих территориях. Российский сектор туризма приспособился к нынешним условиям путем обеспечения увеличения предложений для внутрироссийского туризма.

Туризм в России за последние 15 лет характеризовался в целом позитивной динамикой, что отражалось в увеличении количества туристских фирм, показанных на рисунке 2.

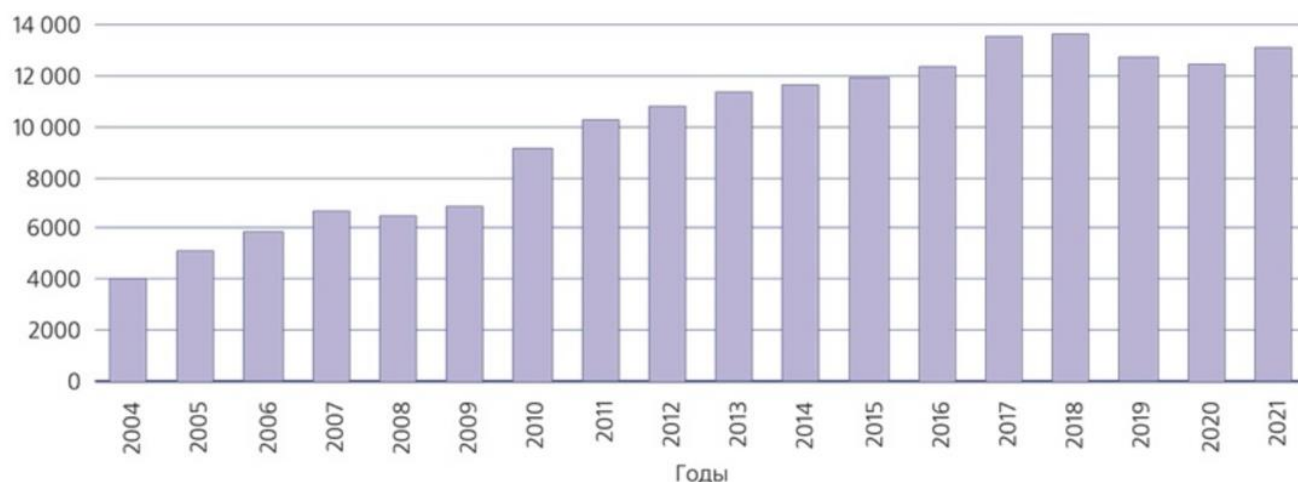


Рисунок 2 – Число туристских фирм в 2004–2021 гг., ед. [30]

На представленном рисунке отчетливо видно влияние международного кризиса 2008–2009 гг., когда количество турфирм приостановило свой рост. Но уже в 2010 г. отложенный спрос вернул отрасль к прежней тенденции роста количества субъектов, действующих на рынке туристических услуг. Пик развития приходился на период 2017–2018 гг., когда количество турфирм достигло максимального значения. Однако коронавирусная пандемия внесла в тенденцию на рынке свои коррективы, оказав на туристическую отрасль негативное влияние.

Пандемия коронавируса установила тренд на «русификацию» туризма, и с 2020 г. количество проданных туров по России заметно превысило продажи зарубежных туристических пакетов. Однако в стоимостном выражении зарубежное направление оставалось основным, что можно отследить по рисунку 3.



Рисунок 3 – Стоимость туристических пакетов, реализованных населению в 2010–2021 гг., млн руб. [30]

Анализируя вышесказанное, на данном этапе рано говорить о замещении в туристическом секторе. Однако можно увидеть, что данная тенденция в последние годы существенно усилилась, как и спрос на нее со стороны туристов. Но сейчас системообразующим направлением в российском туристическом бизнесе является организация отдыха за границей, так как именно зарубежные поездки приносят наибольший доход от их реализации. Рассмотрим количество туристических поездок граждан России на рисунке 4.

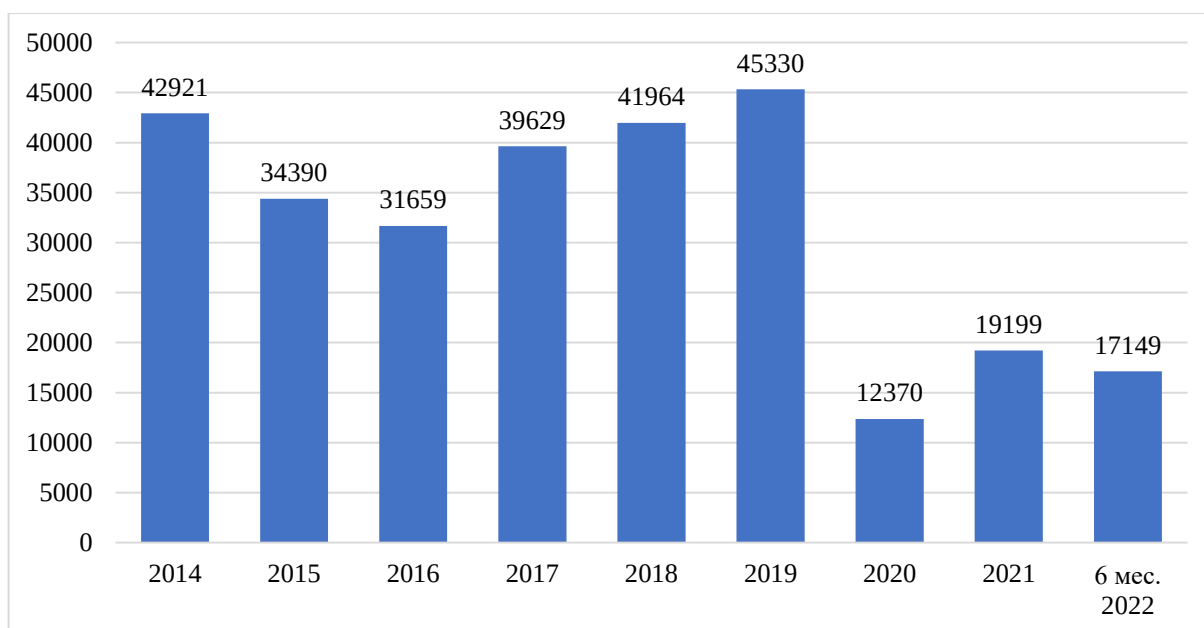


Рисунок 4 – Количество туристических поездок граждан России 2014–2022 гг. [30]

Данные рисунка 4 наглядно показывают некоторые важные тенденции, происходящие в отечественной туристической отрасли. К 2019 г. число выездных поездок с целью туризма превысило соответствующий показатель за 2014 г., что (принимая во внимание присоединение Крыма и последующий учет этого направления как внутрироссийский туризм) говорит о полном восстановлении международного турпотока, который был нарушен как международными санкциями, так и девальвацией рубля. Коронавирусные ограничения фактически обрушили отрасль – количество зарубежных поездок в 2020 г. сократилось по сравнению с 2019 г. в 3,7 раза. Однако следует заметить, что такие популярные направления, как Абхазия и Украина, демонстрировали в этот период значительно меньшее сокращение туристического потока, чем, например, Китай или страны ЕС.

Анализ данных о туристических поездках россиян за границу позволяет сделать вывод о том, что наиболее популярными местами отдыха остаются Абхазия, Турция и Казахстан (таблица 2).

Однако туристическая привлекательность Казахстана оправдывается деловыми поездками и визитами к родственникам.

Таблица 2 – Выездные туристские поездки граждан России в 2014–2022 гг., тыс. [30]

Год	Абхазия	Турция	Казахстан	ОАЭ	Финляндия	Китай
2014	3282	4216	3330	737	4283	1731
2015	3824	3460	3125	472	3067	1284
2016	4257	797	2850	499	2894	1676
2017	4344	4520	2978	766	3333	2003
2018	4496	5719	2955	941	3361	2018
2019	4787	6756	3163	968	3653	2334
2020	2805	2090	616	360	776	143
2021	5141	4726	494	580	233	2
6 мес. 2022	4396	3407	1838	709	637	4

В 2021 г. в Абхазии отдыхала четверть российских туристов, путешествующих за рубежом. Незначительно меньше граждан отдыхало в Турции. В совокупности около 51,3 % зарубежных туристических поездок за 2021 г. пришлось на эти два маршрута, что дает повод заключить, что наибольшее влияние на сферу туризма в любых политико-экономических условиях будет оказывать возможность туристических поездок из России в Абхазию и Турцию. Путь в Абхазию (как и в Казахстан – третье по популярности направление за январь-сентябрь 2022 г.) через сухопутную границу всегда открыт.

Исходя из данных таблицы 2, можно констатировать, что итоговое количество выезжающих на отдых за границу за 2022 г. будет гораздо выше по сравнению с показателем 2021 г. Уже значительно выросли показатели за 2021 г. по выездам в Казахстан, ОАЭ и даже в Финляндию, хотя государства ЕС создают значительные трудности для въезда россиян на свою территорию. По очевидным причинам сократилось количество туристов на Украину. Как ни странно, туристический поток на Украину не прекращался и после начала СВО: с апреля по сентябрь 2022 г. официально на Украину выезжали около 100 тыс. российских туристов.

Таким образом, можно сделать вывод, что выездной туризм сильно пострадал, но находится на пути восстановления. Что же касается въездного туризма в Россию, прогнозы неутешительны.

В секторе въездного туризма произошло падение на 99,5 %. Этому способствовали следующие факторы: сначала закрытые границы из-за

коронавирусной пандемии, потом произошедшая изоляция – из-за военных действий и из-за проблем с использованием иностранных банковских карт на территории России. Ко всему прочему прибавляется дополнительная проблема с визами – российскую визу в условиях наших дней получить очень трудно. Сейчас идет процесс разработки электронных виз, которые могли бы появиться уже в текущем году, однако это не масштабная перспектива ближайшего будущего. Главной целью на данный момент является развитие внутреннего туризма в России.

После изучения данных АТОР, можно утверждать, что внутренний туризм уже вырос на 7 %. Во-первых, возможности вылететь за границу все еще ограничены. Во-вторых, стран, куда сегодня можно летать прямыми рейсами, не так много – всего 32. И, в-третьих, удорожание выездных туров. Потому туристы стали переориентироваться на внутренние направления, к тому же для этого есть все условия. Те самолеты, которые попали под ограничения на международные полеты, теперь летают по России [11].

Наблюдается снижение цен на авиаперевозки внутри страны и, следовательно, на турпутевки. В стране успешно пропагандируется внутренний туризм, благодаря чему люди открыли для себя новые маршруты. Были созданы специальные акции для популяризации того или иного направления, появилась система кешбэков. Государство выделяет 160 млрд руб. на поддержку авиаотрасли и туризма, происходит субсидирование чартерных рейсов по дальним направлениям. Туристы получили возможность ездить на Камчатку, куда раньше попасть было весьма сложно из-за стоимости авиабилетов, а теперь можно купить билет за 20–25 тыс. руб. К тому же, туристы открыли для себя Приморье, Дальний Восток.

Помимо этого, строятся новые отели, кемпинги, глэмпинги, прокладываются новые маршруты. Обращаясь к определениям экспертов, можно обозначить понятие кемпинг как обустроенную территорию с развитой инфраструктурой для путешественников, предпочитающих природу вместо отелей. Кемпинг может быть как «диким», то есть самостоятельно организованным на природе, так и обустроенным, официально зарегистрированным [19].

Глэмпинг в свою очередь тоже относится к направлениям экотуризма, но всегда включает в себя организованный и комфортный отдых в условиях дикой природы с элементами «роскоши» отеля [13].

Благодаря таким нововведениям люди возобновили поездки по стране с большим интересом. Пропала неосведомленность о национальных маршрутах. Если в прошлые годы по России ездили 57–60 млн туристов, то за 2022 г. граждане страны совершили 65 млн поездок.

В целом на контрасте с 2021 г. рынок туристических услуг в России в 2022 г., несомненно, вырос во многих аспектах. Во-первых, он уже оправился от основных последствий пандемии, а во-вторых, получил возможность работать с внутренними туристами. Главной тенденцией 2023 г. будет рост спроса на отечественные турпродукты, причем речь о спросе со стороны платежеспособного населения.

По данным Российского союза туриндустрии, по итогам 2022 г. туроператоры продали на 30 % больше активных и приключенческих туров, чем в 2021 г. [3].

Исходя из вышесказанного, последние события во многом стал поворотными не только для мирового рынка туристических услуг, но и для российского рынка туризма, в частности. Количество поездок внутри России за последние годы действительно выросло, на рынке выездного туризма возникло больше турфирм, доля самостоятельных путешественников уменьшилась с 40 % до 16 %, а въездной туризм в Россию движется к нулю. Главной тенденцией на ближайшие годы станет активное развитие внутреннего туризма и сохранение отношений с дружественными странами, выездной туризм в которые сейчас доступен. Состояние рынка туристических услуг в России претерпевает большие изменения под давлением многих факторов, однако находится на пути выхода из кризиса и имеет большой ряд перспектив на ближайшее будущее.

2.2 Стратегии, перспективы и проблемы развития рынка туристических услуг в России

В современных условиях развитие рынка туристических услуг в России требует повышенного внимания со стороны органов государственной власти и придания статуса ведущей отрасли экономики страны. Следовательно, стратегии развития внутреннего и въездного туризма как мультипликатора региональных и национальной экономик должны перейти на новый качественный этап.

Стратегический план развития туризма до 2035 г., утвержденный правительством в 2019 г., имеет ряд изменений по сравнению с предыдущим документом и базируется сразу на нескольких постулатах, а именно совокупном развитии и продвижении качественного конкурентоспособного продукта на рынке, повышении социальной роли туризма, формировании доступной среды для отдыха и оздоровления граждан Российской Федерации. План также направлен на создание новых и обновление уже существующих туристических зон и комплексное формирование особых преференциальных режимов, реализующих проекты и программы по созданию туристической и обеспечивающей инфраструктуры. В результате ожидается увеличение в два раза поездок на одного гражданина, экспорта – более чем в 3 раза, инвестиций в сферу туризма – в 3 раза [6].

Во-первых, такая программа обозначает социальную значимость туризма, итогом чего для путешественников может стать рост продолжительности жизни, укрепление института семьи, патриотическое воспитание, интеллектуально-творческое развитие, формирование системы знаний о религиозном и культурном разнообразии; во-вторых, на экономической роли, так как туризм – одна из отраслей с наибольшим мультипликативным эффектом для экономики. Например, инвестиционные вложения в туристическую инфраструктуру способствуют формированию добавленной стоимости в других отраслях: сфера услуг, строительства, транспорт и др. Важным для государства экономическим эффектом является рост доходов населения, снижение уровня безработицы, продвижение предпринимательских инициатив и культуры [23].

Следует обратить внимание и на отдельные сегменты рынка туристических услуг. Их рост и популяризация самостоятельно организованного туризма помогут усилению разнообразия видов туристических услуг на территории Российской Федерации. Определение наиболее популярных направлений развития туризма должно быть для всех территорий индивидуальным и при этом нужно учитывать социально-культурные, исторические и экономические факторы и особенности.

Для успешного развития внутреннего и въездного туризма и реализации вышеназванной программы необходимо создать условия для взаимовыгодных и эффективных отношений между государством и бизнесом.

Этому могут способствовать следующие факторы.

Развитие и обновление межведомственных законодательных актов. К примеру, переход всех субъектов туристической сферы на способы саморегулирования, что позволит значительную долю функций государственного управления и координации туристско-рекреационной деятельности перенести на саморегулируемые организации, которые будут функционировать на основе единой системы стандартов, соответственно обеспечивая качественное обслуживание туристов и отдыхающих [4].

Организация грамотной многофункциональной системы надежного финансирования и кредитования субъектов туристической сферы. Инвестиции, привлеченные в проекты, должны поступать не только из бюджетных источников, но и внебюджетных.

Укрепление союзов между уже сформированными кластерами с местными объединениями людей креативных профессий в решении социально-культурных трудностей местного населения через участие в проектировании туристских и культурных продуктов. Формирование на основе подобного сотрудничества интересной культурной среды в регионах страны, привлекательной для российских и иностранных туристов.

Активное привлечение молодежи в создание проектов с предложением трудоустройства на предприятии сферы сервиса, возможностью повышения квалификации или целевого обучения работников таких компаний.

Формирование межрегиональных туристических направлений, рассчитанных не только на недолговременное первичное посещение туристами в регионе по индивидуальным или групповым тематическим турам, но и на развитие мест туристического назначения для длительных путешествий.

Включение в систему господдержки обустройство системы региональных и межрегиональных туристических троп, системы детских туристско-оздоровительных лагерей, туристских, спортивных и краеведческих клубов. Обустроенные туристические тропы в сочетании с их умелым и эффективным продвижением будут мощным катализатором массового оздоровительного, спортивного и культурно-познавательного туризма, будут способствовать эффективному решению проблемы обеспечения качественного и безопасного многодневного пребывания туристов, в том числе детских групп, в природных условиях и, соответственно, решению задачи укрепления здоровья нации [2; 5].

Несмотря на большое количество трудностей в сфере туризма в России, данную сферу нельзя назвать бесперспективной. К тому же, помимо развития внутреннего туризма, стоит делать упор и на выездной туризм в дружественные страны.

Россия рассчитывает на послабления визового режима для туристов с Китаем и Ираном в 2023 г., а также на открытие новых направлений в авиасообщении, популярность и возможность посещения которых будет зависеть в том числе от внешнеполитических условий.

Например, в 2022 г. Россия максимально тесно сотрудничала с Турцией, в том числе и по вопросам авиасообщения и банковского обслуживания российских граждан. Таким образом, Турция осталась в списке самых популярных для отдыха стран. Россияне отдыхают также и в ОАЭ, Таиланде, Египте (рисунок 5). Прорабатываются послабления визового режима для туристов на взаимной основе с Китаем и Ираном, что дает большие перспективы успешного развития международного туризма. Рынок организованного выездного туризма в 2023 г. может вырасти на 20 % по сравнению с 2022 г., считают эксперты. Рост возможен за счет отложенного спроса и увеличения открытых направлений в Юго-Восточной Азии, а также Китая [6].

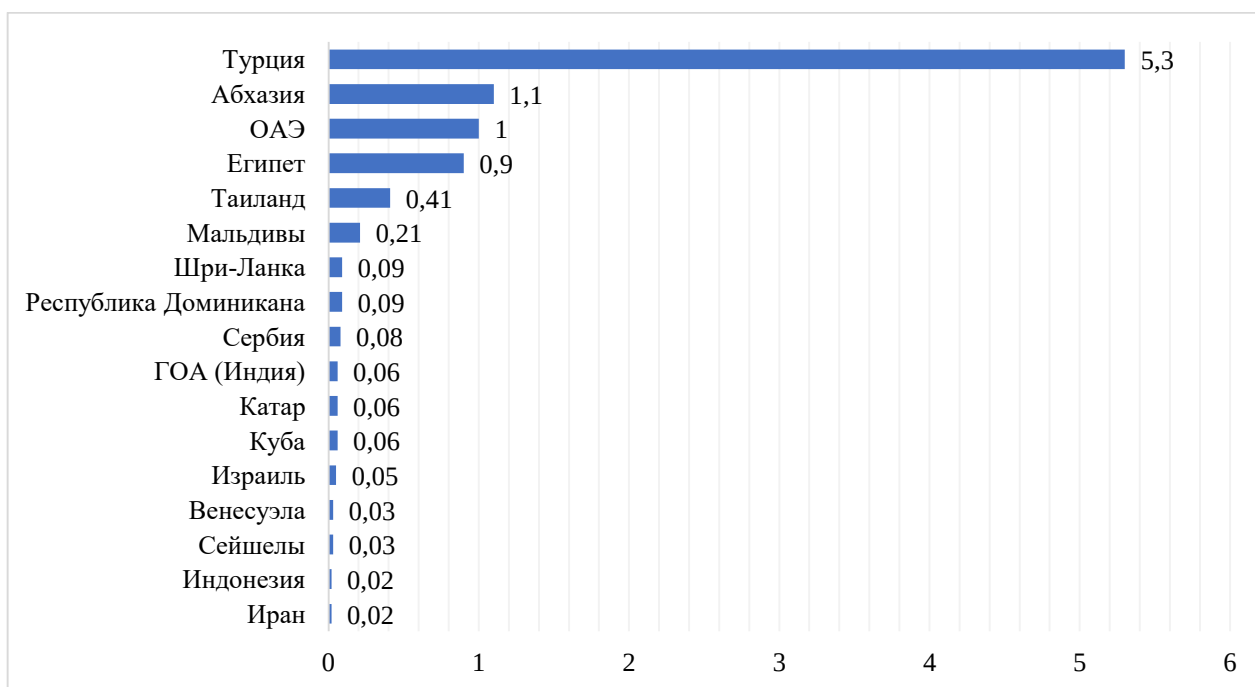


Рисунок 5 – Ключевые зарубежные направления по итогам 2022 г., млн чел. [6]

Проанализировав данные рисунка 5, можно убедиться, что большая часть туристов из России действительно посещает Турцию. Также в списке на первых местах находятся Абхазия, ОАЭ, Египет и Таиланд. Активно растет спрос на путешествия в ОАЭ, Таиланд, Шри-Ланку, Иран.

Осуществление выездного туризма является самой сложной частью сферы российского туризма на данный момент. Закрытие части популярных направлений, усложнение визовой процедуры, дефицит перевозки, сложности с оплатой услуг зарубежных поставщиков – все это привело к заметным изменениям на рынке выездного туризма. К тому же санкции против России со стороны международного сообщества приводят в затруднительное положение не только успешное развитие российского туризма и особенно его международной составляющей, но и могут нанести урон мировому туризму.

Несмотря на вполне положительные прогнозы, рынок туристических услуг в России находится под давлением огромного количества сложностей, не позволяющих ему в полной мере реализовать свой потенциал.

Анализируя все вышесказанное, хотелось бы подытожить, что совершенствование туристической сферы в нашей стране невозможно без обновления плана государственного регулирования. Рассмотренные стратегии – это лишь одна ступень на пути к реализации обширной программы по восстановлению туризма. Повышенное внимание следует уделить тем направлениям, которые связаны с другими отраслями. Развитие рынка туризма способствует улучшению качества обслуживания, формирует подходящие условия для инвестиционного климата в стране, что приведет к увеличению внутренних туристских потоков и доступности туризма для населения всей страны.

Под угрозой оказался въездной и выездной туризм – финансовые потери у туроператоров, авиаперевозчиков, аэропортов, туристических агентств, частных лиц. Но, с другой стороны, эти же санкции стали катализатором для внутреннего туризма в России [21].

Сфера внутреннего туризма в России тоже имеет ряд весомых затруднений. Одно из неожиданно обнаруженных – недостаточное количество мест размещения туристов. Спрос на отдых в летний сезон в России у туроператоров сейчас выше, чем в 2021 г., но итоги года могут оказаться неудовлетворительными, так как для заметного роста объемов на российских курортах не хватает мест размещения туристов, по данным Российского союза туриндустрии [3].

Несомненно, на внутренний туризм повлияет и СВО. Наиболее сложные перспективы в 2023 г. ожидаются у крымских курортов. Прямые авиаперелеты на полуостров практически невозможны. А ремонт части Крымского моста ограничивал и потенциал железнодорожных перевозок. Многие туристы, привыкшие отдыхать в Крыму, теперь отдают предпочтение Турции, а не альтернативным российским курортам [34].

Если более широко говорить о влиянии внешнеэкономических сложностей, то оно двойственное: это создание возможностей и проблем одновременно. Сейчас для внутреннего туризма в России созданы все возможности развития и увеличения числа поездок, спрос на поездки внутри страны непрерывно растет.

К числу общих замедляющих развитие российского туризма факторов, не связанных с пандемией и СВО, можно отнести следующие: слабая правовая база и способы регулирования субъектов туризма; отсутствие специальных программ по выдаче виз иностранным туристам; нерешенные задачи по совершенствованию туристской инфраструктуры, которые требуют серьезного внимания к тому, как формировать единый подход к информационной работе с туристами; внедрение единой унифицированной системы туристской навигации на улицах городов, зданий, являющихся объектами туристского показа; проблема высоких цен на услуги железнодорожного и авиационного транспорта на линиях внутреннего сообщения. И особенно важной и острой темой в существующих сдерживающих факторах является отсутствие унифицированной единой стандартизированной базы, информационного ресурса по приобретению туристических продуктов, услуг и по получению всей необходимой информации для туристов, включая возможность онлайн и телефонной консультации с менеджером.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что сфера туризма в России находится в уникальном положении. Несмотря на все сложности и препятствия, все существующие проблемы стали мощным катализатором развития внутреннего туризма нашей страны. В России есть все возможности для успешного функционирования внутреннего туризма – богатая природа, демократичные цены на внутренние поездки, активный спрос и поддержка национального туризма государством. Что же касается международного туризма – прогнозы развития говорят о более медленном, но несомненном восстановлении туристических поездок в будущем. России необходимо укрепление существующих связей, а также налаживание и открытие новых туристических направлений.

Глава 3 Современные тренды и угрозы функционирования российского рынка туризма в условиях санкций

3.1 Развитие международного и внутреннего туризма в России в современных условиях

Последние события во многом стали причиной больших трудностей для российского рынка туристических услуг, как для внутренней, так и для внешней отрасли. Внутренний туризм слишком резко вырос, количество самостоятельных путешественников наоборот столкнулась с сильным сокращением, а въездной туризм в Россию находится практически на нуле. Находясь в крайне невыгодном положении, рынок туризма в России нуждается в надежных стратегиях развития, который будет учитывать все имеющиеся сложности и нюансы.

Международный туризм в России в 2023 г. все еще продолжает восстанавливаться. Один из факторов успешного восстановления для выездного туризма – это расширение числа авиарейсов за границу. Опираясь на слова турагентов, в 2022 г. за границу уехало более 9 млн туристов, что на 20 % больше, чем годом ранее, в 2021 г. [3].

Но стоит отметить, что это число гораздо меньше допандемийных показателей 2019 г., когда количество путешественников составило 19 млн. Но вот предпочтения в плане отдыха и путешествий у туристов не изменились: по-прежнему популярна Турция, Абхазия, ОАЭ, Таиланд и Египет. Все эти направления сейчас открыты для российских туристов и успешно сотрудничают с Россией.

Эксперты также отмечают, что сфера въездного туризма, которая приносила России более 15 млрд долл. США ежегодно до 2020 г. находится не в лучшем положении [29]. В 2022 г. по оценкам союза поток путешественников в Россию упал до рекордных 99 % и составил всего лишь 180 тыс. посетителей, хотя годами ранее он мог превышать показатель в 3 млн чел. в год.

Основными причинами для такого исхода событий послужили сначала пандемия, потом возникшая изоляция – не только из-за СВО, но и из-за того, что

туристы из-за рубежа не могут пользоваться своими банковскими картами на территории нашей страны. К тому же, российскую визу получить непросто. Чтобы упростить въезд и пребывание иностранцев в России, разрабатываются новые методы.

Например, находится в разработке проект туристических карт «Мир», который даст туристам возможность оформлять себе карты, находясь в аэропорту прилета, что станет еще одной причиной для роста турпотока [27]. И, только если этому будет соответствовать геополитика и внешний туристический имидж, число желающих посетить нашу страну возрастет. Это является одной из основных перспектив ближайших лет.

Существует еще один фактор – в 2022 г. среди иностранных туристов, приехавших в Россию, лидировали по численности немцы и турки. Китай был закрыт из-за пандемии. И одним из факторов роста въездного туризма стало открытие границ КНР – это будет означать приезд еще 1,5 млн чел. [39].

Развитие туризма остается важным аспектом жизнедеятельности страны, поэтому помимо развития существующих отношений представители туристических ассоциаций предлагают весьма необычные альтернативные решения.

Заменой популярным средиземноморским направлениям Европы в 2023 г. станут страны Северной Африки и Юго-восточной Азии, а также неожиданно выявленные туры в Иран, Малайзию, Марокко, Вьетнам, Таиланд и китайские острова Хайнань. Самыми перспективными из новых направлений кажутся именно азиатские маршруты, так как они располагают необходимым номерным фондом и высоким уровнем обслуживания, к которому привыкли российские туристы. К тому же, эти направления отвечают запросу круглогодичности и удовлетворяют спросы разных аудиторий: от недорогого Таиланда, до экзотических Мальдив и Сингапура.

Вторым вектором восстановления отрасли зарубежного туризма могут стать страны, которые ранее не рассматривались как туристические, но все же обладают высоким потенциалом – это страны персидского залива. Например, Иран, который может стать перспективным транзитным и маршрутом.

Продолжится и тренд на поездки в Северную Африку. На смену Греции и Кипру придут Тунис и Марокко, которые также удовлетворяют потребности россиян. Главным партнером в летний сезон для России останется Турция, которая традиционно обеспечивает около 30 % объемов туристических перевозок.

Единственными возможными для посещения европейскими территориями являются Болгария, в которую можно будет попасть через Стамбул, и Венгрия, достаточно лояльно принимающая туристов из России.

Основным барьером в исследовании и реализации новых маршрутов может стать неоднозначная ситуация в авиации и отсутствие достаточного количества авиамагистральных рейсов. Однако существует возможность того, что в Россию придут авиакомпания-гиганты из Малайзии, Шри-Ланки, Катар, Сингапура и Иордании. Если это случится, то все международные программы будут реализованы в полном объеме.

Таким образом, несмотря на затруднительное положение международного туризма в России, рассматривается большое количество альтернативных стратегий развития и разработки новых решений существующих сложностей. В современных условиях у России остались надежные партнеры, сотрудничество с которыми успешно продолжается, а также рассматриваются новые варианты маршрутов для путешествий российских туристов.

Одновременно с решением сложностей на рынке международного туризма в 2022 г. в России начал активно развиваться внутренний туризм. Для многих россиян отдых дома стал альтернативой заграничным путешествиям. Из-за санкций и закрытого воздушного пространства с западными странами количество доступных зарубежных направлений значительно сократилось, и это сыграло на руку поездкам по стране.

Основная задача туристической индустрии России на данный момент заключается в обеспечении широких возможностей для путешествий россиян и гостей из-за рубежа по России. В 2022 г. внутренний туризм вырос на 8 %, в 2023 г., согласно прогнозу, ожидается увеличение до 65 млн чел. за год.

Спрос на туры по России в период с мая по октябрь 2022 г. вырос уже на 30 % по сравнению с 2021 г. Рост наблюдается по всем отраслям внутреннего туризма. Сохраняется стабильное повышение спроса на отдых в Сочи. И это совсем не удивительно – туда по-прежнему без каких-либо трудностей летают самолеты, при этом это практически единственная зона в России с субтропическим климатом, расположенная близко к морю. Помимо прочего, на территории Сочи сформировалось качественное туристическое предложение для различных сегментов. Этот рост составляет примерно 5 % по числу туристов. Но необходимо отметить, что речь идет о росте по отношению к уже успешному 2021 г. Также нужно учитывать рост среднего чека в 2022 г. на 30–50 %.

Присутствует повышенный спрос к Дагестану как туристическому направлению. Тут участвуют сразу несколько разных факторов: в основном, конечно, нехватка альтернативных направлений для туристов.

Значительный рост заметен практически в каждом регионе, который за последние годы готовился к приему потока туристов и развивал данное направление. Такие регионы чаще всего находятся недалеко от туристических рынков или турпотоков. Например, через Воронежскую область проходит большой поток туристов, движущихся по трассе М-4 на юг, к морю. Ярославская область и присоединившаяся к ней Костромская так же, как Тульская и Владимирская, активно привлекают туристов из Москвы. Увеличивается приток туристов в Самарскую область. Правда, пока регионы Поволжья лишь в незначительной степени используют свой туристический потенциал. Популярные регионы представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Популярные регионы в 2021 г. и 2022 г. [3]

2021 г.	2022 г.
Крым	Москва
Москва	Санкт-Петербург
Санкт-Петербург	Краснодарский край
Краснодарский край	Татарстан
Московская область	Карелия

Опираясь на статистику сервисов онлайн-бронирования, в 2021 г. лидирующим регионом по числу бронирований был Крым, далее расположились Москва, Санкт-Петербург и т.д. В 2022 г. Крым потерял лидерскую позицию, зато Татарстан стал популярнее Московской области. Туристы стали обращать больше внимания и на такие направления, как Карелия, Нижний Новгород, Казань и Дагестан [3].

В нынешней ситуации почти невозможно выделить какие-то отдельные виды отдыха, которые наиболее популярны. Все, что можно предложить туристам, пользуется достаточным спросом. В этом большую роль сыграли несколько трендов. С одной стороны, после 2 лет пандемии и соблюдения режима изоляции люди хотят путешествовать. С другой, повлияли ограничения на внешние поездки: как прямые (проблемы с визами и доступом к европейским странам), так и косвенные (рост стоимости туров и авиаперелетов) [25].

Туризм в России является одной из наиболее перспективных отраслей экономики – имеется значительный потенциал для роста внутреннего и въездного туризма. Туристический потенциал России заключён в разнообразии климатических зон и географического ландшафта, а также бурной и вызывающей острый интерес истории страны.

Еще одной сферой развития российского туризма является увеличение степени информированности туристов о возможных маршрутах отдыха и путешествий. Например, те же туристы из Китая путешествуют по одним и тем же местам из года в год. По мнению экспертов *UNWTO* будущее развитие туризма на территории России возможно только с вовлечением средств массовой информации и внедрения информационных технологий, что позволит органам государственной власти и организациям пропагандировать как туризм в целом, так и отдельные услуги или продукты в сфере туризма.

Именно эти факторы привлекают многих туристов, причем не только из самой России, а в том числе и из Китая. Групповые туристические поездки китайцев, впервые за три года, стали возможны с 6 февраля 2023 г.

Пока речь идет о путешествиях лишь в некоторые страны: помимо России это в основном азиатские государства, а также единичные направления Европы, Африки, Южной Америки и Океании [39].

Возобновление притока туристов из Китая несомненно сыграет огромную роль в развитии и оживит въездной туризм в РФ, который по сравнению с 2019 г. сократился на 99 %. В первом квартале 2023 г. граждане Китая оформили более 50 тыс. виз в Россию, около 40 % из них туристические, что говорит об огромном притоке туристов. Со статистикой путешествий из Китая в Россию можно ознакомиться на рисунке 6.

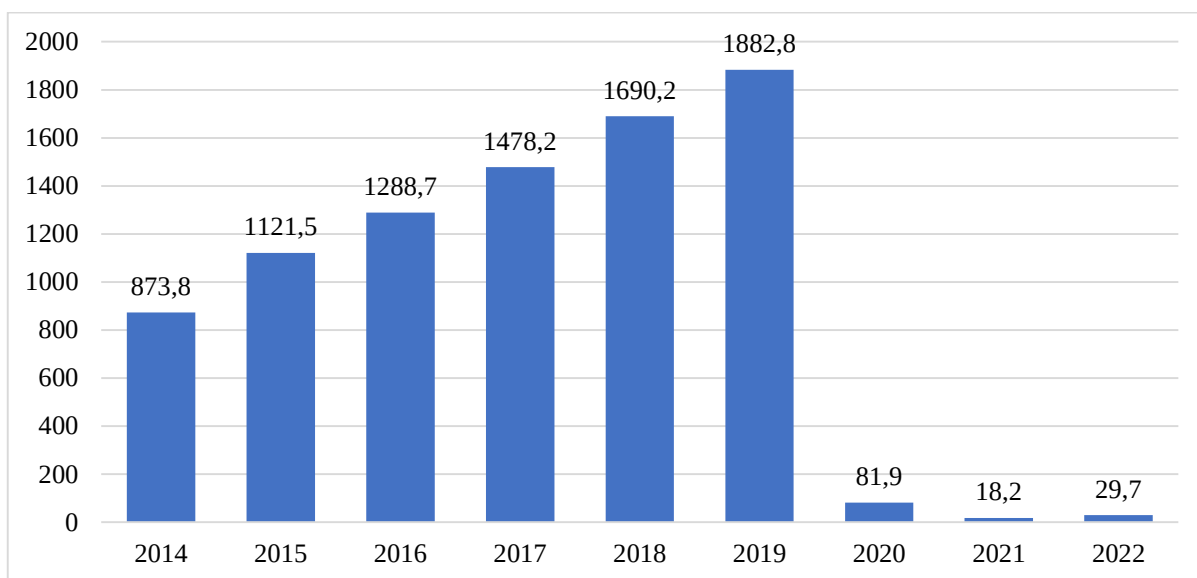


Рисунок 6 – Число въездных туристических поездок из Китая в Россию в 2014–2022 гг., тыс. чел. [39]

Изучая рисунок 6, можно заметить, как сильно упало количество поездок из Китая в Россию после 2019 г. Это связано с пандемией и жесткими ограничениями после пандемии в Китае. По итогам 2022 г. можно увидеть постепенный рост числа туристических поездок.

Результаты исследований, в основном отечественных авторов, показывают, что существующий туристский потенциал России сегодня раскрывается совсем не в полной мере. Опираясь на прогнозы Всемирной туристской организации, Российская Федерация при достойном уровне развития туристской инфраструктуры могла бы

принимать в год до 40 млн иностранных туристов. Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Алтай, Сибирь, Камчатка и Приморье становятся все более привлекательными и интересными не только для россиян, но и для иностранных туристов. Основным фактором усиления конкурентоспособности российских мест туристического назначения являются современные технологии информационного обеспечения в туризме и эффективное продвижение турпродукта.

Таким образом, ситуация на рынке внутреннего и въездного туризма в России обстоит лучше, чем на рынке международного туризма. В России есть все условия для развития туризма внутри страны, и именно это направление является ключевым на ближайшие годы. Россия активно развивает национальные туристические проекты, рассматривает новые предложения туров, готовится принимать туристов из близлежащих стран, поддерживает отечественных предпринимателей в сфере туризма и многое другое. Парадоксально, но тем не менее все происходящее в мире и в России события привели к расцвету национального туризма и существенному спросу на внутренние поездки по стране, буквально заставляя государство инвестировать в развитие этой отрасли. Дальнейшие перспективы будут зависеть от успешной реализации национальных проектов и проведения туров по России, но прогнозы экспертов обещают положительные результаты и стабильный рост спроса на данный вид путешествий.

3.2 Основные подходы к выходу из кризисного состояния туризма в России

Отрасль туризма переживала самый расцвет до недавних событий. За последнее десятилетие она вносила значительный вклад в мировую экономику, формируя 10 % глобального валового продукта, 7 % экспорта и создавая каждое 10 рабочее место на планете. Но до кризиса туризм являлся третьей по доходности отраслью в мире, её опережали только топливная и химическая промышленности.

Парализованность туристической отрасли затронула весь мир и теперь перестройка сферы неизбежна. В России же, в частности, помимо урона от пандемии,

сфера туризма страдает и от военно-политических событий. Поэтому ожидается, что в среднесрочной перспективе люди уже не будут в массовом порядке путешествовать за границу, предпочитая отдыху внутренний туризм. Из-за санкций и закрытого воздушного пространства с западными странами количество доступных зарубежных направлений значительно сократилось, и это приводит нас к самой логичной стратегии для российского рынка туризма – развитие внутреннего туризма и продвижение его услуг на рынке.

Следует также отметить, что в 2022 г. были закрыты многие страны, что стало еще одной причиной развития внутреннего туризма. В таких популярных странах, как Турция или Египет, прекращали работу отели низкого и среднего ценового сегмента.

В начале СВО большая часть воздушного флота прекратила свою работу в связи с отсутствием авиарейсов. Если раньше за границу летали 800 бортов, то в начале СВО – 89. А в марте наступил самый кризисный момент – в Россию летали единичные иностранные авиакомпании [34].

Ситуация не успела восстановиться, и произошел сильный рост цен на перелеты – на 40 % даже по сравнению с пандемией. Имеет значение и сокращение числа стран, в которые россияне могут летать.

Европа для российских туристов закрыта, и от 20 млн путешественников, которые в 2019 г. летали в этом направлении, осталось всего 3–5 %. Способствуют восстановлению выездного туризма новые иностранные авиакомпании, которые входят на наш рынок, – *Oman Air* из Омана, *Gulf Air* из Бахрейна, *Air Algerie* из Алжира.

Однако поддержки новых авиакомпаний недостаточно, и выездной туризм будет восстанавливаться годами.

Именно поэтому имеет смысл сделать упор на внутренний туризм, спрос на который гораздо больше и реализация такого туризма не обременена таким колоссальным количеством сложностей.

Высокий спрос на внутренние поездки по стране приходится на Московскую область, Москву, Санкт-Петербург, Казань и др. (рисунок 7).

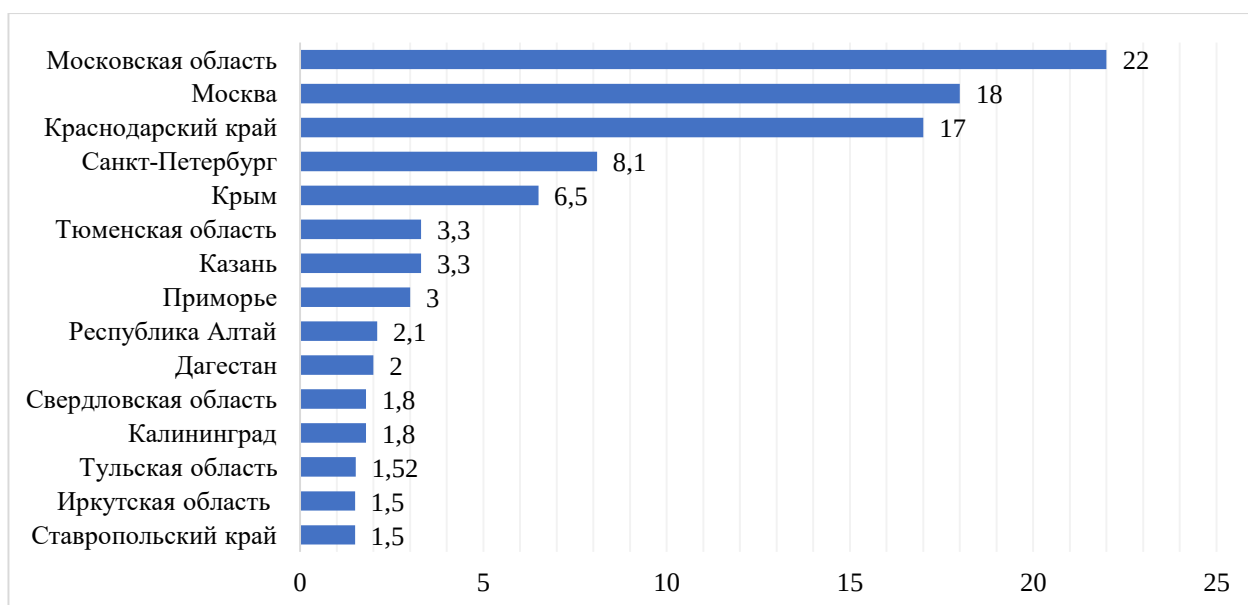


Рисунок 7 – Внутренний туристический поток в России в 2022 г., млн чел. [24]

Исходя из данных рисунка 4, мы видим, что в подавляющем большинстве областей динамика поездок является положительной и по прогнозам будет только расти в ближайшие годы.

Идет процесс разработки проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», первые результаты которого можно будет увидеть уже в 2023–2025 гг. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» нацелен на совокупное развитие отрасли туризма и туристических услуг в России, формирование условий для удобных, безопасных и интересных путешествий по России. Данный проект содержит в себе три федеральных проекта: «Развитие туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг», «Совершенствование управления в сфере туризма». Реализация национального проекта позволит увеличить количество внутренних поездок к 2030 г. более чем в 2 раза – с 65 млн до 140 млн, количество рабочих мест до 4,7 млн, экспорт туристических услуг до 22,5 млрд долл. США. Отдельное внимание в нацпроекте уделено мастер-планированию и развитию туристических макротерриторий, созданию разнообразных круглогодичных маршрутов, детским путешествиям, развитию цифровых туристских сервисов.

По словам организаторов данного проекта, планы ежегодно перевозить по России от 100 млн пассажиров могут осуществиться в ближайшие годы. Главным

основанием для этих прогнозов является доступность путешествий по стране. Например, нашим туристам доступны туры и за 20 тыс. руб., что невозможно реализовать для поездки за границу [27].

Таким образом, основной стратегией для выхода из нынешней кризисной ситуации отечественного туризма является укрепление внутренней его составляющей. Увеличение туристического потока ставит перед отраслью новые вызовы: развитие туристической инфраструктуры, обеспечение комфорта и безопасности мест размещения, привлечение людских ресурсов для формирования кадрового потенциала региона, обучение персонала, занятого в сфере гостеприимства, сокращение серых зон бизнеса – эти и другие вопросы развития отрасли решаются в настоящее время. Государство активно финансирует национальные проекты и выделяет средства на развитие туризма внутри страны, чтобы добиться уже запланированных результатов.

Вне зависимости от того, как будут складываться взаимоотношения со странами Запада, внутренний туризм в России уже получил значительный импульс для развития и снижения спроса не ожидается. Один возможный сценарий, при котором такое может случиться, – если границы снова откроются, а предложение внутреннего туризма будет недостаточно хорошего качества. Например, если владельцы средств размещения туристов будут уверены, что из-за отсутствия альтернативы людям станет менее важно качество, и начнут уменьшать вложения в обновление и поддержание номеров и прочей инфраструктуры при росте цен.

Но вышеописанный сценарий маловероятен в реальности, поэтому внутренний туризм будет стабильно развиваться. Кроме того, за последние годы туристы, путешествующие за границей, столкнулись с рядом проблем. Например, поездка за рубеж сейчас таит много рисков, и любые разновидности форс-мажора, включая пандемию, ухудшение отношений между странами, банкротство туроператора и т.п., могут привести к тому, что турист окажется за пределами России в затруднительном положении. Поэтому для многих путешественников внутренний туризм кажется более безопасным и привлекательным.

Страны, входящие или входившие ранее в состав СНГ, в этом смысле кажутся несколько стабильнее. Особенно страны с более-менее понятным и стабильным политическим устройством, начиная с Казахстана и заканчивая Грузией. Поэтому у стран Центральной Азии, а также и у Азербайджана, есть хорошие возможности для привлечения туристов. Многое, конечно, зависит от качества сервиса и стоимости услуг, тем не менее очень высока вероятность того, что в 2023 г. резко вырастет спрос на туры в Казахстан. С Киргизией ситуация сложнее – и с точки зрения качества предложения, и с точки зрения стабильности, но рост будет наблюдаться и там.

Восстановление зарубежных направлений при текущем сценарии развития отношений с Западом будут сильно зависеть от валютного курса. В 2022 г. он был значительно выгоднее для россиян. Если ситуация сохранится, то те страны, до которых можно удобно и бюджетно добраться из России, например Турция или Казахстан, будут в выигрыше: спрос на эти направления со стороны туристов из РФ увеличится. Если же курс станет менее выгодным, выездной туризм может резко сократиться.

Возвращаясь к внутреннему туризму, в нынешних условиях тут заметна более гибкая ситуация. У основных участников рынка туристических услуг есть резервы, которые пригодятся им при снижении цен. К тому же в случае падения уровня доходов населения можно будет сокращать многие статьи расходов и предлагать более экономные варианты размещения, развлечений, питания и т.д. Поэтому самой выгодной и перспективной для развития будет являться именно отрасль внутреннего туризма.

Заключение

Туристическая отрасль в странах всего мира является одним из главных направлений экономической, политической, культурной и социальной деятельности. От уровня развития туризма в стране, имеющей все предпосылки к его развитию, зависит доходность государства, продуктивность многих отраслей жизнедеятельности общества и развитие страны в целом.

За последние годы на рынок туристических услуг неблагоприятно воздействовали факторы достаточно обширного спектра: природные бедствия, серьезные социальные конфликты, войны, экономические кризисы и терроризм. Накопилось достаточно опыта, чтобы индустрия туризма смогла адаптироваться и преодолеть сложности, не останавливаясь в непрерывном развитии. Как и предыдущие кризисные ситуации, нынешняя является катализатором для туризма, предлагая возможность избавиться от неэффективных структур и развивать перспективные направления. Кризис также может ускорить процессы (модернизации и прочие), находящиеся уже в стадии реализации.

Анализируя поступательное развитие сферы туризма, специалистами отмечены две основные тенденции, существующие в туризме и влияющие на его развитие: влияние внешних экономических и политических факторов и быстрое восстановление объемов туризма в неблагоприятной обстановке. Невозможно заявить, что рынок туристических услуг не пострадал вместе с другими отраслями экономики от случившегося финансового кризиса, однако ясно то, что туризм, тем не менее, находит силы для выхода из сложившейся непростой ситуации [12].

В России восстановление и развитие рынка туристических услуг является одним из приоритетных направлений государственной политики. Свидетельством этому является разработка на уровне государства целого ряда государственных программ по поддержке и развития отечественного туризма.

К тому же развитие туризма внутри страны подталкивает к развитию другие отрасли экономики: строительство, торговлю, сельское хозяйство, транспорт, связи и др. В нашей стране заложен огромный потенциал для осуществления деятельности

разнообразных видов туризма за счет огромной территории, разнообразия природных и климатических ресурсов, рельефа местности, обширных зон акватории и т.д

Несмотря на внушительный перечень трудностей последних лет, включающий в себя пандемию коронавируса, СВО, глобальные экономические санкции против России, туризм в нашей стране не только активно восстанавливается, но и изучает новые пути и маршруты для работы. Именно благодаря сложившейся ситуации возникла возможность активного роста спроса на внутренний туризм и последующего развития именно этой отрасли. Сейчас Россия стоит на пути новых возможностей на рынке туристических услуг, запускает масштабные национальные проекты, финансирует отрасль внутреннего туризма для наиболее быстрого и качественного развития и удовлетворения спроса туристов. Что касается въездного туризма – уже более 8 млн иностранных туристов посетили Россию в 2022 г., а уже в 2023 г. ожидается рост въездного туризма на 20 %. Въездной туризм определенно имеет потенциал роста. Конечно, из-за внешнеполитических факторов во въездном туризме действует эффект низкой базы. Но Россия рассчитывает на возобновление турпотока из дружественных стран, в частности из Китая [18].

В ближайшее время в России продолжится восстановление и международного туризма, в первую очередь за счет увеличения рейсов российских авиакомпаний, которые проводят работу по выкупу в собственность нового авиатранспорта. Предполагается, что число поездок будет расти и в направлении уже популярных дружественных стран, и в направлении новых регионов – таких, как Иран или Ливан.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что Россия находится на надежном пути восстановления и развития рынка туристических услуг. Прогнозы экспертов и сотрудников туристического бизнеса предвещают положительные итоги текущего 2023 г., особенно в отрасли внутреннего туризма. В целом, изучая и анализируя все текущие показатели, развитие и рост рынка туристических услуг в мире и в России в частности можно признать устойчивым.

Список использованных источников

- 1 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон Российской Федерации от 24 ноября 1996 г. №35-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 49, ст. 5491.
- 2 Андреев А. А. Динамика въездного и выездного туризма в России в период 2014–2022 гг. // Псковский регионологический журнал. 2023. № 1. С. 4–7.
- 3 Ассоциация туроператоров. URL: <http://www.atorus.ru/node/51124> (дата обращения: 04.05.2023).
- 4 Афанасьев О. Е. Геополитическая роль и функции туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. № 5. С. 111–114.
- 5 Бареева Е. Д. Антикризисные меры по развитию внутреннего туризма в России // Экономика. Информатика. 2021. № 2. С. 252–263.
- 6 Барзыкин Ю. А. Что ждет туристический сезон в 2023 г.: направления, цены и виды отдыха. URL: <https://rtvi.com/obyasnyaem/chto-zhdet-turisticheskij-sezon-v-2023-godu-napravleniya-czeny-i-vidy-otdyha/> (дата обращения: 23.04.2023).
- 7 Беломестнова М. Е. Развитие внутреннего и въездного туризма в России до начала пандемии // Экономика и бизнес. 2021. № 12. С. 51–55.
- 8 Биржаков М. Б. Введение в туризм: учебное пособие. М. : Герда, 2014. 192 с.
- 9 Будаев П. Е. Потенциал российского туризма в посткризисный период // Ученые записки. 2022. № 3. С. 101–105.
- 10 Ведомости. URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2023/03/24/puteshestvui--2023-perspektivi-razvitiya-turizma (дата обращения: 17.03.2023).
- 11 Вестник АТОР. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59771.html> (дата обращения: 19.04.2023).
- 12 Воскресенский В. Ю. Современные тенденции в международном туризме // Российский внешнеэкономический вестник 2021. № 4. С. 33–35.

- 13 Голова Е. А., Майкопова О. В. Что такое глэмпинг. URL: <https://www.-championat.com/lifestyle/article-4429293-chto-takoe-glemping.html> (дата обращения: 18.04.2023).
- 14 Гуревич О. Ю. Экспорт услуг в сфере туризма // Экономика и бизнес. 2021. № 6. С. 91–94.
- 15 Гурьянов С. А. На своем берегу: стало ли комфортнее на курортах РФ. URL: <https://iz.ru/1448021/sergei-gurianov/na-svoem-beregu-stalo-li-komfortnee-na-ku-rortakh-rf> (дата обращения: 15.03.2023).
- 16 Деловая среда. URL: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1874> (дата обращения: 13.04.2023).
- 17 Джумаев Б. А. Влияния «COVID-19» на индустрию туризма // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. 2021. № 2. С. 166–175.
- 18 Ильин В. А. Обзор итогов туриндустрии в постпандемический период // Инновации и инвестиции. 2022. № 1. С. 196–200.
- 19 Каримбаев А. С. Кемпинг – что это такое. Виды, особенности и структура. URL: <https://yowad.ru/blog/558235> (дата обращения: 20.04.2023).
- 20 Кобякова А. А. Проблемы развития международного туризма в Российской Федерации на современном этапе // Вестник магистратуры. 2020. № 4–2. С. 79–81.
- 21 Ломидзе М. В. АТОР: рост внутреннего туризма в 2023 г. URL: <https://tourism.interfax.ru> (дата обращения: 16.04.2023).
- 22 Матвеевская А. С. Особенности восстановления международного туризма после пандемии в России // Россия в глобальном мире. 2021. № 18. С. 78–83.
- 23 Мельникова А. В. Особенности инфраструктуры туризма // Экономика и социум. 2021. № 9. С. 19–25.
- 24 Мишина И. Н. Внутренний туризм 2023. URL: <https://newizv.ru/news/2022-06-30/vnutrenniy-turizm-2023-355444> (дата обращения: 20.02.2023).
- 25 Молдован А. А. Туризм: классификация и виды // E-scio. 2022. № 1. С. 56–58.

- 26 Монич Е. В. Перспективы развития внутреннего туризма в России // Вестник магистратуры. 2021. № 5–4. С. 116–121.
- 27 Национальные проекты России. URL: <https://национальныепроекты.рф/?-ysclid=lj8mlmo1mh941430415> (дата обращения: 22.04.2023).
- 28 Положихина М. А. Новые направления развития туризма в России // Социальные и гуманитарные науки: отечественная и зарубежная литература. 2020. № 15. С. 182–185.
- 29 РБК. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/vzhe-covid-shcho-vplivatime-svito-viy-turizm-1668527902.html> (дата обращения: 10.04.2023).
- 30 РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20230121/puteshestviya-1846370563.html> (дата обращения: 12.03.2023).
- 31 Ситникова А. Ю. Направления развития туризма в России // Экономика и социум. 2021. № 3. С. 39–41.
- 32 Таева С. Р. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса // Экономика и социум. 2022. № 14. С. 595–597.
- 33 Тестина Я. С. Новые вызовы индустрии туризма России в 2022 г. // Экономический вектор. 2022. № 3 (30). С. 18–22.
- 34 Товмасян Г. А. Туризм в России до и во время СВО // Амберд. 2022. № 6. С. 66–73.
- 35 Филатова М. С. Факторы влияния и тенденции развития туризма в России // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2022. № 1. С. 5–6.
- 36 Харламова И. Ю. Анализ инфраструктуры рынка внутреннего туризма в России // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 4. С. 29–31.
- 37 Чижикова В. В. К вопросу о влиянии пандемии коронавируса на экономику индустрии туризма // Инновации и инвестиции. 2021. № 2. С. 22–24.
- 38 Шатульская Н. А. Влияние пандемии на развитие внутреннего туризма в России // Экономика и социум. 2021. № 12. С. 333–337.
- 39 Эпова Н. Р. Российско-китайские проекты как основа развития сотрудничества в сфере туризма // Мир науки, культуры и образования. 2022. № 16. С. 13–16.

40 Якимова Е. А. Перспективы развития внутреннего туризма в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. 2022. № 9. С. 15–18.

