

Обзор
Review

УДК 338.486

DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-6

Шмаркова Л. И.^{1, 2, а}
Шмарков М. С.^{2, 3, б}
Шмаркова Е.А.^{3, в}
Макаров Е. А.^{2, 4, г}

Результаты реализации программы «Туристический кешбэк»

¹ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Среднерусский институт управления – филиал, ул. Октябрьская, 12, Орел 302028, Россия

²ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева», ул. Комсомольская, 95, Орел 302026, Россия

³ООО «ТурЭксперт», ул. Октябрьская, 28, Орел 302028, Россия

⁴АО Корпорация «ГРИНН» Филиал ТМК «ГРИНН», Кромское шоссе, 4, Орел 302042, Россия

^а*e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

^б*e-mail: turexpert888@yandex.ru*

^в*e-mail: turexpert888@mail.ru*

^г*e-mail: egor.makaroff@bk.ru*

^аORCID: 0000-0003-1832-4495

^бORCID: 0000-0003-1120-5338

^вORCID: 0000-0002-1742-6572

^гORCID: 0009-0007-8550-4118

Статья поступила 16 февраля 2023 г.; принята 22 марта 2023 г.; опубликована 30 июня 2023 г.

Аннотация. Стимулирование внутреннего туризма в период преодоления негативного влияния последствий распространения пандемии COVID-19, отрицательных факторов, вызванных нестабильностью геополитической и экономической обстановки в мире, последствий санкционного давления является важным и своевременным решением. Статья посвящена анализу специфики, показателей и результатов реализации шести этапов программы «Туристический кешбэк», целью которой стало стимулирование туристской активности за счет средств резервного фонда Правительства Российской Федерации. Обоснована необходимость применения инструментария динамического и многокритериального программирования при решении задачи оптимизации результатов реализации программы и построении системы управления, целесообразность совершенствования технологий реализации подобных программ. Отмечено, что повышению эффективности реализации программы будет способствовать увеличение продолжительности окна продаж, стимулирование активного участия бизнеса и разработка более эффективной системы взаимодействий туристских организаций в процессе реализации программы, расширение географии действия программы и акцентирование фокуса ее внимания на новых российских регионах с большим туристским потенциалом. Обоснована необходимость усиления маркетинговой составляющей процесса управления результатами ре-

ализации программы. Отмечено, что оптимизации организационных и технологических аспектов реализации программы будет способствовать конструктивный диалог органов управления и предпринимателей туристского бизнеса.

Ключевые слова: внутренний туризм; стимулирование; программа; кешбэк; эффективность

Для цитирования: Шмаркова Л. И., Шмарков М. С., Шмаркова Е.А., Макаров Е. А. Результаты реализации программы «Туристический кешбэк» // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. 9 (2). С. 63-75. DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-6

UDC 338.486

Larisa I. Shmarkova^{1, 2, a}

Mikhail S. Shmarkov^{2, 3, b}

Elena A. Shmarkova^{3, b}

Egor A. Makarov^{2, 4, r}

Results of the implementation of the «Tourist Cashback» program

¹ Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Central Russian Institute of Management – branch, 12, Oktyabrskaya St., Orel 302028, Russia

² Oryol State University named after I.S. Turgenev, 95, Komsomolskaya St., Orel 302026, Russia

³ LLC «TourExpert», 28, Oktyabrskaya St., Orel 302028, Russia

⁴JSC Corporation «GRINN» Branch of TMK «GRINN», 4, Kromskoe shosse, Orel 302042, Russia

^ae-mail: shmarkova_lara@mail.ru

^be-mail: turexpert888@yandex.ru

^ee-mail: turexpert888@mail.ru

^re-mail: egor.makaroff@bk.ru

^aORCID: 0000-0003-1832-4495

^bORCID: 0000-0003-1120-5338

^bORCID: 0000-0002-1742-6572

^rORCID: 0009-0007-8550-4118

Abstract. Stimulating domestic tourism during the period of overcoming the negative impact of the consequences of the spread of the COVID-19 pandemic, negative factors caused by the instability of the geopolitical and economic situation in the world, the need to overcome the consequences of sanctions pressure is an important and timely decision. The article is devoted to the analysis of indicators, specifics and results of the implementation of the six stages of the Tourist Cashback program, the purpose of which was to stimulate tourist activity at the expense of the reserve fund of the Government of the Russian Federation. The necessity of using dynamic and multi-criteria programming tools in solving the problem of optimizing the results of program implementation and building a control system, the expediency of improving the technologies for implementing such programs is substantiated. It was noted that increasing the duration of the sales window, stimulating the active participation of business and developing a more effective system of interactions of tourist organizations in the implementation of the program, expanding the geography of the program and focusing its attention on new Russian regions with great tourist potential will

contribute to improving the effectiveness of the program. The necessity of strengthening the marketing component of the process of managing the results of the program implementation is substantiated. It was noted that the optimization of organizational and technological aspects of the implementation of the program will be facilitated by a constructive dialogue between management bodies and entrepreneurs of the tourism business.

Keywords: domestic tourism; stimulation; program; cashback; efficiency

For citation: Shmarkova, L. I., Shmarkov, M. S., Shmarkova, E. A., Makarov, E. A. (2023), "Results of the implementation of the «Tourist Cashback» program", *Research Result. Business and Service Technologies*, 9 (2), pp. 63-75, DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-6

Введение (Introduction). Сложные условия функционирования рынка туризма (Шмарков, Мусалитина, 2016), распространение новой коронавирусной инфекции Covid1-9 оказали негативное влияние на индустрию туризма. Снижение потока иностранных туристов в Российскую Федерацию составило 93% (Tourism in Russia, 2020).

Проблема формирования комплекса мероприятий, направленных на поддержку внутреннего туризма приобрела особую актуальность практически во всех странах. Ее анализу, к примеру, посвящены труды китайских ученых, которые:

- констатируют, что огромное влияние на туристическую индустрию Китая оказала вспышка COVID-19 в 2020 г., и сегодня индустрия туризма находится в процессе медленной адаптации и восстановления после сильного удара. Особую важность имеет решение задачи ускорения восстановления. Несмотря на то, что спрос на туризм начал расти, развиваются экскурсионные предприятия, курортные отели, парки и т.п., обозначилась проблема повышения цен и нехватки высококачественных турпродуктов. Для активизации туризма важно использовать социальные ресурсы регионов и развивать массовый досуговый туризм, предоставлять финансовую поддержку туристским организациям: льготные налоги и лояльную кредитную политику, субсидии, разрабатывать меры содействия устойчивому развитию туризма (Yang, 2022);

- отмечают важность структурных реформ в сфере предложения для стиму-

лирования потенциала туризма, необходимость модернизации процесса туристского потребления и анализа методов развития индустрии туризма как опорной отрасли экономики страны (Dongfang, 2022);

- анализируют проблематику стратегий реализации туров по существенно сниженным ценам в аспекте приемов ULPT-ловушек, которые используют некоторые турфирмы для привлечения чувствительных к затратам путешественников, предлагая сниженную цену, но заставляя тратить гораздо больше денег во время поездки; обосновывают экономическую и психологическую основу существования ULPT-фирм, несмотря на то, что правительство принимает меры по сокращению их числа (Wang and Wang, 2023).

Представленная проблематика и поиск эффективных инструментов решения поднятых вопросов имеют высокую актуальность и важное значение для развития национальных экономик. Правительства стран вынуждены экстренно формировать комплексы мероприятий, направленных на активизацию и развитие внутреннего туризма.

В Российской Федерации одной из самых эффективных и прогрессивных мер стимулирования внутреннего туризма стала программа государственного субсидирования поездок по территории страны «Туристический кешбэк». Исследованию вопросов и результатов реализации программы «Туристический кешбэк» посвящены научные труды российских ученых, которые:

- обосновывают важность развития внутреннего туризма как драйвера разви-

тия смежных отраслей экономики, анализируют меры преодоления последствий распространения коронавирусной инфекции, в том числе приводят условия участия в программе и характеризуют специфику ее реализации на первых этапах; отмечают, что в программе могут участвовать не только отели и туроператоры, но и онлайн-агрегаторы (Шпырня, Хашева, 2021; Шпилько, Степуренко, 2020);

- на основе анализа промежуточных результатов обозначают перспективы дальнейшей реализации программы с точки зрения ее влияния на загрузку средств размещения и глубину продаж турпродуктов (Шпилько, Степуренко, 2020);

- анализируют результаты реализации первых этапов программы для российской экономики, обосновывают ее эффективность для восстановления потребительского спроса в кризисный период, отмечают возможность повышения эффективности (Леонидова, 2021);

- предлагают методы моделирования и анализа результатов реализации отдельных этапов программы, обосновывают варианты повышения эффективности использования государственных средств, направленных на стимулирование внутреннего туризма (Кутернин, 2021);

- отмечают рост объемов продаж туроператоров в ходе акции, а также объемов спроса на туры внутри страны (Рубцова, 2021).

Внимание авторов сфокусировано на изучении и оценке эффективности реализации программы стимулирования внутреннего туризма «Туристический кешбэк» на отдельных этапах. Недостаточное внимание уделяется проблеме совершенствования технологий реализации программы.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования является анализ и сравнение специфики и результатов реализации государственной программы «Туристический кешбэк» на протяжении шести этапов ее действия, выявление вариантов совершенствования технологий реализации программы.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Информационной базой исследования послужили труды отечественных ученых, данные Ростуризма о результатах и перспективах реализации программы, информация об условиях и результатах реализации программы, представленная на официальном сайте программы «Туристический кешбэк» и в средствах массовой информации, а также в правовых системах и в официальных источниках (в том числе на сайтах организаций, принимающих активное участие в реализации программы, на профессиональных туристских порталах и т.п.).

При исследовании результатов реализации программы «Туристический кешбэк» использовались общенаучные методы сбора, анализа, сравнения, синтеза и обобщения, методы системно-структурного анализа.

Авторы также опирались на результаты собственной практики туристской деятельности, в том числе участия в реализации государственной программы субсидирования поездок «Туристический кешбэк».

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Государственная программа «Туристический кешбэк» была разработана Федеральным агентством по туризму (Ростуризмом) по поручению Правительства РФ в рамках национального проекта. Целью реализации программы стало стимулирование туристской активности россиян. Изначально проект был призван решить задачи продвижения внутреннего туризма, поддержки туристского бизнеса и загрузки туристской инфраструктуры в межсезонье и стимулирования в целом экономики в период преодоления последствий распространения пандемии. На реализацию программы из средств резервного фонда Правительства РФ было выделено 15 млрд руб. Туристы получили возможность возврата части средств, потраченных на путешествие внутри страны. Возмещение части стоимости оплаченных услуг осуществлялось оператором проекта АО «Национальная система платежных карт» (АО «НСПК»)

на карты платежной системы «Мир». Для получения кешбэка держателю карты «Мир» перед оплатой туров необходимо было зарегистрироваться в программе лояльности. Условия участия в акции были представлены на сайте программы (Официальный сайт..., 2020).

Первый этап программы «Туристический кешбэк» был реализован с 21.08.2020 г. по 28.08.2020 г. К участию в программе были приглашены 4133 компании, состоящие в Едином федеральном реестре туроператоров, и 14641 классифицированных гостиниц. Для участия в проекте им требовалось выполнить два условия: заключить соглашение с АО «НСПК» и создать отдельную посадочную страницу с предложениями по программе. В первом этапе программы приняли участие 348 туроператоров и 1550 гостиниц. Роль координатора проекта выполняло Федеральное агентство по туризму.

Во время первого этапа реализации программы преимущественным спросом пользовался наиболее ликвидный турпродукт: размещение и туры в Краснодарском крае и Крыму, где осенью были весьма комфортные условия для отдыха. Национальные туроператоры, выставившие предложения по программе, сообщили о значительном росте объемов продаж на 25–50% (Туроператоры зафиксировали..., 2020). Более 70000 россиян воспользовались программой (Более 70 тысяч россиян..., 2020), однако в целом, на первом этапе удалось освоить менее 2% выделенных средств. Туристы приобрели турпродукты на сумму 1,4 млрд руб. и суммарно получили около 224 млн. руб. кешбэка (Скидка от государства..., 2021). Оставшиеся средства были возвращены в фонд. Далее их использовали на реализацию следующих этапов программы.

Сложности реализации программы и отсутствие впечатляющих результатов на первом этапе были обусловлены:

- быстрой подготовкой и сжатыми сроками реализации программы;
- недостаточной информированностью общественности о преимуществах и условиях участия в программе;

- отсутствием удобного модуля поиска и бронирования туристских услуг на официальном сайте программы «Туристический кешбэк»;

- сложностями восприятия и использования информации о программе потребителями (в том числе сложностью использования официального сайта программы);

- входным порогом стоимости и продолжительности тура (50000 руб., 4 ночи), который отсекает эконом-туры;

- ограниченным кругом туроператоров и отелей, принявших участие в программе.

Первый этап программы «Туристический кешбэк» стал тестовым для индустрии туризма и выявил ряд проблем, многие из которых в последующем были устранены.

Во время второго этапа программы «Туристический кешбэк» (15.10.2020 г. – 05.12.2020 г.) условия программы были изменены в лучшую сторону: выросла величина кешбэка, были сняты ограничения по минимальной стоимости и продолжительности тура (до 2 ночей). Туроператоры отметили рост числа бронирований туров по России с кешбэком. Объемы продаж крупных туроператоров по отношению к аналогичному периоду предыдущего года выросли в среднем на 40%, а через системы-агрегаторы турпродуктов – на 10–15%. Активность бронирований услуг гостиниц курортного и рекреационного типа за этот же период выросла в среднем на 15–20%. Так, показатели продаж туроператора «Интурист» выросли на 60% относительно их значения до старта программы. Международный туроператор TUI сообщил о росте числа бронирований на 39%, а национальный туроператор «Дельфин» – на 55%. В целом во время второго этапа по программе было реализовано турпродуктов на сумму 5,1 млрд руб. Второй этап был более длительным и значительно успешнее первого, т.к. туристам были предложены более гибкие условия и даты повышенного спроса (период новогодних праздников).

По результатам реализации программы в 2020 г. кассовое исполнение АО «НСПК» составило 1199996,1 тыс. руб.,

общий объем денежных средств, израсходованных туристами на приобретение туров – 6582493,9 тыс. руб., выплаты кешбэка – 1238899,3 тыс. руб. (18,8% от затрат туристов) (Заключение о результатах..., 2020). Эти данные являются наиболее точными из представленных в открытых источниках.

По экспертным оценкам, в результате стимулирования внутренних поездок в 2020 г. туристы дополнительно потратили примерно 13 млрд руб. (В Ростуризме рассказали..., 2020). Эти средства внесли вклад в развитие региональных экономик.

Третий этап программы «Туристический кешбэк» стартовал 18 марта и завершился 15 июня 2021 г. По данным Ростуризма, программой воспользовались более 1,5 млн человек. Изначально выделенных 2 млрд руб. хватило лишь до конца апреля 2021 г. После этого правительство дополнительно направило на программу 4,7 млрд руб. В итоге туристы потратили более 27,872 млрд руб., суммарный кешбэк составил 5,286 млрд руб. (Скидка от государства..., 2021). Улучшению результатов реализации программы способствовала стабилизация эпидемиологической обстановки в стране, более активное участие в ней бизнеса, рост популярности программы особенно в период раннего бронирования летних туров и майских праздников. Рост объемов продаж туроператора «Интурист» за третий этап реализации программы составил 156%, компании «Алеан» – 67%. Туроператору «Дельфин» удалось увеличить продажи туров по России более чем на 82% (Итоги третьего этапа..., 2021).

Во время третьего этапа реализации программы «Туристический кешбэк» начал действовать дополнительный кешбэк 50% на «внутренние туристские поездки в организации отдыха детей и их оздоровление». Программа детского кешбэка действовала с 25.05.2021 г. по 31.08.2021 г. Кешбэк был настолько популярен, что правительство приняло решение выделить дополнительные средства на возмещение стоимости путевок всем, кто приобрел поездки для своих детей до старта акции.

Четвертый этап стартовал

16.06.2021 г. и планировался к завершению 31 августа 2021 г. Однако за неделю до запланированной даты завершения Ростуризм сообщил о продлении периода действия программы еще на две недели, т.е. до 15.09.2021 г., но программа была приостановлена 10.09.2021 г. (транзакции, произведенные в этот день, в выплате компенсаций не были учтены). Турфирмы, рассчитывая на плановое завершение акции, продолжали бронировать туры, предполагая, что клиенты, оплатившие заявки, получат обозначенное программой возмещение части стоимости услуг, однако клиенты оказались лишены этой возможности.

По результатам реализации программы в 2021 г. кассовое исполнение АО «НСПК» составило 6368728,4 тыс. руб., общий объем денежных средств, израсходованных туристами на приобретение туров составил 32673,9 млн руб., выплаты кешбэка – 6259,9 млн руб. (19,2% от затрат туристов); было реализовано 706,3 тыс. туров, на каждую из которых в среднем пришлось по 2,4 туриста; в итоге на 1 бюджетный рубль было привлечено 4,2 руб. от туристов (Заключение о результатах..., 2021).

Сравнивая результаты реализации программы «Туристический кешбэк» по ее исполнению в 2021 г., отметим низкие результаты реализации четвертого этапа программы на фоне большого успеха предыдущего этапа. Основными причинами низкой активности потребителей стали опасения строить планы на осенний отпуск во время введения в регионах новых ограничений из-за роста заболеваемости COVID-19.

Пятый этап программы «Туристический кешбэк» (18.01.2022 г. – 28.02.2022 г. и дополнительно с 15.03.2022 г. по 15.04.2022 г.) оказался одним из самых эффективных (Правительство подтвердило..., 2022):

- было реализовано туров на сумму 44 млрд руб.;
- за поездки по территории страны участникам программы было возвращено на карты около 8,5 млрд руб.;
- программой воспользовались при-

мерно 2,5 млн российских туристов.

По заявлению Ростуризма за первые две недели реализации пятого этапа, динамика спроса в среднем увеличилась в 2 раза по сравнению с прошлым годом, продажи выросли почти на 50%. Туроператоры также подтверждали активные темпы бронирований туров. Объемы продаж национального туроператора «Дельфин» выросли на 22-25%, «Мультитур» – на 37% по сравнению с этим же периодом прошлого года, когда программа не была активирована. Программа стала драйвером спроса в период низкого сезона.

За время реализации шестого этапа программы «Туристический кешбэк» (25.08.2022 г. – 10.09.2022 г.) гражданами России было приобретено турпродуктов на 14,3 млрд руб., сумма кешбэка составила 2,7 млрд руб., акцией воспользовались 600 тыс. человек (В Ростуризме подвели

итоги..., 2022). Доля жителей средних и малых населенных пунктов, воспользовавшихся программой, выросла в 2 раза. В сентябре 2022 года были популярны круизы, для осенних поездок туристы предпочитали выбирать санатории, семейные отели с теплыми бассейнами и поездки в «атмосферные» города (Россияне назвали..., 2022).

На рисунке 1 представлены сводные данные о результатах реализации последовательности шести этапов программы «Туристический кешбэк» (скорректированные с учетом упомянутых выше заключений счетной палаты), а на рисунке 2 – сводные данные о количестве туристов, воспользовавшихся программой.

Отметим наличие трендов роста показателей реализации программы отдельно в разрезе первых и вторых этапов по годам реализации (2020, 2021, 2022 гг.).

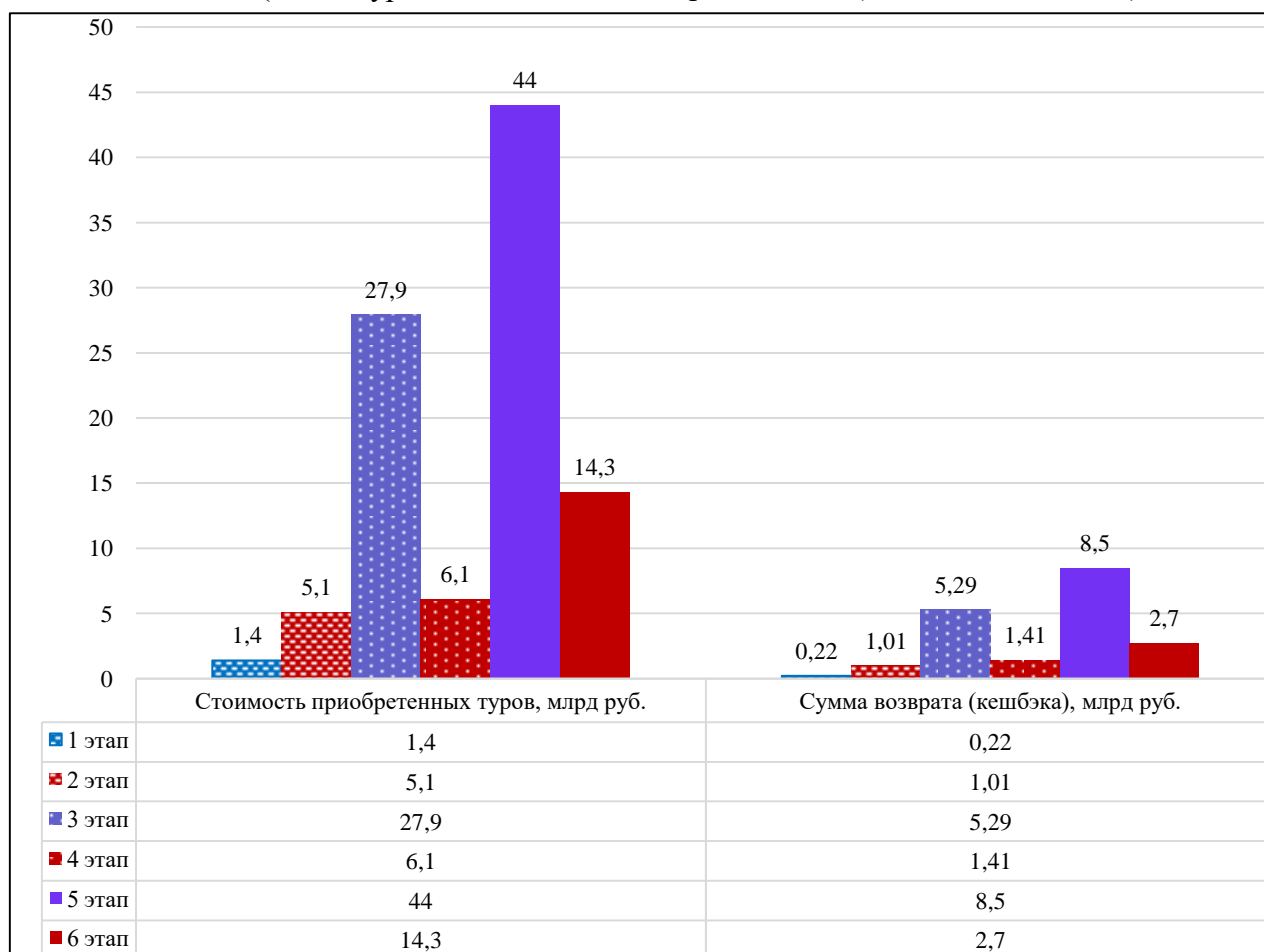


Рис. 1. Результаты реализации последовательности этапов программы «Туристический кешбэк»

Fig. 1. Results of the implementation of the sequence of stages of the "Tourist cashback" program

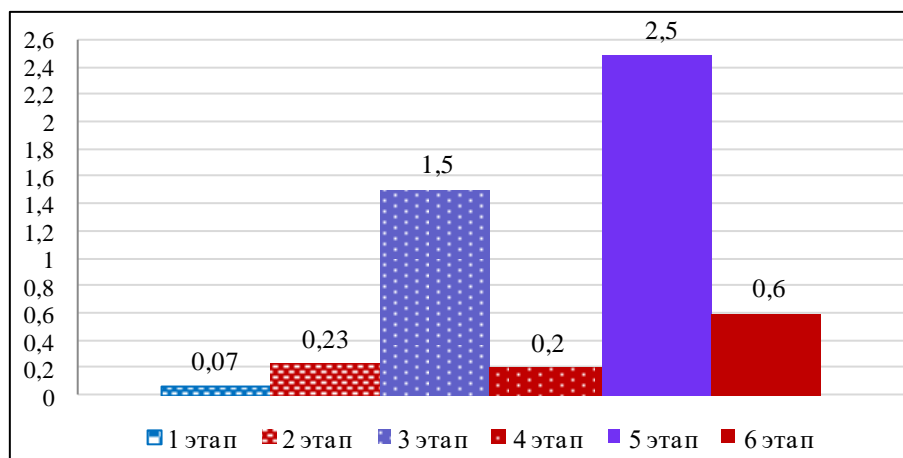


Рис. 2. Количество туристов, воспользовавшихся программой, млн человек
Fig. 2. The number of tourists who used the program, million people

Реализация программы «Туристический кешбэк» стала важным фактором роста популярности внутреннего туризма в Российской Федерации. Акция стала эффективной, о чем свидетельствуют данные, анонсированные Ростуризмом и отчеты туроператорских организаций об объемах продаж, которые они предоставили Федеральному агентству по туризму. Средний рост объемов продаж составил 25%, эффект от поддержки туристской индустрии в период низкого спроса оказался существенным (Оперативная оценка..., 2020). Несмотря на процесс естественной стабилизации рынка туризма, программа позволила ускорить его восстановление. Значимым стал тот факт, что программа продлевалась как в период высокого, так и низкого спроса, расширились география и разнообразие предложенных по программе турпродуктов.

На отдельных этапах менялись подходы к управлению результатами реализации программы (в части регулирования количественных показателей, учета фактора сезонности и других, чувствительных для результатов реализации аспектов). Правительство РФ предпринимало меры, направленные на повышение ее эффективности, внося изменения в правила реализации. Так, по состоянию на конец 2022 г. постановление № 1200 (Постановление Правительства РФ ..., 2020) претерпело семь волн изменений. Ряд изменений касался значения минимального количе-

ства ночей пребывания в гостинице и (или) в транспортном специализированном средстве размещения. Первые изменения этого параметра были введены 30.09.2020 г. по результатам реализации первого этапа программы и в преддверии второго этапа: минимальное количество ночей проживания было снижено с четырех до двух. Это решение позволило существенно расширить спектр турпродуктов, реализуемых по программе «Туристический кешбэк» и обеспечить ее массовость. Следующее изменение параметра последовало в августе 2022 года: значение минимального количества ночевки было увеличено до трех. Данное решение способствовало росту загрузки средств размещения. Однако, если ранее под акцию попадали туры выходного дня, то теперь туристам, заинтересованным в получении субсидии, понадобилось выделять дополнительные дни для отдыха.

Ряд важных изменений в процессе реализации программы касался:

- увеличения суммы получаемых выплат (кешбэка);
- механизма расчёта суммы выплаты;
- уточнений условий программы по стоимости реализованных туров и количеству обслуженных туристов;
- объявления повышенного размера выплат по ряду турпродуктов (например, сформированным по территориям, входящим в состав Дальневосточного федерального округа);

- ориентировочных результатов предоставления субсидии в 2020, 2021 и 2022 гг. (Постановление Правительства РФ ..., 2022) и других параметров.

В общем, путем уточнения этих факторов и по сути пробным путем последовательно выстраивалась система критериев в практическом решении задачи оптимизации результатов реализации программы «Туристический кешбэк» и достижения максимального социально-экономического эффекта. Для поиска оптимального решения такой задачи целесообразно применять инструментарий динамического и многокритериального программирования на основе уточненной системы критериев.

Программа «Туристический кешбэк» является важным драйвером развития внутреннего туризма. В то же время важно совершенствовать технологии реализации подобных программ.

Отметим, что анонсы старта новых этапов программы «Туристический кешбэк» озвучивались непосредственно в их преддверии. На первых этапах такой подход не способствовал обеспечению массовости реализации. Кроме того, изменения условий реализации программы не должны носить спонтанный характер и быть нацеленными на получение лишь промежуточных результатов. На основе приобретенного опыта целесообразно четко обозначить систему критериев для выбора эффективной траектории реализации программы. Изменения условий программы должны стать составляющей обоснованных решений задачи динамического управления результатами реализации программы и заблаговременно анонсироваться рынку. Необходимо усиление маркетинговой составляющей процесса управления результатами реализации программы.

Важным фактором повышения эффективности реализации программы «Туристический кешбэк» является продолжительность периода окна продаж. Отметим, что первый этап реализации программы продолжался в течение недели и был анонсирован лишь за несколько недель до его начала. Учитывая специфику процедуры

реализации турпродуктов и скорость принятия решений о его приобретении, анонс факта открытия продаж по следующим этапам программы целесообразно представлять минимум за месяц и более, для того, чтобы лица, заинтересованные в участии в программе, могли бы заранее запланировать время своего отпуска и выделить средства на путешествие. Узкое окно продаж не позволяет наращивать глубину бронирований, в то время как потенциальные туристы проявляют большой интерес к акциям раннего бронирования.

Помимо этого, следует учитывать интересы турагентов – важного канала реализации предложений туроператоров. На прошедших этапах реализации программы были отмечены сложности получения комиссионного вознаграждения за реализованные в рамках программы турпродукты. Например, для того, чтобы турагенту получить вознаграждение, необходимо было после возвращения туристов из путешествия предоставлять туроператорам пакеты документов, подтверждающих бронирование и оплату поездки, после чего в течение нескольких дней осуществлялась проверка предоставленных данных. Такой формат взаимодействий между туроператором и турагентством неудобен и неэффективен. Необходимы оптимизация процесса выплат комиссионного вознаграждения и обеспечение возможности осуществлять ее в короткие сроки.

Заключение (Conclusions). Стремительные изменения условий осуществления туристской деятельности вынуждают государство и профильные организации адаптироваться к современным вызовам. Необходимость преодоления санкционного давления на экономику Российской Федерации обусловила переориентацию фокуса внимания туристского бизнеса на внутренний туризм. Вспышка распространения новой коронавирусной инфекции в 2020 г. вынудила государства ограничить международный туристский обмен, разрабатывать и реализовывать государственные программы, направленные на поддержку наиболее пострадавших отраслей

экономики, в число которых попала туристская индустрия. Оперативная разработка и реализация последовательности этапов государственной программы стимулирования внутреннего туризма «Туристический кешбэк» позволила не только оказать поддержку предприятиям туристской индустрии, обеспечив их загрузкой, но и обозначить новый тренд развития внутреннего туризма. Однако новые вызовы (усиление санкционного давления, ограничения в сфере авиаперевозок, ликвидация Федерального агентства по туризму и др.) ставят под угрозу достигнутые результаты. Реализация программы «Туристический кешбэк» в сложившихся условиях должна найти свое логическое продолжение и стимулировать россиян на туристские поездки по всей стране, особенно в те регионы, которые имеют богатый туристский потенциал, но до сих пор не получили достойного внимания туристов. Целесообразно продолжить расширение географии действия программы и фокусировать ее градиент не только на тех регионах, которые уже широко популярны, стабильно получают потоки туристов (Краснодарский край, Республику Крым, Ставропольский край и т.п.) и как следствие в меньшей степени нуждаются в мерах государственной поддержки, но и на регионах, где активизировались новые точки роста туризма (Алтай, Камчатский край, Иркутская область, Красноярский край, Дагестан и др.). Тем более, что ряд гостиничных предприятий наиболее популярных регионов намеренно стали повышать тарифы на размещение и создавать дефицит предложения.

Оптимизации организационных и технологических аспектов реализации программы «Туристический кешбэк» будет способствовать конструктивный диалог органов управления и предпринимателей туристского бизнеса. Продолжение реализации программы будет способствовать популяризации и развитию внутреннего туризма, созданию новых рабочих мест и достижению мультипликативного эффекта в росте экономик регионов страны.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Постановление Правительства РФ от 10 августа 2020 г. N 1200 “Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидии акционерному обществу “Национальная система платежных карт“ на стимулирование доступных внутренних туристских поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги“ // Информационно-правовой портал Гарант.ру. 2020. URL: <https://base-garant.ru.turbopages.org/base.garant.ru/s/74492477/> (дата обращения 16.01.2023).

Постановление Правительства РФ от 10 августа 2020 г. N 1200 “Об утверждении Правил предоставления в 2020 и 2021 годах из федерального бюджета субсидии акционерному обществу “Национальная система платежных карт“ на стимулирование доступных внутренних туристских поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги“ // Информационно-правовой портал Гарант.ру. 2022. URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/77320456/paragraph/1515:0> (дата обращения 18.01.2023).

Более 70 тысяч россиян воспользовались программой туристического кэшбека // RIA news. 2020. URL: <https://ria.ru/20201006/keshbek-1578456353.html> (дата обращения 15.01.2023).

В Ростуризме подвели итоги осенней акции с кешбэком // RIA news. 2022. URL: <https://ria.ru/20220915/keshbek-1816923172.html> (дата обращения 15.01.2023).

В Ростуризме рассказали о результатах программы кешбэка // РИА Новости. 2020. URL: <https://ria.ru/20201209/keshbek-1588346697.html> (дата обращения 15.01.2023).

Заключение о результатах внешней проверки исполнения Федерального закона «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов» и бюджетной отчетности об исполнении федерального бюджета за 2020 год» в Федеральном агентстве по туризму // Счетная палата Российской Федерации. 2021. URL: https://ach.gov.ru/upload/pdf/budget/grbs-2020/Заключение_Ростуризм.pdf (дата обра-

щения 20.01.2023).

Заключение Счетной палаты Российской Федерации о результатах внешней проверки исполнения Федерального закона «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов» и бюджетной отчетности об исполнении федерального бюджета за 2021 год» в Федеральном агентстве по туризму (174) (руководитель Федерального агентства по туризму З.В. Догузова) // Счетная палата Российской Федерации. 2021. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/309/wqaaxvbkwnso0y81yurghabtos1y9a41.pdf> (дата обращения 20.01.2023).

Итоги третьего этапа акции с кешбэком по России // Информационный портал Welcome Times. 2021. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/itogi-tretego-etapa-akcii-s-keshbekom-po-rossii> (дата обращения 15.01.2023).

Кутернин М. И. Исследование возможностей повышения эффективности использования государственных субсидий для поддержки туристической отрасли РФ // Инновации и инвестиции. 2021. № 5. С. 229-232.

Леонидова Е. Г. Туризм в России в условиях COVID-19: оценка экономического эффекта от стимулирования спроса для страны и регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т. 14. № 2. С. 59-74.

Оперативная оценка динамики потребительских расходов // Статистический сервис «СберИндекс». 2020. №35. URL: <https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics/nov02-08.pdf> (дата обращения 15.01.2023).

Правительство подтвердило продление программы туркешбэка на осень // Tourdom. Профессиональный туристический портал. 2022. URL: https://www.tourdom.ru/news/pravitelstvo-podtverdilo-prodlenie-programmy-turkeshbeka-na-osen.html?sphrase_id=376733 (дата обращения 15.01.2023).

Россияне назвали самые атмосферные осенние города // РИА Новости. 2022. URL: <https://ria.ru/20221101/goroda-1828183142.html> (дата обращения 15.01.2023).

Рубцова Н. В. Пандемия COVID-19 как импульс развития внутреннего туризма в России: проблемы и перспективы // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2021. № 3(49). С. 88-95.

Скидка от государства: что программа туристического кешбэка дала бизнесу // Сбер-Про Медиа. 2021. URL:

<https://sber.pro/publication/skidka-ot-gosudarstva-cto-programma-turisticheskogo-keshbeka-dala-biznesu> (дата обращения 15.01.2023).

Туристический кешбэк // Официальный сайт программы. 2022. URL: <https://мирпутешествий.рф/> (дата обращения 15.01.2023).

Туроператоры зафиксировали рост бронирований по программе туристического кешбэка // Информационный портал «Экономика и жизнь». 2020. URL: <https://www.eg-online.ru/news/428819/> (дата обращения 15.01.2023).

Шмарков М. С., Мусалитина М. С. Влияние геополитических факторов на развитие рынка туризма и деятельность компаний // Вестник ОрелГИЭТ. 2016. № 2 (36). С. 134-139.

Шпилько С. П., Степуренко О. А. Субсидии в виде кешбэка как форма поддержки спроса в сфере внутреннего туризма // Вестник РМАТ. 2020. № 4. С. 24-30.

Шпырня О. В., Хашева О. В. Развитие внутреннего туризма как фактор восстановления отрасли в условиях пандемии // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2021. № 3. С. 345-348.

Dongfang, S. (2022), "Study on the Conditions for China's Tourism Industry to Become a Pillar Industry", Proc. of the 2022 7th "International Conference on Financial Innovation and Economic Development" (ICFIED 2022), pp. 3329-3332, [Online], available at: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220307.550> (Accessed 15.01.2023).

Shmarkov, M., Shmarkova, L. and Gubareva, L. (2019), "The leading role of crises in the regulation and development of entrepreneurship in the tourism market", 3rd International Conference on Social, Economic, and Academic Leadership (ICSEAL 2019), pp. 182-188.

"The program involves 662 tour operators, 69 aggregators and 3,329 accommodation facilities", Media platform Greater Asia, 2022. [Online], available at: <https://bigasia.ru/en/content/news/business/a-new-stage-of-the-tourist-cashback-program-has-started-in-russia/> (Accessed 15.01.2023).

"Tourism in Russia", Internet portal and analytical agency, 2020. [Online], available at: https://tadviser.com/index.php/Article:Tourism_in_Russia#Decrease_in_the_flow_of_foreign_touris

ts_in_the_Russian_Federation_by_93.25.2C_to_36_thousand_arrivals (Accessed 15.01.2023)).

Wang, Z. and Wang, Y. (2023), "What makes Ultra-low-price tour agencies survive in China tourism market?", Proc. of the 2022 2nd "International Conference on Business Administration and Data Science" (BADs 2022), AHCS 11, pp. 727-735, [Online], available at: https://doi.org/10.2991/978-94-6463-102-9_74 (Accessed 15.01.2023).

Yang, Y. (2022), "Challenges and Countermeasures for China's Tourism Industry in the Post-Epidemic Era", Proc. of the 2022 2nd "International Conference on Economic Development and Business Culture" (ICEDBC 2022), AEBMR 662, pp. 1570-1574, [Online], available at: https://doi.org/10.2991/978-94-6463-036-7_234 (Accessed 15.01.2023).

References

"Conclusion of the Accounts Chamber of the Russian Federation on the results of an external audit of the execution of the Federal Law "On the Federal Budget for 2021 and for the planning period of 2022 and 2023" and budget reports on the execution of the federal Budget for 2021 in the Federal Agency for Tourism (174) (Head of the Federal Agency for Tourism Z.V. Doguzova)", *Accounts Chamber of the Russian Federation*, 2021 [Online], available at: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/309/wqaaxvbkwnso0y81yyrgahbtos1y9a41.pdf> (Accessed 20.01.2023).

"Conclusion on the results of an external audit of the execution of the Federal Law "On the Federal Budget for 2020 and for the planning period of 2021 and 2022", and budget reporting on the execution of the federal budget for 2020 in the Federal Agency for Tourism", *Accounts Chamber of the Russian Federation*, 2021, [Online], available at: https://ach.gov.ru/upload/pdf/budget/grbs-2020/Заключение_Rostourism.pdf (Accessed 20.01.2023).

"Discount from the state: what the tourist cashback program gave to business", *Sber Pro Media*, 2021 [Online], available at: <https://sber.pro/publication/skidka-ot-gosudarstvachto-programma-turisticheskogo-keshbeka-dala-biznesu> (Accessed 15.01.2023).

Dongfang, S. (2022), "Study on the Conditions for China's Tourism Industry to Become a Pillar Industry", Proc. of the 7th "International Conference on Financial Innovation and Economic Development" (ICFIED 2022), pp. 3329-3332, [Online], available at: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220307.550> (Ac-

cessed 15.01.2023).

Kuternin, M. I. (2021), "Investigation of the possibilities of increasing the efficiency of using state subsidies to support the tourism industry of the Russian Federation", *Innovations and investments*, 5, pp. 229-232.

Leonidova, E. G. 2021, "Tourism in Russia in the context of COVID-19: assessment of the economic effect of stimulating demand for the country and regions", *Economic and social changes: facts, trends, forecast*, 14 (2), pp. 59-74.

"More than 70 thousand Russians have used the tourist cashback program", RIA news, 2020. [Online], available at: <https://ria.ru/20201006/keshbek-1578456353.html> (Accessed 15.01.2023).

"On Approval of the Rules for Granting Subsidies from the Federal Budget to the National Payment Card System Joint Stock Company to Stimulate Affordable Domestic Tourist Trips through Reimbursement of Part of the Cost of Paid Tourist Services", Decree of the Government of the Russian Federation No. 1200 dated August 10, 2020, Information and Legal Portal *Garant.ru*. [Online], available at: <https://base-garant.ru.turbopages.org/base.garant.ru/s/74492477/> (Accessed 16.01.2023).

"On approval of the Rules for Granting Subsidies from the Federal Budget to the National Payment Card System Joint Stock Company in 2020 and 2021 to Stimulate Affordable Domestic Tourist Trips through Reimbursement of Part of the cost of paid tourist services", Resolution of the Government of the Russian Federation of August 10, 2020 N 1200, Information and Legal Portal *Garant.ru*. 2022. [Online], available at: <http://ivo.garant.ru/#/document/77320456/paragraph/1515:0> (Accessed 18.01.2023).

"Operational assessment of the dynamics of consumer spending", Statistical service "Sberindex", 2020, 35 [Online], available at: <https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics/nov02-08.pdf> (Accessed 15.01.2023).

"Results of the third stage of the cashback campaign in Russia", Information portal *Welcome Times*. 2021 [Online], available at: <https://welcometimes.ru/opinions/itogi-tretego-etapa-akcii-s-keshbekom-po-rossii> (Accessed 15.01.2023).

"Rostourism summed up the results of the autumn campaign with cashback", RIA news, 2022 [Online], available at: <https://ria.ru/20220915/keshbek-1816923172.html> (Accessed 15.01.2023).

"Rostourism told about the results of the

cashback program”, *RIA news*, 2020 [Online], available at: <https://ria.ru/20201209/keshbek-1588346697.html> (Accessed 15.01.2023).

Rubtsova, N. V. (2021), “The COVID-19 pandemic as an impulse for the development of domestic tourism in Russia: problems and prospects”, *Izvestiya of Higher educational institutions*, Series: Economics, Finance and Production Management, 3(49), pp. 88-95.

“Russians called the most atmospheric cities of the country for autumn trips”, *RIA News*, 2022 [Online], available at: <https://ria.ru/20221101/goroda-1828183142.html> (Accessed 15.01.2023).

Shmarkov, M. S. and Musalitina, M. S. (2016), “The influence of geopolitical factors on the development of the tourism market and the activities of companies”, *Vestnik OrelGIET*, 2 (36), pp. 134-139.

Shmarkov, M., Shmarkova, L. and Gubareva, L. (2019), “The leading role of crises in the regulation and development of entrepreneurship in the tourism market”, 3rd International Conference on Social, Economic, and Academic Leadership (ICSEAL 2019), pp. 182-188.

Shpilko, S. P. and Stepurenko, O. A. (2020), “Cashback subsidies as a form of demand support in the field of domestic tourism”, *Bulletin of the RMAI*, 4, pp. 24-30.

Shpyrnya, O. V. and Khasheva, O. V. (2021), “The development of domestic tourism as a factor in the recovery of the industry in a pandemic”, *Bulletin of the Udmurt University*, Biology series. Earth science, 3, pp. 345-348.

“The government has confirmed the extension of the turkishback program for the autumn”, *Tourdom*, Professional travel portal, 2022 [Online], available at: https://www.tourdom.ru/news/pravitelstvo-podtverdilo-prodlenie-programmy-turkeshbeka-na-osen.html?sphrase_id=376733 (Accessed 15.01.2023).

“The program involves 662 tour operators, 69 aggregators and 3,329 accommodation facilities”, *Media platform Greater Asia*, 2022 [Online], available at: <https://bigasia.ru/en/content/news/business/a-new-stage-of-the-tourist-cashback-program-has-started-in-russia/> (Accessed 15.01.2023).

“Tourism in Russia”, Internet portal and analytical agency, 2020 [Online], available at: https://tadviser.com/index.php/Article:Tourism_in_Russia#Decrease_in_the_flow_of_foreign_tourists_in_the_Russian_Federation_by_93.25.2C_to_336_thousand_arrivals (Accessed 15.01.2023).

“Tourist cashback”, Official website of the

program, 2022 [Online], available at: <https://мирпутешествий.rf/> (Accessed 15.01.2023).

“Tour operators have recorded an increase in bookings under the tourist cashback program”, Information portal “*Economy and Life*”, 2020 [Online], available at: <https://www.eg-online.ru/news/428819/> (Accessed 15.01.2023).

Wang, Z. and Wang, Y. (2023), “What makes Ultra-low-price tour agencies survive in China tourism market?”, Proc. of the 2022 2nd “*International Conference on Business Administration and Data Science*” (BADS 2022), AHCS 11, pp. 727-735, [Online], available at: https://doi.org/10.2991/978-94-6463-102-9_74 (Accessed 15.01.2023).

Yang, Y. (2022), “Challenges and Countermeasures for China’s Tourism Industry in the Post-Epidemic Era”, Proc. of the 2022 2nd “*International Conference on Economic Development and Business Culture*” (ICEDBC 2022), AEBMR 662, pp. 1570–1574, [Online], available at: https://doi.org/10.2991/978-94-6463-036-7_234 (Accessed 15.01.2023).

Данные об авторах

Шмаркова Лариса Ивановна, доцент, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры математики и информационных технологий; доцент кафедры туризма и гостиничного дела

Шмарков Михаил Сергеевич, доцент, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела; директор ООО «ТурЭксперт»

Шмаркова Елена Александровна, менеджер ООО «ТурЭксперт»

Макаров Егор Алексеевич, магистрант 2 курса кафедры туризма и гостиничного дела

Information about authors

Larisa I. Shmarkova, Associate Professor, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor of the Department of Mathematics and Information Technology; Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business

Mikhail S. Shmarkov, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Head of the Department of Tourism and Hotel Business; Director of LLC «TourExpert»

Elena A. Shmarkova, Manager of LLC «TourExpert»

Egor A. Makarov, 2nd year master's student of the Department of Tourism and Hotel Business