

Обзор
Original article

УДК 339.3

DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-1-0-2

Джанджугазова Е. А. | Развитие туризма и гостеприимства:
временная остановка или новый путь?

Российский экономический университет ФГБОУ ВО им. Г. В. Плеханова,
Стремянный переулок, 36, Москва 117997, Россия

e-mail: lena-itig@mail.ru
ORCID: 0000-0002-2620-5210

Статья поступила 05 февраля 2021 г.; принята 27 февраля 2021 г.;
опубликована 31 марта 2021 г.

Аннотация. В современных условиях пандемии Ковид – 19 многие отрасли экономики понесли серьезные потери, особенно уязвимыми оказались крупные потребительские рынки и в том числе рынок туризма и гостеприимства. Вместе с тем туристская отрасль в странах с небольшим вкладом туризма в ВВП потеряла значительно меньше, а в ряде случаев получила даже некоторые преимущества из-за снижения накала международной конкуренции и протекционистских мер национальных правительств. Российская Федерация несмотря на более низкие показатели в области развития внутреннего туризма получила новые возможности развития. В данном исследовании предлагается анализ изменений, происходящих на российском рынке туризма и гостеприимства, на базе которых можно будет определить новые направления развития с учетом региональной специфики и трансформаций в области туристского поведения. В ходе исследования были использованы методы: сравнительный анализ, количественные и качественные измерения, экспертные методы и элементы контент-анализа. Полученные результаты позволили обосновать, что кризисные ситуации несут не только негативные последствия, но и позволяют более глубоко осмыслить ситуацию, найдя в ней полезное начало для дальнейшего развития. Так, в частности, в период пандемии 2020г. Правительство РФ смогло сформулировать и предложить ряд очень результативных мер поддержки отечественного туристского бизнеса, на основе использования которых значительная часть туристских и гостиничных предприятий смогла сохранить свой рыночный потенциал.

Ключевые слова: туризм; гостеприимство; туристский рынок; сравнительный анализ; кризис; пандемия

Для цитирования: Джанджугазова Е. А. Развитие туризма и гостеприимства: временная остановка или новый путь? // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 7, № 1, 2021, с. 15-22, DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-1-0-2

UDC 339.3

Elena A. Dzhandzhugazova

**Tourism and hospitality development:
a temporary stop or a new path?**

Plekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny Ln., Moscow 117997, Russia

e-mail: lena-itig@mail.ru
ORCID: 0000-0002-2620-5210

Abstract. In the current conditions of the Covid-19 pandemic, many sectors of the economy have suffered serious losses. Large consumer markets, including the tourism and hospitality market, have turned out to be especially vulnerable. At the same time, the tourism industry in the countries with a small contribution of tourism to GDP lost significantly less, and in some cases even gained some advantages due to the reduced intensity of international competition and protectionist measures of national governments. The Russian Federation, despite the lower indicators in the development of domestic tourism, received new development opportunities. This study proposes an analysis of the changes taking place in the Russian tourism and hospitality market, on the basis of which it will be possible to determine new directions of development, taking into account regional specifics and transformations in the field of tourist behavior. During the study, the following methods were used: comparative analysis, quantitative and qualitative measurements, expert methods and elements of content analysis. The results obtained made it possible to substantiate that crisis situations have not only negative consequences, but also allow one to more deeply comprehend the situation, finding in it a useful beginning for further development. So, in particular, during the 2020 pandemic, the Government of the Russian Federation was able to formulate and propose a number of very effective measures to support the domestic tourism business, on the basis of the use of which a significant part of tourism and hotel enterprises were able to maintain their market potential.
Keywords: tourism; hospitality; tourist market; comparative analysis; crisis, pan-demic

For citation: Dzhandzhugazova E. A. (2021) *Tourism and hospitality development: a temporary stop or a new path?* Research Result. Business and Service Technologies, 7(1), 15-22, DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-1-0-2

Введение. В последние три десятилетия туризм стал одной из наиболее перспективных отраслей мировой экономики. Целый ряд стран, позиционирующих себя на глобальных рынках товаров и услуг как туристские, довели долю туризма в экспорте товаров и услуг до 20%, смело предполагая, что сложившиеся тренды в области потребления вполне устойчивы. Вместе с тем жесткие условия пандемии Ковид – 19, по мнению аналитиков UNWTO, фак-

тически откинули развитие отрасли к началу 2000-х годов, сведя к абсолютному минимуму многолетние достижения в области развития массового туризма (Логунцова, 2020). Понесли существенные потери практически все игроки туристского рынка, но как показывает практика, глобальные игроки – Испания, Греция, Италия, Португалия, Таиланд и др. потеряли значительно больше, чем страны с более сдержанными темпами развития туризма

(Новый образ туризма, 2020). Так, Российская Федерация, у которой вклад туризма в экономику составляет около 4%, потеряла от пандемии меньше, чем известные туристские державы и даже смогла за счет своевременно принятых правительством мер несколько смягчить тяжелые последствия, вызванные эпидемиологическими ограничениями (Джанджугазова, 2019, 2015).

Цель исследования. Настоящее исследование посвящено анализу изменений в области рынка туризма и гостеприимства и поиску на этой основе новых эффективных направлений развития российского туристского рынка с учетом его региональной и институциональной специфики.

Материалы и методы исследования. Методологическая база исследования опирается на симбиоз методов и подходов к получению количественных и качественных результатов, включая сравнительный анализ, количественные и качественные измерения, системный и междисциплинарный подход, экспертные методы и элементы контент-анализа. Аналитической основой исследования являются статистические материалы UNWTO, Ростуризма, Росстата и др.

Результаты исследования и их обсуждение. Проведенный сравнительный анализ темпов развития российского туризма в 2018-2019 гг. показал, что несмотря на некоторые успехи, достигнутые в этот период – рост внутреннего турпотока на 8-10%, увеличение въездного потока и некоторую стабилизацию ситуации в области выездного туризма, темпы развития российского туризма и гостеприимства остаются недостаточными.

Сравнительный анализ туристской статистики позволяет сделать такие выводы. По результатам анализа влияния туризма на национальную экономику, можно отметить, что в РФ вклад туризма в ВВП в 2019 г. составил 3,8%, что в докризисных условиях выглядело как значительное отставание от стран-лидеров (рис. 1). Однако в кризисные 2020-2021 гг. такое отставание сыграло в некоторой степени позитивную роль, так как меньше отразилось на снижении ВВП страны. Вместе с тем меньшая доля занятых в российском туризме и гостиничном бизнесе способствовала некоторому снижению общего уровня безработицы. Совершенно очевидно, что самые серьезные потери понесли страны, где сектор развлечений, туризма и гостеприимства имел стратегическое значение и был особенно развит.

Совершенно очевидно, что в линейке въездного, выездного и внутреннего туризма менее уязвимым к пандемийным мерам оказался внутренний туристский продукт, реализация которого преимущественно зависела от мер, принимаемых национальными правительствами, и внутренней туристской политики (Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», 2020). В этом случае страны с высокими объемами внутреннего туризма при реализации суверенной туристской политики имели существенные преимущества, так как в них уже была создана развитая туристская индустрия и сформировалась стойкая туристская мотивация. Об уровне развития внутреннего туризма можно судить по количеству туристских поездок на одного жителя в год (рис. 2).

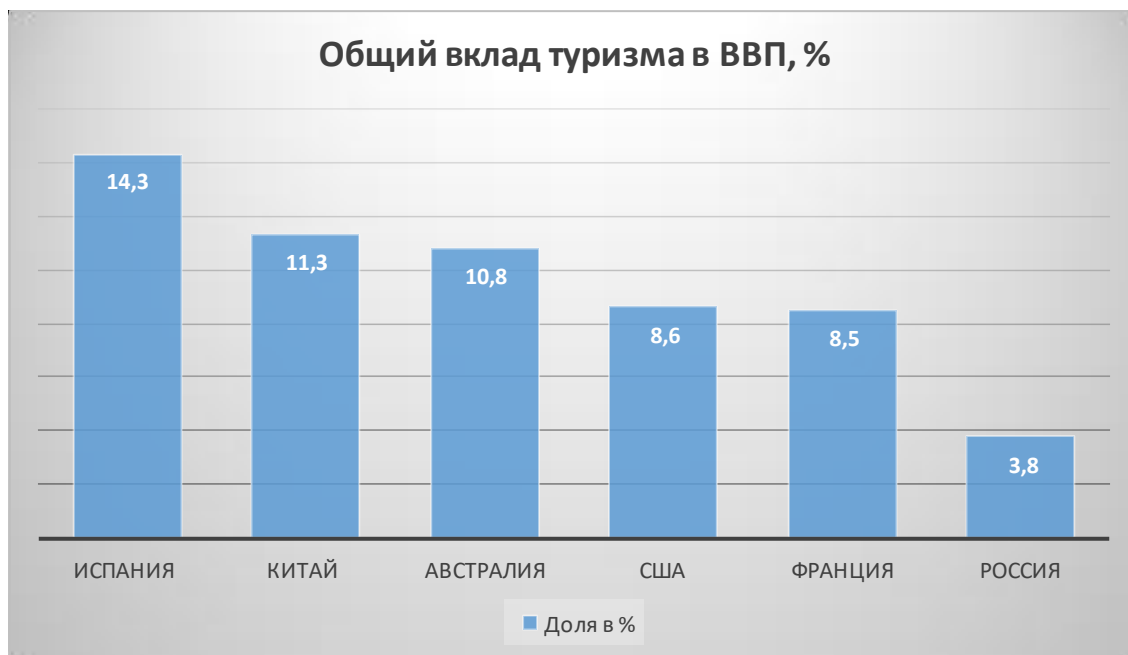


Рис. 1. Сравнительная туристская статистика:
вклад туризма в ВВП по странам (составлено автором на основе данных
Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», 2020)

Fig. 1. Comparative Tourism Statistics:
Contribution of Tourism to GDP by Country (compiled by the author based on data from
the National Project "Tourism and Hospitality Industry", 2020)

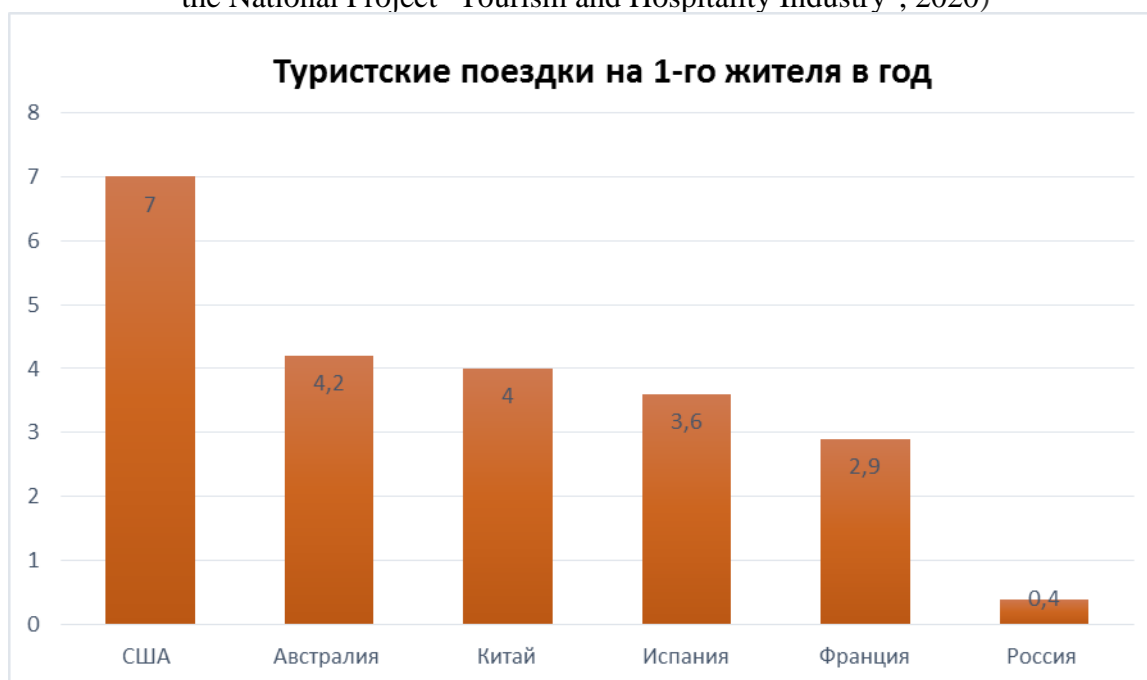


Рис. 2. Количество внутренних туристских поездок
на одного жителя страны в год (2019г.) странам (составлено автором на основе данных
Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», 2020)

Fig. 2. The number of domestic tourist trips per one resident
of the country per year (2019) Country (compiled by the author based on data
from the National Project "Tourism and Hospitality Industry", 2020)

Анализируя данные о количестве поездок на одного жителя, следует отметить, что в РФ, несмотря на активное развитие в последние годы внутреннего туризма, средние показатели количества поездок на одного жителя достаточно низкие, что, с одной стороны, можно оценить негативно, но, с другой стороны, этот факт можно рассматривать как существенный потенциал дальнейшего роста внутренних туристских потоков, особенно в условиях полного отсутствия конкуренции с зарубежными туристскими центрами (В АТОР подвели итоги, 2020).

Все это позволяет подчеркнуть, что локдаун и масштабные эпидемиологические ограничения имеют не только негативные последствия, но и дают некоторые возможности для переформатирования ту-

ристской стратегии с учетом появившихся ограничений и новых возможностей. В этой связи следует отметить, что сокращение внутреннего туризма в 2020 году было существенным, но не критическим (35-40%), что значительно меньше падения объемов по въездному туризму (-93,6%) и выездному туризму (-70%).

Если рассматривать падение объемов внутреннего туризма в региональном разрезе, то следует отметить, что некоторые туристские регионы России смогли грамотно воспользоваться мерами поддержки, разработанными Правительством РФ и по возможности минимизировали потери. Результаты предварительной оценки потерь, составленных по данным туристских администраций регионов России представлены в таблице.

Таблица

Результаты предварительной оценки потерь объемов внутреннего туризма в 2020г.

Table

The results of a preliminary assessment of losses in the volume of domestic tourism in 2020

Регион РФ	Турпоток в 2020 г. (млн поездок)	Изменения по сравнению с 2019 г. (%)
Краснодарский край	11,5	-33
Московская область	11,5	-50
Москва	7,0	-72
Крым	6,1	-18
Санкт-Петербург	2,0	-80
Татарстан	2,0	-44
Алтайский край	1,3	-40
Калининградская обл.	1,3	-30
Карелия	0,5	-40
Бурятия	0,2	-49
Республика Алтай	1,74	+0,4

Прогнозируемые результаты падения внутренних турпотоков по регионам РФ показывают, что очень значительно пострадали крупные городские туристские дестинации – Санкт-Петербург и Москва, курортные регионы пострадали значительно меньше, а некоторые, в их числе Республика Алтай, смогли даже показать даже

небольшой рост. Все это говорит о том, что грамотная туристская политика и своевременные меры поддержки смогли предотвратить полное обрушение российской сферы туризма и гостеприимства, которое мы наблюдаем в Европейских странах (В АТОР подвели итоги, 2020).

Экстраординарная ситуация в период пандемии стала своеобразным «опытным полигоном» для проверки эффективности мер экономической поддержки экономики РФ. Всего за период с апреля по октябрь 2020 г. правительством было предложено 11 основных мер поддержки федерального уровня, причем 9 из них были направлены на поддержку только малых и средних предприятий. При этом нельзя не отметить, что в туризме, как и в других отраслях, основным бенефициаром от внедрения мер поддержки стал малый и средний бизнес, крупные компании были лишены доступа ко многим из этих инструментов, что в определенной степени оправдано, так как меры поддержки были преимущественно ориентированы на предпринимателей – физических лиц и самозанятых.

По оценке турбизнеса, наиболее эффективными мерами правительственной поддержки выступили следующие:

- Постановление об отсрочке обязательств по турам, приобретаемым до закрытия границ;
- туристский кэшбэк (особенно вторая волна, которая прошла осенью-зимой 2020г.);
- субсидии на заработную плату сотрудникам туристских компаний (в размере 1 МРОТ на сотрудника).

Следует отметить, что туристский и гостиничный бизнес получил поддержку и на региональном уровне в виде снижения налогов и предоставления дополнительных льгот. Все это несомненно смягчило удар, но все равно отрасль понесла очень серьезные потери, которые необходимо не только оценить количественно, но и сделать необходимые выводы и в том числе для того, чтобы предвидеть все возможные трансформации, которые неизбежно произойдут в туристском спросе, туристской мотивации и туристском поведении.

Изменения в туристском поведении – это важный фактор, влияющий на процесс формирования туристского спроса. Своевременный и всесторонний учет измене-

ний позволяет сформировать грамотное туристское предложение и повысить качество прогнозов. В настоящее время можно зафиксировать несколько изменений в туристском поведении:

1. Около 40% туристов, планировавших путешествие в 2020 году отложили реализацию своих планов, что увеличило объемы потенциального спроса, который будет реализован при первой же возможности в будущих периодах, следовательно, при благоприятных условиях можно прогнозировать пропорциональное увеличение ёмкости туристского рынка;

2. Примерно 40% туристов сократили время на принятие решения о приобретении туров, а, следовательно, выиграли туристские компании с низкой глубиной продаж. Этот факт подчеркивает важность подготовки «горячего предложения» для тех, кто решается покупать туры в последний момент;

3. Наиболее стабильным по объемам спроса стал люксовый сегмент туристского и гостиничного рынка, его доля была стабильной (около 20%), что подчеркивает важность развития продукта для этой категории туристов;

4. Туристский продукт стал отличаться довольно четкой поляризацией – с одной стороны, растет число коротких туров под девизом: «надо успеть отдохнуть, пока еще есть возможность», а с другой – увеличивается продолжительность отдыха (более чем на 2 недели);

5. Растет интерес к комбинированному отдыху, допускающему возможность работать удаленно. В этой связи растет спрос на апартаменты, пансионаты и санатории, находящиеся недалеко от крупных городских агломераций.

Заключение. Подводя итоги, следует отметить, что происходящие изменения в области развития туризма и гостеприимства, необходимо не просто фиксировать, но и критически переосмысливать, воз-

можно в дискуссионном формате, привлекая к обсуждению туристскую общественность. Наиболее современной и эффективной формой обсуждения являются профессиональные группы и сообщества в социальных медиа, так как социальные платформы предлагают разнообразные сервисы для получения и обработки информации. (Морозов, 2020). При этом очень важно обобщать и систематизировать опыт прошлых кризисных периодов, который может стать методической канвой для формирования прогнозов и сценариев развития туризма и смежных с ним отраслей экономики. На наш взгляд, разработка программных документов разного уровня обязательно должна опираться на результаты прошлого практического опыта с учетом ключевых трендов будущего развития, к которым можно отнести:

- развитие туризма и гостеприимства на основе сохранения лучших международных и национальных практик;
- критическое переосмысление позитивного и негативного опыта;
- разработка и внедрение принципиально новых бизнес-моделей в области развития туризма и гостеприимства.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Литература

В АТОР подвели туристические итоги 2020 года и рассказали о трех сценариях в 2021г. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html> (дата обращения: 01.02.2021).

Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий. Учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп. – Сер. 76. Высшее образование, Издательство Юрайт. 2019.

Джанджугазова Е. А. Российский туризм в «новой реальности»: постановка проблемы // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. Т. 2. № 4. С. 99-109.

Джанджугазова Е. А. Туризм: анатомия кризиса // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. Т.2. №1. С. 116-129.

Когда ждать утверждения нацпроекта по туризму, и какие задачи он будет решать. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53393.html> (дата обращения: 01.02.2021).

Логунцова И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 80. Июнь 2020 г. С. 49-63.

Морозов М. А. Антикризисный менеджмент в индустрии туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т. 6. № 4. С. 19-27.

Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: http://www.sfrp.ru/images/news/2020/12/23-12-2020/Prezentatsia_natsproekta_Turizm_i_industri_a_gostepriimstva.pdf (дата обращения: 01.02.2021).

Новый образ туризма. URL: <https://www.vtimes.io/2020/11/12/novii-obraz-turizma-a1419> (дата обращения: 01.02.2021).

References

A new image of tourism, [Online], available at: <https://www.vtimes.io/2020/11/12/novii-obraz-turizma-a1419> (Accessed 01 February 2021).

ATOR summed up the tourism results of 2020 and told about three scenarios in 2021, [Online], available at: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html> (Accessed 01 February 2021).

Dzhandzhugazova, E. A. (2019), *Marketing tourist areas*, Training manual, 3-e Izd., rev. and ed., Ser. 76, Higher education, Publishing House Yurayt.

Dzhandzhugazova, E. A. (2015), “Russian tourism in the new reality: the problem”, *Russian Regions: a look into the future*, Vol. 2, 4, pp. 99-109.

Dzhandzhugazova, E. A. (2015), “Tourism: anatomy of the crisis”, *Russian Regions: a look into the future*, Vol. 2, 1, pp. 116-129.

Logunova, I. V. (2020), “The tourism industry in the conditions of the coronavirus pandemic: challenges and prospects”, *Administration of the state. Electronic Bulletin*, Issue 80, June 2020, pp. 49-63.

Morozov, M. M. (2020), "Anti-crisis management in the tourism industry", *Research result. Technologies of Business and Service*. Vol. 6, 4, pp. 19-27.

National project "Tourism and the hospitality industry" [Online], available at: http://www.sfrp.ru/images/news/2020/12/23-12-2020/Prezentatsia_natsproekta_Turizm_i_industrija_gostepriimstva.pdf (Accessed 01 February 2021).

When to wait for the approval of the national tourism project, and what tasks it will solve, [Online], available at:

<https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53393.html> (Accessed 01 February 2021).

Данные об авторе

Джанджугазова Елена Александровна, д.э.н., профессор, профессор кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта

Information about the author

Elena A. Dzhandzhugazova, Doctor of Economics, Professor, Department of the Hospitality, Tourism and Sports Industry