

Развитие туризма в годы пандемии^{*}

Development of Tourism during the Pandemic Years

Э. АКБАШЕВ

Акбашев Эльдар Фирхатович, аспирант Уфимского государственного нефтяного технического университета. E-mail: eldar.akbashev77@gmail.com

Целью научной статьи выступает проведение анализа особенностей развития туристической отрасли экономики России в период пандемии Covid-19. Актуальность научного исследования обусловлена тем, что именно туризм стал наиболее пострадавшей отраслью национальной экономики в условиях распространения пандемии. В рамках статьи рассмотрены последствия, к которым привели карантинные ограничения и спад экономической активности субъектов туристической отрасли. Определены приоритетные изменения туристического бизнеса в годы пандемии Covid-19. Рассмотрены стратегические направления развития туризма экономики России в период постпандемии. В заключении установлено, что период пандемии имел весомое влияние на трансформацию экономической деятельности туристических агентств, стимулируя развитие внутреннего туризма.

Ключевые слова: туризм, пандемия, туристическая отрасль, развитие туризма, туристический бизнес, туристические услуги, внутренний туризм.

The purpose of the scientific article is the command to analyze the features of the development of the tourism industry of the Russian economy during the Covid-19 pandemic. The relevance of scientific research is due to the fact that tourism is the most affected sector of the national economy in the context of the spread of the pandemic. Within the framework of the article, the consequences of quarantine restrictions and the decline in economic activity of the subjects of the tourism industry are considered. Priority changes in the tourism business during the years of the Covid-19 pandemic have been identified. The strategic directions for the development of tourism in the Russian economy in the post-pandemic period are considered. In conclusion, it was found that the pandemic period had a significant impact on the transformation of the economic activity of travel agencies, stimulating the development of domestic tourism.

Key words: tourism, pandemic, tourism industry, tourism development, travel business, tourist services, domestic tourism.

Введение

Актуальность выбранной проблематики научной статьи связана с тем, что именно туризм стал наиболее пострадавшей отраслью экономики России в условиях распространения пандемии Covid-19. Туристические агентства столкнулись с острой необходимостью принятия управленческих решений, предшествующих организационным изменениям и оптимизации стратегии развития бизнеса. Не все туристические организации, ранее имеющие высокий уровень конкурентоустойчивости, смогли остаться на рынке, поскольку закрытие на время внешних потоков иностранных туристов привело к рекордному падению выручки.

По этой причине целью статьи выступает проведение анализа особенностей развития туристической отрасли экономики России в период пандемии Covid-19. Для этого необходимо:

- рассмотреть последствия, к которым привели карантинные ограничения и спад экономической активности субъектов туристической отрасли;
- определить приоритетные изменения туристического бизнеса в годы пандемии Covid-19;
- рассмотреть стратегические направления развития туризма экономики России в период постпандемии.

^{*} Ссылка на статью: Акбашев Э.Ф. Развитие туризма в годы пандемии // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 4. С. 39–42.

Методы

С целью проведения научного исследования была выполнена систематизация научного материала и практических сборников, а также собрана статистическая информация, что позволило определить тенденции и перспективы развития туристической отрасли российской экономики.

Результаты

Как итог всех событий, наблюдавшихся в период пандемии, туристическая отрасль России столкнулась в своем развитии со следующими барьерами [2]:

- значительно пострадала сфера гостиничного бизнеса и сектора общественного питания, предоставляющие сопутствующие услуги туристам;
- произошло рекордное сокращение потока туристов из зарубежных стран;
- было отменено рекордное количество бронирований туристических пакетов и путевок;
- выросла доля организаций, проходящих процедуру банкротства и ликвидации бизнеса.

Подтверждением кризиса в развитии туризма в годы пандемии стало сокращение продажи туристических пакетов (см. рис. 1).

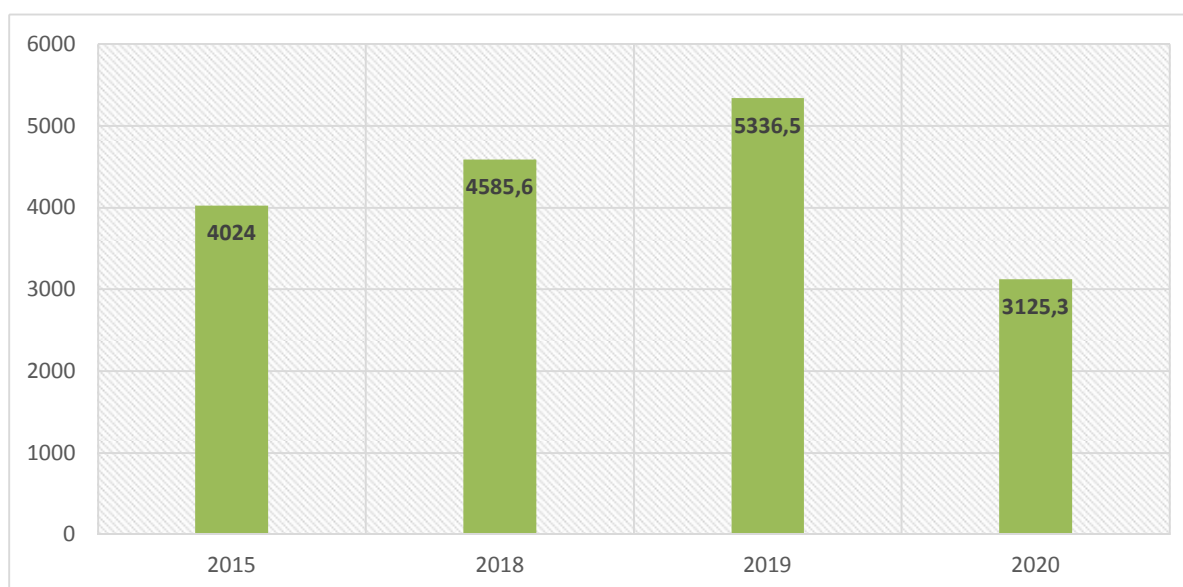


Рис. 1. Динамика числа туристических пакетов, проданных в России, в тыс. [5]

Как итог, в период с 2019 по 2020 гг. числа проданных туристических пакетов российским туристам снизилось на 2,211 млн.

Положительным фактором трансформации туристической отрасли российской экономики в годы пандемии был переход со внешнего туризма на внутренний. Благодаря этому началось более расширенное развитие туристической инфраструктуры в регионах России, которые ранее спросом среди туристов не пользовались.

Однако снижение объемов продаж туристических агентств в 2020 г. составило до 40%, что оказалась критическим для очень многих организаций. В общем структура доходов предприятий туризма в России изображена на рис. 2.

Таким образом, главным направлением доходов являются пассажирские перевозки, за которыми следуют услуги предприятий общественного питания.

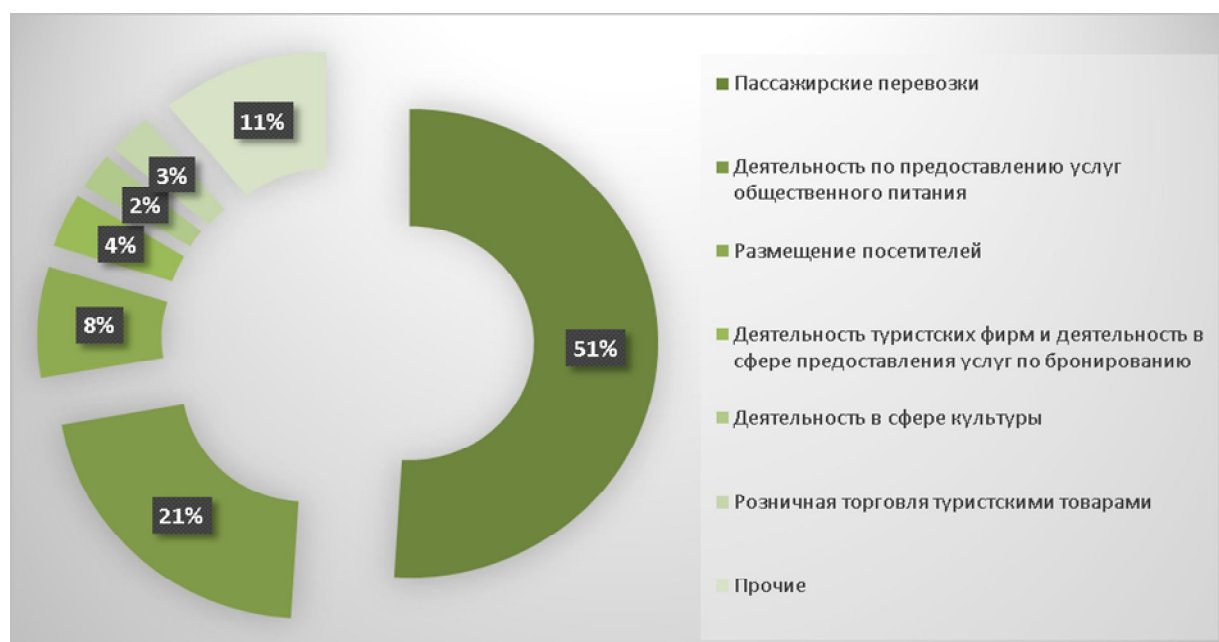


Рис. 2. Распределение выручки предприятий туристической отрасли по видам экономической деятельности в России в 2021 г., в % от общей доли [5]

Обсуждение

Изначальные карантинные ограничения и мероприятия, принятые в начале 2020 г., привели к тому, что летний туристический сезон в России все-таки состоялся. Засидевшись на карантине, люди начали путешествовать вскоре после снятия первых ограничений.

Еще один тренд развития туризма в годы пандемии – это путешествия на автомобилях. В условиях пандемии поездка на машине в отпуск оказалась более безопасной альтернативой поездкам и самолетам. При этом маршруты стали сложнее и интереснее. На своей машине туристы свободнее перемещаются и посещают больше мест, снимая жилье на короткий срок [4].

Социологическое исследование авторов определили следующие по мнению туристов, основные проблемы, которые негативно влияют на качество туристических услуг в регионах России (рис. 3).

Таким образом, наиболее значимым сдерживающим фактором развития туристических услуг в России, по мнению туристов, являются высокие цены, которые зачастую несоизмеримы с ценами на иностранные туристические путевки и туры.

Существует несколько специфических факторов, формирующих степень качества туристических услуг:

1. Дискретность производства туристических продуктов и целостность в их потреблении. Для обеспечения качественного предоставления туристических услуг необходимо эффективное функционирование всех элементов системы производства туристических продуктов. Нерешенность задач в отдельных аспектах приведет к общему неудовлетворению качеством услуги в туризме.

2. Повторное производство туристической услуги на высоком уровне качества. Есть ряд продуктов, которые продолжительное время остаются на одинаковом уровне качества, удовлетворяя потребности туристов. Однако если данной специфики при производстве туристической услуги нет, это значительная проблема, которая приводит к резкому снижению конкурентоспособности туристического предприятия.

3. Потребление туристического продукта происходит в единовременном его производстве. Поэтому у персонала туристических агентств нет возможностей исправлять недочеты и брак, негативно влияющие на качество туристических услуг. Поэтому при формировании качества в сфере туризма важно обеспечение эффективного сервиса.

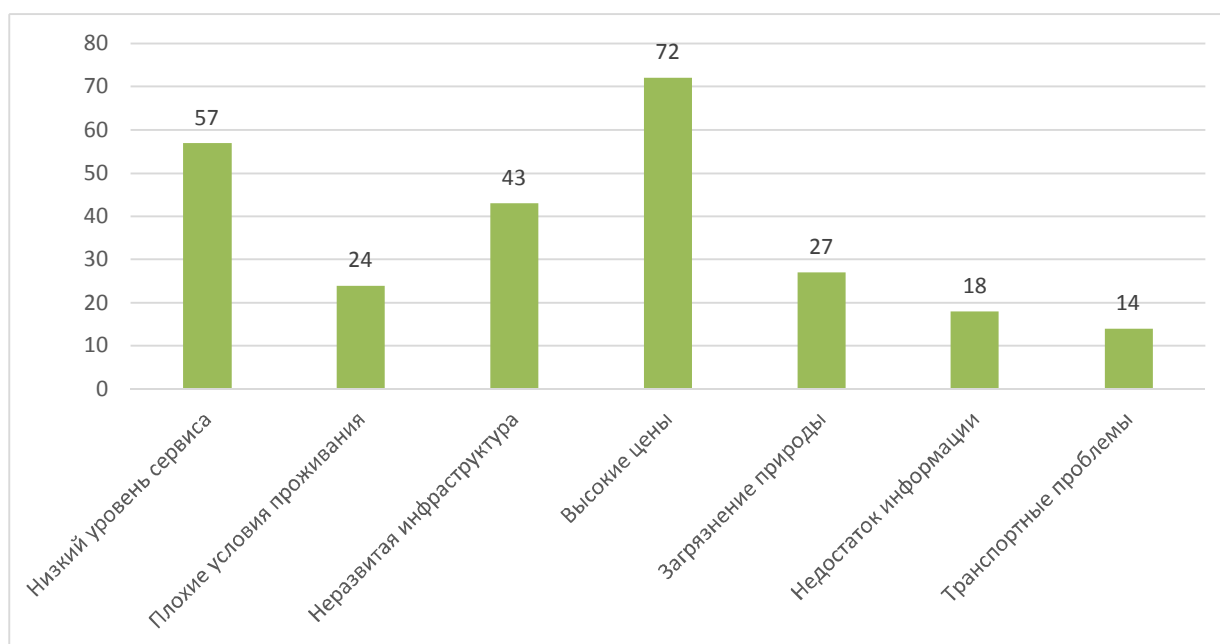


Рис. 3. Основные проблемы по мнению туристов в обеспечении качества туристических услуг в России, в % от количества респондентов [3]

Вероятнее всего, в период постпандемии необходимо ожидать следующие тенденции развития туризма в России [1]:

- увеличение популярности новых видов туристических услуг, таких как экотуризм, сельский туризм и агротуризм;
- появление новых транспортных маршрутов в отдаленных регионах страны;
- увеличение роли информационных технологий в маркетинговом продвижении туристических продуктов и услуг.

Заключение

Таким образом, развитие туристической отрасли России в период Covid-19 столкнулось с непоправимым ущербом, устранение которого требует проведения радикальных трансформаций и изменений в ведении бизнеса в данной сфере экономической деятельности. Среди них – повышение качества туристических услуг и развитие продуктов внутреннего туризма. Необходимо создавать новые туристические маршруты, путевки, которые позволят вовлечь большую часть населения страны в пользование туристическими услугами.

Литература

1. Бурлакова А.П., Скворцова Г.Г. Проблемы привлечения инвестиций в реальный сектор экономики России // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 4. С. 1019–1034.
2. Иголкина В.В., Пьянкова М.Г. Состояние и перспективы развития туристической отрасли России в условиях ограничительных мер 2020 года // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2020. № 3 (82). С. 136–144.
3. Левина А.Б., Трофименко Е.Ю., Якунина Ю.С. Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в России // Человек. Спорт. Медицина. 2023. Т. 23. № S1. С. 175–187.
4. 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. С. 88–95.
5. Туризм в России (сборник) // Росстат [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications>