

ТЕНДЕНЦИИ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

Инна Фадеева

*к.э.н., доцент. кафедра Английского языка
Дипломатическая академия МИД России, Москва
innaf576@mail.ru*

Асем Бекбауова

*Экономический международный арбитраж
Республика Казахстан, Алматы
a_bekbauova@mail.ru*

АННОТАЦИЯ

Туризм, как и другие отрасли экономики, требуют планирования, управления и эффективной организационной структуры. В настоящее время экономика России находится в периоде трансформации. В 2019 году для туристической индустрии стали проблемой пандемия и введение санкций. Очевидно, что возвращение к привычным схемам развития туризма сейчас невозможно, так как произошли существенные изменения в потребностях и предпочтениях потребителей, географии путешествий и возможности создания, продвижения и реализации туристических предприятий. Благодаря ограничениям, связанным с проведением специальной военной операции, произошли изменения как в мировом туризме, так и в России. Выездной туристический поток из России сократился из-за санкций со стороны других стран, однако внутренний туризм получил толчок для развития.

Ключевые слова: туристский рынок, экономика, новые технологии, коммуникации, информация, координация, интеграция,.

TRENDS AND DYNAMICS OF TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

**Inna fadeeva,
Asem Bekbausova**

ABSTRACT

Tourism, like other sectors of the economy, requires planning, management and an effective organizational structure. Currently, the Russian economy is in a period of transformation. In 2019, the pandemic and the introduction of sanctions became a problem for the tourism industry. It is obvious that a return to the usual patterns of tourism development is now impossible, since there have been significant changes in the needs and preferences of consumers, the geography of travel and the

possibility of creating, promoting and implementing tourism enterprises. Thanks to the restrictions associated with the special military operation, changes have occurred both in world tourism and in Russia. The outbound tourist flow from Russia has decreased due to sanctions from other countries, but domestic tourism has received an impetus for development.

Keywords: tourism market, economics, new technologies, communications, information, coordination, integration.

* * * *

В настоящее время в бизнесе происходят быстрые изменения под влиянием внешних факторов, при этом особенно заметны явные трансформации и изменения влияния и форм существования, особенно в сфере туристического бизнеса. За последние годы туристическая отрасль сильно пострадала из-за санкций со стороны США и Европы, а также из-за пандемии коронавируса. Это привело к изменению подходов к туризму как на национальном, так и на мировом уровне, и повлияло не только на экономические показатели, такие как ВВП, объемы инвестиций и количество рабочих мест, но и на все аспекты общества, проверяя их готовность оперативно реагировать на подобные изменения.

Новые макроэкономические условия диктуют изменение стратегических целей и задач. Тенденция всеобъемлющего использования современных технологий для создания цифровых платформ и новых экономически и экологически устойчивых туристических продуктов расширяет сферу взаимодействия туристических фирм с другими отраслями рынка, стимулируя спрос и предложения и повышая конкурентоспособность игроков [3]. Внедрение инновационных информационных технологий и появление мировых туристических предприятий позволяют российским компаниям успешно интегрироваться в международный туристический бизнес.

Современная Россия обладает значительными возможностями для развития туризма и превращения его в одну из наиболее перспективных и прибыльных отраслей экономики. Однако, на данный момент, страна не в полной мере использует свой потенциал и не зарабатывает достаточно на туризме. Россия является одной из небольшого числа стран, где государственные органы занимаются управлением туристической отрасли. Эти органы внедряют в отрасль новейшие научные разработки, обеспечивают современное информирование и повышение квалификации кадров, оперативно предоставляют государственные услуги, способствуют развитию взаимоотношений с зарубежными компаниями и другими. Стратегические документы, принятые в Российской Федерации, имеют большое значение, поскольку они направлены на улучшение качества и безопасности туристических услуг, а также на повышение эффективности государственного регулирования в сфере туризма.

При анализе рынка туризма в России, первостепенное значение имеет его экономическая значимость, которая основана на совокупности сделок между покупателями и продавцами, на предложении и спросе на товары и услуги, а также на совокупности потребителей данного вида товаров и услуг [5]. На рынке туристических услуг в настоящее время существуют два типа компаний: туроператоры и турагенты.

Туроператоры осуществляют организацию туристических услуг, включая оформление виз, трансферы, приобретение авиабилетов, бронирование гостиниц, страхование и другое. Туроператор несет ответственность перед потребителем за качественное и своевременное предоставление комплекса работ и услуг в соответствии с заключенным между туроператором и турагентом договором.

Турагент является поставщиком услуг, включающих продажу путевок и комплексных услуг. В процессе проведения тура турагент осуществляет обслуживание туриста. Тур включает в себя туристический пакет с определенным маршрутом путешествия, а также дополнительный комплекс услуг, который выбирает сам турист. Как туроператор, так и турагент обязаны строго соблюдать требования безопасности для жизни и здоровья туристов при предоставлении услуг [4].

Современные туроператоры и турагенты активно используют информационные технологии для повышения эффективности своей деятельности. Информационная технология представляет

собой систему методов и способов сбора, хранения, накопления, поиска и обработки информации с использованием вычислительной техники [6]. Эти системы разработаны для автоматизации деятельности туристических фирм в процессе создания и реализации туристического продукта для потребителя. Функционально они обеспечивают выполнение заказов клиентов, предоставляя доступ к основным системам компьютерного бронирования; автоматизируют формирование документов, таких как счета, ваучеры, билеты и путеводители; обрабатывают расчеты с главными компьютерными и транспортными системами; предоставляют систему управления, которая обновляет данные о работе фирмы и предоставляет руководителям необходимую информацию для принятия решений.

Существуют разнообразные системы бронирования, обеспечивающие агентствам оперативный доступ к достоверной информации о ценах и доступных местах в режиме реального времени, а также возможность отслеживать статус заказа на всех этапах его выполнения. Распространение систем бронирования существенно улучшило время обслуживания клиентов и позволило осуществлять бронирование онлайн, что привело к снижению себестоимости услуг. Авиакомпании также расширили представленную информацию в системах бронирования, включая данные о рейсах, типах самолетов, подробные тарифы и смежные службы туристского бизнеса. В результате, новые технологии бронирования стали эффективными.

Среди популярных систем бронирования следует отметить глобальную систему Amadeus в сфере туристических услуг (более 9000 агентских терминалов подключены к ней), глобальную систему Galileo (предоставляющую туристам и агентствам информацию о туристических продуктах и услугах), Sabre (обеспечивающую связь между продавцами и покупателями и включающую в себя более 55,000 туристических агентств, 400 авиакомпаний, 86,000 гостиниц, 25 компаний по прокату автомобилей и 12 круизных компаний) и другие [7].

Отраслевой рынок туризма является системой социально-экономических отношений, которая подвергается быстрым изменениям и модернизации, приводящим к глобальным переменам. В современном масштабе туристский рынок связывает потребителей и поставщиков услуг и обладает следующими характерными тенденциями:

1. Растет предпочтение людей к организованному отдыху. Число туристов в мире растет, что приводит к расширению рекреационных зон и появле-

нию новых видов туризма. Туризм следует рассматривать как отдельный крупный хозяйственный комплекс, объединяющий различные отрасли и расширяющий свою сферу влияния. Трудно найти отрасли, которые не связаны с туризмом;

2. Количество туроператорских и турагентских предприятий, функционирующих внутри страны, увеличивается. Это способствует появлению новых рабочих мест, развитию внутреннего туризма и появлению новых туристических зон.

3. Это приводит к увеличению объемов продаж и оборота в индустрии, а также к устойчивому росту цен. В сложившейся кризисной ситуации люди вынуждены искать оптимальные цены для своих туристических поездок, а также выбирать экономически более выгодные виды туризма.

4. Конкуренция между предприятиями заставляет их объединяться в более крупные компании, что полностью меняет рынок - вопросы влияния и контроля над ценами, а также зоны влияния оказывают существенное влияние на эту отрасль.

Тенденции развития туристской отрасли в России существенно формируются результатами заседания “круглого стола”, которое состоялось 21 февраля 2022 года в Москве в формате видеоконференции. Заседание было посвящено обсуждению реализации Стратегии развития туризма в РФ до 2035 года, а также современным вызовам и новым тенденциям в работе туристской отрасли [8]. Участниками мероприятия были члены Экспертного совета по туризму при Комитете Совета Федерации по социальной политике, а также представители Государственной Думы, занимающиеся вопросами развития туризма и туристской инфраструктуры в России и за рубежом.

Ранее Стратегия развития туризма была утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р. Однако, чтобы гармонизировать цели и задачи Стратегии, было разработано и утверждено новое распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2022 года № 187-р [1], в котором были внесены изменения в целевые показатели развития туризма в рамках стратегии. Стратегия включает несколько важных проектов, таких как Национальный проект “Туризм и индустрия гостеприимства” и федеральные проекты, которые являются составной частью Национального проекта. Среди федеральных проектов особое внимание уделяется развитию туристской инфраструктуры, повышению доступности туристических продуктов и совершенствованию управления в сфере туризма.

Для поддержки развития туристической отрасли в России, Правительством РФ была утверждена Госпрограмма “Развитие туризма”. В рамках этой Госпрограммы предусмотрена поддержка туристских инвестиционных проектов из государственного бюджета, предоставление субсидий субъектам Российской Федерации для развития инфраструктуры и кредитование строительства и реконструкции объектов туристской инфраструктуры. Для реализации данных мероприятий будут задействованы Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ, Корпорация “Туризм РФ” и регионы. Общий объем финансирования Госпрограммы составляет 724 миллиарда рублей. Следует отметить, что некоторые пункты Госпрограммы “Развитие туризма” в 2022 и 2023 годах претерпели серьезные изменения и дополнения.

На данный момент разрабатывается проект распоряжения Правительства РФ “Об утверждении плана мероприятий на 2022 - 2024 годы по реализации первого этапа Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года” [2]. Этот проект будет доработан Ростуризмом.

Для реализации государственной политики в сфере туризма, субъекты Российской Федерации разрабатывают и утверждают региональные государственные программы для развития туристской инфраструктуры, создания рабочих мест и поддержки предпринимательства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туристический рынок, как отрасль экономики в стадии активного развития, оперативно внедряет новые информационные и коммуникационные технологии для координации взаимодействия между участниками, позволяя им интегрироваться в единую международную систему по сбору, передаче, регистрации, хранению и обработке данных. Благодаря этому туристические компании и организации становятся более влиятельными, формируются крупные организационные и экономические сети, способные эффективно реагировать на быстрые изменения во внешней среде. В связи с этим компании вынуждены адаптировать свои стандарты и организационную структуру управления. Внедрение интернета изменило формат коммуникации и деловых процессов в туристической индустрии, повысило эффективность работы компаний, оперативность процедур, способствовало развитию новых каналов распределения и улучшению уровня обслуживания клиентов и других аспектов. Таким

образом, сейчас интеллектуальный и финансовый капитал могут поступать из различных источников, а производство туристических продуктов может осуществляться в любой точке мира, причем конечный продукт может быть доступен на различных рынках.

Появление информационных технологий оказало существенное влияние на жизнь людей и обще-

ство в целом. Они позволяют значительно экономить время и преодолевать расстояния, повышать эффективность создания туристических продуктов (товаров и услуг), обладают надежностью в работе, компактностью и доступной стоимостью, автономностью, гибкостью архитектуры, обеспечивая свободу выбора, комфортность и другие преимущества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2022 года № 187-р.
2. Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 года № 2439.
3. Ассоциация Туроператоров «В АТОР подвели туристические итоги 2020 года и рассказали о трех сценариях в 2021 г.». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html> (дата обращения: 07.12.2022).
4. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: история и современная практика, предпринимательство, менеджмент. - М.: Аспект-Пресс, 2017. - 318 с.
5. Аркин П. А., Салкуцан С. В., Бородина Е. П. Методологические вопросы нормирования квалификации работников новых производственных технологий сквозных цифровых технологий // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2021. - № 1. - с. 7-19.
6. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме. / учеб. пособие для вузов. - М.: Академия, 2007. - 8 с.
7. Батыров М., Корнеева Е.И. Современный международный туризм: тенденции и перспективы // Материалы II студенческой научно-практической конференции 14 марта 2018 г. 2018. - с. 41-46.
8. Зюляев Н.А. Внутренний туризм в условиях пандемии // Современное состояние и потенциал развития туризма в России: Материалы XVII Международной научно-практической конференции. Омск, 8-9 октября 2020 года. 2020. - с. 50-53.
9. Ивойлова И.В. Экономические аспекты туризма в России и мире // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2021. - № 1. - с. 127-132.
10. Ковальчук А.П. Анализ направлений развития внутреннего туризма в России // Экономика, предпринимательство и право. - 2014. - № 3. - с. 24-29.