

Логунцова И.В.

Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы

Логунцова Ирина Вячеславовна — кандидат экономических наук, доцент, факультет государственного управления, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: loguntsova@spa.msu.ru

SPIN-код РИНЦ: [8414-0525](#)

ORCID ID: [0000-0002-1131-0878](#)

Аннотация

Пандемия коронавируса в начале 2020 г. оказала большое влияние на состояние и дальнейшее развитие практически всех сфер мирового хозяйства, в том числе и туризма. Такого тяжелого кризиса в туристском бизнесе не наблюдалось со времен Второй мировой войны. Однако любой кризис ведет не только к негативным последствиям. В статье рассматриваются новые возможности и вызовы этого серьезного испытания для всего туристского рынка. В числе этих возможностей и вызовов — ускорение процессов цифровизации туристских сервисов, более активное внедрение современных технологий (например, больших данных, искусственного интеллекта, смешанной и дополненной реальности и т.п.), использование идей экономики впечатлений, актуализация индивидуального подхода к клиенту, а также экологического аспекта туристского продукта, расширение географии туристских маршрутов и др. Кроме того, ожидается усиление важности такого фактора, как безопасность путешествий (включая санитарно-эпидемиологическую обстановку места пребывания). Туристы станут отдавать предпочтение приватным турам в малых группах на внутренних курортах. В статье также рассматриваются конкретные меры государственной поддержки, оказанные субъектам туристского бизнеса в нашей стране весной 2020 г., от эффективности которых во многом будет зависеть их достойный выход из сложившейся ситуации. Очевидно, что после пандемии должно сильно измениться мировосприятие и психология потребления в целом, кроме того, начнется новый этап конкуренции в туризме, который приведет к абсолютно новому распределению ресурсов на этом рынке.

Ключевые слова

Кризис в туризме, коронавирус и туризм, пандемия и туризм, COVID-2019, цифровизация туризма, экологический туризм, туризм в России.

DOI: 10.24411/2070-1381-2019-10063

Введение

Современный туризм называют феноменом двадцатого столетия, а нынешний век имеет все шансы стать веком туризма. Из 195 государств мира в туризм вовлечены более 150 стран. Последние десятилетия мировой туризм демонстрирует уверенный рост [Мошняга 2013]. По оценке Всемирной туристской организации (UNWTO), число туристских прибытий во всем мире к 2030 г. составит 1,36 млрд чел. Другими словами, каждый пятый житель планеты будет совершать туристские поездки. В глобальном масштабе туризм составляет около 10% ВВП и более 6% мирового экспорта [Логунцова 2019, 3–13].

Туризм традиционно считается высокодоходной сферой экономической деятельности, во многих странах и регионах мира он выступает в роли катализатора социально-экономического развития (например, в Испании, Франции, Италии и во

многих других государствах). Вместе с тем индустрия туризма обладает определенными особенностями, которые необходимо учитывать при формировании моделей и прогнозов развития различных территорий. Так, например, туризм оказывает мультипликативный эффект на многие другие сферы экономической деятельности: транспорт, строительство, сельское хозяйство, торговлю, общественное питание и др.

Примечательно, что, с одной стороны, туризм может вносить существенный вклад в пополнение валютных резервов государства, с другой — быть «черной дырой» вывоза валюты за рубеж. Кроме того, туризм можно отнести к высокорисковым видам экономической деятельности. Наиболее значимыми факторами риска считаются экономическая, политическая и социальная нестабильность в том или ином регионе [Гуляев и др. 2016].

В последние два десятилетия большое значение туристский рынок приобрел и в России, активно развиваясь и формируя новый имидж как для внутренних потребителей, так и для иностранных туристов как гостеприимной страны с огромными возможностями по разнообразному и комфортному отдыху. По оценке Всемирной туристской организации, Россия входит в десятку самых посещаемых стран мира. Согласно глобальному рейтингу конкурентоспособности в сфере туризма Всемирного экономического форума (The Travel and Tourism Competitiveness Report), в 2019 Россия заняла 39-ое место из 140, поднявшись на четыре пункта по сравнению с предыдущим аналогичным рейтингом 2017 года¹.

Как сказано в Стратегии развития туризма в РФ до 2035 г.², главным конкурентным преимуществом туризма в нашей стране является «наличие множества точек притяжения для внутренних и въездных туристов», которые имеют всемирное значение и благодаря которым можно развивать практически любые виды туризма. К примеру, по количеству объектов всемирного наследия ЮНЕСКО и по объектам всемирного природного наследия ЮНЕСКО Россия занимает десятое и четвертое места в мировом рейтинге соответственно.

¹ Travel & Tourism Competitiveness Index // World Economic Forum [Электронный ресурс]. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/rankings/> (дата обращения: 21.04.2020).

² Стратегия развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г., утверждена Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. С. 10 // Правительство России [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 21.04.2020).

Однако на сегодняшний день вклад туризма в экономику РФ пока не такой значительный, как, например, в ряде европейских государств, хотя и характеризуется высокой динамикой развития (по данным Ростуризма, доля туризма в ВВП России составляет 3,4%, в то время как в ряде европейских государств эта доля может достигать 10%) [Логунцова 2019, 3–13].

В 2020 г. российская индустрия туризма столкнулась с серьезным вызовом в своем развитии — тяжелым кризисом, связанным со стремительным распространением нового вида коронавируса (COVID-2019) по всей планете. Целью написания данной статьи является оценка потенциальных угроз и возможностей восстановления индустрии туризма в РФ после окончания пандемии и составление рекомендаций по формированию посткризисных стратегий для субъектов туристского рынка России.

Источниковую базу данного исследования можно разделить на несколько составляющих. Нормативно-правовая часть представлена: Стратегией развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г.; Федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 гг.)» и другими документами, связанными с развитием туризма в России. В работе также использовались научно-практические периодические издания, научные монографии по проблематике кризисных явлений в индустрии современного туризма. В большей части научной литературы по изученному вопросу рассматриваются общеэкономические аспекты влияния глобальных кризисов как на мировой туризм, так и на местные рынки отдельных государств [Абалаков, Панкеева 2011; Келлер 2013; Морозова 2009; Козлова и др. 2019]. Ряд исследователей основное внимание уделяет ключевым проблемам развития региональных рынков туристских услуг и определению основных трендов их дальнейшего развития [Гуляев и др. 2016; Хасбулатова 2015]. Наряду с экономической составляющей кризисов в туризме предметом анализа выступают и другие значимые аспекты: политические, психологические, социальные и некоторые др. [Веревичев 2019; Джанджугазова, Первунин 2015]. Вместе с тем управленческий и стратегический аспекты кризисов в туризме изучены недостаточно полно.

Важным источником актуальной информации послужили официальные интернет-порталы Российского союза туриндустрии (РСТ), Федерального агентства по туризму (Ростуризма), ряда международных организаций: Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирной организации здравоохранения (WHO) и некоторых др. В числе методов исследования, используемых автором в данной работе, — анализ литературы, метод обобщения, сравнительный анализ. Практическая значимость и

новизна представленной статьи состоит в содержании составленных рекомендаций для создания посткризисных стратегий управления туризмом в различных регионах России.

О специфике кризисов в сфере туризма

Как показывает мировой опыт, кризисы не только неизбежны, но и в определенном смысле необходимы, поскольку они связаны не только с негативными явлениями и процессами — кризисы почти всегда открывают дополнительные возможности для дальнейшего роста и развития.

Термин «кризис» (греч. *krisis* — решение, поворотный пункт) в самом широком смысле обозначает резкое изменение, крутой перелом, сложное переходное состояние чего-либо. Существует множество различных трактовок этого понятия, отражающих особенности неустойчивого состояния явления или процесса, когда имеющиеся средства достижения целей становятся неэффективными [Веревичев 2019].

Можно выделить различные классификации кризисов: по степени управляемости (управляемые и неуправляемые), по продолжительности (долговременные, среднесрочные, краткосрочные), по природе возникновения (экономические, управленческие, технические); по масштабам (микроэкономические, макроэкономические) и др.

На туристскую деятельность оказывает влияние множество факторов экономического, политического, общественного, природного и технического характера, в числе которых: терроризм, процесс обеспечения безопасности туристов, техногенные катастрофы; неравномерное распределение туристских потоков; политическая нестабильность в некоторых регионах мира; затянувшаяся мировая рецессия; волатильность валютных курсов; приоритет национальных, а не международных норм в туризме и т.п. [Козлова и др. 2019].

Примечательно, что туризм в кризисных ситуациях является достаточно уязвимым видом экономической деятельности, быстро реагируя на происходящие изменения, в то время как период восстановления бывает относительно непродолжительным. При этом спрос на туристские продукты и услуги сокращается, но полностью не угасает [Келлер 2013].

Снижение мировых туристских потоков вместе с тем усиливает конкуренцию в сфере туризма. Специфика управления данным видом экономической деятельности в том числе состоит в том, что для ее развития усилий частного сектора недостаточно. Туризм предполагает формирование соответствующей инфраструктуры, требующей огромных финансовых затрат, что невозможно без участия государства [Морозова 2009].

Если мы вернемся к опыту 1950-х – начала 1960-х гг. в мировом туризме, то заметим, что темпы роста туристских прибытий, несмотря на нестабильную экономическую обстановку, оставались достаточно высокими. Это дало основание выдвинуть предположение, что туризм не подвержен кризисам. Однако во время последующего экономического кризиса в 1966–1967 гг. темпы роста туристских прибытий стали снижаться. Следующий спад в международном туризме наблюдался в 1973–1974 гг., что было связано с энергетическим кризисом. Очередной серьезный спад в туризме пришелся на 1982–1982 гг. в результате мирового циклического экономического кризиса (кризис типа «длинных волн», продолжительность которого 50–60 лет). Трудным для туризма оказался и 2009 год, что было обусловлено вновь экономическими причинами, а также эпидемией гриппа А (H1N1) и политическими факторами в разных странах (в том числе в Таиланде и Греции).

По оценке Всемирной туристской организации, количество международных туристских прибытий увеличивается быстрыми темпами при экономическом росте 4% в год и выше. Если же экономический рост снижается до 2%, то наблюдается существенное сокращение путешествий. Ухудшение политической обстановки также оказывает значимое негативное воздействие на развитие туризма [Абалаков, Панкеева 2011].

Что касается современной России, то начиная с 2000-х гг. первый ощутимый удар отечественная туристская индустрия получила в 2008–2009 гг. в результате очередного мирового финансового кризиса [Джанджугазова, Первунин 2015].

Данный кризис внес ряд важных изменений в российскую индустрию туризма, в частности:

- спрос на путешествия не исчез, но трансформировался, сместившись на самые дорогие и самые дешевые туры;
- изменилось потребительское поведение туристов (увеличились покупки туров в последний момент), уменьшилась глубина продаж;
- был дан стимул для развития внутреннего туризма.

В 2014 году российский туристский рынок столкнулся с новым кризисом, который был вызван международными санкциями, падением цен на нефть и нестабильностью курса рубля. Этот кризис имел системный характер, требуя не просто антикризисных мер, а серьезных структурных преобразований во всей отрасли [Там же].

Как отмечают эксперты, в 2014 г. в нашей стране возникли сразу несколько видов рисков, которые представляли угрозу дальнейшему развитию туризма (геополитические, макроэкономические, финансовые). В результате на рынке значительно сократился выездной туристский поток из России, вновь произошла его переориентация на внутренние курорты [Толстых 2018].

Как мировой, так и российский опыт показывает, что спад в туризме имеет ограниченный характер. При этом численность обслуженных туристов восстанавливается быстрее, чем финансовые показатели, а рентабельность туристского бизнеса на определенный период снижается.

Устойчивость индустрии туризма в сложных обстоятельствах обусловлена эластичностью спроса на туристские услуги, постоянной потребностью современного потребителя в досуге и путешествиях. Так, скажем, если мы имеем дело с ухудшением экономической ситуации, то возрастает спрос на бюджетные туристские поездки. Если сталкиваемся с неблагоприятной политической обстановкой, то наблюдаем переориентацию туристских потоков в новые регионы и т.п. [Хасбулатова 2015].

Пандемия коронавируса и ее влияние на индустрию туризма

В начале 2020 г. все страны охватила пандемия нового вида коронавируса, COVID-19, объявленная Всемирной организацией здравоохранения. Вирус, первая вспышка которого была зафиксирована в г. Ухань в Китае в конце 2019 года, распространился на все страны и материки. По состоянию на 13.05.2020 по всему миру было заражено примерно 4359873 человека, погибло более 293 тысяч³. Закрылись границы стран, остановилось авиа- и железнодорожное сообщение, во многих городах был введен режим всеобщей самоизоляции. Стоит заметить, что человечество не в первый раз сталкивается с пандемией, при этом ранее арсенал средств для борьбы с вирусами был гораздо меньше. Принципиальным отличием текущей пандемии является одновременное возникновение так называемой «неинфекционной пандемии» («пандемии страха»), связанной со стремительным развитием информационных технологий и мгновенным распространением информации в современном мире.

Сложившаяся ситуация оказала существенное влияние на все сферы мирового хозяйства, в том числе и на туризм. Как практически единодушно отмечают эксперты, такого кризиса в туризме не наблюдалось со времен Второй мировой войны.

³ Карта распространения коронавируса // Coronavirus-monitor [Электронный ресурс]. URL: <https://coronavirus-monitor.ru> (дата обращения: 13.05.2020).

Согласно исследованию Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), проведенному весной 2020 года, пандемия коронавируса ежедневно стала сокращать до миллиона рабочих мест в мировом туризме. В данной связи самой пострадавшей европейской страной стала Германия, где подверженными риску оказались почти 1,6 млн рабочих мест. На втором месте оказалась Россия, на третьем — Италия и Великобритания. Кроме того, ожидается, что в ближайшем будущем сильно пострадает Бразилия, Франция, Япония, Индонезия и Индия. По мнению исследователей, наибольший кризис ожидается в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а наименее разрушительное воздействие от вируса испытает лишь Ближний Восток. В исследовании также отмечается, что общие потери для отрасли из-за коронавируса в 2020 году могут составить до 2,1 трлн долл. США (исходя из опыта предыдущих эпидемий, вызванных вирусами свиного гриппа H1N1 и атипичной пневмонии SARS)⁴.

Что касается России, то, по оценке Ростуризма, падение объемов продаж в туристской отрасли весной 2020 г. достигло почти 100 процентов, общий объем недополученных доходов отрасли только за первое полугодие может составить порядка 1,5 трлн рублей, включая доходы гостиниц, санаториев, домов отдыха, туроператоров, турагентств и всех видов туристских перевозок⁵.

Итак, в нынешних условиях первостепенной стала задача найти достойные выходы из кризиса, который, как уже было отмечено выше, во многом будет зависеть от эффективности мер государственной поддержки.

Всемирная туристская организация подготовила свои рекомендации по смягчению социально-экономического воздействия пандемии на сферу туризма в различных странах. Документ был разработан при участии Всемирной организации здравоохранения (WHO), Международной организации гражданской авиации (ICAO), Международной морской авиации (ИМО), Международного совета аэропортов (АСИ), Международной ассоциации круизных линий (CLIA), Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) и Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC).

⁴ В России коронавирус может лишить работы в туротрасли более миллиона человек // Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии [Электронный ресурс]. URL: https://ratanews.ru/news/news_26032020_9.stm (дата обращения: 21.04.2020).

⁵ Ростуризм разработал комплекс мер для спасения отрасли // Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии [Электронный ресурс]. URL: https://ratanews.ru/news/news_16042020_3.stm (дата обращения: 21.04.2020).

Рекомендации разделены на три взаимосвязанных блока:

- 1) управление кризисом и смягчение его последствий (сохранение рабочих мест; поддержка ликвидности компаний; пересмотр налогов и сборов, связанных с индустрией туризма; защита прав потребителей; повышение цифровых навыков работников туристского бизнеса; включение туризма в общие стратегии спасения экономики различных регионов и государств, создание механизмов антикризисного управления);
- 2) стимулирование ускоренного восстановления индустрии туризма (стимулирование инвестиций в туризм; обеспечение подготовки туристов к путешествиям, связанной в том числе с имеющимся уровнем риска пандемий; создание новых рабочих мест; учет экологической устойчивости туристских регионов; понимание рынка и оперативные действия на рынке туристских услуг; повышение роли маркетинга; создание специального органа управления, регулирующего восстановление туризма);
- 3) подготовка к завтрашнему дню (диверсификация рынков, продуктов и сервисов, инвестиции в системы исследования рынка и цифровой трансформации; повышение эффективности управления туризмом на всех уровнях; обеспечение готовности к кризисным ситуациям; инвестиции в человеческий капитал; переход к безотходной экономике и принятие целей устойчивого развития)⁶.

В конце марта 2020 года Правительство РФ определило отрасли экономики, которые первыми получают государственную поддержку в связи с пандемией, в числе которых туризм, гостиничный бизнес и санаторно-курортная деятельность. Этим отраслям будет предоставлено шесть месяцев отсрочки выплат по налогам (за исключением НДС), страховым взносам в государственные внебюджетные фонды. Сроки предоставления налоговых деклараций и расчетов продлеваются на три месяца. Сроки направления требования об уплате налогов, сборов и страховых взносов — на шесть месяцев. Перенесены сроки начала проведения налоговых проверок, соблюдения валютного законодательства, вынесения решений по их результатам, принятия решений о приостановлении операций по счетам налогоплательщиков на 1 июня 2020 г. Упрощен

⁶ UNWTO призывает к поддержке экономики через сектор путешествий и туризма // Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии [Электронный ресурс]. URL: https://ratanews.ru/news/news_6042020_6.stm (дата обращения: 21.04.2020).

порядок предоставления организациям отсрочек и рассрочек по уплате налогов и страховых взносов на срок до одного года в зависимости от объема снижения доходов налогоплательщика и без начисления процентов на сумму задолженности.

В начале апреля государство выделило туроператорам 3,5 млрд рублей на выплаты компенсаций туристам за невозвратные билеты, проданные в составе турпакетов. Кроме того, туроператорам была предоставлена возможность использования средств фондов персональной ответственности при ассоциации «Турпомощь» для выплат туристам за отмененные туры.

Во втором пакете антикризисных мер государственной поддержки индустрии туризма в РФ была предусмотрена безвозмездная финансовая помощь со стороны государства. Эти средства субъекты туристической индустрии смогут направить на решение самых важных для себя задач, включая выплату заработной платы своим сотрудникам.

Российский союз туристической индустрии (РСТ) выработал ряд посткризисных мер, направленных на максимально быстрое восстановление индустрии туризма, в числе которых:

- 1) субсидирование акций в целях снижения стоимости туристского продукта, чтобы сделать его более доступным для массового туризма после окончания пандемии.
- 2) субсидирование социального туризма — организованных поездок социально незащищенных групп (школьников, студентов, пенсионеров и т.п.).
- 3) частичное субсидирование авиаперелетов для групп в туристские регионы, которые малодоступны в связи с высокой стоимостью перелета (Сахалин, Алтай, Байкал и др.).
- 4) поддержка предпринимательских инициатив по созданию туристских продуктов, объектов туристической инфраструктуры и т.п. для создания дополнительных рабочих мест и увеличения турпотока⁷.

Об ускорении цифровизации туризма

При всех отрицательных последствиях нынешнего кризиса важно отметить следующий важный момент: современная индустрия туризма давно находится в преддверии больших перемен. Ситуация, сложившаяся в результате пандемии

⁷ Такой активной совместной работы регионов мы давно не видели // Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии [Электронный ресурс]. URL: https://ratanews.ru/news/news_7042020_10.stm (дата обращения: 21.04.2020).

коронавируса, скорее всего, только ускорит приближающуюся трансформацию. Так, например, актуальными станут тренды более активного внедрения технологий виртуальной и дополненной реальности, а также экономики впечатлений. Будут меняться инструменты удовлетворения потребностей туристов. При этом важно понимать, что сами потребности у них останутся прежними (потребности в передвижении, общении, новых эмоциях и знаниях и т.п.).

Возможно, туристский рынок восстановится относительно быстро после пандемии, поскольку людям будут нужны положительные эмоции. Хотя, безусловно, точный прогноз дать невозможно, особенно в условиях изменения курсов валют. Кроме того, вполне вероятно, что может измениться подход к жизни в целом — способы дистанционной коммуникации онлайн станут обычным делом. Сегмент цифровых проектов в туризме активизируется, что поможет формированию отложенного спроса и сработает тогда, когда будут сняты все ограничения с туристских поездок.

Действительно, в последние годы значимость использования электронных информационных систем и платформ на рынке туристских услуг только возрастает. Тенденция цифровизации в туризме предполагает постепенную переориентацию всех участников рынка на сферу онлайн с соответствующей переориентацией финансовых потоков и созданием предпосылок для повышения прибыльности индустрии туризма.

В данной связи в настоящее время перспективным направлением представляется разработка и продвижение цифровых продуктов как для традиционных, так и для новых туристских направлений. Так, например, Европейская комиссия по туризму (ЕТС) разместила информацию о планируемой цифровой кампании по продвижению креативных европейских городов в Бельгии, Германии и Польше в мае 2020 г.

Всемирная туристская организация совместно с одним из испанских университетов запустила программу дистанционного обучения в сфере туризма. Аналогичные дистанционные обучающие программы для представителей турбизнеса стартовали и в России.

В нашей стране большой вклад в развитие цифровых туристских проектов также вносят музеи, предлагающие онлайн-экскурсии. В начале весны стартовал проект Эрмитажа и компании Apple — пятичасовое путешествие по музею. Русский музей начал реализацию проекта «Искусство рядом». В столице музеи также переходят в онлайн-формат, предлагая посетить экспозиции дистанционно.

Стратегия развития туризма в России на период до 2035 года предполагает создание федерального центра маркетинговых компетенций, который может стать инициатором запуска национальной туристской системы на единой онлайн-площадке⁸.

В Стратегии предлагается широкий спектр решений, направленных на развитие цифровых технологий в российском туризме, в числе которых: внедрение и развитие мультязычных информационных сервисов помощи туристам; разработка и реализация электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах РФ; предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг; обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме; создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа; развитие системы открытых данных в сфере туризма; внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных; развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц; создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность; разработка мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов⁹.

Экологический туризм

Наряду с активизацией использования цифровых технологий в туризме необходимо отметить еще один тренд, ожидаемый в первое время после того, как пандемия пойдет на спад. Вполне вероятно, что мы будем наблюдать что-то вроде вирусophobia у туристов, когда люди просто не будут готовы к массовым путешествиям, тщательно соотнося свои потребности и возможные риски. Для России это может означать возрастание популярности экологического туризма.

Экологический туризм предполагает посещение туристами относительно нетронутых антропогенным воздействием территорий, он направлен на повышение экологической культуры туристов и создание условий для получения выгод от охраны

⁸ Виртуальные путешествия сформируют в туризме отложенный спрос // Ежедневная электронная газета Российского союза туристской индустрии [Электронный ресурс]. URL: https://ratanews.ru/news/news_26032020_8.stm (дата обращения: 21.04.2020).

⁹ Стратегия развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г., утверждена Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. С. 50 // Правительство России [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 21.04.2020).

окружающей среды местным сообществом. По оценке Всемирной туристской организации, доля экотуров в мировом туризме сегодня составляет около 10%. В основе экологического туризма лежат следующие принципы:

- устойчивое использование природных ресурсов;
- сохранение природного, социального и культурного разнообразия;
- планирование, комплексный подход, интеграция экотуризма в планы регионального развития;
- поддержка местной экономики; участие местного населения в развитии туризма;
- повышение уровня экологического образования посетителей;
- сокращение чрезмерного потребления и затрат.

Объектами экологического туризма могут быть не только природные ландшафты, но и культурные достопримечательности. Можно выделить три основных вида экологического туризма: научный, познавательный и рекреационный, в зависимости от того, какую цель преследуют туристы. В отличие от других видов туризма экологический туризм предполагает минимальный объем инфраструктуры, что с экономической точки зрения может быть достаточно выгодным [Логунцова 2019, 48– 52].

Всемирная туристская организация выделяет экологический туризм в число приоритетных направлений развития туризма в России, что обусловлено особыми природными условиями нашей страны.

В числе видов туризма, которым требуются специальные меры государственной поддержки, обеспечивающие снятие ограничений в их развитии, в Стратегии развития туризма в РФ до 2035 г. также выделен экологический туризм наряду с детским, культурно-познавательным, горнолыжным, круизным и деловым видом туризма.

В настоящее время предполагается разработка отдельной концепции развития экологического туризма в РФ. В данной концепции модель экологического туризма должна быть представлена как комплексное направление, обеспечивающее взаимосвязь туризма, культуры и экологии.

Стратегия определяет задачи развития экологического туризма в России, а именно:

- увеличение числа посетителей особо охраняемых природных территорий до 16 млн человек к 2035 году;
- реализация к 2035 году на территории не менее чем половины национальных парков модели экологического туризма с учетом разработанных совместно с Министерством природных ресурсов и экологии РФ стандартов ведения туристской деятельности в границах особо охраняемых природных территорий;
- реализация к 2035 году модели экологического туризма на территории не менее половины национальных парков¹⁰.

Заключение и рекомендации

Итак, как показывает мировой опыт, важной характеристикой международного туризма является относительная устойчивость данного сектора в период экономических спадов и геополитической нестабильности и быстрое восстановление после этих и других видов кризисов.

Нынешний кризис в туризме, ставший следствием пандемии коронавируса, является беспрецедентным с точки зрения ожидаемых потерь и последствий. Прогнозы относительно последующего восстановления звучат самые разные. Чаще всего эксперты называют третий квартал 2020 года и более поздние сроки, когда высказывают свои предположения относительно того, когда начнет восстанавливаться туристский рынок. Часть экспертов предполагает, что выход из кризиса растянется на несколько лет.

На наш взгляд, к моменту окончания пандемии и открытия границ между странами в индустрии туризма накопится огромный отложенный спрос. Первым ожидаемо будет восстанавливаться внутренний туризм. Однако, вероятнее всего, покупательская способность населения снизится, поэтому возрастет спрос на бюджетные туры по собственным странам. Что касается въездного туризма, то для его восстановления может понадобиться гораздо больше времени. В данной связи игрокам туристского рынка имеет смысл сконцентрировать свои усилия именно в сегменте внутренних путешествий, изучая и продвигая потенциально перспективные направления и разрабатывая новые предложения.

¹⁰ Стратегия развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г., утверждена Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. С. 22 // Правительство России [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 21.04.2020).

Наряду с этим из-за страха перед большими скоплениями людей массовый туризм, вероятно, будет становиться все более индивидуальным, возрастет популярность экологического туризма, который и ранее имел большой потенциал для развития в нашей стране.

Еще одним ожидаемым следствием кризиса станет большее внимание туристов к безопасности путешествий и санитарно-эпидемиологической обстановке.

Важным следствием нынешнего кризиса станет еще большее усиление уже давно проявившей себя тенденции цифровизации туризма.

Другими словами, субъектам туристского бизнеса, наряду со всеобщей государственной поддержкой, стала необходима не просто стратегия выживания, но и опережения в связи с предстоящими существенными изменениями потребительских предпочтений, которая должна включать в себя следующие ключевые составляющие:

- 1) смещение фокуса на сегмент внутреннего туризма;
- 2) разработка новых предложений и продуктов, ориентированных на бюджетный туризм, а также на индивидуальный туризм и туризм в малых группах;
- 3) расширение возможностей экологического туризма (разработка новых маршрутов, опережающее продвижение, использование идей и принципов экономики впечатлений);
- 4) усиление аспекта безопасности путешествий (учет санитарно-эпидемиологической обстановки места пребывания, качества страхового продукта и т.п.);
- 5) цифровизация предлагаемых сервисов (использование технологий смешанной и дополненной реальности, QR-кодов, мультимедийных приложений для объектов показа и др.).

Кризис рано или поздно закончится, и туристская отрасль начнет восстанавливаться. Субъекты туристской индустрии должны объединиться (Ростуризм, РСТ, Роспотребнадзор и др.), чтобы вместе разработать эффективные меры противодействия глобальным угрозам, с которыми в будущем она может снова столкнуться.

Список литературы:

- Абалаков А.Д., Панкеева Н.С.* Особенности развития туризма в период глобального экономического кризиса // География и природные ресурсы. 2011. № 3. С. 111–117.
- Веревичев И.И.* Кризисы науки и кризисы цивилизации в эпоху ускорения научно-технического прогресса // Наука среди нас. 2019. № 4(20). С. 272–278.
- Гуляев В.Г., Рассохина Т.В., Голодяева В.И.* Научные подходы к развитию туризма в Российской Федерации в условиях кризиса, санкций и геополитической нестабильности // Вестник РМАТ. 2016. № 1. С. 126–131.
- Джанджугазова Е.А., Первунин С.Н.* Российский туризм: анатомия кризиса // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 1. С. 116–129.
- Келлер П.* Влияние мировых кризисов на туризм // Вестник РМАТ. 2013. № 3. С. 17–20.
- Козлова Е.В., Солод Т.В., Завьялов А.А.* Международный туризм в условиях кризиса мировой экономики: тенденции и проблемы развития // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2019. № 4(107). С. 7–12.
- Логунцова И.В.* Маркетинговые аспекты управления туризмом. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2019.
- Морозова Н.С.* Экономические аспекты управления туризмом в условиях мирового финансово-экономического кризиса // Современные проблемы сервиса и туризма. 2009. № 2. С. 52–55.
- Мошняга Е.В.* Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. 2013. № 3. С. 20–34.
- Толстых К.С.* Специфика развития рынка труда индустрии туризма в рамках экономического кризиса // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 1. С. 261–268.
- Хасбулатова Б.М.* Определение приоритетных направлений развития регионального туризма в условиях экономического кризиса // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. 2015. № 2. С. 77–81.

Дата поступления: 22.04.2020

Loguntsova I.V.

Touristic Industry in the time of Coronavirus Pandemic: Challenges and Perspectives

Irina V. Loguntsova — PhD, Associate Professor, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

E-mail: loguntsova@spa.msu.ru

ORCID ID: [0000-0002-1131-0878](https://orcid.org/0000-0002-1131-0878)

Abstract

The coronavirus pandemic at the beginning of 2020 had a great impact on the condition and further development of practically all areas of global economy including tourism. There has not been a similar severe crisis in tourism business since the Second World War. However, any crisis has not only negative consequences. The article examines new possibilities and challenges of this serious test for the entire tourism market. Among these possibilities and challenges are acceleration of digitalization processes of tourism services, a more proactive implementation of modern technologies (e.g. big data, artificial intelligence, mixed and augmented reality), use of ideas from impression economy, actualization of individual client approach as well as ecological aspects of touristic product, geographic expansion of tourist routes, etc. Besides an increasing importance of travel safety is expected (including sanitary and epidemiological conditions of the place of stay). Tourists will start to prefer private tours in small groups in internal resorts. The article also examines specific measures of state support which were implemented towards objects of tourism business in our country in the spring of 2020. The effectiveness of these measures will largely determine their worthy recovery from the crisis situation. It is clear that after the pandemic the perception and consumption psychology in general are bound to undergo a significant change, furthermore a new phase of competition will begin in tourism which will lead to an entirely new distribution of resources in this market.

Keywords

Crisis in tourism, coronavirus and tourism, pandemic and tourism, COVID-2019, digitalization of tourism, ecological tourism, tourism in Russia.

DOI: 10.24411/2070-1381-2019-10063

References:

- Abalakov A.D., Pankeeva N.S. (2011) Characteristics of Tourism Development During a Global Economic Crisis. *Geografiya i prirodnyye resursy*. No. 3. P. 111–117.
- Verevichev I.I. (2019) The Crisis of Science and Crises of Civilization in the Era of Accelerating Scientific-Technical Progress. *Nauka sredi nas*. No. 4(20). P. 272–278.
- Gulyaev V.G., Rassokhina T.V., Golodyaeva V.I. (2016) Scientific Methods to Tourism Development in the Russian Federation in Times of Crisis, Sanctions and Geopolitical Instability. *Vestnik RMAT*. No. 1. P. 126–131.
- Dzhandzhugazova E.A., Pervunin S.N. (2015) Russian Tourism: The Anatomy of the Crisis. *Rossiyskiye regiony: vzglyad v budushcheye*. No. 1. P. 116–129.
- Keller P. (2013) The Influence of World Crisis on Tourism. *Vestnik RMAT*. No. 3. P. 17–20.
- Kozlova E.V., Solod T.V., Zavyalov A.A. (2019) Mezhdunarodny turizm v usloviyah krizisa mirovoy ekonomiki: tendentsii i problemy razvitiya [International tourism during world economic crisis: trends and development problems]. *Nauka I obrazovanie: hozyaistvo i ekonomika; predprinimatelstvo; parvo I upravlenie*. No. 4(107). P. 7–12.

Loguntsova I.V. (2019) Marketingovie aspekti upravleniya turizmom [Marketing aspects of tourism management]. Moscow: ARGAMAK-MEDIA.

Morozova N.S. (2009) Economic Aspects of Managing Tourism under Global Economic *Sovremennyye problemy servisa i turizma*. No. 2. P. 52–55.

Moshnyaga E.V. (2013) Mainstream Trends of Tourism Development in Contemporary World. *Vestnik RMAT*. No. 3. P. 20–34.

Tolstykh K.S. (2018) Specifics of Development of Labor Market of Tourism Industry under *Gosudarstvennoye i munitsipal'noye upravleniye. Uchenyye zapiski*. No. 1. P. 261–268.

Hasbulatova B.M. (2015) Determination of Priority Directions of Development of Regional Tourism in the Context of the Economic Crisis. *UEPS: upravlenie, ekonomika, politika, sotsiologiya*. No. 2. P. 77–81.

Received: 22.04.2020