

Факторы формирования туристских потоков в условиях современного развития туризма в Российской Федерации

Дерен Иванна Ивановна^{1,2}

Д-р экон. наук, проф. каф. гуманитарных и социально-экономических дисциплин¹, проф. каф. финансов²
ORCID: 0000-0001-9652-4092, e-mail: deren-ivanna@yandex.ru

Земляникина Анастасия Дмитриевна²

Соискатель
ORCID: 0009-0007-5494-3329, e-mail: n.zemlanikina@mail.ru

¹Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний, г. Владимир, Россия

²Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Владимир, Россия

Аннотация

В статье представлены факторы современного развития туризма в Российской Федерации (далее – РФ, Россия). Статистика по развитию туризма в России свидетельствует о том, что направление, динамика и интенсивность туристских потоков достаточно сильно изменяются с 2010 г. по 2022 г. По определенным параметрам развития отечественной туристской отрасли есть как существенные достижения, так и нерешенные вопросы, выработка государственной политики по решению которых должна осуществляться на основании актуальных факторов. Устойчивое развитие сферы туризма в РФ возможно при обеспечении комплексного подхода, включающего и повышение качества туристских услуг на основании принципов устойчивого туризма, и повышение инвестиционной привлекательности объектов туристской инфраструктуры, увеличение вложений в туристские цифровые продукты. Обоснованы ожидаемые перспективные направления развития отрасли: приоритет здоровья и безопасности, экотуризм, снижение количества спонтанных поездок, развитие нишевых направлений туризма, цифровизация отрасли, виртуализация и симуляция (имитация туристской деятельности). Акцентируется внимание на важных факторах развития туризма: определяются потенциальные точки роста туристской отрасли и предполагаемые виды туризма, на которые будет ориентирован спрос у туристов.

Ключевые слова

Экономика туризма, факторы развития туризма, цифровизация туризма, экотуризм, внутренний туризм, туристская дестинация, туристский опыт, виртуализация туризма, туроператоры

Для цитирования: Дерен И.И., Земляникина А.Д. Факторы формирования туристских потоков в условиях современного развития туризма в Российской Федерации // Вестник университета. 2024. № 3. С. 40–53.

Factors of forming tourist flows in modern development of tourism in the Russian Federation

Ivanna I. Deren^{1,2}

Dr. Sci. (Econ.), Prof. at the Humanities and Socio-Economic Disciplines Department¹, Prof. at the Finance Department²
ORCID: 0000-0001-9652-4092, e-mail: deren-ivanna@yandex.ru

Anastasia D. Zemlyanikina²

Applicant
ORCID: 0009-0007-5494-3329, e-mail: n.zemlanikina@mail.ru

¹Vladimir Legal Institute of the Federal Penitentiary Service, Vladimir, Russia

²Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Vladimir, Russia

Abstract

The article presents the factors of modern development of tourism in Russia. Statistics on the development of the Russian tourism indicate that the direction, dynamics and intensity of tourist flows have changed quite significantly from 2010 to 2022. According to certain development parameters of the domestic tourism industry, there are both considerable achievements and unresolved issues. The formulation of public policy on resolution of the latter should be implemented on the basis of current factors. Sustainable development of the Russian tourism sector is possible by ensuring an integrated approach that includes improvement of the quality of tourism services based on the principles of sustainable tourism alongside with increase of investment attractiveness of tourism infrastructure and increase of investments in tourism digital products. The expected promising directions for the development of the industry are substantiated: the priority of health and safety, ecotourism, decrease in the number of spontaneous trips, development of niche tourism areas, digitalisation of the industry, virtualisation and simulation (imitation of tourism activities). Attention is focused on important factors of tourism development: potential growth points for the tourism industry are identified as well as the expected types of tourism that will attract demand from tourists.

Keywords

Tourism economy, factors of tourism development, digitalisation of tourism, ecotourism, domestic tourism, tourist destination, tourism experience, virtualisation of tourism, tour operators

For citation: Deren I.I., Zemlyanikina A.D. (2024) Factors of forming tourist flows in modern development of tourism in the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 3, pp. 40–53.



ВВЕДЕНИЕ

Туристская отрасль в Российской Федерации (далее – РФ, Россия) сохраняет темпы устойчивого развития с адаптацией под чрезвычайные условия – постпандемийный период и последние события начала 2022 г. [1]. С начала XXI в. и до настоящего времени туристская отрасль в России претерпела ряд значительных изменений. Во-первых, возросло значение экономического потенциала туризма как быстрорастущего сектора в национальной экономике. Во-вторых, несмотря на различные чрезвычайные условия, туризм отличается высокой адаптивностью и быстрым восстановлением до уровня первоначальных параметров [2; 3].

Объем платных туристских услуг, предоставляемых населению, в РФ ежегодно увеличивается, при ограничительных мерах присутствует фактор быстрого восстановления до прежнего уровня [4]. Так, в 2010 г. данный параметр составлял 99 879 млн руб., в 2018 г. – 172 090 млн руб., в 2019 г. – 179 826 млн руб., в 2020 г. – 91 884 млн руб., в 2021 г. – 149 751 млн руб., в 2022 г. – 217 610 млн руб.¹

Цель статьи заключается в определении факторов формирования туристских потоков в условиях трансформации экономики с 2010 г. посредством изучения динамики и структуры туристской отрасли в России.

Для достижения указанной цели авторами решались следующие задачи:

- исследование текущего состояния туристской отрасли в РФ;
- рассмотрение основных групп факторов, воздействующих на развитие туристской отрасли в РФ;
- авторское определение перспектив развития туристской отрасли в РФ.

Основным материалом работы послужили труды российских и зарубежных ученых в области теории и практики построения управленческих моделей отрасли туризма. При проведении исследования авторами использовались следующие методы научного познания: системный подход в части агрегирования национальной статистики, информации из деловых и отраслевых изданий; анализ в части определения и корреляции средового влияния на изменение внутренних туристских потоков и выбора туристских маршрутов; синтез в части раскрытия сущности и идентификации факторов, определяющих развитие туристской отрасли здесь и сейчас, формирования авторской позиции по перспективам развития туристской отрасли в России.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

В настоящее время туризм является одной из важных сфер жизни общества, оказывающих существенное влияние на формирование новых устойчивых экономических и социальных связей [5]. Важными характеристиками отрасли выступают обеспечение мультипликативного эффекта, относительная устойчивость в период экономических спадов, геополитической нестабильности и активные темпы восстановления после спада до прежнего уровня.

В пандемийный период на туристском рынке существовал кризисный шок, влияние которого определило возникновение новых условий и факторов развития туристской отрасли, а также новых паттернов потребительского поведения.

В целях выработки государственной политики по обеспечению высокой доли спроса на туристские поездки внутри страны необходимо рассмотреть факторы развития туристской отрасли в РФ в текущих условиях с акцентом на параметры развития туризма с 2010 г. [6].

Важность определения актуальных факторов развития туристской отрасли в России позволит обозначить потенциальные направления развития внутреннего туризма с последующим формированием стимулирующих мер со стороны государства с привязкой к региональной (территориальной) составляющей [7].

Понимание направления развития внутреннего туризма в контексте российских социально-экономических факторов обеспечит единое видение будущего, разработку долгосрочных стратегий развития и создание конкретных планов действий по усилению туристского потенциала России.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Построение государственной политики по управлению отраслью туризма является сложным процессом: в ходе определения инструментов управления формируются и обосновываются цели, задачи, целевые показатели, финансовое обеспечение, а также планы мероприятий по их достижению.

¹ Федеральная служба государственной статистики. Туризм. Платные услуги населению в сфере туризма по Российской Федерации (с 2000 г.). Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 09.01.2024).

Основу организационного планирования составляет прогнозирование на среднесрочную перспективу, которое выстраивается на основании методов экспертных оценок, экономического анализа аккумулируемых больших данных в отрасли туризма и последующего определения факторов ее развития. Анализ библиографических источников показал, что внимание научного сообщества к исследованию факторов формирования туристских потоков ежегодно усиливается. С учетом получаемых результатов (включая паттерны поведения туристов) можно осуществлять стратегическое планирование туристской деятельности, создание и продвижение туристского продукта, принятие управленческих решений в отрасли туризма.

В научных публикациях рассматривается текущее состояние отрасли туризма в РФ, отмечаются ключевые успехи развития российского туризма за последние годы. Вместе с тем уделяется внимание группам параметров, показывающим динамичное или умеренное развитие, а также потенциальным точкам роста.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сегодня вклад туризма в валовый внутренний продукт (далее – ВВП) РФ оценивается в 4 %. Динамика его изменения представлена в табл. 1.

Таблица 1

Доля туризма в экономике России

Наименование показателя	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в ВВП РФ в основных текущих ценах, %	2,7	2,8	2,4	2,6	2,6

Составлено авторами по материалам источника²

В рамках данного исследования рассмотрим период с 2010 г. по 2020 г. Ярким отражением данного периода являются факторы, сформированные эпохой глобализации, эрой информации и выстраивания коммуникаций в новом информационном обществе. В результате в анализируемом десятилетии оформились следующие факторы: либерализация въезда-выезда, глокализация и локализация в туризме, его доступность, индивидуализация, технологизация и виртуализация. Рассмотрим данные факторы подробнее.

Важнейшим фактором развития туристской индустрии выступает либерализация въездного и выездного туризма – упрощение формальностей и сближение международного и внутреннего туризма. Оформление категорий «глокализация» и «локализация» в туризме обусловлено процессами глобализации: уже в 2013 г. в туризм были вовлечены 155 стран мира из 195. Глобализация определяет совершенно новые условия развития туризма под единым фокусом – массовым обменом информацией, знаниями, технологиями, товарами, услугами, человеческими ресурсами. Происходит стирание границ: постепенно нивелируются идентичность и своеобразие культур, запускается процесс унификации норм и стандартов в туризме. Вместе с тем действуют и встречные тенденции локализации – создание туристского продукта с характеристиками (национальными, культурными и иными), присущими каждой конкретной территории. Соответственно, категория «глокализация» определяет туристский продукт как локальный с адаптацией для понимания и принятия в мировом сообществе. Характеристикой туристского продукта с позиции глобализации выступает формирование потребности в путешествиях, однотипных видах отдыха и путешествий. С позиции локализации в данный продукт вносится уникальный местный колорит (может быть представлен блюдами национальной кухни, включением в программу посещений традиционных фестивалей и праздников) [8].

В табл. 2 указаны данные о количестве туроператоров согласно данным Единого Федерального реестра туроператоров РФ.

Сравнивая количество туроператоров в 2019 г. и в 2010 г., отметим, что наблюдается рост на 20 ед., что составляет 0,5 %. В течение рассматриваемого периода 2010–2019 гг. заметно уменьшение количества туроператоров (максимальное – в 2015 г.) в пределах 10 %, что свидетельствует о достаточно быстром восстановлении отрасли параллельно с решением проблем мирового уровня.

²Единая межведомственная информационно-статистическая система. Государственная статистика. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации за год, предшествующий предыдущему (8.9.1) (ОКВЭД 2). Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/59213> (дата обращения: 10.01.2024).

Количество туроператоров в Едином Федеральном реестре туроператоров России

Наименование показателя	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Количество туроператоров, ед.	4 593	4 718	4 685	4 608	4 275	4 202	4 467	4 553	4 426	4 613

Составлено авторами по материалам источника³

В 2010 г. наибольшее количество российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по зарубежным странам, приходилось по большей части на страны Азии и Африки: Турция (1 894,5 тыс. чел.), Египет (1 522,3 тыс. чел.), Китай (870,5 тыс. чел.), Таиланд (379,2 тыс. чел.). Только Испания (195,6 тыс. чел.) из европейских стран занимала 5-е место у туристов. Данная тенденция сохранилась и в предпандемный 2019 г. Вместе с тем, ввиду внешнеполитических решений, количество туристов, приобретающих туры в Египет, снизилось более чем в 40 раз и составило 36,6 тыс. чел. В Китае количество туристов снизилось практически в два раза и составило 459,5 тыс. чел.; возросло число туров в Тунис (322,5 тыс. чел.). Из европейских стран был заметен рост туров в Грецию (313,3 тыс. чел.).

Число поездок иностранных граждан в Россию (по целям) в 2010 г. составляло 8 266 тыс. ед., в 2019 г. – уже 24 419 тыс. ед. Фактический рост в три раза за 9 лет обусловлен падением курса рубля, что сделало поездки иностранных туристов в Россию более экономически выгодными. В 2010 г. наибольшее количество туристов было из следующих стран: Финляндия (1 013 тыс. поездок), Литва (759 тыс. поездок), Китай (747 тыс. поездок), Германия (611 тыс. поездок), Эстония (475 тыс. поездок). В 2019 г. перечень стран составили Украина (7 760 тыс. поездок), Казахстан (3 564 тыс. поездок), Китай (1 883 тыс. поездок), Азербайджан (911 тыс. поездок), Финляндия (896 тыс. поездок)⁴.

Сохранение природного, социально-культурного окружения туристской дестинации является самостоятельным фактором, который в науке определяют как устойчивый туризм. Он основывается на трех важных принципах: качество (обеспечение комфорта и безопасности как самого туриста, так и природного ландшафта), непрерывность (обеспечение постоянства предоставления туристских услуг на конкретных природных ландшафтах), равновесие (обеспечение баланса интересов туристов, защитников окружающей среды и местного сообщества). Основная цель данного тренда – осознанное принятие туристами мер по минимизации воздействия на окружающую среду и местную культуру, по сохранению локальных экосистем. Параллельно развивается такой фактор, как ответственный туризм. В его основе лежит концепция социально ответственного поведения, оказания щадящего воздействия на природную и культурную среду туристской дестинации.

Данные факторы способствовали развитию специфических видов туризма – экстремального и нетрадиционного: нестандартные туры в экзотические и экологически чистые природные резервации (туры на собачьих упряжках и иные) [9].

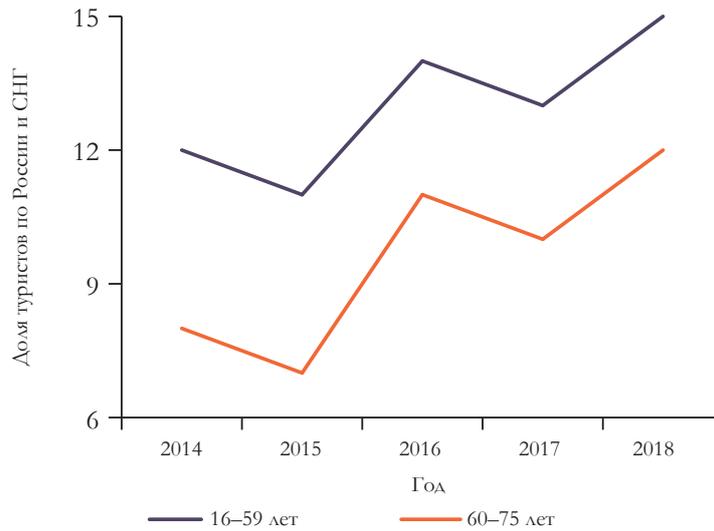
По данным Федеральной службы государственной статистики, в рамках анализа активности граждан в сети интернет по выбору маршрутов отмечается динамическое развитие экологических видов туризма (ежегодный рост примерно на 25–30 %), в частности велосипедных и пеших маршрутов (более 52 тыс. запросов) [10].

Важным фактором является доступность, или безбарьерность, туризма. В ее рамках обеспечивается возможность использования зданий, сооружений, а также самих туристских маршрутов для туристов независимо от возраста, физического состояния и социально-экономических возможностей. Это наличие пандусов, подъемников, четко прослеживаемых указателей и пиктограмм, а также построение туристских маршрутов, комфортных для людей третьего и четвертого возрастов.

Согласно рис. 1 и рис. 2, по динамике доля туристов третьего и четвертого возрастов, выбирающих как путешествия по России, так и за границу, растет, повторяя восходящий тренд в более молодой возрастной группе 16–59 лет. В 2018 г. каждый пятый турист третьего и четвертого возрастов хотел бы правильно путешествовать в ближайшие 12 месяцев (с 2015 г. доля данных туристов выросла с 15 до 19 %).

³Федеральное агентство по туризму. Сведения о количестве туроператоров в Едином федеральном реестре туроператоров. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/svedeniya-o-kolichestve-turoperatorov-v-edinom-federalnom-reestre-turoperatorov/> (дата обращения: 10.01.2024).

⁴Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник. 2022. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2022.pdf (дата обращения: 11.01.2024).



Примечание: СНГ – Содружество Независимых Государств
Составлено авторами по материалам источника⁵

Рис. 1. Туристские поездки по России и СНГ



Составлено авторами по материалам источника⁶

Рис. 2. Туристские поездки за пределы России и СНГ

Всего, по данным исследования, в 2018 г. в путешествие по России отправились 12 % туристов третьего и четвертого возрастов (данные включают только туристические поездки, без поездок к родственникам, командировок, шоп-туров и пр.). За пределы России и стран СНГ выезжали 6 % опрошенных 60–75 лет⁷.

Заметной тенденцией в туризме с 2015 г. становится переход от массовизации к индивидуализации туризма. Растет количество индивидуальных туров, использование которых позволяет построить туристский маршрут на основании своих собственных индивидуальных предпочтений. В том числе туристы уже имеют достаточно большой опыт стандартизированных поездок, поэтому стремятся к получению нового уникального опыта путешествия [8].

Представляет научный интерес исследование Аналитического центра Национального агентства финансовых исследований, согласно которому многие российские туристы предпочитают организовывать путешествие самостоятельно, не прибегая к услугам туроператоров (табл. 3).

⁵ Ассоциация Туроператоров. Сколько российских пенсионеров ездят в турпоездки и куда. Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/47221.html> (дата обращения: 12.01.2024).

⁶ Там же.

⁷ Там же.

**Доля россиян, планирующих организовать свой отдых самостоятельно
(по видам предпринимаемых действий)**

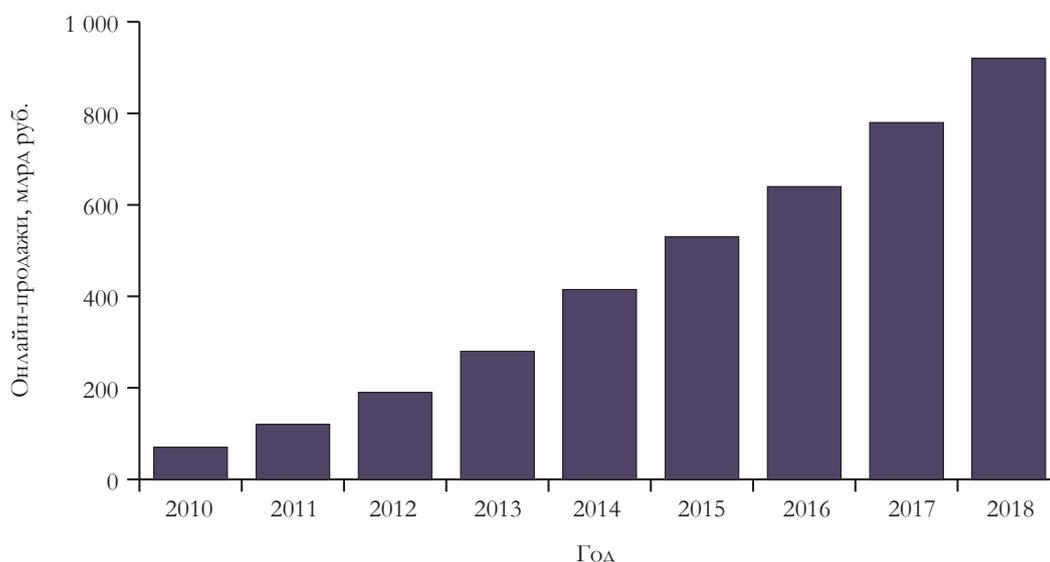
Вариант ответа	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Планируют самостоятельно искать и покупать билеты на специализированных сайтах, %	27	26	28	34
Планируют самостоятельно искать и бронировать жилье с помощью специализированных сайтов, %	24	25	26	32
Планируют арендовать в отпуске автомобиль, %	5	6	4	12

Примечание: сумма ответов может составлять более 100 %, так как у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответа

Составлено авторами по материалам источника⁸

Поддержку современному путешественнику оказывают технологии, сама сфера туризма также становится все более технологичной. Технологизация выступает еще одним фактором, меняющим образ туристской индустрии. В настоящее время технологизация охватывает такие сегменты отрасли туризма, как бронирование и продажа туристских услуг, размещение и питание туристов, покупка билетов. Можно отметить, что путешествия стали «бездокументационными»: достаточно только паспорта для подтверждения личности туриста. Технологии предлагают туристу конструирование тура в режиме реального времени на основании собственных предпочтений. Туристская индустрия будущего на базе технологий обеспечит охват большего количества целевых рынков, позволит выйти на новые рынки, обеспечит доступность туристских продуктов, а также снизит их себестоимость ввиду отсутствия необходимости в оплате труда обеспечивающему персоналу.

Одним из показателей развития информационных технологий и их распространения является доля онлайн-бронирования туристских услуг. По данным исследователей, объем рынка онлайн-бронирования тревел-услуг постепенно увеличивается – почти 800 млрд руб. (2017 г.) в России со стабильным ростом чуть более 20 % в год согласно рис. 3.

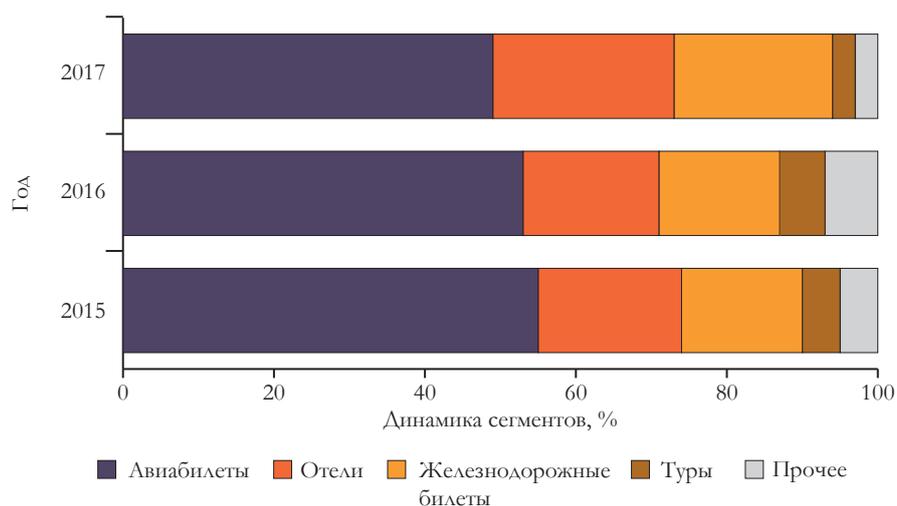


Составлено авторами по материалам источника [11]

Рис. 3. Онлайн-продажи туристских услуг российским туристам

Необходимо отметить, что онлайн-продажа туристских услуг популярна у узкого сегмента потребителей: авиа- и железнодорожные билеты приобретают онлайн 20 % россиян, а гостиницы и туры – 12 %. Около половины цифрового туристского рынка в 2017 г. составляли авиабилеты согласно рис. 4.

⁸ НАФИ. Аналитический центр. Больше половины российских туристов хотят сами организовать путешествие. Режим доступа: <https://nafu.ru/analytics/bolshe-poloviny-rossiyskikh-turistov-khotyat-sami-organizovat-puteshestvie/> (дата обращения: 13.01.2024).



Составлено авторами по материалам источника [11]

Рис. 4. Динамика сегментов цифрового туристского рынка России в 2015–2017 гг.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ПЕРИОД С 2020 Г. ПО НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ

Значительные изменения на отрасли туризма отразились во время пандемии коронавируса, который является рубежом, разграничением тенденций развития отрасли туризма на допандемийный и постпандемийный периоды. Во время пандемии и закрытых границ возрос спрос на внутренний туризм. Особую важность приобрело развитие национальной системы здравоохранения, а также лечебно-оздоровительного и медицинского туризма [12].

Воздействие пандемии на отрасль туризма проявилось в формировании новых условий и формальности совершения туристских поездок, а также новых паттернов поведения туристов. Как и в иных отраслях экономики, в туризме потребовалась корректировка стратегических целей, задач и приоритетов развития.

С 2020 г. в РФ главную роль играет фактор активного и системного развития рынка внутреннего туризма. В данном контексте следует сразу отметить и события начала 2022 г., когда в условиях усложнения международных отношений возрос спрос на внутренний туризм (табл. 4), требующий новых системных подходов к реализации государственной политики в сфере туризма.

Таблица 4

Туристский поток в ряде регионов России в 2022 г.

Регион	Туристский поток, млн чел.		Темп прироста 2022 г. / 2021 г.
	2021 г.	2022 г.	
Московская область	14	22	+ 57 %
Москва	26,2	28	+ 7 %
Краснодарский край	16,5	17	+ 3 %
Санкт-Петербург	6,1	8,1	+ 32 %
Республика Крым	9,6	6,5	– 32 %
Казань	2,9	3,3	+ 11 %
Тюменская область	2,9	3,3	+ 13 %
Приморский край	2,8	3	+ 7 %
Ставропольский край	1,25	1,5	+ 20 %
Республика Алтай	1,9	2,1	+ 7 %

Составлено авторами по материалам источника [13]

На основании данных туроператоров, темпы роста внутреннего организованного туризма в 2022 г. определяются как рекордные: путешествовали по России 68,5 млн чел. (в 2021 г. путешествовали по России 56 млн чел.), что также подтверждает статистика в табл. 1, табл. 3 и табл. 4. Интересны и данные Всероссийского центра изучения общественного мнения: летом 2022 г. за рубежом отдыхали только 2 % российских туристов, в то время как в допандемийные годы свой отпуск за границей проводили 8 % российских туристов⁹.

На сегодняшний день в научном сообществе выделяются следующие факторы развития туристской индустрии. Важнейшим из них является приоритет здоровья и безопасности. Особенно актуальным данный приоритет стал в постпандемийный период. Многие туристы впервые открыли для себя уникальные возможности санаториев для профилактики и восстановления здоровья.

Статистика по загрузке санаторно-курортных учреждений, согласно табл. 5, показывает, что с каждым годом туристы отдают все большее предпочтение туристским дестинациям с уникальными природно-лечебными факторами, а также с комфортными объектами для проживания.

Таблица 5

Санаторно-курортные организации и организации отдыха

Год	Число санаторно-курортных организаций и организаций отдыха / число мест (коек)		Число санаториев / число мест (коек)		Число санаториев-профилакториев / число мест (коек)		Число домов отдыха / число мест (коек)	
2010	3 886	674 113	1 273	344 242	656	77 411	140	33 153
2011	3 853	666 258	1 283	342 376	655	80 922	104	23 504
2012	3 785	659 710	1 250	341 623	637	77 023	98	23 746
2013	3 630	635 414	1 210	332 974	612	73 199	97	25 232
2014	3 776	689 067	1 289	368 584	597	73 373	96	25 059
2015	3 689	680 085	1 287	373 804	568	70 404	97	25 885
2016	5 166	802 174	1 279	376 853	529	67 048	139	29 752
2017	6 539	1 030 555	1 272	362 602	510	63 924	155	24 145
2018	6 772	1 115 825	1 244	370 154	491	62 216	142	24 095
2019	6 990	1 147 681	1 289	377 079	467	58 558	134	22 185
2020	6 918	1 111 223	1 305	381 716	429	55 147	148	22 245
2021	7 404	1 147 854	1 345	387 980	408	54 637	190	25 702

Примечание: данные представлены на конец года

Составлено авторами по материалам источника¹⁰

Непосредственную связь с фактором приоритета здоровья и безопасности имеет фактор экологически ответственного потребления, экотуризм. Здесь сказываются как последствия пандемии, так и внешнеполитическая ситуация – туристы делают выбор в пользу «зеленых» дестинаций, а также в пользу путешествий выходного дня на собственном автомобиле.

Данный фактор предопределил динамичное развитие такой туристской инфраструктуры, как туристские базы, базы отдыха, кемпинги и другие организации отдыха. Так, прирост с 2010 г. составляет 32 % согласно табл. 6.

⁹ Рокоссовская А. Что показал туристический сезон 2022 года: пять новых особенностей национальных путешествий. Режим доступа: <https://rg.ru/2022/09/28/kakoj-turist-poshel.html> (дата обращения: 11.01.2024).

¹⁰ Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник. 2022. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejagodnik_2022.pdf (дата обращения: 11.01.2024).

Таблица 6

Количество туристских баз, баз отдыха, кемпингов и других организаций отдыха

Год	Число туристских баз, баз отдыха, кемпингов и других организаций отдыха, шт.	Число мест в них, шт.
2010	1 768	211 002
2011	1 758	211 260
2012	1 748	206 936
2013	1 667	195 999
2014	1 749	213 025
2015	1 697	204 017
2016	3 181	323 373
2017	4 544	572 158
2018	4 844	652 518
2019	5 079	688 015
2020	5 018	650 049
2021	5 446	677 664

Составлено авторами по материалам источника¹¹

Изменение в потребительском поведении предопределило еще одну тенденцию на снижение доли спонтанных поездок: туристы стали более тщательно выбирать и планировать свои поездки, отдавая предпочтение известным брендам и будучи уверенными в высоком качестве сервиса. Вместе с этим снижается и количество самостоятельных поездок туристов. «Ренессанс» организованного туризма, по оценкам экспертов, может продлиться еще несколько лет ввиду следующих причин: во-первых, уход с туристского рынка международных сервисов бронирования, соответственно, значительно усложнился самостоятельный поиск мест размещения, особенно за рубежом; во-вторых, сложности с платежными системами и возвратом средств в случае форс-мажоров; в-третьих, обеспечение надежности запланированного отдыха. Так, до пандемии на организованный туризм приходилось только 60 % всего туристического потока, в 2022 г. – уже 84 %; самостоятельные поездки сократились с 40 до 16 %¹².

Представляет интерес рассмотрение оценки потенциала межрегиональных поездок, проводимой для подготовки доклада об итогах изучения текущего состояния туризма в России. Статистика по посещениям опрошенными соседних регионов составляет 25 %. Длительность таких поездок у 53 % опрошенных составила три и более дней. Только 19 % респондентов совсем не рассматривают соседние регионы для путешествий. Вместе с тем развитие данного вида путешествий во многом зависит от информированности: среди тех, кто знает о достопримечательностях соседних регионов, 75 % допускают возможность их посещения. Использование туристской инфраструктуры, в частности гостиниц и отелей, остается высоким: 44 % опрошенных при посещении соседних регионов пользовались гостиницами и апартаментами¹³.

Национальным фактором выступает развитие нишевых направлений в туризме, таких как образовательный туризм, промышленный туризм. Рассматривая ценность образовательного туризма сегодня, требуется отметить, что данный вид туризма может быть определен в качестве стратегии роста для устойчивого развития благодаря многообразию его форм и инструментов. Первая компонента этой стратегии – увеличение количества как отечественных студентов, осуществляющих переезд внутри России с целью получения образования, так и иностранных студентов, приезжающих на обучение [14]. В 2019 г. в РФ на обучение прибыло около 282 000 иностранных студентов, что является наибольшим количеством за последние 30 лет. Среди стран, из которых приезжают иностранные туристы, первые позиции занимают страны СНГ, Китай, Индия, Иран и Вьетнам [15].

Вторая компонента – расширение видов самих образовательных программ для туристов. Одним из актуальных инструментов образовательного туризма считается создание условий для сотрудничества

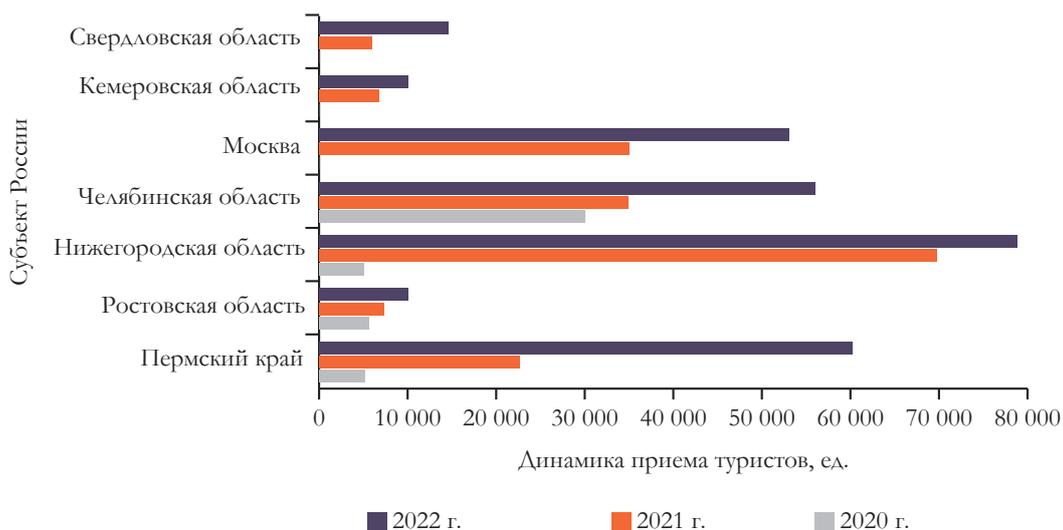
¹¹ Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник. 2022. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2022.pdf (дата обращения: 11.01.2024).

¹² Родионова Е. Что произошло с туризмом в России в 2022 году? Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/516172> (дата обращения: 14.01.2024).

¹³ Национальные проекты России. Туризм в России: идеи путешествий на каждые выходные. Режим доступа: <https://национальныепроекты.рф/upload/turizm-doklad/Doklad.pdf> (дата обращения: 14.01.2024).

нескольких организаций, благодаря которому увеличивается потенциал межотраслевого взаимодействия. Ярким примером такого сотрудничества являются программа «Студтуризм», образовательно-туристский проект, направленный на популяризацию науки и туризма среди школьников и студентов «Россия – страна ученых» и иные.

Агентством стратегических инициатив представлена динамика посещения туристами промышленных предприятий в рамках программы «Открытая промышленность» (рис. 5)¹⁴. Уже сегодня 30 регионов РФ разработали стратегии развития промышленного туризма, 250 предприятий реализуют экскурсии и профориентационные программы, 840 тыс. чел. посетили промышленные предприятия за 2022 г.



Составлено авторами по материалам источника¹⁵

Рис. 5. Динамика приема туристов по промышленному туризму

Выбирая такие виды направлений, туристы стремятся познакомиться с местной культурой и традициями изнутри, стремятся к осознанному потреблению. Любое хобби может явиться стимулом к поездке, тем самым формируя спрос на туристском рынке (в частности, археологический, ботанический, гастрономический туризм). Следует отметить, что в рамках развития нишевых направлений создаются условия для продвижения локальных брендов, повышается маркетинговый потенциал для их позиционирования¹⁶.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА

В рамках всех перечисленных факторов, по мнению авторов, следует рассмотреть фактор цифровизации отрасли туризма. Современные технологии могут обеспечить «беспровозное» взаимодействие всех участников туристского рынка и значительно его ускорить. Существующие цифровые решения позволяют туристам осуществлять конструирование тура самостоятельно на основании собственных интересов, а также приемлемого ценового диапазона каждого элемента туристического продукта. Строится целая экосистема цифровых сервисов, сопровождающая процессы от бронирования гостиницы до экскурсионных маршрутов.

В доковидном 2019 г. доля e-travel (англ. цифровизация в туризме) на российском рынке отелей составляла 37 %. При этом монополистом был европейский лидер Booking.com. Затем масштабная трансформация рынка с переходом в «цифру» во время пандемии и уход указанного лидера в 2022 г. открыли много новых возможностей: уже по итогам 2022 г. и в начале 2023 г. доля e-travel достигла 47 %. В «Яндекс Путешествиях» с 2021 г. по 2023 г. в 6 раз выросла общая стоимость бронирований. По сравнению с 2022 г. стало в 2,5 раза больше отелей. В феврале 2023 г. было запущено собственное мобильное

¹⁴ Косарева Т., Степанина А. В три раза выросло число туристов на предприятиях восьми регионов-участников промышленного акселератора АСИ. Режим доступа: <https://asi.ru/news/192207/> (дата обращения: 15.01.2024).

¹⁵ Родионова Е. Что произошло с туризмом в России в 2022 году? Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/516172> (дата обращения: 14.01.2024).

¹⁶ Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник. 2022. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejagodnik_2022.pdf (дата обращения: 11.01.2024).

приложение данного агрегатора, которое всего за месяц скачали более 1 млн чел. Приложение «Суточно.ру» с 2015 г. установили 2,6 млн чел., из которых 1,5 млн чел. – за прошлый год¹⁷.

Будущее отрасли туризма также связывают с созданием и развитием новых форм взаимодействия. В частности, это виртуализация и симуляция (имитация туристской деятельности). В первом аспекте самым иллюстративным примером являются виртуальные туры по объектам культуры и виртуальные гиды. В настоящее время широко распространены и виртуальные туры по объектам размещения туристов – гостиницам и аналогичным средствам размещения [8]. Виртуализация станет переломной тенденцией в развитии отрасли туризма, меняя паттерны поведения туристов в их профилях, интересах, мотивации.

Широкое распространение виртуализации приведет к возникновению рынка виртуальных туристов, которые уже не будут преследовать цель посещения туристской дестинации в очном формате. На фоне антиковидных ограничений спрос на онлайн-экскурсии во всем мире вырос почти на 54 %¹⁸. Виртуальные решения уже начинают замещать реальные путешествия, стоит лишь выбрать необходимое виртуальное решение. Это приведет к еще большей «беспшовности» и сокращению посредников в рамках поиска и бронирования туристического продукта. Соответственно, одним из самых влиятельных трендов может стать сочетание безличностного обслуживания посредством технологических решений с личным человеческим контактом (со специалистом сферы туризма) – сочетание онлайн- и офлайн-дистрибуции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туристский рынок будет постоянно меняться, ожидаемыми факторами развития отрасли туризма, по мнению авторов, выступают:

- увеличение доли индивидуальных туров в сравнении с групповыми;
- увеличение коротких поездок в выходные дни;
- выбор альтернативных видов транспорта вместо авиаперевозок ввиду краткосрочности поездок;
- преобладание среди туристов пожилых граждан, в том числе с внуками;
- преобладание в выборе объектов размещения отелей домашнего типа с предоставлением предметов первой необходимости в целях минимизации перевозимого багажа.

Потенциальные точки роста туризма в РФ – привлечение молодых кадров в отрасль туризма, повышение ценности и престижности работы в туризме, доступности образовательных программ, а также ценовой доступности (соотношения «цена/качество» туристского продукта).

Результатом влияния перечисленных факторов будет рост спроса туристов на такие виды туризма, как:

- пляжный отдых в экологически чистых туристских дестинациях;
- короткие поездки в города-мегаполисы;
- туры в семейные тематические парки, а также в спортивно-развлекательные центры;
- событийные и культурные туры для индивидуальных туристов как ответ на запрос на уникальность.

Уникальным фактором формирования туристских потоков станет трансформация индустрии производства туристских услуг в индустрию производства туристского опыта. Сегодняшние туристы ищут новых переживаний, эмоций, впечатлений. Оценка туристом туристской услуги происходит на основании уровня получения качественно нового опыта в туристской дестинации (культурного, социального, художественного).

Таким образом, оформление выделенных авторами факторов развития туризма в РФ явилось ответом на целый ряд кризисных явлений и сложных экономико-социальных и политических вызовов. Однако условия турбулентности рынка только способствуют относительно быстрой адаптации сферы туризма к складывающейся ситуации при наличии поддержки со стороны государства. В настоящее время открыты широкие возможности развития внутреннего туризма, приоритет которого должен быть отражен в рамках долгосрочного планирования развития национальной туристской системы.

¹⁷ Бабаева Р. Обед металлургов против all inclusive: что такое промышленный туризм. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/63a063339a79473515a0ffab> (дата обращения: 16.01.2024).

¹⁸ Мурадян А. Путешествие на диване: может ли виртуальный туризм стать заменой реальному? <https://sber.pro/publication/puteshestvie-na-divane-mozhet-li-virtualnyi-turizm-stat-zamenoj-realnomu> (дата обращения: 16.01.2024).

Список литературы

1. *Замятина Н.А.* Анализ больших данных и изменение потребительских предпочтений в мировом туризме в постпандемийный период. Вестник университета. 2023;6:58–66. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-6-58-66>
2. *Gössling S., Scott D., Hall C.M.* Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021;1(29):1–20. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
3. *Пирогова О.В.* Российский рынок туризма в допандемийный и пандемийный период COVID-19. Управленческий учет. 2021;10–1:178–185. <https://doi.org/10.25806/uu10-12021178-185>
4. *Дерен И.И.* Экономические тенденции в сфере услуг в Российской Федерации с учетом глобальных факторов. Вестник Национальной академии туризма. 2020;3(55):34–37.
5. *Hopkins D.* Crises and tourism mobilities. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021;9(29):1423–1435. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2021.1905969>
6. *Перевозчикова А.К.* Инструменты развития территорий в России: аналитический обзор. Вестник университета. 2023;2:21–32. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-2-21-32>
7. *Дерен И.И., Земляникина А.А.* Актуализация классификации видов туризма в условиях новой экономической реальности. Ученые записки. 2020;3(47):14–20.
8. *Мошняга Е.В.* Основные тенденции развития туризма в современном мире. Вестник РМАТ. 2013;3(9):20–33.
9. *Шестакова Е.В., Ситжанова А.М., Прытков Р.М.* Экологический туризм как форма устойчивого развития. Вестник университета. 2022;6:105–113. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-6-105-113>
10. *Иванова А.В.* Особенности развития специализированных видов туризма в современных условиях. Форум молодежной науки. 2020;6(1):32–38.
11. *Вишневецкая Е.В.* Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка. Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019;4(5):12–24. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2>
12. *Чхотуа И.З., Мурадов А.А.* Глобальные и национальные тренды развития туризма в современных условиях. Стратегирование: теория и практика. 2023;2(3):207–217. <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2023-3-2-207-217>
13. *Корюкова С.А.* Современное состояние и перспективы развития внутреннего туризма в России. Прогрессивная экономика. 2023;2:57–69.
14. *Тарасова С.В., Черкасова И.И.* Специфика и востребованность заочного образования Маркетинг. 2010;3(112):115–124.
15. *Альмухамедова О.А., Хашина А.В.* Новые точки притяжения российских туристов в современных условиях. Экономика, предпринимательство и право. 2022;11(12):3037–3052. <https://doi.org/10.18334/epp.12.11.116550>

References

1. *Zamyatina N.A.* Big data analysis and changes in customer preferences in post-pandemic global tourism. *Vestnik universiteta*. 2023;6:58–66. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-6-58-66>
2. *Gössling S., Scott D., Hall C.M.* Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021;1(29):1–20. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
3. *Pirogova O.V.* Russian tourism market in the pre-pandemic and pandemic COVID-19 period. *Management Accounting*. 2021;10–1:178–185. (In Russian). <https://doi.org/10.25806/uu10-12021178-185>
4. *Deren I.I.* Economic trends in the service sector in the Russian Federation taking into account global factors. *Vestnik of National Tourism Academy*. 2020;3(55):34–37. (In Russian).
5. *Hopkins D.* Crises and tourism mobilities. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021;9(29):1423–1435. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2021.1905969>
6. *Perevozchikova A.K.* Development tools of territories in Russia: an analytical review. *Vestnik universiteta*. 2023;2:21–32. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-2-21-32>
7. *Deren I.I., Zemlyanikina A.A.* Actualization of the classification of types of tourism in the new economic reality. *Scientific Notes*. 2020;3(47):14–20. (In Russian).
8. *Mosnyaga E.V.* Main trends of tourism development in the modern world. *Bulletin of the RIAT*. 2013;3(9):20–33. (In Russian).
9. *Shestakova E.V., Sitzhanova A.M., Prytkov R.M.* Ecotourism as a form of sustainable development. *Vestnik universiteta*. 2022;6:105–113. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-6-105-113>
10. *Ivanova A.V.* Features of development of specialized types of tourism in modern conditions. *Forum of youth science*. 2020;6(1):32–38. (In Russian).

11. *Vishnevskaya E.V.* The impact of digital technologies on the development of the tourism market. Research Result. Business and Service Technologies. 2019;4(5):12–24. (In Russian). <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2>
12. *Chkbotua I.Z., Muradov A.A.* Tourism development in modern conditions: global and national trends. Strategizing: Theory and Practice. 2023;2(3):207–217. (In Russian). <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2023-3-2-207-217>
13. *Koryukova S.A.* Current state and prospects for the development of internal tourism in Russia. Progressive economy. 2023;2:57–69. (In Russian).
14. *Tarasova S.V., Cherkasova I.I.* Specificity of distance education and demand for it. Marketing. 2010;3(112):115–124. (In Russian).
15. *Almukhamedova O.A., Khanina A.V.* New points of attraction for Russian tourists in today's environment. Journal of Economics, Entrepreneurship and Law. 2022;11(12):3037–3052. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/epp.12.11.116550>