

УДК 338.48

DOI 10.52575/2687-0932-2023-50-2-300-312

Индустрия туризма в условиях «новой нормальности»: вызовы и перспективы

¹ Пьянкова С.Г., ^{2,3} Митрофанова И.В., ⁴ Ергунова О.Т.

¹ Уральский государственный экономический университет,
Россия, 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

² Федеральный исследовательский центр Южный научный центр РАН
Россия, 344006, г. Ростов-на-Дону, просп. Чехова, 41

³ Волгоградский государственный университет,
Россия, 40062, г. Волгоград, просп. Университетский, 100

⁴ Санкт-Петербургский филиал Национального
исследовательского университета «Высшая школа экономики»,
Россия, 190008, г. Санкт-Петербург, ул. Союза Печатников, 16

E-mail: silen_06@list.ru, mitrofanova@volsu.ru, ergunova-olga@yandex.ru

Аннотация. В статье авторами проведены теоретические и практические исследования развития рынка туризма в условиях ужесточения геополитических и экономических вызовов. Пандемия COVID-19, геополитические риски, локдауны и другие мировые тенденции туристического спроса оказали влияние на усиление внутреннего туризма стран мира. Авторы представили конвергенцию теоретических исследований по туризму в мире, акцентировали внимание на уже существующих зарубежных и отечественных исследованиях индустрии гостеприимства в парадигме устойчивого развития территорий в условиях усиливающейся неопределенности. Отдельно авторы рассмотрели аналитические данные по развитию туризма в мире и России. По итогам 2022 г. международные прибытия могут достичь 65% допандемического уровня, в соответствии с первоначальными сценариями ЮНВТО. Несмотря на растущие проблемы, указывающие на замедление темпов восстановления в ближайшие месяцы, экспортная выручка от туризма может достичь 1,2–1,3 трлн долл. США, что на 70–80% больше величины зарегистрированных 1,8 трлн долл. США. в 2019 г. Состояние индустрии туризма в России характеризуется тем, что по итогам 2022 года въездной туризм в РФ упал более чем на 90% концу, тогда как внутренний организованный туризм устойчиво развивался. Эмпирическую основу исследования составляет анализ показателей развития туризма в РФ и федеральных округах в динамике – от начала разработки национальной стратегии до реализации в регионах страны через разработку конкурентоспособного туристического продукта, консолидацию органов власти, а также деловую, стратегическую и операционную деятельность.

Ключевые слова: турист, мировой рынок туризма, устойчивое развитие, стратегия развития, вызовы, региональный туризм

Для цитирования: Пьянкова С.Г., Митрофанова И.В., Ергунова О.Т. 2023. Индустрия туризма в условиях «новой нормальности»: вызовы и перспективы. Экономика. Информатика, 50(2): 300–312. DOI: 10.52575/2687-0932-2023-50-2-300-312

Tourism Industry in the New Normal: Challenges and Prospects

¹ Svetlana G. Pyankova, ^{2,3} Inna V. Mitrofanova, ⁴ Olga T. Ergunova

¹ Ural State University of Economics

62/45 8 March St / Narodnaya Volya St, Yekaterinburg, 620144, Russia

² Federal Research Center Southern Scientific Center of the Russian Academy of Sciences

41 Chekhov St, Rostov-on-Don, 344006, Russia

³ Volgograd State University,

100 Universitetsky Prosp., Volgograd, 400062, Russia

⁴ St. Petersburg Branch of the National Research University Higher School of Economics

16 Pechatnikov St, St. Petersburg, 190008, Russia

E-mail: silen_06@list.ru, mitrofanova@volsu.ru, ergunova-olga@yandex.ru

Abstract. In the article, the authors carried out theoretical and practical research on the development of the tourism market in the face of increasing geopolitical and economic challenges. The COVID-19 pandemic, geopolitical risks, lockdowns and other global trends in tourism demand have influenced the strengthening of domestic tourism in the countries of the world. The authors presented the convergence of theoretical studies on tourism in the world, focused on the existing foreign and domestic studies of the hospitality industry in the paradigm of sustainable development of territories in the face of increasing uncertainty. Separately, the authors examined analytical data on the development of tourism in the world and Russia. At the end of 2022, international arrivals could reach 65% of pre-pandemic levels in 2022, in line with UNWTO's initial scenarios. Despite growing concerns pointing to a slowdown in the pace of recovery in the coming months, tourism export earnings could reach US\$1.2–1.3 trillion in 2022, up or 70–80% of registered \$1.8 trillion in 2019. The state of the tourism industry in Russia is characterized by the fact that at the end of 2022, inbound tourism in the Russian Federation fell by more than 90%, while domestic organized tourism was developing steadily. The empirical basis of the study is the analysis of tourism development indicators in the Russian Federation and federal districts in dynamics – from the beginning of the development of a national strategy to implementation in the regions of the country through the development of a competitive tourism product, the consolidation of authorities, as well as business, strategic and operational activities.

Keywords: tourist, global tourism market, sustainable development, development strategy, challenges, regional tourism

For citation: Pyankova S.G., Mitrofanova I.V., Ergunova O.T., 2023. Tourism Industry in the New Normal: Challenges and Prospects. Economics. Information technologies, 50(2): 300–312 (in Russian). DOI: 10.52575/2687-0932-2023-50-2-300-312

Введение

Туризм – явление, с помощью которого миллионы людей путешествуют по всему миру, а индустрия туризма – основной двигатель мировой экономики, высококонкурентная среда как между туристическими направлениями, так и внутри них. На протяжении многих столетий туризм как отрасль со значительным экономическим потенциалом и характеристиками, которые могут поставить его в парадигму устойчивого развития территорий, играл важную роль в поддержании экономики стран мира. В настоящее время индустрия туризма сталкивается с глобальными вызовами, которые подталкивают её к постоянной трансформации. По данным Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКАД), до кризиса Covid-19 туризм занимал третье место в мире по объему экспорта после химических веществ и топлива [Life after lockdown ..., 2020]. Восстановление этого ведущего сектора экономики имеет решающее значение для мировой экономики, причем сейчас, как никогда, однако для этого требуется набор согласованных и надежных действий.

Обзор литературы: конвергенция теоретических исследований по туризму

В последнее десятилетие в понятийно-категориальном аппарате, связанном со сферой туризма и путешествий, произошла эволюция подходов и концепций. Однако в настоящее время в профильной научной и профессиональной литературе исследования,

посвященные туризму и его характеристикам в условиях кризиса и появления глобальных рисков, присутствуют лишь фрагментарно. Первым и самым основным шагом в сборе и анализе надежных данных о туризме является создание применимого и последовательного определения термина «турист».

Существуют различные рабочие определения, а также ряд методов измерения этой деятельности. Всемирная туристическая организация (ЮНВТО) указывает ночевку вдали от дома в качестве основного критерия для подсчета туристов. Таким образом, «посетитель (внутренний, въезжающий или выезжающий) классифицируется как турист (или посетитель с ночевкой), если его поездка включает ночевку или как посетитель в тот же день (или экскурсант) в противном случае» [Glossary of Tourism terms, 2008]. С практической точки зрения для измерения международного туризма применяются многочисленные методы, такие как прибытие и отъезд, опросы и пребывание. Эти примеры демонстрируют разрыв, существующий между определениями и их реализацией. Меры, используемые для количественной оценки туристов, часто отражают наличие данных, а не наличие исчерпывающих определений и теоретических концепций. Кроме того, многие из этих мер основаны на устаревших методах, а не на современных технологиях и ненадежных наборах данных.

В то время как индустрия туризма хорошо известна и исследована, сам термин «турист» более неясен. В работах зарубежных исследователей С. Маккейба [McCabe, 2005], К.М. Холла К.М., Д.-Т. Ле-Клена и др. [Hall, Le-Klähn, Ram, 2017], М. Хасната С. Хасана [Hasnat, Hasan, 2018] термин «турист» рассматривался как теоретическая и концептуальная конструкция.

Дж. Ли, Л. Ху, Л. Танг и др., Harb G., Bassil Г. Харб, С. Бассил выделяют три теоретических аспекта туристической деятельности, включая свободный (добровольный) выбор, временную деятельность и мобильность вдали от дома [Li, Xu, Tang, Wang, 2018; Harb, Bassil, 2020], а С. Маккейб добавляет, что концепция туризма также зависит от культурного контекста и социальных обстоятельств, при этом некоторые туристы не всегда хотят, чтобы их называли таковыми [McCabe, 2005].

Огромные масштабы туризма во всем мире вызвали управленческую потребность в количественной оценке туристов как на мезо-, так и на макроуровнях. Тем не менее, у термина «турист» отсутствует единое концептуальное определение, что препятствует возможности установления практического определения этого термина. В свою очередь, это приводит к дилемме о том, как измерять туризм в целом и как количественно оценивать туристов в частности [Joo, Tasci, Woosnam, Maruyama et al., 2018].

В Ежегоднике ЮНВТО за 2019 год различные страны применяли пять основных методов подсчета количества международных туристов:

- 1) данные о прибытии/отъезде (например, Австралия, Израиль, Япония, Чили, Венгрия, и Куба);
- 2) обзоры туристов и связанные с ними расчеты и экстраполяции (например, Франция, Швеция и Соединенное Королевство);
- 3) сочетание данных о прибытии/отбытии и обследований (например, Латвия и Маврикий);
- 4) количество нерезидентов, которые останавливаются в жилье в городе (например, Бельгия, Финляндия, Палестинская автономия и Германия);
- 5) официальные отчеты и формы (например, Канада и США) [UNWTO World Tourism Barometer ..., 2019].

Д. Ли, С. Чжоу, М. Ванг подчеркивают, как исследования, использующие большие данные, расширяют понимание поведения туристов и туристического маркетинга и помогают преодолеть распространенную систематическую ошибку выборки в туристических обследованиях (которая не всегда может быть адекватно репрезентативной) [Li, Zhou, Wang, 2018].

Теоретическому и концептуальному анализу туризма в условиях неопределенности посвящены работы ряда российских ученых. В частности, И.В. Логунцова, В.Г. Гуляев, Т.В. Рассохина, Е.В. Козлова, Т.В. Солод и др. [Логунцова, 2020; Гуляев, Рассохина, Голодьева, 2016; Козлова, Солод, Завьялов, 2019] определили особенности опыта туризма в условиях кризиса и глобальных вызовов, а также выделили основные моменты и стратегические направления для дальнейших действий.

Кроме того, цикл работ авторов статьи посвящен выявлению трендов интеграции туризма, развитию государственно-частного партнерства как инструмента устойчивого развития индустрии гостеприимства и туризма [Пьянкова, Митрофанова, Ергунова, Рябова, 2022; Пьянкова, Ергунова, Богомолова, Белякова, 2022].

Необходимость формирования нового подхода к индустрии туризма обусловлена изменениями внешней и внутренней среды, связанными с появлением новых средств и каналов коммуникаций, развитием новых форматов взаимодействия, изменением потребительского поведения, формированием новых стандартов потребительских привычек, трансформацией конкурентной среды и др. Эти тенденции привели к повышению значимости и дальнейшему развитию комплексных подходов к управлению и переходу к устойчивому туризму [Кружалин, Меньшикова, Кружалин, 2022].

Использование новых драйверов развития туризма обусловлено необходимостью перестройки региональной системы туризма в маркетинговой логике для профилирования туристических потоков, пересмотра подходов к разработке концептуальных и стратегических документов. Практическая значимость исследования заключается в предложенном подходе к стратегии туризма как отрасли экономики, успешно прошедшей практическую апробацию.

Результаты исследования и дискуссия

Новые вызовы трансформации геополитической и экономической политики во всем мире, изменения потребительских требований в постпандемических условиях к туристическим услугам заставляют отрасль активно реагировать и наращивать конкурентоспособность и экономическую эффективность развития внутреннего туризма отдельных стран мира. На национальные рынки выходят новые внутренние игроки и территории, сменяются институты и туристические потоки. Все это происходит на фоне глобальных климатических изменений и цифровизации отрасли. По прогнозам Всемирной туристской организации ожидается, что к концу 2022 года международный туризм достигнет 65% допандемического уровня [Tourism Set to Return ..., 2023].

На рис. 1. представлены данные о международных туристических прибытиях. Международный туризм продемонстрировал высокие показатели в январе-сентябре 2022 года: за первые девять месяцев количество прибытий достигло 62% от допандемического уровня. По оценкам, за первые три квартала 2022 года международные поездки совершили 700 млн. туристов, что более чем вдвое (+133%) больше, чем за тот же период 2021 года. Результаты были подкреплены сильным неудовлетворенным спросом, повышением уровня доверия и снятием ограничений во все большем числе направлений.

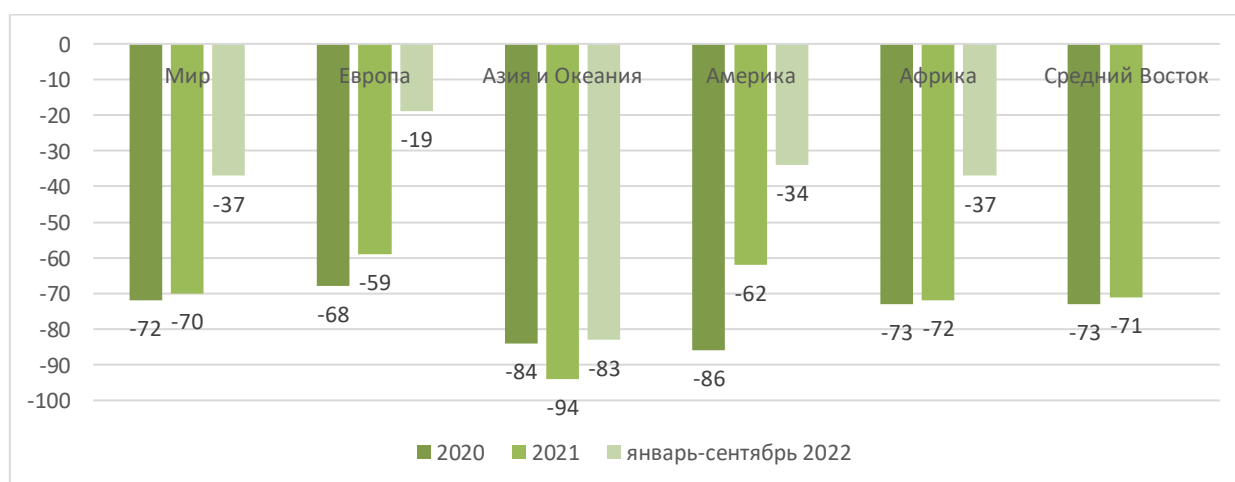


Рис. 1. Международные туристические прибытия, мир и регионы
 [Unwto World Tourism Barometer, 2022]

Fig.1. International tourist arrivals, world and regions
 [Unwto World Tourism Barometer, 2022]

Ежемесячное количество прибытий выросло с -64% в январе 2022 г. (по сравнению с 2019 г.) до -27% в сентябре, что подтверждает быстрое и устойчивое восстановление международных поездок в течение года.

Показатели туризма были особенно высокими в третьем квартале 2022 года, когда во всем мире было зарегистрировано около 340 млн. международных прибытий, что составляет почти 50% от общего числа за девять месяцев.

Европа (+126%) продолжала лидировать в восстановлении международного туризма до сентября, достигнув 81% допандемического уровня. На Ближний Восток в январе-сентябре 2022 года количество международных прибытий увеличилось в 2,3 раза по сравнению с аналогичным периодом 2021 года, поднявшись до 71% от уровня 2019 года.

Африка (+166%) и Америка (+106%) достигли 63% и 66% от уровня 2019 года соответственно. В Азиатско-Тихоокеанском регионе (+230%) число прибытий увеличилось более чем втрое за первые девять месяцев 2022 года, что отражает открытие многих направлений, хотя и осталось на 83% ниже уровня 2019 года.

Восстановление также можно увидеть в расходах на выездной туризм на основных исходных рынках, с сильными результатами во Франции и Германии, где расходы достигли -8% и -12% соответственно в сентябре в сравнении с показателями 2019 года.

На рис. 2. представлены основные факторы, влияющие на восстановление международного туризма.

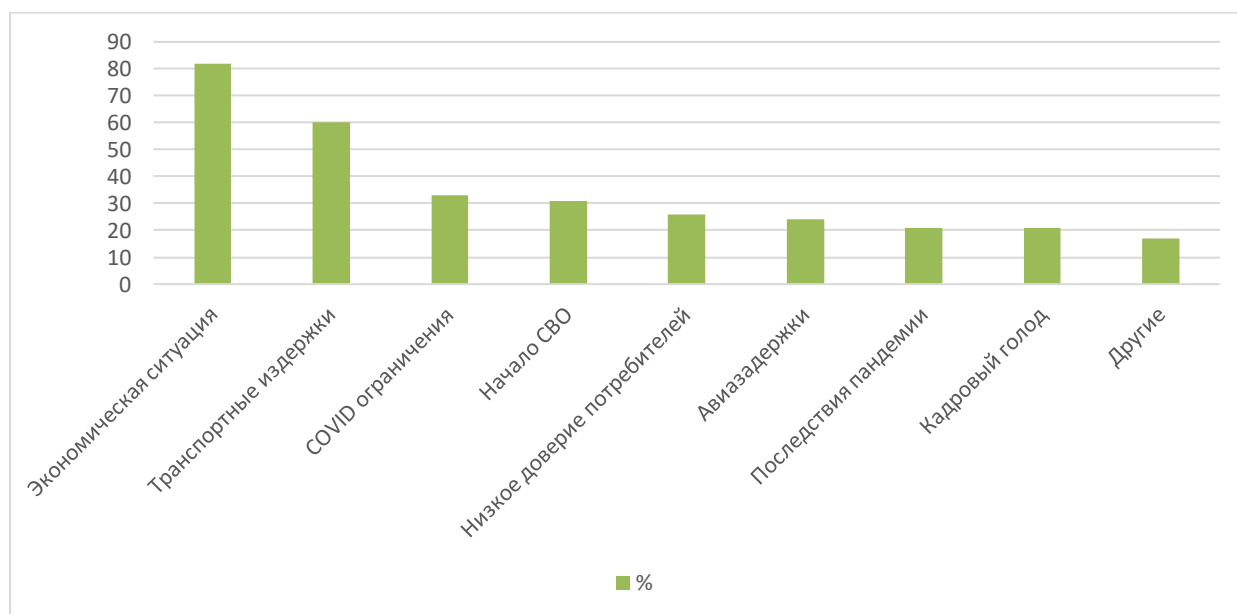


Рис. 2. Основные факторы, влияющие на восстановление международного туризма [Unwto World Tourism Barometer, 2022]
Fig. 2. Key Factors Affecting the Recovery of International Tourism [Unwto World Tourism Barometer, 2022]

По данным рис. 2. можно сделать вывод, что эксперты по туризму констатируют снижение уровня потребительского доверия по итогам 2022 года, хотя снижение и ослабление ограничений, связанных с последствиями пандемии COVID-2019, способствует высвобождению отложенного спроса.

Изменение геополитической ситуации, связанной с последствиями специальной военной операции РФ в Украине, ставит новые вызовы к восстановлению доверия к глобальным путешествиям в связи с закрытием воздушного пространства РФ и Украины. В 2020 году на Россию и Украину приходилось в совокупности 3% мировых расходов на международный туризм и если конфликт затянется, может быть потеряно не менее 14 млрд долл. США доходов от мирового туризма. Негативные последствия военного конфликта также негативно

отражаются на глобальном экономическом росте и могут усилиться в 2023 году. Недавний всплеск цен на нефть (цена на Brent достигла самого высокого уровня за 10 лет) и растущая инфляция делают проживание и транспортные услуги более дорогими, оказывая дополнительное давление на бизнес, покупательную способность потребителей и сбережения.

По итогам 2022 года международные прибытия могут достичь 65% допандемического уровня, в соответствии с первоначальными сценариями ЮНВТО. Несмотря на растущие проблемы, указывающие на замедление темпов восстановления в ближайшие месяцы, экспортная выручка от туризма может достичь 1,2–1,3 трлн долл. США за 2022 год, что составляет 70–80% от зарегистрированных 1,8 трлн долларов США. в 2019 году.

Развитие туризма в России. В Российской Федерации так же, как и в других странах мира, развитие туристической отрасли с ориентацией, прежде всего, на внутреннего потребителя, сильно зависят от экономической и геополитической ситуации. На рис. 3 и 4 представлены основные показатели развития туристической отрасли в Российской Федерации в 2014–2021 годах.

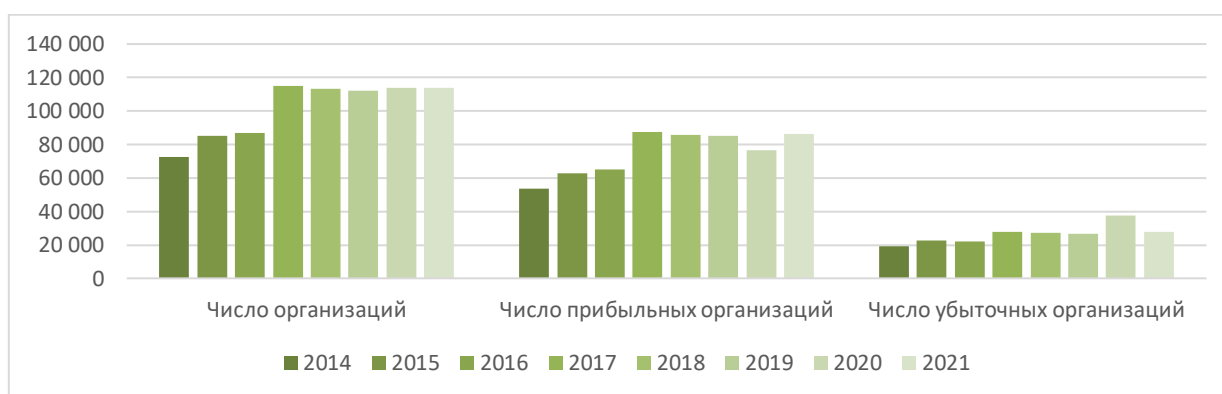


Рис. 3. Количество организаций туристической отрасли в РФ в 2014–2021 годах [Туризм в России, 2022]

Fig. 3. Number of organizations in the tourism industry in the Russian Federation in 2014–2021 [Tourism in Russia, 2022]

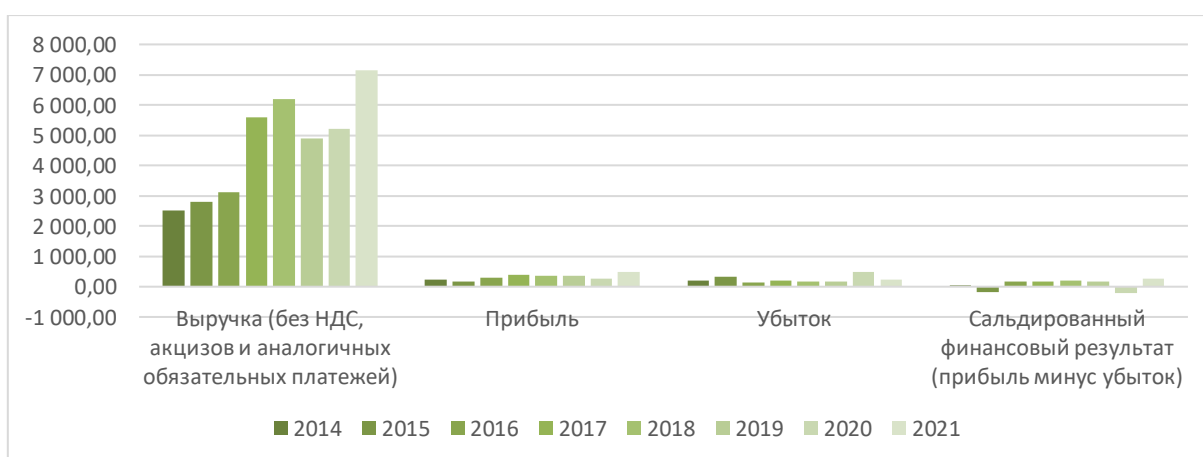


Рис. 4. Основные финансовые показатели развития туристической отрасли в РФ в 2014–2021 годах [Туризм в России, 2022]

Fig. 4. The main financial indicators of the development of the tourism industry in the Russian Federation in 2014–2021 [Tourism in Russia, 2022]

По данным Федеральной службы государственной статистики, количество организаций сферы туризма имеет тенденцию к восстановлению после спада в 2019 году. Так, в 2021 году их число практически приблизилось к показателям 2017 года так же, как и количество прибыльных организаций в 2021 году (86096 ед.) в том числе растет.

На рис. 5 отражены данные доли валовой добавленной стоимости отрасли туризма в ВВП России за 2017–2021 годы.

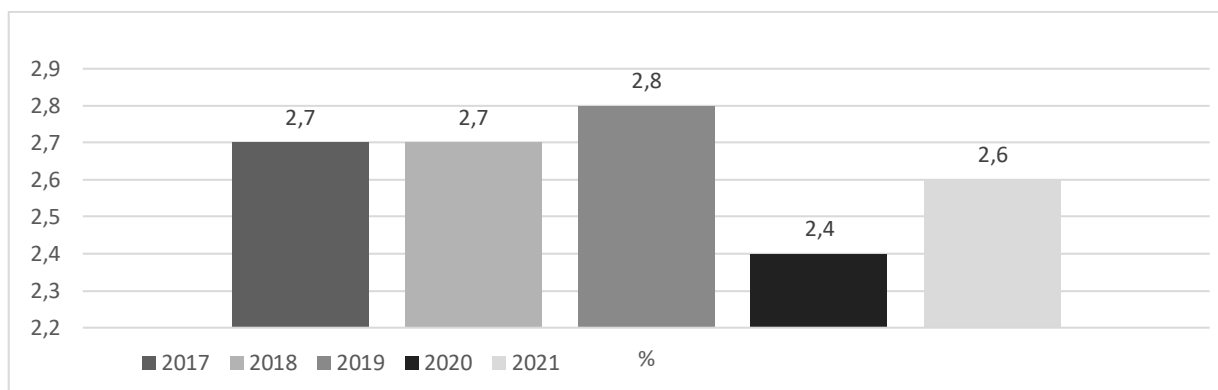


Рис. 5. Доля валовой добавленной стоимости отрасли туризма в ВВП России (в основных текущих ценах, %) [Туризм в России, 2022]

Fig. 5. Share of gross value added of the tourism industry in Russia's GDP (in basic current prices, %) [Tourism in Russia, 2022]

Таким образом, к 2021 году туристическая отрасль играла ограниченную роль в экономике России. Его исторически искаженная структура (с преобладанием выездного туризма) привела к тому, что основные бенефициары российских туристических расходов были в других странах, однако активная государственная политика по развитию внутреннего туризма в рамках реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» с 2020 года меняет негативную ситуацию в лучшую сторону. Данный вопрос подробно представлен в статье авторов «Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»» [Национальный проект «Туризм и индустрия ...», 2020; Пьянкова, Ергунова, Митрофанова, Глазкова, 2021]. В целом же в сравнении с 2021 годом туристический рынок России в 2022 году оправился от пандемийной неопределенности и получил возможность работать с внутренними туристами. На рис. 6 представлены показатели спроса на услуги в сфере внутреннего туризма за 2017–2022 годы, где баланс – это разность оценок «благоприятная» и «неблагоприятная», «улучшение» и «ухудшение» (в процентных пунктах).

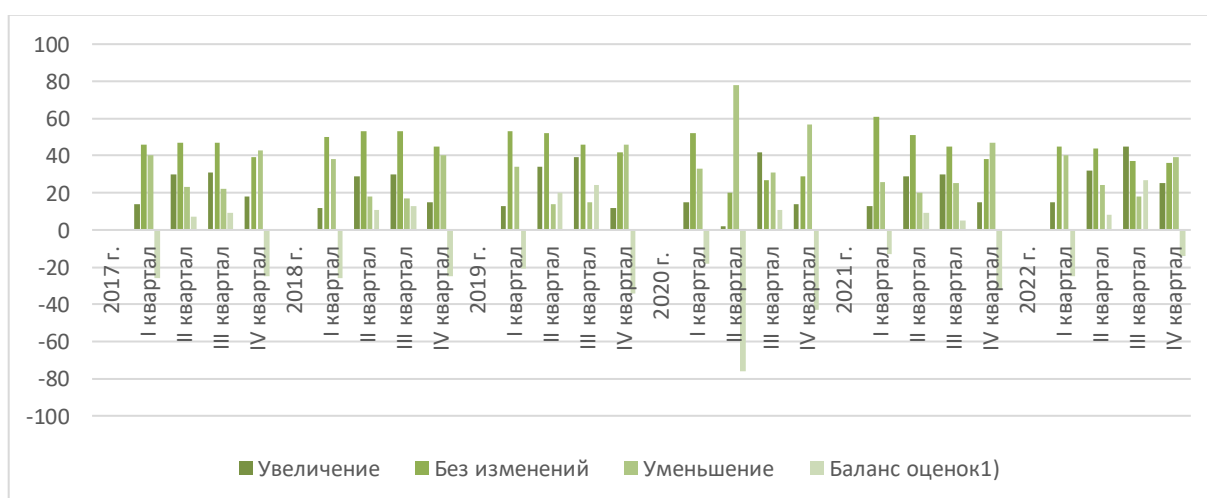


Рис. 6. Показатели спроса на услуги в сфере внутреннего туризма в РФ за 2017–2022 годы, пп. [Туризм в России, 2022]

Fig. 6. Indicators of demand for services in the field of domestic tourism in the Russian Federation for 2017–2022, percentage points [Tourism in Russia, 2022]

Основной тенденцией 2022 года стал рост спроса на российские турпродукты, причем речь идет о спросе со стороны платежеспособного населения. На рис. 7 представлены показатели спроса на услуги в сфере выездного туризма в РФ в период с 2017 по 2022 год.

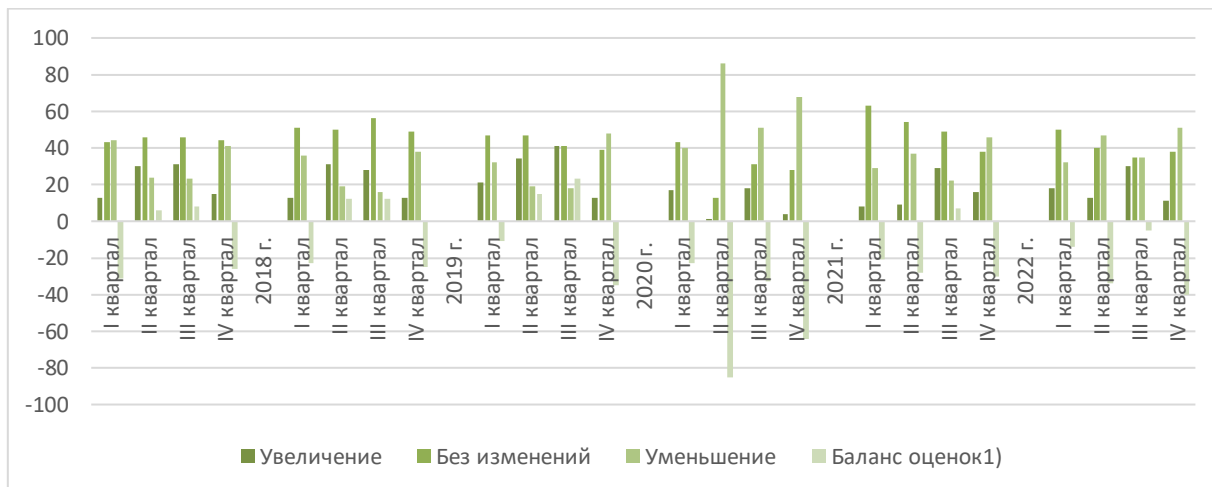


Рис. 7. Показатели спроса на услуги в сфере выездного туризма в РФ в 2017–2022 годах [Туризм в России, 2022]
 Fig. 7. Indicators of demand for services in the field of outbound tourism in the Russian Federation in 2017–2022 [Tourism in Russia, 2022]

Перспективы зарубежных направлений при негативном сценарии усиления санкционных ограничений очень сильно зависят от валютного курса, который в 2022 году был достаточно выгодным для россиян.

На рис. 8. представлены данные туристического потока по федеральным округам РФ за первые два квартала 2022 года.

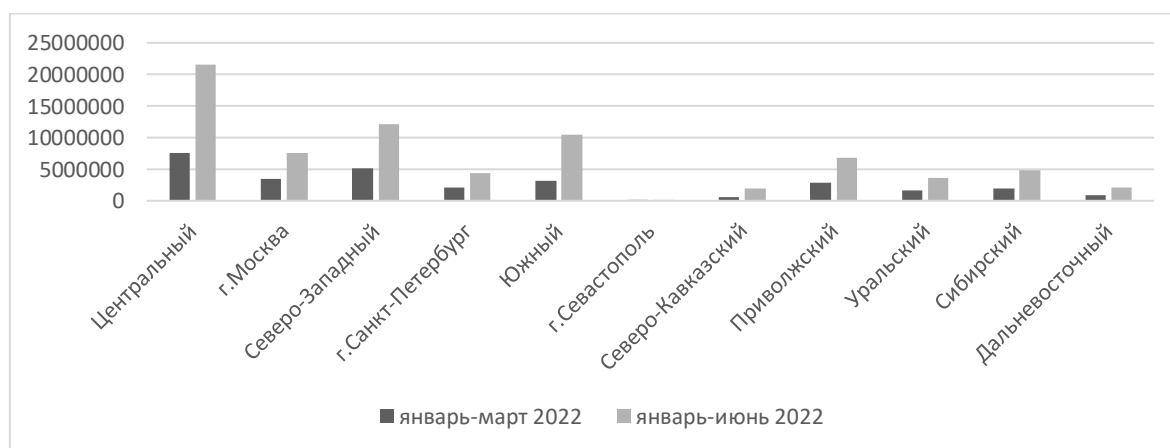


Рис. 8. Оценка туристического потока по федеральным округам РФ (чел.) [Туризм в России, 2022]
 Fig. 8. Assessment of the tourist flow by federal districts of the Russian Federation [Tourism in Russia, 2022]

В течение 2022 года рост произошел по всем направлениям внутреннего туризма практически во всех федеральных округах РФ, которые за последние годы готовились к приему внутренних туристов и развивали данное направление. Такие регионы, как правило, расположены недалеко от туристических рынков или турпотоков. В частности, через Воронежскую область проходит массовый поток туристов, движущихся по трассе М-4 на юг, к морю. Ярославская область и присоединившаяся к ней Костромская так же, как Тульская и Владимирская, активно привлекают туристов из Москвы. В основном речь

идет о культурно-познавательном туризме; увеличивается приток туристов в Самарскую область [Итоги развития туристической области ..., 2023].

Общее количество поездок россиян за рубеж со всеми целями визитов (не только туризм) за три квартала 2022 года составило 17,4 млн. поездок, т.е. на 13,8% больше, чем за тот же период 2021 года, тогда как именно с целью туризма совершено 4,74 млн поездок, что почти втрое меньше, чем за аналогичный период допандемийного 2019 года. При этом разницы с прошлым годом почти нет – рост составил 125 тыс. поездок [Россияне за три квартала совершили ..., 2022].

Однако нужно отметить, что цифры по выездному турпотoku за 2022 год, представленные на рис. 8., не в полной мере достоверны по причине того, что в методике Пограничной службы ФСБ России по учету выезда за рубеж пассажиров в условиях ограниченной авиаперевозки в связи с санкциями фиксируется только первый пункт посадки самолета, без учета конечной точки маршрута, указанного в билете [Пограничная служба ФСБ России, 2022]. Это, прежде всего, касается таких стран, как Болгария, Вьетнам, Таиланд, Шри-Ланка, Сейшелы, Япония и т.д., где фиксируют прибытия по гражданству в несколько раз больше. Так, например, за девять месяцев в Японию гражданами РФ было совершено 33 поездки, а по данным Национальной туристической организации Японии страну посетили 5,2 тыс. российских туристов, Шри-Ланку – 13,8 тыс. человек, а по данным департамента туризма Шри-Ланки только за первое полугодие в страну въехало 46,3 тыс. туристов из РФ [Официальные цифры по выездному турпотoku, 2022].

К основным перспективам развития внутреннего туризма в России следует отнести: создание национальных туристических продуктов и маршрутов между регионами; развитие событийного туризма, проведение гастрономических фестивалей; создание специальных образовательных площадок; разработку межрегиональных маршрутов; развитие сельских территорий; распространение туристического кэшбэка 20% при оплате банковской картой «МИР» и др.

Развитие туризма в регионах Уральского федерального округа. В субъектах Уральского федерального округа РФ развитие туристической отрасли в постпандемийный период было связано с переориентацией национальных приоритетов развития внутреннего туризма в стране в условиях экономической и геополитической турбулентности 2020–2021 годов. На рис. 9–10 представлены основные показатели развития предприятий туристической отрасли в регионах Уральского федерального округа (далее – УрФО) в 2018–2021 годах.

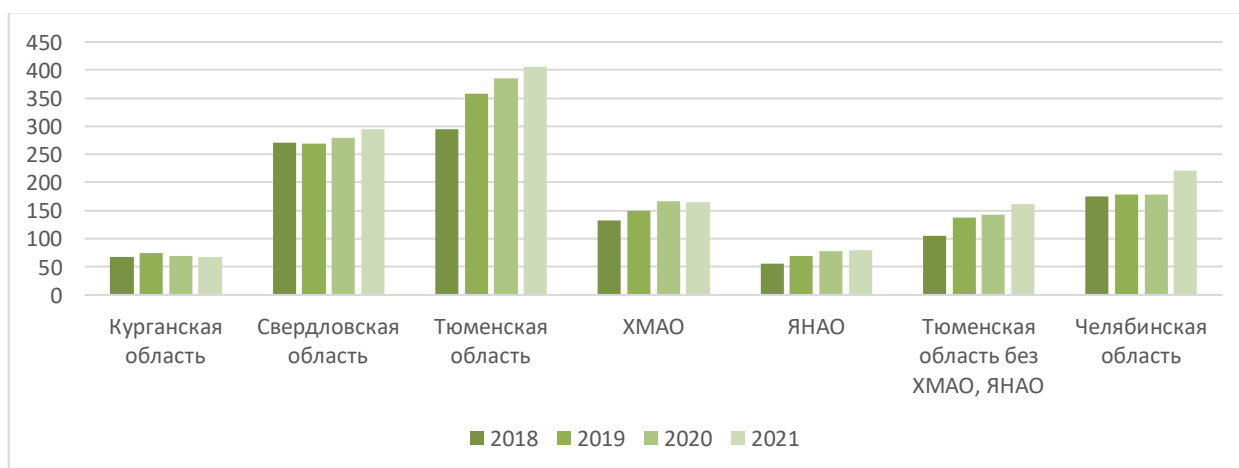


Рис. 9. Количество гостиниц в регионах УрФО в 2018–2021 годах, ед. [Туризм в России, 2022]
 Fig. 9. Number of hotels in the regions of the Ural Federal District in 2018–2021 [Tourism in Russia, 2022]

По данным Федеральной службы государственной статистики, количество гостиниц имеет тенденцию к восстановлению после спада в 2019 году, так, в 2021 году их число превысило допандемийные показатели. В РФ по итогам 2021 года число гостиниц достигло 28 961 единиц, т.е. на 10% выше показателя 2018 года, составив 80338 мест, тогда как в УрФО число гостиниц в 2021 году составило 9912 единиц и число мест – 6011 единиц, увеличившись

на 22,2%, соответственно, и превысив в 2 раза общероссийский темп роста числа гостиниц. Лидером по количеству гостиниц является Тюменская область (кроме ХМАО и ЯНАО) с количеством гостиниц 405, опередив Свердловскую область (295 единиц) в 2021 году на 37,3%, аутсайдером рейтинга является Курганская область, уступающая лидеру в 6 раз.



Рис. 10. Показатели деятельности туристских фирм по субъектам УрФО РФ в 2021 году, ед. [Туризм в России, 2022]
 Fig. 10. Performance indicators of travel companies by subjects of the Ural Federal District of the Russian Federation in 2021 [Tourism in Russia, 2022]

По данным Федеральной службы государственной статистики, количество организаций сферы туризма в регионах УрФО РФ имеет тенденцию к восстановлению после спада в 2019 году, по числу туристских компаний лидерами являются Тюменская область (508 компаний) и Свердловская область (499), однако по числу отправленных туристов неоспоримым лидером является Свердловская область с показателем 231,8 тыс. туристов, что выше на 58,2 % чем в Тюменской области.

На рис. 11. представлены данные туристического потока по субъектам Уральского федерального округа РФ за первые 10 месяцев 2022 года.



Рис. 11. Оценка туристского потока субъектам Уральского федерального округа РФ за первые 10 месяцев 2022 года (чел.) [Туризм в России, 2022]
 Fig. 11. Assessment of the tourist flow to the subjects of the Ural Federal District of the Russian Federation for the first 10 months of 2022 (people) [Tourism in Russia, 2022]

Несмотря на количественный рост показателей по отношению к 2021 году, туристическая отрасль продолжила играть достаточно ограниченную роль в экономике субъектов России, несмотря на снижение потоков выездного туризма и усиление региональной политики по развитию туристического потенциала регионов УрФО и привлечению туристов из других регионов РФ. В течение 2022 года рост произошел по всем направлениям внутреннего туризма практически во всех федеральных округах РФ, которые за последние годы готовились к приему внутренних туристов и развивали данное направление. Свердловская и Тюменская области по сравнению с другими регионами УрФО более активно используют свой туристический потенциал в развитии внутреннего туризма.

Основными драйверами развития внутреннего туризма в субъектах УрФО РФ могут стать: включение региональных туристических продуктов и маршрутов в список национальных маршрутов при коллаборации регионов, развитие событийного, образовательного, познавательного и культурного туризма, создание специальных интерактивных образовательных площадок и др.

Заключение

Проведенное исследование показало, что вызовы современности и перспектива ужесточения санкционных ограничений против РФ диктуют необходимость переосмысления целевых рынков продвижения, поведенческой сегментации целевых аудиторий, сценарного проектирования потребительского опыта, модернизация концепций развития регионов России в логике устойчивого развития, в контексте международной и национальной туристических систем.

Оптимизация организационно-экономических механизмов, цифровых и программных процессов в сфере туризма предполагает использование новых научно-методических рекомендаций по структурированию элементов внутреннего туризма и применение целостного подхода к стратегии развития устойчивого туризма в условиях неопределенности и кризиса.

В сложившейся политической, экономической, эпидемиологической ситуации стратегические подходы и оперативные меры по продвижению туристического потенциала регионов на внутреннем рынке требуют трансформации и реализации целостного концептуального подхода. В постпандемический период изменившаяся логика потребительского спроса и предложения продавца туристических услуг коренным образом скорректировала производственные связи и каналы сбыта, репозиционирование рынков, что позволило развивать сферу туризма и индустрию гостеприимства внутри страны.

Список источников

- Итоги развития туристической области в 2022-м и прогнозы на 2023 год. Strategy Partners. URL: <https://strategy.ru/news/106> (дата обращения: 09.01.2023).
- Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», 2020, Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/nacionalnyy_proekt_turizm_i_industriya_gostepriimstva/ (дата обращения: 10.01.2023).
- Официальные цифры по выездному турпотoku мало соответствуют реальности. RATAnews. 07.11.2022. URL: https://ratanews.ru/news/news_7112022_1.stm (дата обращения: 10.01.2023).
- Пограничная служба ФСБ России. <http://ps.fsb.ru/> (дата обращения: 15.01.2022).
- Россияне за три квартала совершили 17,4 млн поездок за рубеж со всеми целями. Интерфакс. 07.11.2022. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/93000/> (дата обращения: 25.12.2022).
- Туризм в России. Сборник. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications> (дата обращения: 30.12.2022).
- Glossary of Tourism terms. Glossary. UNWTO. 2008. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (дата обращения: 09.01.2023).
- Hall C. M., Le-Klähn D.-T., Ram Y. Tourism, public transport and sustainable mobility // Channel View Publications. Volume 4 in the series Tourism Essentials. 2017. DOI: 10.21832/9781845415990. URL: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.21832/9781845415990/html> (дата обращения: 10.01.2023).
- Life after lockdown: Rebuilding tourism globally, sustainably. United Nations Conference on Trade and Development. 2020. URL: <https://unctad.org/news/life-after-lockdown-rebuilding-tourism-globally-sustainably> (дата обращения: 10.01.2023).

- Tourism Set to Return to Pre-pandemic levels in Some Regions in 2023. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата обращения: 17.01.2023).
- UNWTO World Tourism Barometer (Russian version), 2019. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometerrus.2019.17.1.4?role=tab> (дата обращения: 20.12.2022).
- Unwto World Tourism Barometer. UNWTO. 2022. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (дата обращения: 24.11.2022).

Список литературы

- Гуляев В.Г., Рассохина Т.В., Голодяева В.И. 2016. Научные подходы к развитию туризма в Российской Федерации в условиях кризиса, санкций и геополитической нестабильности. Вестник РМАТ, 1: 126–131.
- Козлова Е.В., Солод Т.В., Завьялов А.А. 2019. Международный туризм в условиях кризиса мировой экономики: тенденции и проблемы развития. Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление, 4(107): 7–13.
- Кружалин В.И., Меньшикова Т.Н., Кружалин К.В. 2022. Стратегическое планирование как основа устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации. Географический вестник, 1(60): 136–149. DOI: 10.17072/2079-7877-2022-1-136-149.
- Логунцова И.В. 2020. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. Государственное управление, 80: 50–67. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063.
- Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Богомолова И.В., Белякова Н.Ю. 2022. Тренды интеграции МICE-туризма в приоритетные сферы социально-экономического развития региона. Региональная экономика. Юг России, 11 (3). С. 16–27. DOI: 10.15688/re.volsu.2022.3.2.
- Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Митрофанова И.В., Глазкова Н.Г. 2021. Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Экономика: вчера, сегодня, завтра, 11, (9А): 34–50. DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003..
- Пьянкова С.Г., Митрофанова И.В., Ергунова О.Т., Рябова И.А. 2022. Государственно-частное партнерство как инструмент устойчивого развития индустрии гостеприимства и туризма: российский кейс // Экономика: вчера, сегодня, завтра, 12 (3А): 448–461. DOI: 10.34670/AR.2022.35.53.050.
- Harb G., Bassil C. 2020. Regional growth, domestic and foreign tourism in NUTS regions: New insights from the old continent. Journal of Travel Research, 61 (2): 279–298. DOI: 10.1177/0047287520979673.
- Hasnat M. M., Hasan S. 2018. Identifying tourists and analyzing spatial patterns of their destinations from location-based social media data. Transportation Research Part C: Emerging Technologies, 96: 38–54. DOI: 10.1016/j.trc.2018.09.006.
- Li D., Zhou X., Wang M. 2018. Analyzing and visualizing the spatial interactions between tourists and locals: A Flickr study in ten US cities. Cities, 74: 249–258. DOI: 10.1016/j.cities.2017.12.012.
- Li J., Xu L., Tang L., Wang S., Li L. 2018. Big data in tourism research: A literature review. Tourism Management, 68: 301–323. DOI:10.1016/j.tourman.2018.03.009.
- Joo D., Tasci A. D., Woosnam K. M., Maruyama N. U., Hollas C. R., Aleshinloye K. D. 2018. Residents' attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance. Tourism Management, 64: 245–257. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.08.012.
- McCabe S. 2005. 'Who is a tourist?' A critical review. Tourist studies, 5 (1): 85–106. DOI: 10.1177/1468797605062716.

References

- Gulyaev V.G., Rassokhina T.V., Golodyaeva V.I. 2016. Nauchnyye podkhody k razvitiyu turizma v Rossiyskoy Federatsii v usloviyakh krizisa, sanktsiy i geopoliticheskoy nestabil'nosti [Scientific approaches to the development of tourism in the Russian Federation in the conditions of crisis, sanctions and geopolitical instability]. Vestnik RMAT, 1: 126–131.
- Kozlova E.V., Solod T.V., Zavyalov A.A. 2019. Mezhdunarodnyy turizm v usloviyakh krizisa mirovoy ekonomiki: tendentsii i problemy razvitiya [International tourism in the context of the global economic crisis: trends and development problems]. Nauka i obrazovaniye: khozyaystvo i ekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravleniye, 4(107): 7–13.
- Kruzhalin V.I., Menshikova T.N., Kruzhalin K.V. 2022. Strategicheskoye planirovaniye kak osnova ustoychivogo razvitiya turizma v regionakh Rossiyskoy Federatsii [Strategic planning as a basis for sustainable tourism development in the regions of the Russian Federation]. Geograficheskiy vestnik, 1(60): 136–149. DOI: 10.17072/2079-7877-2022-1-136-149.

- Loguntsova I.V. 2020. *Industriya turizma v usloviyakh pandemii koronavirusa: vyzovy i perspektivy* [Tourism industry in the context of the coronavirus pandemic: challenges and prospects]. *Gosudarstvennoye upravleniye*, 80: 50–67. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063.
- Pyankova S.G., Ergunova O.T., Bogomolova I.V., Belyakova N.Yu. 2022. *Trendy integratsii MICE-turizma v prioritnyye sfery sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya regiona* [Trends in the integration of MICE tourism into the priority areas of the socio-economic development of the region]. *Regional'naya ekonomika. Yug Rossii*, 11 (3). pp. 16–27. DOI: 10.15688/re.volsu.2022.3.2.
- Pyankova S.G., Ergunova O.T., Mitrofanova I.V., Glazkova N.G. 2021. *Razvitiye vnutrennego turizma v Rossii v kontekste realizatsii natsional'nogo proyekta "Turizm i industriya gostepriimstva"* [Development of domestic tourism in Russia in the context of the implementation of the national project "Tourism and hospitality industry"]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, 11, (9A): 34–50. DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003.
- Pyankova S.G., Mitrofanova I.V., Ergunova O.T., Ryabova I.A. 2022. *Gosudarstvenno-chastnoye partnerstvo kak instrument ustoychivogo razvitiya industrii gostepriimstva i turizma: rossiyskiy keys* [Public-private partnership as a tool for sustainable development of the hospitality and tourism industry: the Russian case]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, 12 (3A): 448–461. DOI: 10.34670/AR.2022.35.53.050.
- Harb G., Bassil C. 2020. *Regional growth, domestic and foreign tourism in NUTS regions: New insights from the old continent*. *Journal of Travel Research*, 61 (2): 279–298. DOI: 10.1177/0047287520979673.
- Hasnat M. M., Hasan S. 2018. *Identifying tourists and analyzing spatial patterns of their destinations from location-based social media data*. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 96: 38–54. DOI: 10.1016/j.trc.2018.09.006.
- Li D., Zhou X., Wang M. 2018. *Analyzing and visualizing the spatial interactions between tourists and locals: A Flickr study in ten US cities*. *Cities*, 74: 249–258. DOI: 10.1016/j.cities.2017.12.012.
- Li J., Xu L., Tang L., Wang S., Li L. 2018. *Big data in tourism research: A literature review*. *Tourism Management*, 68: 301–323. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.03.009.
- Joo D., Tasci A. D., Woosnam K. M., Maruyama N. U., Hollas C. R., Aleshinloye K. D. 2018. *Residents' attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance*. *Tourism Management*, 64: 245–257. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.08.012.
- McCabe S. 2005. *'Who is a tourist?' A critical review*. *Tourist studies*, 5 (1): 85–106. DOI: 10.1177/1468797605062716.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Пьянкова Светлана Григорьевна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры региональной, муниципальной экономики и управления, Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия

Митрофанова Инна Васильевна, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Лаборатории региональной экономики, Федеральный исследовательский центр Южный научный центр РАН, г. Ростов-на-Дону, Россия; профессор кафедры экономической теории, региональной экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Россия

Ергунова Ольга Титовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент Департамента менеджмента, Санкт-Петербургский филиал Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Санкт-Петербург, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svetlana G. Pyankova, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Regional, Municipal Economics and Management, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia

Inna V. Mitrofanova, Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Researcher of the Laboratory of Regional Economics, Federal Research Centre Southern Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences (SSC RAS), Rostov-on-Don, Russia; Professor of the Department of Economic Theory, Regional Economy and Entrepreneurship, Volgograd State University, Volgograd, Russia

Olga T. Ergunova, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, St. Petersburg Branch of the National Research University Higher School of Economics (NRU HSE – St. Petersburg), St. Petersburg, Russia