

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма

КРАСНОВА
Анна Игоревна

**ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ВНУТРЕННЕГО
И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ СТРАНЫ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
заведующий кафедрой, доктор
исторических наук, профессор
Гайдукевич Леонид Михайлович

Допущена к защите

«__» _____ 2022 __ г.

Зав. кафедрой международного туризма, доктор
исторических наук, профессор Л.М. Гайдукевич

Минск, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СИМВОЛОВ И ТЕРМИНОВ .	3
РЕФЕРАТ.....	4
РЭФЕРАТ.....	5
ANNOTATION	Ошибка! Закладка не определена.
ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1 ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ	10
1.1 Государственная политика в области развития въездного и внутреннего туризма	10
1.2 Нормативно-правовая база развития туризма в Российской Федерации.....	13
1.3 Туристическая политика Российской Федерации в условиях COVID- 19.....	18
ГЛАВА 2 ВНУТРЕННИЙ И ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	23
2.1 Особенности применения кластерного подхода в условиях инновационного развития российского внутреннего и въездного туризма	23
2.2 IT-технологии в развитии внутреннего и въездного туризма Российской Федерации.....	29
2.3 Экономическая оценка внутреннего и въездного туризма Российской Федерации за период 2015-2020 гг.....	34
ГЛАВА 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 И САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ	44
3.1 Развитие туризма в регионах и малых городах России: вызовы COVID- 19.....	44
3.2 Развитие внутреннего туризма в регионах России в рамках санкционного давления	54
3.3 Определение перспективных туристских продуктов и способы их продвижения	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	69

ПРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СИМВОЛОВ И ТЕРМИНОВ

АТОР – ассоциация туроператоров Российской Федерации;
ВВП – внутренний валовый продукт;
ВЭФ – Всемирного экономического форума;
ЕНВД – единый налог на временный доход;
ИП – индивидуальный предприниматель;
КСР – коллективные средства размещения;
ЛПХ – личное подсобное хозяйство;
МСП – малое и среднее предпринимательство;
НДФЛ – налог на доходы физических лиц;
ОЭЗ ТРТ – особые экономические зоны туристско-рекреационного типа;
РБК – группа компаний и один из крупнейших мультимедийных холдингов России;
РФ – Российская Федерация;
СПБ – Санкт-Петербург;
ФПО – фонд профессиональной ответственности;
ЮНВТО – Всемирная туристская организация;
AR – дополненная реальность;
COVID-19 – Коронавирусная болезнь (COVID-19), инфекционное заболевание, вызываемое вирусом SARS-CoV-2;
GDS туры – тип туров с перелетом регулярными рейсами и расчетом итоговой стоимости пакета в режиме онлайн;
IT-технологии – информационные технологии;
MR – смешанная реальность;
RUB – российский рубль;
VR – виртуальная реальность.

РЕФЕРАТ

Краснова Анна Игоревна

«Опыт Российской Федерации по развитию внутреннего и въездного туризма в регионах страны»

Дипломная работа: 73 с., 8 рис., 14 табл., 70 источников.

Ключевые слова: РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ, ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ, РЕГИОНЫ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА, НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА, КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД, ИТ-ТЕХНОЛОГИИ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА, COVID-19, САНКЦИОННОЕ ДАВЛЕНИЕ.

Объект исследования: внутренний и въездной туризм Российской Федерации.

Предмет исследования: государственная поддержка развития туризма в регионах Российской Федерации.

Цель исследования: анализ состояния внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации.

Методы исследования: сравнительного анализа и обобщения, индукции и дедукции, SWOT-анализ.

Полученные результаты и их новизна: проанализированы регионы Российской Федерации и определены приоритетные виды внутреннего и въездного туризма; определена нормативно-правовая база развития туризма в Российской Федерации, а также политика в условиях COVID-19; обозначены ИТ-технологии, которые применяются в развитии внутреннего туризма в Российской Федерации; проведена экономическая оценка внутреннего и въездного туризма за период 2015-2020 гг. Рассмотрены актуальные проблемы внутреннего и въездного туризма в регионах России, определены меры по их разрешению и предложены перспективные туристские продукты.

Область возможного практического применения: предложенные рекомендации по совершенствованию деятельности туристических предприятий могут быть применены на практике региональным руководством, а также руководством туристических предприятий, для совершенствования своей экономической деятельности.

РЭФЕРАТ

Краснова Ганна Ігараўна

«Вопыт Расійскай Федэрацыі па развіццю ўнутранага і ўязнога турызму ў рэгіёнах краіны»

Дыпломная праца: 73 с., 8 мал., 14 табл., 70 крыніц.

Ключавыя словы: РАСІЙСКАЯ ФЕДЭРАЦЫЯ, УНУТРАНЫ ТУРЫЗМ, УЯЗНЫ ТУРЫЗМ, РЭГІЁНЫ, ДЗЯРЖАЎНАЯ ПАЛІТЫКА, НАРМАТЫЎНА-ПРАВОВАЯ БАЗА, КЛАСЦЁРНЫ ПАДЫХОД, ІТ-ТЭХНАЛОГІІ, ЭКАНАМІЧЫЦКАЯ АЦЭНКА, COVID-19, САНКЦЫЙНЫ ЦІСК.

Аб'ект даследавання: унутраны і ўязны турызм Расійскай Федэрацыі.

Прадмет даследавання: дзяржаўная падтрымка развіцця турызму ў рэгіёнах Расійскай Федэрацыі.

Мэта даследавання: аналіз стану ўнутранага і ўязнога турызму ў Расіі.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу і абагульнення, індукцыі і дэдукцыі, SWOT-аналіз.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: прааналізаваны рэгіёны Расійскай Федэрацыі і вызначаны прыярытэтных віды ўнутранага і ўязнога турызму; вызначана нарматыўна-прававая база развіцця турызму ў Расійскай Федэрацыі, а таксама палітыка ва ўмовах COVID-19; абазначаны ІТ-тэхналогіі, якія прымяняюцца ў развіцці ўнутранага турызму ў Расійскай Федэрацыі; праведзена эканамічная ацэнка ўнутранага і ўязнога турызму за перыяд 2015-2020 гг. Разгледжаны актуальныя праблемы ўнутранага і ўязнога турызму ў рэгіёнах Расіі, вызначаны меры па іх вырашэнні і прапанаваны перспектывы турысцкія прадукты.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рэкамендацыі па ўдасканаленні дзейнасці турыстычных прадпрыемстваў могуць быць прыменены на практыцы рэгіянальным кіраўніцтвам, а таксама кіраўніцтвам турыстычных прадпрыемстваў для ўдасканалення сваёй эканамічнай дзейнасці.

ABSTRACT

Krasnova Hanna

«Experience of the Russian Federation in the development of domestic and inbound tourism in the regions of the country»

Degree paper: 73 p., 8 fig., 14 tabl., 70 sources.

Key words: RUSSIAN FEDERATION, DOMESTIC TOURISM, INCOMING TOURISM, REGIONS, STATE POLICY, REGULATORY AND LEGAL FRAMEWORK, CLUSTER APPROACH, IT TECHNOLOGIES, ECONOMIC ASSESSMENT, COVID-19, SANCTION PRESSURE.

Object of research: domestic and inbound tourism in the regions of the Russian Federation.

Subject of research: state support for the development of tourism in the regions of the Russian Federation.

Purpose of research: analysis of the state of domestic and inbound tourism in the Russian Federation.

Research methods: comparative analysis and generalization, induction, and deduction, SWOT- analysis.

Obtained results and their novelty: analyzed the regions of the Russian Federation and identified priority types of domestic and inbound tourism; the regulatory and legal framework for the development of tourism in the Russian Federation, as well as the policy in the context of COVID-19, has been determined; identified IT technologies that are used in the development of domestic tourism in the Russian Federation; an economic assessment of domestic and inbound tourism for the period 2015-2020 was carried out. The actual problems of domestic and inbound tourism in the regions of Russia are considered, measures for their resolution are determined and promising tourist products are proposed.

Area of possible practical application: the proposed recommendations for improving the activities of tourism enterprises can be put into practice by the regional leadership, as well as the management of tourism enterprises, to improve their economic activities.

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня туризм является прибыльной и динамичной отраслью мировой экономики, имеющей огромный потенциал. Российская Федерация обладает богатыми природными ресурсами и историческим наследием, что способствует развитию внутреннего и въездного туризма.

Всемирная туристская организация ЮНВТО считает Российскую Федерацию страной, активно развивающейся в сфере туризма и обладающей высоким туристическим потенциалом. По данным Федерального агентства по туризму, «в 2016 году внутренний туризм вырос примерно на 30% до 41,5 миллиона человек, а в 2017 году он уже превысил 50 миллионов человек» [60]. В сложный экономический период с 2015 по 2016 г. в России всплеск спроса на внутренний туризм сильно способствовал дальнейшему развитию данной отрасли. Эти импульсы сохраняются и по сей день, что может послужить хорошей мотивацией для принятия новых перспективных мер на устойчивое развитие не только внутреннего, но и въездного туризма в регионах страны.

Актуальность дипломной работы обусловлена тем, что все страны мира ищут различные способы для развития въездного, и, в частности, внутреннего туризма. Ковидные и санкционные последствия значительно актуализировали данную проблематику, поэтому анализ развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации крайне важен для оптимизации работы всего туристского комплекса страны.

Целью дипломной работы является анализ состояния внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации. За последние несколько лет руководство Российской Федерации стало больше проявлять интерес к развитию внутреннего и въездного туризма. «Перспективы развития туристского комплекса России во многом зависят от усиления государственного регулирования туристской сферы на общенациональном уровне, которое должно сочетаться с современной стратегией продвижения региональных турпродуктов» [45].

Следовательно, для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

1. Определить теоретические основы функционирования внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации;
2. Рассмотреть нормативно-правовую базу по развитию внутреннего и въездного туризма в России;
3. Провести исследование направлений развития внутреннего и въездного туризма в регионах Российской Федерации;

4. Обозначить IT-технологии, которые применяются в развитии внутреннего туризма в Российской Федерации;

5. Провести экономическую оценку внутреннего и въездного туризма Российской Федерации за период 2015-2020 гг.

6. Определить актуальные проблемы внутреннего и въездного туризма в регионах России, раскрыть их совершенствование и определить перспективные туристские продукты.

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, перечня условных обозначений, символов и терминов, реферата на трех языках, введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 70 наименований.

Во введении обоснована актуальность исследования, представлены данные анализа научно-теоретических предпосылок по теме дипломной работы, определены цель, сформулированы задачи, показана практическая значимость работы.

В первой главе «Туристическая политика Российской Федерации на современном этапе развития» рассмотрена государственная политика в области развития въездного и внутреннего туризма, нормативно-правовая база, а также туристическая политика России в условия COVID-19.

Во второй главе «Внутренний и въездной туризм в регионах Российской Федерации» представлены особенности применения кластерного подхода в условиях инновационного развития российского внутреннего и въездного туризма, применение IT-технологий в туристическом секторе, дана экономическая оценка внутреннего и въездного туризма Российской Федерации.

В третьей главе «Перспективы развития внутреннего и въездного туризма в регионах Российской Федерации в условия пандемии COVID-19 и санкционного давления» анализируется развитие туризма в регионах и малых городах России в условиях COVID-19 и санкционного давления, а также выявляет перспективные туристические продукты, форматирует их производство и продвижение.

В заключении подведены общие итоги дипломной работы, изложены основные выводы, определены проблемы, требующие дальнейшего детального изучения.

Теоретической основой изучения послужили монографии, аналитические статьи, данные статистики и материалы, представленные на официальных сайтах министерств и ведомств Российской Федерации, учебные пособия и комментарии нормативных правовых актов, приуроченные к вопросам внутреннего и въездного туризма в регионах Российской Федерации. Среди авторов стоит отметить таких исследователей, как А. В. Бубнов, который

рассмотрел современные реалии кластерного-развития туризма через призму правового и экономико-управленческого регулирования, также отдельно хочу выделить А. Д. Чудновского, М. А. Жукова, А. Г. Трубилина, которые внесли большой вклад в мое понимание развития внутреннего и въездного туризма на территории Российской Федерации на современном этапе.

ГЛАВА 1

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

1.1 Государственная политика в области развития въездного и внутреннего туризма

В настоящее время в Российской Федерации сформировался комплекс объективных предпосылок для ускоренного развития внутреннего и въездного туризма. С этой целью была утверждена «Стратегия развития туристской отрасли Российской Федерации до 2020 года, срок действия которой истек с 1 января 2020 года, тогда вступил в силу новый Приказ о Стратегии развития туристской отрасли Российской Федерации на период до 2035 года» [52].

При сравнении Стратегии развития туризма РФ до 2020 года и новой Стратегии на период до 2035 года, стоит отметить, что во втором случае основное направление занимает создание условий для комплексного развития внутреннего и въездного туризма в регионах Российской Федерации. Происходит это путем создания конкурентоспособного турпродукта, а также усиления социальной роли туризма.

Таким образом автором были сделаны следующие выводы:

1. По сравнению со старым документом, в новом более широко рассматривается социальная роль туризма. По новой Стратегии туризм является механизмом улучшения здоровья и продолжительности жизни людей, а не только способом его поддержания.

2. В новой Стратегии также упоминается об удовлетворении потребностей людей во впечатлениях, что является не только неотъемлемой составляющей отдыха, но и личностного роста, посредством межкультурных коммуникаций.

2. Несколько иная интерпретация появляется касательно экономической роли. Например, в первом документе туризм является источником дополнительных доходов для бюджета страны и создания числа рабочих мест. В новой Стратегии основное внимание уделяется мультипликативной роли туризма и закреплению его на федеральном уровне. «Стратегия развития туризма Российской Федерации до 2035 г. формально закрепляет за этой отраслью статус одной из отраслей, оказывающих наибольший мультипликативный эффект на экономику, признавая, что инвестиции в

туристские составляющие создают добавленную стоимость в других отраслях Российской экономики» [63].

3. При сравнении данных документов становится понятно, что Россия в большей степени ориентирована на укрепление конкурентных позиций на рынке международного туризма. Акцент делается на создание нового конкурентоспособного турпродукта, который будет актуален не только для граждан Российской Федерации, но и иностранных туристов. «Стратегия развития туризма до 2035 года ставит задачу не только продвижения туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и международном рынках, но и активного стимулирования спроса на него путем создания и развития специальных организационно-экономических инструментов и механизмов» [63].

Таким образом, автор пришел к выводу, что согласно новой Стратегии одной из наиважнейших задач является совершенствование нормативно-правовой базы. Однако стоит отметить, что данное изменение должно функционировать не только касательно туристической отрасли в целом, но и отдельных видов туризма в зависимости от региона.

Одним из перспективных государственных действий стало принятие в 2011 г. Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [59].

«Программой был определен общий объем финансирования – 332 млрд. руб., в том числе: 96 млрд. руб. – из средств федерального бюджета, 25 млрд. руб. – из средств региональных бюджетов, 211 млрд. руб. – внебюджетные средства (привлеченные инвестиции)» [58].

«Цель программы – повышение конкурентоспособности внутреннего туристического рынка и удовлетворение потребностей российских и иностранных граждан в качественных туристических услугах» [58].

Программа предусматривает субсидирование процентной ставки по кредитам и займам на объекты туристско-рекреационного назначения. Также рассматривается развитие системы подготовки кадров в сфере туризма, поддержку проектов по созданию туристских кластеров в субъектах Российской Федерации [58].

«В соответствии с расчетами аналитиков объем рынка туризма в России растет» [58]. «В 2016 г. объем в млрд RUB вырос на 15 % по сравнению с 2015 г., а в 2017 г. составил на 7 % выше, чем в 2016г.» [58]. «Если оценивать объем в млн человек, то тоже можно отметить рост» [58]. «В 2016 г. объем рынка туризма стал на 1,7% выше, чем в 2015 г. В 2017 г. показатель на 3,2 % выше, чем в 2016 г.» [58].

Однако переломным моментом стал 2020 год в связи с распространением коронавирусной инфекции. Динамика роста и резкого спада туристического рынка Российской Федерации представлен в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Динамика внутреннего и въездного туризма в РФ на период с 2017 по 2020 годы

Внутренний туризм			
2017	2018	2019	2020
54 млн поездок	61 млн поездок	68 млн поездок	37 млн поездок
Въездной туризм			
18,7 млн поездок	19,2 млн поездок	19,1 млн поездок	9,7 млн поездок

Примечание: собственная разработка на основе [13,58]

16 ноября 2020 года было принято решение о создании рабочей группы по разработке туристической стратегии России. Вице-президент Российской ассоциации туроператоров Дмитрий Горин сообщил радиостанции «Голос Москвы», что план рассчитан до 2030 года. Он направлен на строительство дорог, повышение доступности путешествий и снижение транспортных расходов.

Следовательно, благодаря эффективной политике и желанию населения Российской Федерации к совершению поездок произошел резкий рост турпотока в стране. Таким образом, в 2021 году количество внутренних туристических прибытий в РФ достигнет 56 млн, что является хорошим результатом.

Глава Ростуризма Зарина Догузова указала в разговоре с РБК в конце декабря 2021 года, что «быстрое восстановление внутреннего туризма, особенно в межсезонье, отчасти связано с реализацией в России схемы туристического кешбэка. При покупке национальных туров у туроператоров, туров или проживания в гостинице рекомендуется возврат части стоимости – 20% до 15000 руб. (позднее – 20 тыс. руб.). В его рамках россияне тратят на путешествия 34 млрд рублей» [31].

«Глава Ростуризма также сообщил, что ведомство готовит законопроект о выплате российским туристам минимальной гарантированной компенсации в размере 40 000 рублей в случае банкротства турфирмы» [31]. «Догузова сказала, что этот механизм защитит малообеспеченные семьи и обеспечит 100-процентное возмещение расходов на бюджетные поездки или существенное возмещение расходов на более дорогие поездки» [31].

Таким образом, в Российской Федерации сложился комплекс объективных предпосылок для ускоренного развития внутреннего и въездного

туризма. С этой целью была утверждена «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, а затем до 2035 года» [52].

«Новая стратегия до 2035 года направлена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации, создание условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на рынке внутреннего и международного туризма, усиление социальной роли туризма, а также обеспечение доступа граждан Российской Федерации к туристическим, развлекательным и оздоровительным услугам» [57].

Одним из перспективных государственных мероприятий стало также принятие в 2011 году Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Также стоит отметить программу кешбэка за туры по России в период пандемии, в результате которой было отмечено быстрое восстановление внутреннего туризма.

1.2 Нормативно-правовая база развития туризма в Российской Федерации

Одним из ключевых показателей развития и управления индустрии туризма является государственное регулирование. Поэтому без четкого и полного перечня инструментов и форм регулирования деятельности туристических организаций на региональном, муниципальном и федеральном уровнях, не будет возможности эффективно строить экономическую деятельность в сфере туризма.

Государственное регулирование туристической деятельности представляет собой многоуровневую систему, включающую в себя международный, федеральный, региональный, муниципальный и местный уровни. На рисунке 1.1 наглядно изображена данная система, с обозначением входящих в каждый уровень структурных подразделений.

Из рисунка ниже следует, что государственное регулирование Российской Федерации в области туристической деятельности основывается на нормах международного права. Данные нормы были изданы такими организациями как Совет Европейского экономического сообщества, Генеральная ассамблея ЮНВТО, Генеральная ассамблея Международного бюро социального туризма и другие.

«Федеральный уровень управления туризмом в Российской Федерации в основном представлен Правительством Российской Федерации, которое регулирует управление туризмом в России посредством соответствующих нормативно-правовых актов федерального значения» [4].



Рисунок 1.1 – Система государственного регулирования туристской деятельности в РФ [56]

«На основании Положения о Федеральном агентстве по туризму, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 31.12.2004 №901, Ростуризм является главным федеральным органом исполнительной власти, которое имеет право осуществлять функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом, а также обладает правоприменительными функциями в сфере туризма и туристской деятельности» [43].

«Региональный уровень системы государственного регулирования туристской деятельности в РФ представляют различные комитеты, министерства и департаменты 85-ти субъектов РФ» [43].

Например, в Санкт-Петербурге – это Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, который «согласно Постановлению Правительства Санкт-Петербурга №1272, отвечает за реализацию мер по проведению государственной политики города в области развития туристской отрасли и инфраструктуры» [17].

В связи с разными подходами к роли туризма в национальной и региональной экономике Российской Федерации, автором было принято решение о необходимости дифференциации способов управления рынка туруслуг во всех регионах страны.

«Если туризм не является исключительным приоритетом в экономике Российской Федерации и объективно подчинен другим сферам общественного производства, то с точки зрения региональной политики развитие туризма в субъектах и городах Российской Федерации может быть важной частью обеспечения региональной экономики приоритетами и специальными инструментами непрерывного развития» [27], под которым понимается «непрерывный рост социально-экономического и технологического потенциала».

Управление туристической деятельностью на региональном и федеральном уровнях кардинально отличаются. Региональная система должна в первую очередь ориентироваться на положительную динамику показателей уровня и качества жизни населения. Поэтому региональное управление РФ в сфере туристической деятельности направлено на использование данной отрасли как источника финансовых ресурсов.

Автором было изучено содержание управления в сфере туризма на таких уровнях, как федеральный, региональный и местный, что представлено в таблице 1.2.

Следовательно, различия в политике развития туристической деятельности на данных уровнях обусловлены в первую очередь целями. Например, на федеральном уровне – это способ достижения активного платежного баланса, а на региональном и местном уровнях – это средство, которое способствует развитию региона.

Следующим отличием необходимо отметить способ деятельности. На федеральном уровне только издаются указания и директивы, а на регионально и местном – исполняются.

Таблица 1.2 – Содержание управления в сфере туризма на федеральном, региональном, и местном уровнях

Элемент управления	Федеральный уровень	Региональный уровень	Местный уровень
Субъект	«Федеральные	«Региональные органы	«Местные органы власти

управления	ведомства (Министерство экономического раз- вития и торговли, Минфин, Министерство транспорта, Министерство культуры и др.)» [4]	власти (администрации регионов, департаменты экономических ведомств)» [4]	(местные администрации муниципальных образований)» [4]
-------------------	--	--	--

Окончание таблицы 1.2

Цель	«Достижение активного платежного баланса» [4]	«Обеспечение регионального развития» [4]	«Активизация экономического роста, привлечение инвестиций и создание рабочих мест» [4]
Задачи	«Определение стратегических направлений развития туризма, развертывание долгосрочных программ и проектов развития туризма» [4]	«Реализация и мониторинг проектов в сфере туризма, совершенствование системы подготовки и переподготовки и повышения квалификации кадров туристской сферы, выработка рекомендаций по рациональному природопользованию и контроль их использования» [4]	«Содействие развитию местной транспортной и гостиничной инфраструктуры, разработка местных планов развитие туризма, создание местной информационной базы для развития туризма» [4]
Функции	«Планирование и ко- ординация сферы туризма, законодательные функции, маркетинг, финансирование туристской деятельности» [4]	«Создание региональных нормативно-правовых актов, со- действие в продвижение регионального турпродукта, создание благоприятного инвестиционного климата, содействие кадровому обеспечению» [4]	«Содействие в реализации туристических проектов, сохранение интересов участников рынка туристических услуг местного уровня, регулирование использования местных ресурсов, сохранение достопримечательностей» [4]

Примечание: собственная разработка на основе [4]

Согласно принципам взаимодополняемости и согласованности государственных и региональных функций и задач, принимаются следующие методы регулирования индустрии туризма на указанных уровнях:

1) Общие вопросы решаются на федеральном уровне. В них входят: собственность, федеральное налогообложение, контроль за экологическими стандартами, сертификация услуг, иностранные инвестиции и др.;

2) На региональном уровне решаются вопросы местного налогообложения и платежей в бюджеты всех уровней.

Также здесь решаются вопросы финансирования инфраструктуры, предоставление льгот пользователям рекреационных услуг и разработка программ развития туризма [4];

3) На местном уровне решается также вопрос местного налогообложения и финансирования инфраструктуры.

Также вопрос насчет консультирования по ценовой политике, субсидирование туристических агентств из местных бюджетов, развитие местных проектов, регулирование и коммерческое кредитование турагентств и др.

Управление туризмом в регионах России, исходя из этого, целесообразно осуществлять в соответствии:

1) С региональной экономической концепцией, которая «предполагает косвенное воздействие на туризм как на один из секторов экономики региона, учитывая при этом все отрасли экономики (промышленность, торговлю, сельское хозяйство, транспорт и пр.)» [4];

2) Региональной туристской политикой (в масштабах регионального управления), которая «направлена исключительно на комплексное развитие туризма во всех его проявлениях» [4];

3) С политикой развития эффективных экономических отношений между органами управления и рынком туристских услуг в регионе. Целью данных взаимоотношений должно стать достижение социальных, экономических, демографических и других результатов, на основе развития рынка туристических услуг.

Таким образом, регламентирование экономической деятельности в сфере туризма в России реализуется в следующей хронологии:

1. Формулировка первостепенных видов туризма на российском рынке туруслуг;

2. Определение главных методов правового регулирования индустрии туризма;

3. «Разработка и реализация федеральных, отраслевых, целевых и региональных планов развития туризма» [48];

4. «Содействие в продвижении туристских продуктов на внутреннем и внешнем туристских рынках» [48];

5. «Защита прав и интересов туристов, в том числе обеспечение безопасности туристов, оказание экстренной помощи при необходимости» [48].

В Российской Федерации также сформирована правовая база, регулирующая туристическую деятельность. Так, «согласно Федеральному закону «Об основах туризма в Российской Федерации», туристская деятельность – это туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий» [20].

Настоящий Федеральный закон определяет принципы государственной политики, направленной на формирование правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации. Также он регулирует отношения, которые возникают при реализации права граждан Российской Федерации и иностранных граждан на отдых. А также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации [20].

Поэтому большое значение развития туризма в Российской Федерации позволяют отнести регион к числу стратегических отраслей российской экономики. Экономическое воздействие туристической деятельности не может быть ограничено прямыми финансовыми результатами, поскольку оно выходит далеко за рамки туристического сектора. Поэтому сфера туризма нуждается в непосредственном регулировании государством для обеспечения пропорциональности в развитии региональных и отраслевых народнохозяйственных комплексов, в том числе в обосновании политики занятости населения, обеспечении роста доходов государственного бюджета и управлении платежным балансом страны в целом.

1.3 Туристическая политика Российской Федерации в условиях COVID-19

Влияние пандемии COVID-19 поставила развитие внутреннего и въездного туризма в регионах мира под большую угрозу. Российская Федерация не стала исключением. «По оценкам экспертов, спрос во всех регионах только за первые несколько месяцев пандемии упал на 20-25%, а после закрытия границ многих государств упал практически до нуля» [67].

В целях поддержки туристической отрасли правительство Российской Федерации приняло решение о введении ряда мер поддержки. Данные меры касаются субъектов малого и среднего предпринимательства, а также индивидуальных предпринимателей.

Ростуризм в середине мая 2020 года сформировал полный перечень этих мер. Он включает не только общие меры для отраслей, пострадавших от пандемии, но и специальные меры (Таблица 1.3).

Стоит отметить, что общественные инициативы также предложили комплекс мер по развитию и поддержке туристической. Данные меры были разработаны и опубликованы на портале Российских общественных инициатив с конкретными предложениями по определенным направлениям (Таблица 1.3).

Таблица 1.3 – Государственные и общественные меры поддержки предприятий МСП, ИП РФ

Принимаемые меры	Выполнение
Государственные меры	
субсидии для туроператоров на возмещение убытков, связанных с авиаперевозками	«выделено 3,5 млрд RUB на возмещение затрат, связанных с вывозом туристов из иностранных гос-в» [35]
доступ к фонду персональной ответственности туроператора	допущение использования накопленных ср-в ФПО для возврата денежных ср-в туристам
взнос туроператоров в сфере выездного туризма в резервный фонд Ассоциации «Турпомощь» на 2020 год	«размер взноса на 2020 год составил 1 RUB » [35]
беспроцентные кредиты на выплату зарплат	первые 6 месяцев кредиты предоставляются по ставке 0% , последующие – 4%
гранты на зарплату, неотложные нужды, коммунальные платежи	выплачено 12 130 RUB за каждого работника, работающего в туристической отрасли, с условием сохранения занятости не менее 90%
субсидирование доступа субъектов МСП к заемным средствам по льготной ставке	для ИП, малого бизнеса и микропредприятий заем и рефинансирование кредитов – 8,5%
отсрочка по арендным платежам	«возможность заключения ДС к договорам аренды госимущества, заключенным с субъектами МСП, предусматривающих отсрочку уплаты арендных платежей в 2020 году» [35]
моратории на налоговые санкции	«запрет на санкции за несвоевременную подачу документов» [35]
налоговые каникулы	«отсрочка или рассрочка по налогам, авансовым платежам со сроками уплаты в 2020 году, кроме НДС, НДПИ, акцизов» [35]
освобождение субсидий МСП от налога	«предоставление субъектам МСП возможности не учитывать в составе доходов для целей налога на прибыль организаций субсидии, полученные из федерального бюджета» [35]

снижение страховых взносов	«для организаций и ИП, включенных в Единый реестр МСП, объем страховых взносов снижается с 30 до 15% для части зарплат, превышающей МРОТ, ставка взносов в ПФР составила 10% , в ФОМС – 5% » [35]
освобождении субсидий ИП от НДФЛ	«освобождение от обложения НДФЛ доходов в виде субсидий, полученных из федерального бюджета в связи с неблагоприятной ситуацией на фоне коронавируса» [35]

Окончание таблицы 1.3

учет нерабочих дней в налоговых целях	«исчисление сроков в целях применения законодательства о налогах и сборах производится не только с учетом дней, признаваемых выходными, но и дней, признаваемых актом Президента РФ нерабочими днями» [35]
установление максимального размера кредита	«максимальный размер такого кредита установлен в сумме 300 тыс. RUB » [35]
Общественные меры	
в гостиничном бизнесе	«повышение качества услуг, введение 3-летних налоговых каникул, ИП и физлиц, получающих доходы от краткосрочной сдачи жилых помещений в аренду, а предприятия гостиничного бизнеса и ИП, ведущих деятельность по краткосрочной аренде жилых помещений с оборотом менее 1 млн RUB. в год – освободить от всех налогов, кроме НДФЛ и страховых взносов» [51]
транспортная инфраструктура	«введение режима «открытого неба» для всех региональных аэропортов с пассажиропотоком менее 5 млн человек в год, а впоследствии – для всех аэропортов страны, обеспечить транспортную доступность природных туристических объектов» [51]
национальная идентичность	«введение моратория на снос жилых домов, построенных до 1940 года, вне зависимости от наличия у них статуса объекта архитектурного наследия, установление норм проектирования в крупных населенных пунктах, минимизация барьеров для благоустройства прилегающих территорий местными жителями и

	арендаторы» [51]
общественное питание	«активация механизма «регуляторной гильотины», дублирование меню на английском языке и предоставление персоналу возможности прохождения базовых курсов владения английским языком на безвозмездной основе» [51]

Примечание: собственная разработка на основе [35,51]

Кроме того, в связи с более длительным нерабочим временем турбизнеса предоставление бухгалтерской и отраслевой отчетности задерживается, а также установлены процедуры предоставления сведений, подтверждающих ответственность туроператора за их предоставление.

«Для крупного бизнеса в сфере туризма предусмотрен более узкий перечень мер поддержки, в том числе возмещение расходов на авиаперевозки при туристическом вывозе, переоформление лицензий и разрешений, беспроцентные кредиты под заработную плату, моратории о неплатежеспособности, налоговые санкции и проверки, налоговые каникулы, расчет применимых условий налогового законодательства, выполнение кредитных и заемных обязательств, связанных с объявленными нерабочими днями» [35].

Автор отмечает, что «22 мая 2020 года Госдума приняла в третьем чтении закон, предусматривающий очередные поправки, касающиеся туризма» [35]. Данный закон касается уменьшения размера ежегодного взноса туроператоров в Фонд индивидуальной ответственности, а также создание функции по отмене/отсрочке бронирования гостиниц. В отношении туроператоров, то они обязаны выплатить все деньги туристам за несостоявшиеся туры.

Однако принятых мер будет достаточно только в том случае, если они приемлемы для нуждающихся. Для получения помощи на практике существует большое количество критериев, но не многие туристические компании могут им соответствовать. На данный момент, с точки зрения автора, самым эффективным решением может стать поправка, которая будет отражать возможность переноса турагентствами отмененных дат поездок. «В пакетных турах это может быть субсидирование возвратов по оплаченным турам через дополнительное инвестирование фонда персональной ответственности, но с

более широкими условиями по сравнению с теми, которые были реализованы в апреле по распоряжению Правительства РФ от 4 апреля 2020 г. № 898-р», – отметила начальник клиентского отдела онлайн-сервиса Travelata.ru [49].

Поэтому в условиях неблагоприятной эпидемической ситуации развитие туристического бизнеса находится под серьезной угрозой. Понимая, что туристические компании сами не справятся с трудностями, государство приняло решение ввести ряд мер поддержки.

По мнению автора и общественников, некоторые из этих мер недостаточны. Поэтому автор предлагает ввести мораторий на судебные разбирательства и обязать национальные турагентства и операторов работать удаленно и решать вопросы с клиентами, а также отменить 20-ти ставку НДС. % Реклама в социальных сетях.

«Что касается авторов общественной инициативы, то они считают, что предлагаемые ими меры позволят увеличить вклад туризма в экономику РФ с 3% до 11% ВВП в течение пяти лет» [51]. «В случае принятия плана доля России на рынке международного туризма увеличится с менее чем 1 процента до 3 процентов», – подчеркивается в тексте инициативы [60].

Резюмируя все вышесказанное, необходимо сделать выводы о том, что в Российской Федерации сложился комплекс объективных предпосылок для ускоренного развития внутреннего и въездного туризма. С этой целью была утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, а затем до 2035 года.

В организацию управления региональных рынков туристических услуг включают следующее:

1. Разработка региональных планов развития туризма;
2. Совершенствование региональной законодательной базы. Предоставление региональных стимулов и льгот участникам туристской деятельности в соответствии с их возможностями;
3. Подготовка и презентация проектов в сфере туризма;
4. Способствование развитию местной транспортной и гостиничной инфраструктуры;
5. Создание региональной информационной базы для развития туризма.

«В условиях неблагоприятной эпидемиологической обстановки развитие туристического бизнеса оказалось под серьезной угрозой» [67]. «Понимая, что турбизнес сам не сможет справиться с возникшими трудностями, государство решило ввести ряд мер поддержки, таких как субсидии для туроператоров на возмещение убытков, связанных с авиаперевозками, беспроцентные кредиты на выплату зарплат и другие» [67]. Также общественниками была предложена программа развития туристической отрасли с конкретными предложениями по

таким направлениям, как гостиничный бизнес, транспортная инфраструктура, национальная идентичность и общественное питание.

ГЛАВА 2

ВНУТРЕННИЙ И ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2.1 Особенности применения кластерного подхода в условиях инновационного развития российского внутреннего и въездного туризма

На территории Российской Федерации располагается 8 туристических кластеров, в каждом из которых присутствуют приоритетные виды туризма. Собранные данные представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Приоритетные виды внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации

Туристический кластер	Приоритетные виды туризма
Северо-Кавказский федеральный округ	- лечебно-оздоровительный (гг. Минеральные Воды, Железноводск, Пятигорск, Ессентуки, Кисловодск, Республика Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Северная Осетия и др.); - пляжный (Дагестан – побережье Каспийского моря); - горнолыжный (в Карачаево-Черкесской Республике – Домбай, в Кабардино-Балкарской Республике – Приэльбрусье, в Республике Северная Осетия – Алания); - спортивный (экстремальный); - деловой; - экологический; - культурно-познавательный;

	- паломнический
Южный федеральный округ	- пляжный (Сочи, Геленджик, Анапа); - рекреационный (Бальнеологические курорты в Горячем Ключе, Хадыженске, Краснодаре и др.); - спелеотуризм (Воронцовская пещера); - деловой; - познавательный (Севастополь, Крым, побережья Азовского и Черного морей)
Центральный федеральный округ	- культурно-познавательный (6 памятников ЮНЕСКО, 1100 музеев); - деловой (Москва); - агроэкотуризм (свыше 2500 усадеб); - религиозный (более 1300 религиозных и духовных святынь)

Окончание таблицы 2.1

Северо-Западный федеральный округ	- культурно-познавательный (Санкт-Петербург, Калининградское взморье, «Серебряное кольцо»); - деловой (Санкт-Петербург); - экологический (Республика Карелия, Республика Коми, Вологодская, Калининградская и Мурманская области); - религиозный (монастыри: Прилуцкий на окраине Вологды, Кирилло-Белозерский в Кириллове, Ферапонтовский близ Кириллова)
Приволжский федеральный округ	- культурно познавательный (Кунгурская Ледяная пещера, Горы Шиханы, Нижегородский кремль); - религиозный (Раифский Богородицкий мужской монастырь, Свято-Михайловский собор в Ижевске, Церковь Рождества Пресвятой Богородицы); - горнолыжный (Пермском край, Удмуртская Республика, Кировская и Ульяновская области); - лечебно-оздоровительный (г. Ижевск, Удмуртская Республика)
Уральский федеральный округ	- культурно-исторический (Екатеринбург, Златоуст, Челябинск, Салехард); - санаторно-курортный (регионы Приволжья – удмуртские санатории «Варзи-Ятчи» и «Металлург», курорт «Увильды», санаторий Обуховский); - деловой (Екатеринбург); - спелеотуризм (Южный Урал); - горнолыжный (горнолыжный центр «Аджигардак», «Завьялиха», «Егоза», «Солнечная долина»); - экотуризм (Оленьи Ручьи, Природный Бажовский парк, Озеро Аракуль, Байкал)

Сибирский федеральный округ	- культурно-познавательный (Иркутская и Новосибирская область, Красноярский край); - религиозный (Забайкальский край); - лечебно-оздоровительный (Алтайский край, Барнаул, Кемеровская область, Омская область, Республика Алтай, Республика Хакасия); - научный (Алтайский край, Барнаул, Иркутская область); - экологический (Забайкальский край, Чита); - сельский (Кемеровская и Омская область); - рекреационный (Иркутская область, Красноярский край); - деловой (Алтайский и Красноярский край, Барнаул, Кемеровская область); - горнолыжный (Кемеровская область, Республика Алтай, Республика Бурятия)
-----------------------------	--

Окончание таблицы 2.1

Дальневосточный федеральный округ	- экотуризм (Хабаровский край, Остров Сахалин, Курильские острова, Полуостров Камчатка); - лечебно-оздоровительный (Приморский край – курорты Шмаковка, Ласточка и Вангоу); - круизный (маршруты по Амуру, Сангури, Уссури, Амгуни); - спелеотуризм (Хабаровский край); - альпинизм (на Банжале, побережье Охотского моря и Татарского пролива); - этнографический (Хабаровский край, Камчатка)
-----------------------------------	--

Примечание: собственная разработка на основе [55,56,60]

Как видно из таблицы 2.1, Российская Федерация обладает высоким туристическим потенциалом. Кластерный подход подразумевает концентрацию организаций, занимающихся формированием, реализацией и рекламой туристского продукта в различных регионах страны. В Российской Федерации в соответствии с концепцией долгосрочного социального развития создается сеть кластеров, посвященных развитию и реализации конкурентного потенциала каждого региона, а также формированию инновационных технологий в рамках конкретных кластеров [11].

В федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2018 годы» [59] стало рассматриваться кластерное развитие российской туристической индустрии. Заявленные цели программы включают концепцию создания конкурентоспособных кластеров в субъектах субъектов Российской Федерации, которые могут быть площадками прогресса, а именно экономического развития этих регионов, а

также межрегиональных связей, которые потребуют активного развития малых и средних предприятий [59].

Автор считает, что при эффективном функционировании всех структур кластера будут увеличены не только региональные бюджеты, но и занятость местного населения, что в совокупности будет стимулировать приток дополнительных инвестиций, которые можно будет направить на улучшение туристической инфраструктуры, охрану особо охраняемых природных территорий. области и т.д. Все это поможет переориентировать россиян на отдых на Родине.

В рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в России (2011-2018 годы)» планируется создание целостной системы туристских кластеров за счет кластеризации российского туристского пространства. Одним из перспективных примеров является туристическая зона в направлении Большой Волги, которая ежегодно привлекает более 5 миллионов туристов.

Ключевым моментом является формирование туристического кластера «Великая Волга» на базе водного пути реки Волги. Здесь планируется создание условий для развития оздоровительного, экологического, научно-делового, водного, пляжно-купального и других видов туризма [8].

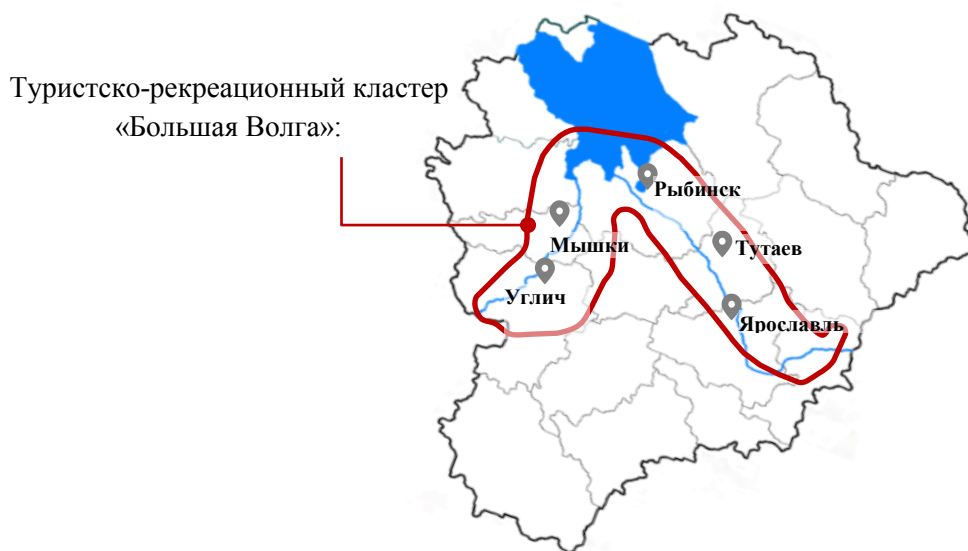


Рисунок 2.1 –Туристско-рекреационный кластер «Большая Волга» [8]

Таблица 2.2 – Ключевые проекты кластера «Большая Волга» и его инфраструктура

Ключевые проекты кластера	
г.Ярославль	Развитие круизного туризма
	Общественное пространство «Волжская

	набережная»
Брейтовский муниципальный район	Развитие центра водного спорта «ВЕТРЕНО»
Рыбинский район	Развитие туристско-рекреационного кластера «Ярославское взморье»
г.Тутаев	«Кустодиевский бульвар»
г.Углич	Проект «Набережная для всех» (променад)
г.Рыбинск	Создание интерактивного историко-туристского кластера
Объекты обеспечивающей инфраструктуры	
Рыбинский муниципальный район	гидроаэропорт, вертолетодром, гидроаэродром для малой авиации
г.Рыбинск	транспортная инфраструктура и здание речного вокзала
г.Мышкин	здание речного вокзала

Окончание таблицы 2.2

г.Углич	реконструкция тротуара на набережной
	реконструкция пешеходного моста через Селивановский ручей
г.Тутаев	строительство двух стационарных пассажирских причалов
	берегоукрепление набережной

Примечание: собственная разработка на основе [3,7,8]

Туристско-рекреационный кластер «Большая Волга» объединяет в себе разработку и развитие туристических проектов, позволяющих гостям региона почувствовать связь с природой, ощутить широту и грандиозность пространства открытости России.

Все эти проекты являются частью стратегии развития туризма, реализуемой в Ярославской области. Проектом предусмотрено создание места для приема туристов на территории бывшей мельницы и Тверицкой набережной, двух причалов и пляжа.

Тутаев также планирует построить два стационарных пассажирских причала, которые не только откроют для туристов один из старейших уголков области, но и решат проблему транспортной доступности левобережной части Тутаевского района. Подарком рыбинчанам станет улучшение строительства пристани и речного вокзала. Кроме того, проект предполагает расширение транспортной инфраструктуры города, за счет гидроаэропорта и вертолетной площадки для малой авиации. [8].

Автор утверждает, что благоустроенная набережная непременно должна быть визитной карточкой каждого города, входящего в Великий Волжский путь, поскольку это первое, что видят туристы с палубы круизного теплохода. Но мало просто показать набережные – важно правильно их использовать, ведь

зачастую это излюбленное место прогулок гостей и местных жителей. Проект включает в себя благоустройство набережной Кустодиевского бульвара в Тутаеве, благоустройство Волжской набережной в районе Ярославского вокзала, благоустройство набережной Углича для проведения различных спортивно-оздоровительных мероприятий.

Ждут благоустройства и перестройки несколько важных культурно-исторических объектов, каждый из которых должен стать полноценной туристической дестинацией. Среди них – уникальная лодочная станция Угличского Кремля, реконструкция старой хлебной (лоцманской) биржи в Рыбинске. Некоторые исторические здания можно адаптировать в уютные отели, особенно в духе времени. Кроме того, спонсоры проекта намерены расширить список музейных мест.

Развитие туризма в Ярославской области означает повышение качества жизни местного населения. Именно этот принцип лежит в основе проекта «Большая Волга в Ярославле». За счет благоустройства городской среды уделения особого внимания охране исторических объектов, берегоукреплению, реконструкции мостов, набережных и т. д. решен ряд важных социальных задач, делающих города региона более благоустроенными и комфортными. Интересно для самих жителей.

«Как отметил заместитель председателя правительства Нижегородской области Олег Беркович, «Большая Волга» является масштабным проектом Ростуризма» [8], который планируется реализовывать по аналогии с «Золотым кольцом».

Нижний Новгород считается столицей туристического кластера Большого Поволжья. «Об этом сообщила заместитель директора Ростуризма Елена Лысенкова на заседании Комитета по социальной политике Совета Федерации РФ в 2021 году в рамках Дней Нижегородской области, которые проходят с 13 по 15 декабря» [53].

Подсчитано, что в случае решения инфраструктурных проблем и преодоления всех ограничений, связанных с такими проблемами, поток туристов в пределах Большой Волжской группы может увеличиться до 10-12 млн туристов в год, или более чем в два раза. В перспективе возможно формирование ТРТ в регионе особых экономических зон, включающих всю локальную кластерную систему (Волжско-Камский, Саратово-Энгельсский, Самарско-Сезранский и др.).

Таким образом, кластеризация является одним из нововведений и основных национальных тенденций развития экономики России, особенно туризма. Поэтому применение кластерного подхода к развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации позволит:

1. Усилить формирование и развитие сектора МСП в рамках туристических кластеров;
2. Эффективно и грамотно использовать существующие туристические ресурсы регионов и страны в целом;
3. Создать условия для плодотворного сотрудничества государства и частного сектора;
4. Совершенствовать систему качественной подготовки кадров в сфере туризма;
5. Усилить деятельность различных отраслевых организаций по удовлетворению спроса на качественные и безопасные товары и услуги, повышая доступность и внутреннюю мобильность.

2.2 IT-технологии в развитии внутреннего и въездного туризма Российской Федерации

В Российской Федерации IT-технологии, в том числе в туристической индустрии, развиваются очень быстрыми темпами. Возьмем, к примеру, ООО «Амадеус – информационные технологии», ведущего поставщика IT-решений для индустрии путешествий и туризма. Сегодня Amadeus работает в 190 странах и насчитывает 19 000 сотрудников.

В 2018 году была анонсирована новая стратегия развития Amadeus Live Travel Space. В его основе лежит туристическая платформа Amadeus. Он сочетает в себе составляющие почти всех потребностей в индустрии туризма: авиа и ж/д билеты, трансферы, гостиницы, предложения от круизных линий, прокат автомобилей, страховые услуги и многое другое, позволяя предложить своим клиентам широчайший спектр возможностей. И поставщики, и агенты могут подключаться к системе через стандартные интерфейсы [14].

Такая мультиплатформа – именно то, что сейчас нужно рынку. Чтобы реализовать это видение, Amadeus следует тенденциям, заданным четырьмя ведущими мировыми лидерами в области технологий – Google, Apple, Facebook и Amazon. Только в более узкой сфере, а именно в туризме.

Сегодня более 60% поисковых запросов в мире выполняются с мобильных устройств. 52% бронирований путешествий осуществляются онлайн. Доля таких запросов и операций в дальнейшем будет только расти. А молодые люди, которые только собираются начать зарабатывать и могут себе позволить путешествовать, могут полностью перейти на онлайн-сервис заказов, ведь это не только быстро, но и удобно [10].

Относительно деятельности турагентств и туроператоров автор указал, что бизнес-процессы необходимо перестраивать, то есть идти в ногу со

временем, перенимать опыт мировых лидеров IT-индустрии, разрабатывать новое программное обеспечение и т.д., иначе уже следующее поколение туристов к ним не приедет. Кроме того, туристические агентства должны иметь возможность осуществлять онлайн-бронирование для клиентов не только для бронирования стандартных туристических пакетов, но и для бронирования любой отдельной услуги или группы услуг. Автор рассмотрел наиболее актуальные программные обеспечения на данный момент, а также предложил новое, созданное для эффективной работы туристического бизнеса (IT-тур). (Таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Программные обеспечения для турагентов и туроператоров, используемые в сфере туризма Российской Федерации

Турагенты	
AMADEUS	«Предоставляет доступ к ресурсам авиакомпаний, отелей, паромных и круизных линий, компаний по аренде автомобилей, позволяя использовать продукты туроператоров, железных дорог, страховых компаний» [3]
GALILEO	Система бронирования, которая позволяет туристическим агентам бронировать авиабилеты, отели и др.
WORLSPAN	«Она считается самой быстрорастущей глобальной системой бронирования. Обслуживает 86 стран, 18 500 учреждений, около 500 авиакомпаний, около 50 000 отелей, 49 компаний по аренде автомобилей. Только с его помощью ежегодно продается не менее 30 миллионов авиабилетов и мест в отелях» [3]
SABRE	«Возможности программы позволяют находить не только прямые рейсы, но и сложные рейсы, состоящие из двух-трех полетных сегментов» [3]

IT-tour	1. Возможность сравнивать цены разных операторов в одном окне; 2. Поиск и бронирование групповых туров в режиме реального времени; 3. Поиск и бронирование экскурсий по России; 4. Поиск чартерных рейсов, бронирование и контроль наличия мест в крупных туристических агентствах России; 5. Прямой переход из поиска туров «IT-tour» на страницу бронирования выбранного тура на сайте оператора; 7. Передача заявки и бронирование поездки внутри системы; 8. Возможность обмена текстовыми сообщениями, вложениями и документами с менеджерами турфирм внутри приложения; 9. Возможность продажи «отказных туров»; 10. Возможность оплаты туристами тура кредитной картой.
----------------	--

Окончание таблицы 2.3

Туроператоры	
Мастер-Тур	Программный комплекс. Преимущества: 1. Динамичное ценообразование; 2. «GDS туры»; 3. «Интеграция с GDS»; 4. Авто обновление цен и квот; 5. Оптимизирована работа, БД занимает в 5 раз меньше места при том же объеме продукта; 6. Учет и финансы и др.
Мастер-Интерлук	Программный комплекс, позволяющий автоматизировать бизнес-процессы. Преимущества: 1. Управление путевками; 2. Управление инвентарем (квотирование, управление местами и блоками, Stop-Sale, трансферы, экскурсии); 3. Счета и взаиморасчеты; 4. Дистрибуция (автоматизация процесса передачи турпродукта: цены, стопы, квоты); 5. Статистика и администрирование; 6. Интеграция с Мастер-Тур и др.

Примечание: собственная разработка на основе [3,46]

Далее автором были изучены информационные технологии в ресторанном бизнесе. Ниже рассмотрены некоторые из них.

R-Keeper – комплексная система российской компании USC. Она ориентирована на автоматизацию бизнес-процессов предприятий индустрии гостеприимства.

К основным компонентам данной системы относятся:

1. Система автоматизации складского учета. Она направлена на учет списания продуктов, инвентаризацию и калькуляцию блюд;
2. Автоматизация приема заказов – «мобильный официант». Прием заказов у столика гостя и передача данных в режиме онлайн в систему.

Более доступной системой в ресторанном бизнесе является РСТьРесторатор. В данную систему также входит автоматизация складского учета. Однако стоит отметить преимущество, которое заключается в наличии системы лояльности, которая начисляет бонусы каждому постоянному клиенту. Она позволяет в дальнейшем привлечь большее количество посетителей.

Существуют также более современные системы, например, iiko. Она позволяет полностью управлять всеми ресурсами гостиничного бизнеса в рамках единого информационного пространства. Данная система снижает затраты, а соответственно увеличивает прибыль. Она состоит из разных компонентов автоматизации ресторана на разных уровнях: начиная от приготовления блюд, заканчивая бухгалтерией. В настоящее время iiko успешно используется во многих ресторанах Российской Федерации.

Также автором была отмечена система автоматизации **КИС IS (IntellectStyle)** компании «Компьютерно-кассовые системы»), которая успешно установлена в более чем 350 ресторанах России. Это программный продукт, который состоит из дополнительных модулей для автоматизации отдельных функций ресторана, например, FrontOffice – для автоматизации кассового узла, официанта, метрдотеля; BackOffice – для обслуживания управленческого, бухгалтерского, складского учетов и автоматизации работы менеджера и заведующего производством [11].

В период расцвета мирового туризма, Интернета, СМИ, компьютерных игр, 3D-технологий, виртуальной и дополненной реальности и многого другого активно развивается индустрия развлечений. Рассмотрим примеры, существующие в Российской Федерации в данном направлении.

- 1) «В Москве, на территории Нагатинской поймы, возвели крытый парк развлечений и аттракционов «Остров мечты» по франшизе американской кинокомпании DreamWorks. Посещаемость парка 10 млн человек в год. На создание парка ушло около 1 млрд долларов. Под одной крышей разместился

парк аттракционов площадью 90 тыс. кв. м, 160 тыс. кв. м занял променада с кафе и магазинами под прозрачным куполом» [14].

2) «В Белгороде построили большой динопарк по чешской франшизе. Парк развлечений разместился на территории площадью около 6 га. В состав экспозиции рекреационной зоны входят 90 статических и роботизированных динозавров. Фигуры размером до 24 м издают звуки, двигаются и выныривают из воды» [14].

В 2022 году в Крыму планируют ввести туристическую карту гостя. Она позволит посетителям покупать со скидкой билеты в музеи, а также получать дисконт в определенных местах общественного питания. В настоящее время идет ранжирование объектов, в которых будет действовать данная карта. Ростуризм оценивает экономию туристов до 70%, при использовании карты гостя.

В Сочи планируют ввести биометрическую систему. Туристы уже попадают в базу, когда заселяются в гостиницу или покупают билеты на подъемник. С помощью этой программы специалисты по безопасности смогут отслеживать нежелательных лиц на курорте. Это также упростит техническое обслуживание и значительно улучшит его качество. Например, посетителям не нужно отдельно приобретать билеты на подъемники, мероприятия и другие услуги.

Также в Сочи был разработан промо-бот в рамках официальной программы лояльности и гостеприимства «Я люблю Сочи». Роботы ходят по оживленным районам курорта, знакомя посетителей с развлекательными заведениями, концертами, экскурсиями, фестивалями и другими мероприятиями. Роботы-гиды также помогают людям понять навигацию и ответить на их вопросы [14].

Автором также было отмечено национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», которая функционирует в рамках Указа Президента РФ №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». «В рамках указанной программы планируется внедрение платформенных решений в сфере туристического бизнеса, а также развитие цифрового доступа к объектам культурного, исторического и природного наследия» [59].

«Согласно информационному письму Министерства финансов Российской Федерации, на реализацию указанной программы в 2019 г. было потрачено 128 млрд. руб., в 2020 г. – 118 млрд. руб., а уже в 2021 г. – более 131 млрд. руб. Данные показатели демонстрируют заинтересованность органов государственного управления и модернизации туристических процессов» [59].

Также важно отметить, что в 2018 году был проведен специальный всероссийский конкурс «Инновационные решения в области информационных

технологий в туризме». Конкурс организован Российской ассоциацией туристических агентств и Фондом «Сколково». В рамках конкурса было проведено исследование предложений по модернизации и цифровизации туристских процессов в Российской Федерации. В проекте необходимо отметить следующие моменты:

1. Создание виртуального ассистента на основе искусственного интеллекта. Такой ассистент будет коммуницировать с клиентами, и даже предоставлять услуги по аренде или заказу транспорта.

2. В музеях предполагается создание платформы с применением VR, MR и AR. Такая технология позволит полностью окунуться в атмосферу рассматриваемой темы.

Таким образом, резюмируя все вышесказанное, следует сделать вывод о том, что IT-технологии в развитии внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации являются очень важной составляющей. Однако информационные технологии требуют от работников особых компетенций. Работники турпредприятий должны постоянно следить за внедрением новшеств и проходить повышение квалификации на протяжении всей своей рабочей деятельности. То есть необходимо формирование нового работника, обладающего набором умений, навыков и знаний, которые будут динамично подстраиваться под изменения внешней среды при использовании информационных технологий. Это в конечном счете поможет извлекать прибыль из экономической деятельности.

2.3 Экономическая оценка внутреннего и въездного туризма Российской Федерации за период 2015-2020 гг.

Структура мирового рынка труда и занятости также оказывает влияние на развитие туризма, и наоборот – развитие туризма оказывает влияние на структуру рынка труда. По состоянию на 2018 год в туризме и связанных с ним отраслях на постоянной или временной основе было занято в общей сложности 319 миллионов человек по всему миру.

Занятость в сфере туризма оказывает более значительное влияние на рынок труда, чем такие отрасли, как финансы, здравоохранение, банковское дело, автомобилестроение и горнодобывающая промышленность. В 2018 году занятость в индустрии туризма составляла 10% от общей занятости в мире. Рынок туризма предлагает больше вакансий, чем рынок здравоохранения, финансов, банковского дела, горнодобывающей промышленности и сельского хозяйства.

Рынок туризма предлагает в пять раз больше вакансий, чем горнодобывающая промышленность, и примерно в два раза больше вакансий, чем финансовая отрасль. За последние пять лет туризм создал четверть рабочих мест в мире. Индустрия туризма внесла 10,4% в мировой ВВП в 2019 году [61].

В 2019 году в гостиничном бизнесе было занято 234 миллиона человек. Количество рабочих мест в индустрии гостеприимства составляет 8,2% от общемирового количества рабочих мест. Индустрия гостеприимства – это отрасль, которая предоставляет рабочие места для всех типов работников, от рядовых сотрудников до высшего руководства.

В индустрии гостеприимства можно построить отличную карьерную лестницу. Например, при обслуживании одного иностранного туриста может возникнуть девять рабочих мест. Занятость составляет 30-50% в тех странах, где туризм является основным сектором экономики, а в некоторых странах достигает 80-90% [61]. В промышленно развитых странах доля занятости в туризме составляет 5%.

Занятость населения в разных странах мира, представлена в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Занятость в сфере туризма за 2019 г.

Страна	Занятость населения в сфере туризма, %		Число работающих в туризме, тыс.чел.	Доля занятости в туризме от общей занятости, %
	Прямая занятость	С мультипликативным эффектом		
Российская Федерация	1,3	6,6	4 037	5,6
Германия	3,0	10,1	2 678	9,4
США	4,1	10,9	5 668	12,5
Франция	5,5	13,8	16 826	10,7

Примечание: собственная разработка на основе [58]

Из данных таблицы 2.4 видно, что занятость населения в туризме с мультипликативным эффектом разных странах увеличивается в несколько раз по сравнению с прямой занятостью. В то же время этот показатель в 2,5 раза выше, чем у прямой занятости. В Российской Федерации занятость в отраслях, связанных с туризмом, увеличилась в пять раз по сравнению с прямой занятостью. Эти цифры показывают, что туризм создает рабочие места не только в отрасли, но и в смежных секторах экономики. Занятость в сфере туризма сильно различается в разных странах мира, в зависимости от многих факторов, но в основном от вклада данной страны в ВВП и количества туристов. Во многих странах мира наблюдается прирост занятости в сфере

туризма в 2018 году по сравнению с 2017 годом. Самый большой рост занятости показали ОАЭ – 245%. В ряде других стран: Грузия – 119,5%, Вьетнам – 104,8%, Испания – 104,5%, в Италия – 100,8% [60].

Также из данных таблицы 2.4 видно, что Российская Федерация уступает таким странам, как Германия и США по занятости в туризме. Однако по данным Росстата за последние 5 лет наблюдается положительная динамика этого показателя, свидетельствующая о том, что рост занятости в сфере туризма является стабильным.

По данным на 2019 год, вклад туризма в экономику России составляет 3,9% ВВП, что является третьей частью мирового ВВП. По данным 2019 года, средняя занятость в сфере туризма составляла 3,6% от средней занятости по всем видам экономической деятельности, а в 2020 году этот показатель снизился до 3,4%. Стоит отметить, что 2,4% инвестиций в основной капитал было вложено в туризм. В 2020 году по сравнению с 2019 годом инвестиции в туристическую отрасль Российской Федерации уменьшились на 16,1 млрд рублей, что составляет 2,2% от общего объема инвестиций в различные виды деятельности [15].

В Российской Федерации численность работающих в гостиницах и ресторанах в 2019 году составила 1 721 900 человек, что в 1,45 раза больше, чем в 2017 году, по данным Росстата. В 2018 году в коллективных средствах размещения находилось 493 305 человек, что в 1,05 раза больше, чем в 2017 году. В 2018 году в российских туристических предприятиях работало 47,228 млн человек. Цифры показывают, что занятость в туристической отрасли Российской Федерации растет с каждым годом. По данным Федерального управления по туризму, ожидается, что занятость в туристической отрасли России возрастет до 6 миллионов человек в результате планов утроить количество поездок по стране.

Далее автором было рассмотрено развитие коллективных средств размещения в Российской Федерации. «По данным Росстата, число лиц, размещенных в гостиницах и прочих коллективных средствах размещения (далее – КСР) России, в 2019 году составило 76 млн чел. (включая 10,9 млн иностранцев), что на 6,3% выше уровня 2018 года и на 23,5% – 2017 года» [60] (Таблица 2.5). «В 2019 году Москва заняла первое место по числу размещенных лиц в КСР, на нее пришлось 20,5% совокупного туристического потока, далее следует Краснодарский край – 10,9%, третье место занял Санкт-Петербург, удельный вес которого составил 8,0%, на четвертом и пятом местах расположились Московская область и Республика Крым, на них пришлось 6,6% и 3,1% туристического потока соответственно» [58].

Ковидные ограничения оказали негативное влияние на туристическую индустрию Российской Федерации. По данным Банка России, в большей

степени пострадал въездной туризм. Так, в мае 2020 г. объем входящих платежей в отрасли отставал от «нормы» до пандемии примерно на 90%, в июне – 80-90%, по состоянию на конец июля 2020 г. – рост на 66%. %, а к концу августа – рост на 54 %» [69]. По данным Росстата, число ночевки в КСР в январе-сентябре 2020 г. составило 122,5 млн, сократившись на 43,5% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Количество размещенных лиц в КСР также снизилось на 43,7% по сравнению с январем-сентябром 2019 г., и в 2020 году составило 30,5 млн человек. «При этом численность граждан России, размещенных в КСР, упала на 39,3% в годовом выражении, иностранцев – на 70,4%» [58].

Таблица 2.5 – Развитие коллективных средств размещения в Российской Федерации, 2017-2020 гг.

	2017	2018	2019	янв.-сент. 2019	янв.-сент. 2020	Прирост янв.- сент. 2019/ янв.-сент. 2020, %
Число КСР, тыс.	25,3	28,1	28,3	н/д	н/д	н/д
Число номеров, тыс.	884,3	975,6	992,6	н/д	н/д	н/д

Окончание таблицы 2.5

Число ночевки в КСР, млн	253,0	274,6	283,2	217,1	122,5	-43,5
Кол-во размещенных лиц в КСР, млн чел.	61,6	71,5	76,0	54,2	30,5	-43,7
Россияне	53,5	60,9	65,2	46,5	28,2	-39,3

Примечание: собственная разработка на основе [60]

Динамика внутреннего туризма за период 2015-2019 гг. – положительная, как в отношении иностранных туристов, так и в отношении российских граждан (Рисунок 2.2). За исследуемый период численность российских туристов увеличилась в 2,5 раза, численность иностранных туристов – в 2,3



раза.

Рисунок 2.2 – Динамика внутреннего и въездного туризма РФ, тыс.чел. 2015-2020 гг.
[15]

«В связи с ограничениями в 2020 году численность иностранных туристов сократилась на 93,4% по отношению к 2019 году, составив всего 336 тыс. человек» [58]. «Численность российских туристов сократилась на 5,6% по отношению к 2019 г., составив 4 127 тыс. человек» [58].

«По данным Росстата, въездной поток иностранных граждан в Россию (с учетом поездок к родственникам, в командировки и т.п.) сократился в январе–сентябре 2020 г. на 73,0% в годовом выражении, составив 5,1 млн иностранцев, 59,5% из которых прибыло из Украины и Казахстана» [58]. «Из них, по данным пограничной службы ФСБ России, лишь 0,33% прибыло с целью туризма (12,9 тыс. человек)» [58].

Анализ динамики въездного туризма в Россию за январь-сентябрь 2020 г. показал, что наибольшее падение пришлось на Мексику: количество иностранных туристов из этой страны сократилось на 96,1% в годовом выражении и составило 0,9 тыс. человек, за ней следует Австралия (-95,5%, 2,3 тыс. человек), Китай (-95,0%, 79,2 тыс. человек), Германия замыкает десятку аутсайдеров. Количество иностранных граждан, прибывших в Россию,

сократилось за первые три квартала текущего года на 91,7% до 49,3 тыс. человек. Наименьшее снижение отмечено среди таких стран как Узбекистан, Абхазия, а также Беларусь. Падение туристического потока из этих стран в январе-сентябре 2020 г. составляет 37,2-56,3% (Таблица 2.6) [15,58].

Таблица 2.6 – Топ-19 стран по числу въездных туристических поездок, 2019-2020 гг.

	январь-сентябрь 2019 г., тыс.поездок	январь-сентябрь 2020 г., тыс.поездок	Прирост в годовом выражении, %
Украина	5 944	2 435	-59,0
Казахстан	2 716	625,8	-77,0
Китай	1 594	79,2	-95,0
Азербайджан	684	179,6	-73,7
Финляндия	681	162,8	-76,1
Германия	592	49,3	-91,7
Польша	497	110,9	-77,7
Абхазия	435	228,1	-47,6
Армения	420	93,8	-77,7
Эстония	383	92,2	-75,9
Киргизия	312	53,6	-82,8
Республика Молдова	296	90,7	-69,4
Монголия	295	44,9	-84,8
Таджикистан	289	126,0	-56,4
Узбекистан	263	164,8	-37,3
Латвия	221	55,4	-74,9
Литва	170	40,8	-76,0
Беларусь	112	49,0	-56,3
Южная Осетия	104	34,7	-66,7
Всего	19 064	5 147,4	-73,0

Примечание: собственная разработка на основе [15,58,60]

«Согласно докладу Всемирного экономического форума (ВЭФ), опубликованному в 2019 году, в рейтинге в рейтинге туристической конкурентоспособности Россия поднялась на 39-е место в мире (после 43-го в 2017, 45-го в 2015 году и 59-го в 2013 году – индекс обновляется раз в два года)» [70].

«Эксперты сравнивают 140 стран по 90 показателям, в числе которых историческое и культурное наследие, развитие экономики, транспорта, гостиничного сектора, коммуникаций, медицины, визовая политика, открытость населения» [70].

Наиболее высокие оценки Россия получила в категории «Здравоохранение и гигиена» (6-е место из 140), «культурные ресурсы и деловые поездки» (18-е место), «инфраструктура воздушного транспорта» (23-е место), «ценовая конкурентоспособность» (27-е).

Однако по показателю «безопасность» Россия оказалась лишь на 98-м месте. Лидером по привлекательности в третий раз подряд стала Испания. На втором месте – Франция, на третьем – Германия. В десятку также вошли Япония, Великобритания, США, Австралия, Италия, Канада и Швейцария [69,70].

«Важной проблемой для российского туризма является низкое качество транспорта, жилья и другой сопутствующей инфраструктуры» [45]. «Стимулирование ее развития и повышение конкурентоспособности российских курортов может способствовать улучшению экономического положения страны за счет притока иностранного капитала и создания новых рабочих мест» [45].

На рисунке 2.3 представлена динамика количества турпакетов для российских и иностранных туристов за период 2015-2020 гг. Количество турпакетов по внутреннему направлению, проданных гражданам России в период с 2015 по 2019 год. Наблюдается положительная динамика. Резкий рост этого показателя наблюдался в 2019 году. На 22% больше, чем в предыдущем году. В 2020 году количество внутренних туристических групп в России уменьшилось незначительно, на 0,8%.

«Динамика числа турпакетов, реализованных гражданам других стран по территории России достаточно стабильна, в 2020 году произошло значительное снижение показателя в 17 раз, составив всего 18 000 турпакетов, что связано с пандемией COVID-19 и введением соответствующих мер безопасности» [51].



Рисунок 2.3 – Динамика числа турпакетов, тыс. ед., 2015-2020 гг. [15]

«Несмотря на положительную тенденцию числа турпакетов и численности туристов внутренних направлений в числовом выражении этот показатель низкий в сравнении с численностью населения РФ (145,8 млн чел.)» [29].

Ограничивающие внешние факторы, такие как политическая нестабильность в некоторых странах, запреты на въезд и выезд российских туристов, эпидемические ограничения следует рассматривать как дополнительные возможности для развития внутреннего туризма. Это позволит, во-первых, сократить потери в туризме, во-вторых, повысить популярность внутренних направлений интереса, входящего в зону. Поэтому в среднесрочной перспективе индустрия туризма России может расширить собственный рынок за счет привлечения туристов, ранее ориентированных на зарубежные рынки.

Однако для переориентации потребителя на внутренний рынок, необходимо создать конкурентоспособный турпродукт, развитая инфраструктура, оказание качественных и доступных туристических услуг в стране, необходимость учета последних тенденций развития отрасли.

В настоящее время также разрабатывается национальный туристический проект. Предполагается, что национальная программа «Туризм и гостеприимство» будет включать в себя три федеральные программы, направленные на создание качественного и разнообразного туристского продукта. Также данные программы будут направлены на повышение доступности туристского продукта, повышение качества государственного управления и снятие административных барьеров в отрасли.

По данным АТОР, относительно 2020 г. наблюдается рост динамики прироста внутреннего турпотока на 30%. «Доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 выросла еще на 3% по сравнению с 2019 г и составляет 23%» [3].

Рейтинг регионов Российской Федерации, ранжированных по объемам организованного туристического потока в 2021 году (в списке идут по убыванию количества туристов – клиентов туроператоров), выглядит так:

1. Краснодарский край;
2. Республика Крым;
3. Санкт-Петербург;
4. Владимирская область;
5. Ставропольский край;
6. Ярославская область;
7. Тюменская область;
8. Республика Карелия;
9. Республика Татарстан;
10. Тверская область.

Въездной туризм оказался наиболее пострадавшим от пандемии. Всего с января по сентябрь 2021 г. иностранцы совершили 175,8 тыс. визитов в Россию с туристическими целями. В аналогичный период 2019 года это количество достигало 4,3 млн [58]. Таким образом, следует отметить о том, что падение объемов въездных турпотоков, по сравнению с допандемийным уровнем, составляет 96%.

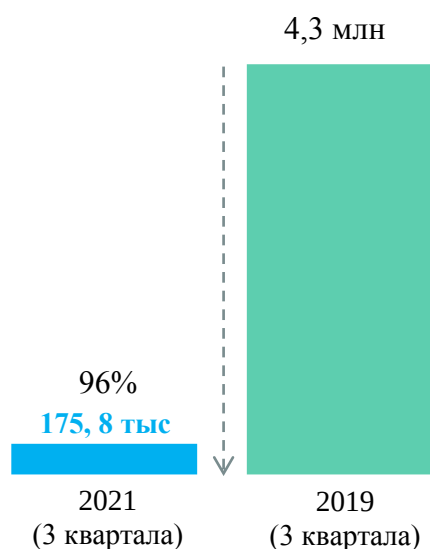


Рисунок 2.4 – Количество визитов в РФ с туристическими целями [3]

Однако, автор отмечает, что пока для въездного туризма перспектив не видно. Сроки запуска электронной визы пока никто не может назвать, а без нее

серьезные темпы восстановления невозможны. «По оценке АТОР, компаниям, которые специализируются на приеме иностранных туристов в России, сейчас нужны специальные меры поддержки» [3].

В 2022 году, подчеркивает автор, туризм будет всецело зависеть от обстановки в мире с коронавирусом и вводимыми ограничениями, и прогнозы будут в любом случае очень вероятностными.

Но тем не менее, среднеоптимистичный прогноз на развитие событий в туризме в 2022 году, по мнению автора, выглядит следующим образом:

1. Пандемия продолжится. Ограничения на международный туризм будут постепенно и неравномерно сниматься. Прогнозируется «ползучее» введение так называемых «паспортов вакцинации». Оно будет влиять на возможности передвижения внутри страны и между странами. Это будет уменьшать объем рынка в международном туризме и порождать «серый рынок» размещения внутри страны.

2. Сохраняется состояние «стабильной нестабильности» в связи с регулярным вводом новых ограничений и их периодических отмен.

3. Организованный туризм продолжит демонстрировать устойчивость и постепенное восстановление. Будет и далее укреплять свои позиции в массовом и премиальном сегментах рынка, так как в силу наличия сложных режимов въезда и нестабильной ситуации с открытием новых направлений туристу будет нужна поддержка в виде экспертов – туроператора и турагента.

4. Доля внутреннего туризма в продажах туроператоров продолжает расти.

5. Перспективы въездного туризма неясны. Без электронной визы рассчитывать на быстрый рост потока невозможно.

В заключение следует отметить, что кластеры являются инновационным и крупным национальным направлением развития экономического туризма в Российской Федерации. Однако не только применение кластерного подхода, но и использование инновационных технологий, а также переход к цифровой модели рыночной экономики приведут к положительным результатам для российского внутреннего и въездного туризма.

Что касается экономической оценки внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации, то тут стоит отметить, что пандемия COVID-19 негативно сказалась на туристических потоках, однако, «по данным АТОР, уже в 2021 г. наблюдается рост на 30%, относительно 2020 г., а доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 выросла еще на 3% по сравнению с 2019 г и составляет 23%» [3]. Таким образом, в 2022 году внутренний и въездной туризм будет находиться под влиянием ковидных ограничений, однако уже многие страны мира и регионы России снимают

многие ограничения, что будет способствовать все большему притоку туристов в Российскую Федерацию.

ГЛАВА 3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 И САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

3.1 Развитие туризма в регионах и малых городах России: вызовы COVID-19

Во второй половине 2020 г. в мире уже пошла волна публикаций на тему «мир после COVID-19», в которых рассматриваются самые разные аспекты – экономические, гуманитарные, экологические, поведенческие и так далее. В условиях самоизоляции резко изменились паттерны потребления, многие традиционные подходы в экономике продемонстрировали свою несостоятельность.

На фоне этих потрясений возникает вопрос: как выжить регионам и малым городам, если внутренний и въездной туризм давно парализован? Где местный туризм может искать ресурсы для своего развития?

Внутренний туризм стал более интересным для туристов, так как растет значение домашнего и близлежащих рынков, однако до 90% местного туризма обеспечивается местными жителями, которые выезжают в поездки в свои регионы. Ключевой точкой роста, с точки зрения автора, должны стать туристические коллаборации, предлагающие интересный и полезный досуг: экскурсии со специалистами, мастер-классы, детские мероприятия, межрегиональные программы и сотрудничество с учебными заведениями.

В 2020 году туристическая отрасль упала на 30%, но в 2021 это падение было отыграно и общий объем даже вырос на 15%. Сейчас по летнему сезону сильно ударила неопределенность в связи с подвешенным состоянием политики и экономики. Главными шагами сейчас является снятие оставшихся коронавирусных ограничений и решение транспортных и инфраструктурных проблем в туристических регионах страны [27].

«СберАналитика собирает большой объем анонимных данных о денежных потоках в РФ, что позволяет составить индекс внутреннего туризма. Ненецкий автономный округ, Волгоградская и Калининградская области стали лидерами по росту турпотока по сравнению с 2019 годом» [41]. Объем

оказанных туруслуг и главные достопримечательности по данным направлениям представлены в Таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Объем оказанных туруслуг и главные достопримечательности лидеров российского рынка по въездному и внутреннему туризму на 2021 г.

Направление	Основные дестинации	Объем оказанных туруслуг		
		2019	2020	2021
Ненецкий АО	1. Центр арктического туризма (этнографический центр); 2. Пустоозерск – Родина русской литературы; 3. Карский метеоритный кратер; 4. Лживая сопка; 5. Ненецкий заповедник; 6. Каменный город и большие ворота; 7. Термальный источник Пым-Ва-Шор; Событийный турим (гонка на снегоходах «Буран-Дей», гастрофестиваль «Тундра», фестиваль «Енава мюд», «Сямяхат Мерета» – праздник оленеводов).	1 433 637,5 тыс. RUB	1 018 573,9 тыс. RUB	1 739 620,3 тыс. RUB
Волгоградская область	1. Мамаев Курган; 2. «Волжская Швейцария»; 3. Озеро Эльтон (одно из самых соленых в Европе); 4. «Метротрам» – скоростной трамвай, часть пути которого проходит под землей; 5. Казанский собор; 6. Природный парк «Донской»; 7. Остров «Сарпинский»; 8. Камышинский краеведческий музей; 9. Музей-заповедник «Старая Сарепта»; 10. Событийный туризм (Камышинский арбузный фестиваль, «Корфест на Волге», фестиваль «Царицын», фестиваль экстремальных видов спорта, фестиваль «Извините, вы не видели Лосева»).	4 218 174,2 тыс. RUB	3 719 653,2 тыс. RUB	4 528 762,0 тыс. RUB
Калининградская область	1. НП «Куршская коса»; 2. Кафедральный собор в Калининграде; 3. Рыбная деревня; 4. Променады и пляж Светлогорска;	1 798 260,0 тыс. RUB	1 091 884,5 тыс. RUB	2 137 841,6 тыс. RUB

Окончание таблицы 3.1

	5. Променада и пляж в Янтарном; 6. Городские ворота Калининграда; 7. Балтийская коса; 8. Виштынецкое озеро; 9. Танцующий лес; 10. Высота Мюллера; 11. Цитадель «Пиллау»; 12. Форт №3 – Король Фридрих Вильгельм I; 13. Музей Балтийского флота; 14. Музей янтаря в Калининграде; 15. Кирха Святого Семейства; 16. Маяк Пиллау в Балтийске; 17. Здание Кёнигсбергской биржи; 18. Мост королевы Луизы в Советске.			
--	---	--	--	--

Примечание: собственная разработка на основе [13,15]

Одним из представленных кейсов также стало исследование турпотока в Югру, которое выяснило, что одной из главных причин поездок в данный регион является рыбалка. Такие данные помогают прорабатывать стратегию маркетинга, вводить новые продукты, менять форматы туристических предложений [33].

«TravelAsk констатировал, что больше всего цены и спрос выросли на Сочи, стоимость жилья увеличилась с 20-30% до 100%, цены на месте также выросли. Выросли и пакетные туры: в зависимости от сезона, на летние и майские праздники они были по цене Турции и увеличивались почти на 100%. В Крыму «ценник» вырос в среднем на 50%» [55].

Эффективное влияние на развитие внутреннего туризма оказала и программа туристического кешбэка за путешествия по стране, которая позволяет не только насладиться красотами родного края, но и сэкономить. Это государственная программа субсидирования путешествий по России, разработанная Ростуризмом, на которую было выделено 6,7 млрд рублей. Так,

туристы могут оплатить поездку по стране картой «Мир» и получить кешбэк в размере 20% от ее стоимости [30].

Возникший в 2020 г. санитарный кризис создает парадоксальную ситуацию. С одной стороны, он вызвал глубокую переоценку ценностей. С другой стороны, кризис привнес и нечто положительное: люди, имеющие семьи, получили прекрасную возможность проводить больше времени с родными и детьми. «Марафон общения» длиной в два-три месяца обнажил одни семейные проблемы и, в то же время, другие проблемы взаимоотношений помог решить, вновь и вновь заставляя людей взаимодействовать на отдельной изолированной территории.

Глобальный бум восстановления экономики, проблемы экологии и природных ресурсов, гуманитарные проблемы оказались в центре внимания не только мировой науки, но и отечественных исследователей, чему способствует реализуемая государственная программа импортозамещения. В частности, развитие отечественного сельского хозяйства – стратегического резерва в условиях закрытых границ – является устойчивой тенденцией сегодняшнего дня. Это дает дополнительные шансы для развития агротуризма, а также других направлений, связанных с ресурсами сельской местности и с учетом природных, историко-культурных и других ресурсов сельской местности. На их основе, помимо известных туристических баз, возникают новые модели организации сельского туризма: глэмпинги; стилизованные «туристские деревни» (ремесленные и культурные центры), «рыбацкие деревни», «охотничьи деревни», кулинарные центры (медовые домики, традиционная русская кухня), спортивные (например, верховая езда, уроки гребли); «исторические» или «национальные» гостевые дома («Дом крестьянина-старожила», «Купеческая усадьба», «Казачье подворье»); агропарки на базе фермерских объединений («Отдых в фермерских хозяйствах»), специализация сельского хозяйства территории на составлении туристских программ (зерноводство, животноводство, садоводство) и др. [54,68]

Сельский туризм в Российской Федерации считается молодым направлением, с наиболее активным развитием в Ленинградской области, Алтае, Калужской, Иркутской, Самарской областях и Чувашской Республике. Для региона это означает не только комплексное развитие сельских территорий, но и повышение занятости населения, доходов и уровня жизни. Например, в Алтайском крае по программе «Устойчивое развитие сельских территорий 2012-2020». Местным бизнесменам выделены гранты, бренд развивается. Кстати, пилотный маршрут в районе «Малое Золотое кольцо Алтая», проходящий по курорту Белокуриха, в основном через поселки [68].

По состоянию на 2021 год в стране будет около 4 500 объектов размещения сельского туризма, в том числе 3 500 сельских гостевых домов и

около 1 000 фермерских домов. Таким образом, количество средств размещения в агротуризме составляет лишь 22% от общего предложения средств размещения в секторе сельского туризма.

Агротуризм набирает популярность в Европе и Юго-Восточной Азии. Еще до пандемии иностранные туристы были готовы ездить в Россию не только на классические экскурсии по Москве и Санкт-Петербургу, но и за яблоками и клубникой, а также органическими обедами на фермах Тверской области.

Автор считает, что въездной туризм потребует больше элементов агротуризма, чем когда-либо, после того, как уже действующие ограничения COVID-19 будут сняты. В таблице 3.2 представлена актуальная информация об ограничениях в связи с COVID-19 в отдельных туристических регионах России по состоянию на 27 апреля 2022 года.

Таблица 3.2 – Правила посещения туристических регионов Российской Федерации в условиях пандемии COVID-19

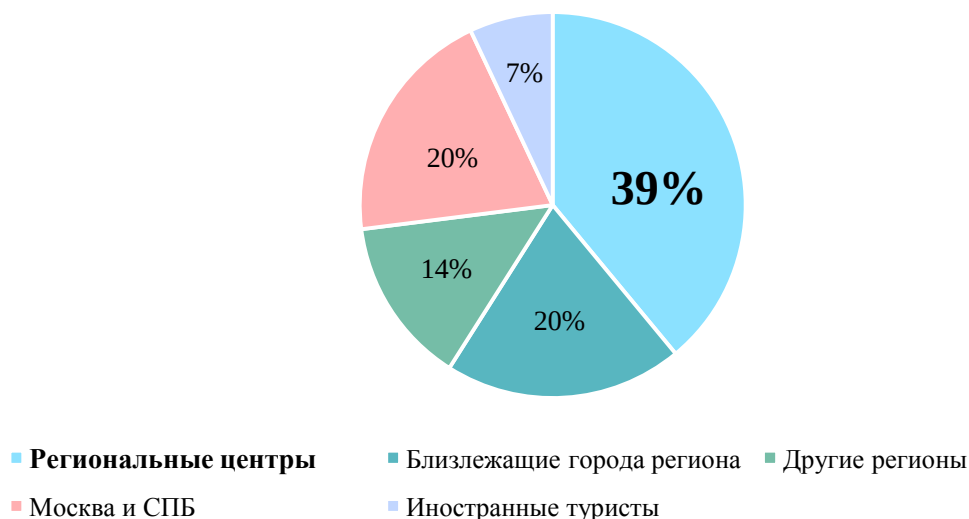
Регион	Правила
Волгоградская область	работают отели, гостиницы, санаторно-курортные организации области. При заселении справку на COVID-19 предъявлять не нужно
Калининградская область	гостиницы и другие коллективные средства размещения действуют по всему региону. По приезду не требуется ПЦР-тест или справка о прививках от ковида
Ленинградская область	вход в театры, кино, цирки, бассейны будет возможен только при предъявлении сертификата о вакцинации, документа о перенесенном заболевании или отрицательном ПЦР-тесте
Московская область	необходимость предъявления документа о вакцинации, справки о перенесенном COVID-19 и ПЦР-теста принимается гостиницами в частном порядке, информацию о правилах заселения необходимо уточнять у непосредственно в гостинице
Новгородская область	в санаториях могут запросить справку. Для размещения в гостинице необходим паспорт и, на выбор: ПЦР-тест, ковид-сертификат о прохождении вакцинации или выздоровления после коронавируса

Примечание: собственная разработка на основе [36]

«Как рассказала на семинаре Экспертного совета представитель туроператора KPM Group Оксана Трифонова, у зарубежных партнеров

компании сейчас есть заинтересованность во включении элементов агротуризма в типовые программы в России (например, в «День на формат «ферма»») [65].

География туристов, посещающих объекты сельского туризма представлены на рисунке 3.1.



Ри
сун
ок
3.1
–
Ге
огр
аф
ия
тур
ист
ов,
пос
ещ
аю

щих объекты сельского туризма [68]

Таблица 3.3 – Экономическая оценка развития сельского туризма в РФ (данные 2021 г.)

География туристов	В % от общего кол-ва	Кол-во человек	Средний чек в сутки, RUB	Общий доход от объектов агротуризма, млн RUB
Региональный центр	40	3 230 000	1 700	4 730
Соседние города региона	21	1 700 000	1 600	2 500
Другие регионы	14	1 120 000	2 000	2 240
Москва и СПб	21	1 700 000	2 600	5 000
Другие гос-ва	7	560 000	3 500	1 960
Итого:	100	8 000 000		15 280

Примечание: собственная разработка на основе [15]

Средняя продолжительности посещения объектов сельского туризма по данным Росстата на 2021 год составляет 2-3 дня. Соответственно по оценке

автора, усредненный доход местных жителей в сфере сельского туризма в России составляет около 30 млрд RUB в год.

Однако существует ряд ключевых проблем, которые сдерживают прорывное развитие агротуризма. К ним относятся:

1. В Российской Федерации отсутствует комплексный подход, по развитию сельского туризма, что влечет за собой отсутствие внимания к агротуризму как к реальному способу пополнения госбюджета;
2. Слаборазвитая сельская логистика и туристическая инфраструктура;
3. Нехватка квалифицированных кадров;
4. Отсутствие единых стандартов качества, обслуживания и объема услуг.
5. Сложный процесс преобразования земель сельскохозяйственного назначения в земли рекреационного назначения.

Таким образом, автором были разработаны следующие предложения для развития сельского туризма:

1. «Совершенствование законодательства Российской Федерации о регулировании деятельности в сфере сельского туризма (внесение изменений в Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ)» Часть «Общие положения о местном самоуправлении Российской Федерации» «исключает вопросы развития из важных вопросов местного туризма. Кроме перечня, в федеральное законодательство включены такие термины, как «сельский гостевой дом» и «сельская усадьба»)» [60];

2. Государственная поддержка (увеличение финансирования из муниципальных бюджетов и др. мероприятий, направленных на развитие туризма);

3. Усовершенствовать правовое регулирование в сфере агротуризма (ввести новый вид экономической деятельности, определяемый как «деятельность в сфере внутреннего агротуризма», сформулировать законопроект о грантовой поддержке региональных ассоциаций, объединяющих предпринимателей агротуризма). и др.);

4. Упростить требования к владельцам объектов агротуризма (упростить требования к отдельным участкам для продажи туристам собственной сельхозпродукции, сформулировать системы социального обеспечения и льгот для профессиональных туроператоров, занимающихся агротуристической продукцией и т.д.);

5. Строительство инфраструктуры сельского туризма;
6. Обеспечить профессиональную подготовку персонала, разработать учебные пособия и организовать курсы в соответствии с рыночным спросом отрасли;

7. Создать эффективную систему информации и рекламы туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках, ориентируясь на сельский туризм;
8. Регулярно организовывать крупные региональные фестивали сельского туризма.

Таким образом, могут развиваться не только сельские районы, но и малые города. Об этом также говорил Президент Российской Федерации на Форуме малых городов и исторических поселений, который состоялся в Коломне 17 января 2018 года [57]. По мнению Президента Российской Федерации, «малые города являются важной составляющей, в которой отечественная история и культура в значительной степени сконцентрированы, при этом каждая из них имеет свои особенности» [57].

По мнению автора, всенародное голосование или референдум – прекрасная возможность узнать реальные пожелания и ожидания граждан, но проведение этого мероприятия в масштабах большой страны целесообразно только в исключительных случаях. В то же время в условиях местного самоуправления – в регионах, областях, отдельных городах – больше возможностей проводить опросы жителей, узнавать их мнение, пожелания по его дальнейшему развитию. Возможно даже создать маленькое самодостаточное «государство в государстве», как, например, это сделал подмосковный совхоз имени В.И. Ленина, проводящий активную социальную политику [16].

Также стоит отметить, что в России в 2020 году период самоизоляции совпал с четвертой учебной четвертью для школьников. Родители были вынуждены помогать своим детям справляться с онлайн-обучением через собственную удаленную работу, что добавило определенной напряженности в обществе. И это на фоне продолжающихся дискуссий о широком и повсеместном переходе российского образования на дистанционные форматы, что не лишено оснований.

В качестве примера можно привести «Национальный проект «Образование» на сайте Минобрнауки. Он позволяет создать современную образовательную систему в условиях цифровизации.

Другой пример – благотворительная деятельность Сбербанка. фонда «Вклад в будущее», что само по себе вызывает много вопросов. Почему это делает не государство, а финансовые институты, это только один из вопросов. Российские граждане, пережившие множество потрясений, давно поняли, что банки не делают ничего просто так. Как ни странно, даже благотворительные фонды позволяют банкам зарабатывать дивиденды, чему способствовали статьи в СМИ и некоторое освещение на образовательных конференциях [26].

Опасения родителей понятны: дистанционное обучение влияет на здоровье детей, вынуждает подолгу находиться перед мониторами

компьютеров, нарушает социальный процесс детей, оторванных от сверстников. Неизбежно страдает качество школьного образования: учащиеся не получают качественной и своевременной обратной связи от учителей, трудно формируются и закрепляются учебные навыки.

Положительным моментом в этой ситуации является то, что удаленные технологии набрали сильные обороты. Им не нужно привязываться к стенам школы, ездить на транспорте (если школа находится далеко от места проживания ребенка) или платить за школьное питание.

Нет сферы, в которой бы технология удаленной работы в той или иной мере не тестировалась во время карантина. В онлайн вышли не только образование, но и бизнес, и культура. Возвращаясь к теме влияния глобальной пандемии на туристическую индустрию, авторы отмечают, что это позитивное время во время самоизоляции, когда как крупные туристические компании, так и энтузиасты-путешественники «подстегивают» туристическую индустрию. Также за счет развития информационных технологий онлайн тур. Многие туристические агентства разработали и разместили на YouTube свои виртуальные туры по музеям, святым местам, городам и странам, как для детей, так и для взрослых. Благодаря этому у людей есть много возможностей совершать виртуальные туры куда угодно бесплатно или по низкой цене [61].

Особого внимания заслуживают культурно-просветительские мероприятия для школьников в рамках образовательного туризма. Об уровне интереса к теме в научном сообществе можно судить по количеству опубликованных статей. Так, если по запросу «Культурно-просветительская деятельность школьников» в Google Scholar с 1950 по 2000 г. было 18 публикаций, то с 2000 г. по настоящее время только в 2020 г. их было 2070. Между тем в реальности ситуация в России далеко не радужная. Проблемой в сельской местности и малых городах является отсутствие занятий для школьников и молодежи, поэтому дети и подростки попадают в зависимость от таких отраслей, как алкоголь, табак, компьютеры и игры. В поисках новых ощущений и развлечений, в условиях постоянной занятости родителей, при отсутствии системы воспитания и единой образовательной среды подрастающее поколение вынуждено заниматься самостоятельно, не лучшим образом. Вот почему в маленьких городах много подростков с аддиктивным поведением. Образовательный туризм может решить эту проблему [44].

По мнению Селиванова С.И., автора учебника «Инвестирование в образовательный туризм в России», существующей в стране школьной системе необходимо дать возможность свободно развиваться [52]. Одним из таких ресурсов могут быть школьные культурно-познавательные туры. Система образования может быть реализована через сеть образовательных и культурных учреждений – объединение их возможных ресурсов, а также повышение

качества подготовки специалистов, повышение эффективности реализации образовательного процесса за счет высвобождения финансовых средств и приобретения дополнительных ресурсов. Туризм стал образовательной технологией, как важная часть школьной культурно-просветительской деятельности, позволяющей совмещать школьные предметы с жизнью.

Образовательный туризм для школьников за последние несколько лет стал стратегически важным направлением. Поэтому правительством Российской Федерации реализуется ряд целевых программ по развитию культуры и туризма для молодежи, в частности школьников.

На основе Федеральной программы развития образовательного туризма разработан и активно реализуется Всероссийский проект «Выездные уроки». Представленный Министерством культуры Российской Федерации и Российской Федерацией индустрии туризма проект направлен на создание туристических маршрутов в сочетании со школьным образованием, курсами визуализации «в реальном времени», одним из основных трендов в мире подросткового возраста. Образовательные экспедиции по истории, географии, биологии, литературе, физике, химии, математике и т.д. доступны практически в каждом регионе России.

В музеях есть квесты, полевые занятия для школьников любого возраста. На фестивалях, профессиональных выставках, в парках есть множество мест, где можно погрузиться в ту или иную историческую эпоху, моделируя условия жизни любого географического района. С октября 2015 года в музеях Москвы и Московской области проводятся олимпиады «Музеи. Парки. Усадьбы» для школьников, что не только способствует повышению информированности школьников и их родителей, расширению их кругозора, формированию детского общего картину мира и развивать представления о конкретных областях знаний, информировать о существовании или наследии конкретных музеев, парков, а также повышать школьные рейтинги и привлекать своих учеников к новой форме контроля знаний, такой как музейная олимпиада [27].

Поэтому возможностей для развития культурно-познавательного туризма в России сегодня достаточно много. Еще одна важная составляющая – отсутствие согласованности, создание единой культурно-образовательной среды, способствующей формированию образовательного и профилактического пространств.

В заключение автор подчеркивает следующее:

1. Трудности, которые будут проявляться, означают, что, безусловно, будет «до» и «после» COVID-19. Сейчас усилия должны быть направлены на то, чтобы рационально направить хаос, который неизбежно наступит, если не принять необходимых мер. В частности, для туризма и бизнеса это должна

быть не столько финансовая поддержка путем всевозможных бюджетных «вливаний», сколько отсутствие препятствий для развития, стимулирование и адресное поощрение инициатив со стороны государства не только путем грантовой поддержки, но и системой премий и бонусов за честность конкретной компании, ее стабильность, за выполнение взятых на себя обязательств перед клиентами.

2. Сфера туризма (особенно в малых городах РФ) может получить гораздо больше, если будет привлекать местных жителей, желающих участвовать в возрождении храмов своей малой Родины, сдавать туристам свое свободное жилье, способных создавать видео и писать заметки о родном городе или крае, в котором живут, умеющих грамотно проводить как очные, так и онлайн-экскурсии и т.д., а также частный бизнес, государственные гранты для молодежи и общественных движений. Конечно, это потребует сертификации, некоторых личных вложений, но люди должны понимать, что эта система работает надежно, честно и максимально «прозрачно».

3. Одно главное и непереносимое условие для развития туризма и бизнеса в регионах и малых городах – это эффективное взаимодействие местной власти и жителей в деле туристического обустройства своих территорий, а формы могут быть разными. Лишь в этом случае как у жителей, так и у гостей регионов не только сформируется доверие к местной власти, но и возникнет желание создавать, развивать, разрабатывать и вкладывать в развитие сферы туризма, бизнеса своего региона не только личные средства, но и душу.

3.2 Развитие внутреннего туризма в регионах России в рамках санкционного давления

Санкционное давление значительно осложнило путешествие граждан Российской Федерации за рубеж. В связи с этим внутренний туризм стал набирать большую популярность среди граждан.

«По данным за 2019 год, в России насчитывается 1 117 городов, в них проживает около 75% населения страны» [60]. «Число средних городов, где проживают от 50 тыс. до 100 тыс. человек, – 150, тех, где меньше 50 тыс., – 794» [60]. «На эти города, согласно той же статистике, приходится 26,2 млн человек, или 25,5% всего городского населения» [58].

«Население малых городов стремительно сокращается, многие переезжают в крупные агломерации за стабильным заработком и

разнообразным досугом» [58]. Меры, которые хотя бы немного могли затормозить данный процесс, принимаются не всегда оперативно. Многие города просто не успевают за современными трендами.

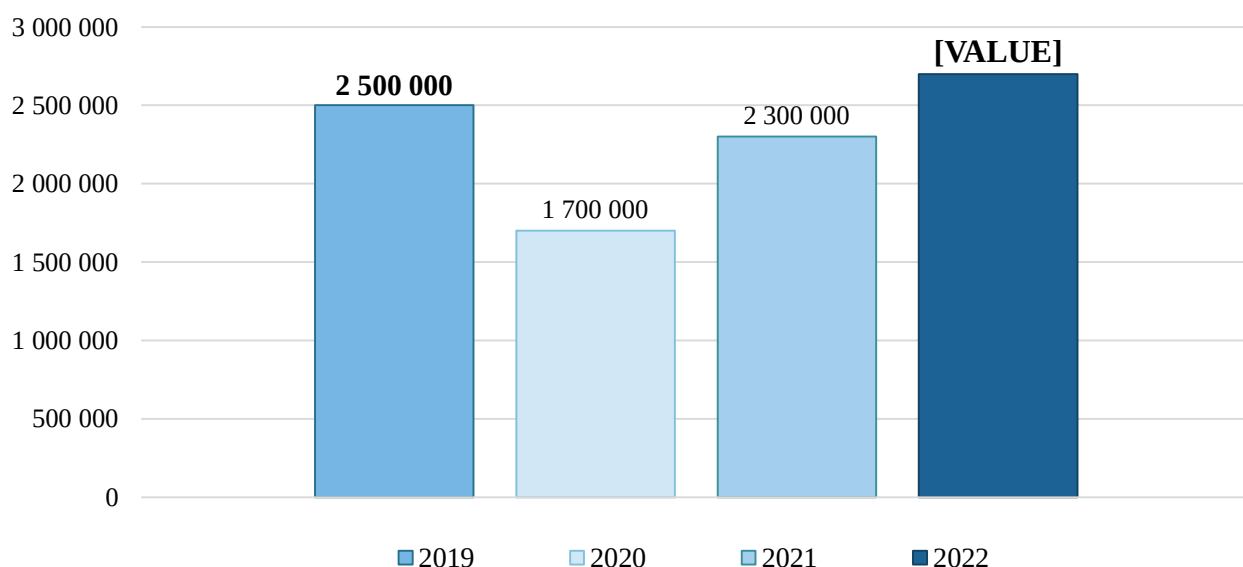
«Несмотря на это, в современном мире с его мобильностью и возможностью работать удаленно, как показал COVID-19, малые города имеют большой потенциал для сохранения и жизни в них. За такими городами при определенных условиях может быть будущее как в плане туризма, так и своеобразного дауншифтинга» [58].

Малые города условно можно разделить на три категории: исторические, промышленные, а также смешанные. Они нередко обладают историческим наследием, которое выражено, например, в фабричных постройках.

При этом сохранение исторического наследия в данном контексте – это не космические деньги больших городов, а вложения быстро окупятся хотя бы с репутационной точки зрения. Более подробно использование потенциала промышленного туризма для развития региона будет рассмотрен в пункте 3.3.

К основным точкам притяжения малых городов можно отнести несколько улиц, пару площадей, набережную. Создать комфортабельную городскую адаптацию здесь намного проще, особенно если разобраться в государственных программах поддержки и дотаций. «В 2021 году под эгидой ДОМ.РФ и Минстроя России прошел конкурс на разработку типовых проектов индивидуальных и многоквартирных жилых домов, а также социально-культурных объектов» [56]. «По его итогам формируется общедоступный реестр лучших проектов, которые впоследствии можно будет использовать» [56].

На данном этапе стоит акцентировать внимание на том, что дальнейшая судьба отрасли напрямую зависит от ее участников и глобальных событий. На данном этапе возникает вопрос: как теперь спасти город? Прежде всего, будущее остается за городами с высоким туристическим потенциалом и активным деловым сообществом. Поэтому стоит больше внимания уделять мероприятиям и форматам для привлечения бизнеса и подготовки инвестиционных проектов. Совместно с представителями бизнеса необходимо



сформировать команды, которые разделят обязанность и ответственность за реализацию проектов.

Рисунок 3.2 – Занятость населения в туристической отрасли РФ в год [37,58]

«Руководитель Ростуризма Зарина Догузова сообщает, что в текущем 2022 году планируется не только удержание занятости в туризме, но и увеличение. В этом году будет работать не менее 2,7 млн человек, включая сезонных работников» [35]. По мнению автора, это очень хороший результат, так как он выше доковидного (Рисунок 3.2).

Однако не стоит забывать о том, что несмотря на то, что внутренний туризм в рамках геополитической нестабильности становится популярным направлением для граждан Российской Федерации, также, как и другие сферы экономики, находится под большим ударом. Основные проблемы и способы их решения представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Основные проблемы, затронувшие туризм в Российской Федерации в период 2019-2022 гг. и способы их решения

Проблема	Решение
Уход с рынка Booking.com и Airbnb	Развитие и реклама альтернативных отечественных сервисов: Ostrovok.ru, Туту.ру, Суточно.ру, Командировка.ру и др.
Падение спроса на услуги туроператоров въездного-выездного туризма	Переориентация на внутренний рынок
Авиационный флот (техническое обслуживание самолетов и их программного обеспечения)	Принятие закона, который облегчит перерегистрацию самолетов иностранных лизингодателей в российском реестре
Финансовые взаимоотношения между туристическими компаниями, их клиентами, банками и партнерами	Переход на азиатские платежные системы, проведение транзакций через «третьи страны»
Стагнация въездного туризма	Открытие российского неба для иностранных перевозчиков, которые смогут работать на территории РФ (азиатское направление)

Примечание: собственная разработка на основе [63,64]

Таким образом, важна совместная работа бизнеса и государства, чтобы компании выдержали санкционный удар с помощью согласованных решений. Автор отмечает, что все вопросы вероятных мер поддержки нужно обсуждать комплексно, задумываясь об их эффективности в рамках реальной экономики.

Что касается Booking.com, то данный портал за счет своего рекламного бюджета, выкупая, по сути, весь коммерческий трафик, был исторически монополистом на российском рынке. Альтернативные площадки были заблокированы. Однако сейчас будет наблюдаться бодрое развитие

альтернативных отечественных сервисов, что свидетельствует о полноценном импортозамещении в этом направлении [50].

Ситуация с переходом на азиатские платежные системы может стать драйвером для большего потока азиатских туристов в Россию и развития въездного и внутреннего туризма. Важно искать возможности для удовлетворения новых потребностей клиентов, в том числе в вопросе получения иностранной валюты в длительных поездках. По мнению автора, остановка деятельности не в интересах отрасли, и нынешний кризис скорее станет толчком к развитию новых возможностей, чем к развалу отрасли.

Динамика рынка и изменение цен на билеты будут зависеть от того, будут ли российские авиакомпании переписывать на свой баланс иностранные воздушные суда в лизинг, а также решать вопросы, связанные с их техническим обеспечением. Окончание пандемии коронавируса и открытие азиатских направлений придаст дополнительный импульс развитию рынка и не позволит ему ориентироваться исключительно на внутренний туризм, что негативно скажется на местной инфраструктуре из-за нехватки средств размещения.

«В качестве одной из мер поддержки локальных инициатив Ростуризм запустил грантовую поддержку МСП в туристической отрасли и выделил 3,5 млрд руб. на субсидирование развития объектов туристической инфраструктуры в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»: на реализацию общественных инициатив: обустройство пляжей и туристических маршрутов, создание системы навигации, создание модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпингов, поддержку предпринимателей, которые развивают туристическую инфраструктуру в своих регионах» [54]. «Акцент будет сделан на создании безбарьерной туристической среды, приобретение туристического оборудования, создание и развитие активных турмаршрутов, аудиогидов» [54].

Также стоит отметить, что «в марте 2022 года в рамках деловой программы выставки МИТТ прошли II Форум лидеров туристической отрасли, серия образовательных семинаров для представителей турбизнеса МИТТ Академия, тематические конференции МИТТ Digital, МИТТ MICE, Школа развития регионального туризма – всего 14 конференц-сессий, на которых выступили 137 спикеров» [64].

Деловая программа МИТТ 2022 стартовала аналитической сессией «Российский турист под санкциями. К чему готовиться отрасли?»

«Эксперты, принявшие участие в пленарной сессии «Туризм новой реальности», обсудили ожидания и прогнозы на ближайшее будущее. Основной темой стали ключевые тренды и доступные шаги в условиях геополитической нестабильности» [64].

Автор также отмечает, что «Федеральное агентство по туризму 25 марта 2022 запустило новую программу «Мы вместе.Туризм» в рамках большого общероссийского проекта #МЫВМЕСТЕ. В рамках программы Ростуризма отельеры и туроператоры предложат туристам возможности и специальные скидки для комфортных и интересных путешествий по стране» [60].

«Программа Ростуризма «Мы вместе.Туризм» направлена на повышение доступности и привлекательности внутренних направлений за счет новых интересных предложений в отелях и на туристических маршрутах на территории страны. Реализация программы также позволит повысить информированность о возможностях отдыха в России» [60].

Ростуризм пригласил туроператоров и отели к участию в программе. Участникам предлагается разработать специальные турпродукты для посетителей. Они могут включать скидки, подарки, которые дарят, например, при заселении в гостиницу или посещении достопримечательностей.

Таким образом, резюмируя все вышесказанное, необходимо сделать следующие выводы:

1. «Самое важное, что нужно делать именно сейчас, – это уделять особенное внимание сохранению исторической среды и развитию локальной идентичности» [60]. «Это одно из конкурентных преимуществ развития туристической привлекательности города не только на местном, но и региональном уровне» [60].

2. «Требуется развивать маркетинг как важную составляющую развития креативного туристического продукта, новых сервисов бронирования, проработать план мероприятий по продвижению локального продукта и туристического потенциала» [60]. «Данные инициативы будут способствовать созданию рабочих мест и экономической эффективности городов и регионов» [60].

3. «Не менее важно подумать о коллаборациях с другими объектами регионального притяжения и городами, особенно в рамках туристических маршрутов» [60]. «Они смогут сформировать турпоток, т.к. люди все реже выбирают конкретную локацию для путешествий, а хотят получить как можно больше опыта и впечатлений от поездки» [60]. «Маршрут становится точкой роста для развития креативных туристических продуктов с акцентом на локальную идентичность и погружение гостя в самобытность территории» [60].

3.3 Определение перспективных туристских продуктов и способы их продвижения

Во многих российских регионах ведется разработка стратегий и планирование развития туризма, однако региональный туризм пока не имеет единого методологического и концептуального обеспечения, а существующая потребность в нем, в связи с коронавирусными ограничениями и геополитической обстановкой, для улучшения качества разработок Концепций и Стратегий туристско-рекреационного регионов усиливает актуальность исследований в данном направлении. Таким образом, автором были определены перспективные направления развития туристского сектора в определенных регионах Российской Федерации.



Рисунок 3.3 – Перспективные виды туризма в Российской Федерации
[Собственная разработка]

Семейный туризм:

1. Создание турпродукта на речных и озерных побережьях в сочетании с аквапарками и шопингом, например, «Русская Турция», в регионах страны. Пример данного турпродукта формируется в Казани вместе с Лаишевским районом и поселком городского типа Камское устье, которое в ширину занимает 40 км [61].

2. Создание многопрофильных турпродуктов на основе традиционных маршрутов. Например, на маршруте «Золотое кольцо России» создание пляжных зон отдыха, формирование на данном маршруте событийных мероприятий, а также развитие делового туризма, например, в Иванове, Ярославле и Суздале [44].

3. Популяризация в каждом регионе Российской Федерации центров семейного туризма, с помощью создания тематических парков («Мастерславль» в Москве, «Диво Остров» в Санкт-Петербурге и др.), океанариумов («Аква-Галерея» в Екатеринбурге, в ТРЦ «РИО» в Москве, «Планета Нептун» в Санкт-Петербурге и др.), технических музеев и др. Автор отмечает, что есть значительный потенциал в торговом комплексе с ресторанами, магазинами, крытым парком развлечений, океанариумом, входящим в рейтинг ТОП-25 в Европе, и кинотеатром «Сити-град» под Воронежем [44].

4. Развитие в каждом регионе круглогодичных детских курортов, санаториев и пансионатов с познавательно-развлекательным профилем. Например, детский санаторно-оздоровительный лагерь круглогодичного действия «Дон», расположенный на побережье Черного моря, резиденция Деда Мороза в Великом Устюге, где есть возможность посетить почту Деда Мороза.

5. Совершенствование инфраструктуры для туров выходного дня, а именно в районах, прилегающих к крупным городам и областным центрам, например в Воронежской области – Рамонский район, в Якутии – Хангаласский улус и т.д.).

Культурно-познавательный туризм:

1. Создание новых межрегиональных культурных маршрутов. По мнению автора, наиболее перспективным является объединение в маршрут Окского бассейнового округа, который включает ряд старинных городов, имеющих большую историко-культурную ценность, а также различных заповедников от Орла до Нижнего Новгорода. Таким образом, на данном маршруте возможно сочетать культурно-познавательный туризм с религиозным, пляжно-купальным и экологическим видами туризма.

2. По аналогии проекта «Культурная столица Европы» запустить проект «Малая столица России». Подобный проект был успешно реализован в Приволжском федеральном округе в 2006 г. в рамках Всероссийского фестиваля «Живое наследие – мост в будущее» [62].

3. В рамках каникулярного периода у школьников в сочетании с образовательным туризмом популяризировать культурно-познавательный туризм. Разрабатывать турпродукты познавательных экскурсий на основе интерактивной карты локальных культурных брендов России «Живое наследие».

4. Так как Российская Федерация является многоконфессиональным государством, способствовать формированию туров по наследию мировых религий, например, например, в Иркутск, Казань, Биробиджан (семейские старообрядцы), Забайкалье, Дагестан, Астрахань и др. [21,39]

Лечебно-оздоровительный туризм:

1. Создание и восстановление сервиса речных круизов по великим рекам России. Водные маршруты северных рек могут презентоваться и как экзотические, и как региональные краеведческие (для жителей отдаленных регионов) направления (например, маршрут по Енисею уже запущен). Маршруты по Волге, Оке и Дону – как совмещающие культурный туризм и пляжный отдых [6].

2. Популяризация Национальных парков и природных заповедников, где оздоровление может происходить как в пассивной, так и в активной форме. Среди наиболее известных парков стоит отметить «Байкальский заповедник», Национальный парк «Валдайский», «Кенозерский Национальный парк» и др. Так как среди посетителей данных направлений часто являются самостоятельные туристы, передвигающиеся на автомобиле, необходимо отработать комфортную логистику, создать навигацию, сервисы и необходимую инфраструктуру.

3. Русская баня является одной из древнейших в мире, поэтому автор считает, что традиции русской бани должны продвигаться туристических продукт не только для отечественного рынка, но и на экспорт, за счет чего будут снижены сезонные ограничения на пляжных курортах. Таким образом, необходимо продвигать круглогодичное расширение термальных комплексов в каждом регионе Российской Федерации, в особенности недалеко от северных городов. Одним их эксклюзивных и люксовых продуктов является Баня на Красной Поляне БАНЬСКЪ в Краснодарском Крае.

4. В условиях пандемии COVID-19 люди стали задумываться о своем здоровье, что повлекло за собой увеличение спроса на отдых в санаторно-курортных комплексах, которых в Российской Федерации насчитывается 1 211. Однако по мнению автора данные направления необходимо сочетать с активным отдыхом, например, пеший тур через горы Адыгеи, а затем остановка в санатории «Лесная сказка».

Корпоративный туризм:

Необходима организация целостной системы продвижения и координации MICE-мероприятий, проводимых в регионах Российской Федерации. Среди лидеров рынка по организации деловых встреч, вебинаров и конференций, стоит отметить такие компании, как SOLBY, ВизаКонкорд, Демлинк, МахiMise, однако, по мнению автора, необходимо создать систему организации и контроля данных мероприятий, специализирующихся на каждом конкретном регионе страны, в ходе которой будет создана не только атмосфера деловой встречи, но и развлекательная программа, экскурсионные туры по региону для делегаций.

Президентом Российской Федерации на Пресс-конференции 12 апреля 2022 года верно было отмечено, что в ходе сотрудничества с

высокотехнологичными экономиками страна «подсела» на чужие технологии и продукты, перестала развивать свои компетенции и свои инженерные школы на определенных направлениях, конечно имея в виду и достижения других стран. По этой причине считаю важным упомянуть развитие промышленного туризма.

В настоящий момент **промышленный туризм** может быть составной частью туристского предложения, а также способствовать развитию бренда каждого региона Российской Федерации и повысить их конкурентоспособность. Автор отмечает, что восприятие людьми определенной территории формируется также за счет предприятий, которые имеют богатую историю, имеют интересный производственный процесс, а также выпускают брендированный продукт (в частности, связанный с историей города).

Важнейшим драйвером развития туристической деятельности в конкретных регионах страны является непосредственная коммуникация бизнеса и потребителей. Поэтому промышленный туризм можно использовать как часть маркетинговой политики туристских предприятий, что создает дополнительное впечатление. Усилия по созданию туров по фабрикам стимулируют, например, продажи промышленных товаров, тем самым повышая лояльность потребителей. Как это происходит? Туристические компании создают туристические продукты таким образом, что это не только обычный производственный тур, но и, например, день открытых дверей или дегустация, которая не только убеждает туристов в качестве своей продукции, но и позволяет принять участие в процессе производства, тем самым повышая лояльность потребителей.

Кроме того, следует отметить, что развитие промышленного туризма оказывает положительное влияние не только на туристов, но и на потенциальных работников предприятий. При этом экскурсии по предприятию могут быть включены в его кадровую политику. Это происходит следующим образом. Например, создать туры на более профессиональном уровне для студентов или школьников, желающих развиваться в рамках данного предприятия, продемонстрировать свои производственные возможности и озвучить свои требования к сотрудникам.

В ходе своего исследования автором было установлено, что российские промышленные предприятия находят потребителей и контактируют с ними сами или через посредников (например, профориентационные турфирмы). Транснациональные корпорации не привлекают третьих лиц во взаимодействие с потребителями.

В результате анализа автор отмечает, что Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата также участвует во взаимодействии промышленных предприятий в развитии регионального туризма. Например, организует посещение представителями промышленных предприятий, участвующих в

бизнес-сфере. Это преследует одновременно две цели: продемонстрировать производственный потенциал и компетентность, а также понять историческое промышленное наследие [34,45].

Также автор рассмотрел особенности развития промышленного туризма в Санкт-Петербурге. Санкт-Петербург – всемирно известный город культурно-исторического туризма, что определяется его богатым наследием. Однако, если рассматривать историческую траекторию развития, производство во многом определяет не только развитие самого города, но и развитие России в целом. Среди важных промышленных предприятий Санкт-Петербурга внимания заслуживают Императорский фарфоровый завод, Петродворцовый часовой завод «Ракета», Кронштадтский морской завод и ювелирный завод «Русские самоцветы» [47].

В рамках исследования, проведенного Высшей школой экономики РФ в 2015-2016 гг., основными заинтересованными сторонами промышленного туризма в Санкт-Петербурге были определены: российские и транснациональные компании-производители и туристические компании в качестве посредников. Путем интервью с представителями компаний были проанализированы ожидания и последствия туристической деятельности.

Всего было взято 16 интервью, из которых следует отметить следующие:

1. С российскими компаниями (ЗАО «Аист», ОАО «Любимское краевое кондитерское объединение», ООО «Петрохолод», ООО «НОРД-ПЛАСТ»);
2. С посредниками (туроператоры «Авантаж-Тур», «Странник», ООО МТК «Санкт-Петербургский спутник, ООО «Промир»);
3. С транснациональными компаниями (ООО «Пивоваренная компания «Балтика», ООО «Фацер», ООО «Данон Россия») [63].

Для анализа потенциала развития промышленного туризма в субъектах Российской Федерации автором был проведен SWOT-анализ, представленный в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – SWOT-анализ промышленного туризма в РФ

Сильные стороны	Возможности
- недорогие и конкурентоспособные виды путешествий; - наличие достаточного количества объектов в стране для показа; - наличие компонентов познавательного и образовательного туризма, способствующих улучшить знания граждан Российской Федерации о своей стране и регионе; - увеличение внутреннего турпотока в российский регион	- продвижение конечной продукции; - укрепление корпоративного имиджа; - привлечение будущих талантов путем посещения производственных объектов в рамках профориентационной работы в образовательных организациях; - содействие инновационному успеху в регионе; - защита индустриального наследия; - создание новых рабочих мест
Слабые стороны	Угрозы
- отсутствие туристического имиджа коммерческого субъекта;	- вопрос о нарушении коммерческой тайны; - вопрос безопасности;

- дополнительные расходы на создание корпоративных музеев, разработку сувенирной продукции; - отсутствие законодательной базы для поддержки развития промышленного туризма	- острая конкуренция со стороны других видов туризма; - нарушение производственного цикла хозяйственных операций
---	---

Примечание: собственная разработка

«Уровень возможностей промышленного туризма зависит от уровня потенциала туристической отрасли в целом, который тесно связан с экономическим благополучием стран, регионов и конкретных хозяйствующих субъектов» [47]. Для улучшения конкурентных преимуществ внутреннего и въездного туризма России по уровню экономического развития необходимо решить следующие задачи:

1. Повышения качества организованных посещений на промышленные объекты;
2. Повысить уровень подготовки отечественных предприятий к приему туристов на территории Российской Федерации;
3. Создать внутри предприятия интерактивный корпоративный музей;
4. Развивать туристические бренды в промышленных регионах.

Автор также указывает, что развитие туризма должно учитывать реализацию права граждан на отдых как важную часть качества жизни, а также в контексте обеспечения здоровья нации и развития человека. столица. Следует признать, что в среднесрочной перспективе туризм превращается из прибыльной (хотя и малорентабельной) отрасли в отрасль, которая носит скорее социальный, чем коммерческий характер. Его следует рассматривать с позиций обеспечения нормального социального самочувствия граждан, а не с позиций развития бизнеса и площадок сбора налогов. Такие отрасли, как социальное предпринимательство, работающие не по найму гиды, гиды, владельцы гостиниц, местные организаторы мероприятий и маршрутов, образуют обширное поле.

Крупные и средние корпоративные организации будут представлены крупными гостиничными комплексами и сетями, а также крупными туроператорами, значительная часть которых в среднесрочной перспективе окажется в острой стадии кризиса. Ожидайте, что их банкротство сократит турпоток на 20-30% (что в любом случае реально). Более того, в среднесрочной перспективе трудно рассчитывать на сохранение хотя бы значительной части докризисных налоговых поступлений отрасли [44].

В связи с этим предлагаются такие антикризисные меры, как продление кредитных каникул, двукратное снижение социальных отчислений (до 15,1%) и снижение ЕНВД для смежных МСП. Также существует потребность в реализации новых и существующих туристических проектов, составляющих

основные региональные туристические потоки, и необходимо выделение субсидий из федерального бюджета.

Далее необходимо улучшить цифровизацию туризма, так как стоимость поддержки Российского туристического портала превысила 142 млн рублей, которая не помогла увеличить посещаемость, и данный портал так и остался малоизвестным. Поэтому туристической отрасли необходима высококонкурентная интернет-платформа, внедрение антивирусных технологий для туристических услуг, запуск телепрограмм типа «Орел и Решка» на федеральных каналах страны для продвижения разных видов туризма в разных регионах Российской Федерации.

Все вышеперечисленные меры позволят индустрии въездного и внутреннего туризма региона Российской Федерации в течение нескольких лет выйти на активное развитие и нарастить свой огромный потенциал.

В заключение необходимо сделать вывод о том, что Российская Федерация сталкивается с рядом проблем, сдерживающих развитие туристической экономики. В основном это COVID-19 и санкционное давление. Однако следует отметить, что эти вопросы могут стать движущей силой развития внутреннего и въездного туризма в ближайшем будущем.

«Посткоронавирусная» жизнь неизбежно будет другой, с новыми возможностями, новой доступной и более гибкой образовательной и деловой средой, меньшей зависимостью от вспышек пандемии. Такая среда также удобна в ситуациях школьного карантина, внешкольного обучения, сезонных заболеваний школьников, удаленности от учебных заведений и т. д.

Со стороны государства должно быть снижено не только налоговое бремя туристических предприятий, сильно пострадавших от эпидемии, но и налоговое бремя организаций, производящих туристское оборудование (в том числе специальную технику для инклюзивного туризма) и туристско-строительных организаций. возможности для оснащения новых объектов туризма (в том числе новейшими средствами дополненной реальности для образовательного и молодежного туризма и др.).

Одним из основных и неперенных условий развития туризма и предпринимательства в регионах и малых городах является эффективное взаимодействие органов местного самоуправления и жителей в развитии туризма на их территориях, которое может принимать различные формы. Это могут быть опросы, опросы, очные и онлайн-анкетирование, личные встречи руководителей и жителей, обсуждения и горячие линии, публичные отчеты руководителя о проделанной работе и т.д. Только в этом случае у жителей и гостей региона появится не только доверие к местной власти, но и желание создавать, развивать, развивать и вкладывать в развитие туризма, бизнеса в своем регионе не только личные средства, но и душа.

Что касается санкционного давления, важно сотрудничество туристических компаний и государства, чтобы компании могли выдержать удар с помощью согласованного решения. Все возможные меры поддержки должны обсуждаться комплексно с учетом их эффективности в рамках реальной экономики. Также важно определить приоритетный пакет туристских продуктов, пользующихся наибольшей популярностью у туристов, для дальнейшего развития туризма как одной из основных отраслей экономики Российской Федерации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования автором были решены все поставленные задачи, в результате чего можно сделать следующие выводы:

1. В Российской Федерации сложился комплекс объективных предпосылок для ускоренного развития внутреннего и въездного туризма. С этой целью была утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, а затем до 2035 года.

2. Ковидные последствия значительно сказались на туристической индустрии Российской Федерации. В связи с этим государство приняло решение о вводе ряда мер поддержки данного сектора экономики. В них входят субсидии для туроператоров на возмещение убытков, связанных с авиаперевозками, беспроцентные кредиты на выплату зарплат сотрудникам и другие. Общественные инициативы также внесли конкретные предложения по таким направлениям, как гостиничный бизнес, транспортная инфраструктура, национальная идентичность и общественное питание. Все перечисленное в совокупности будет способствовать положительному восстановлению внутреннего и въездного туризма в регионах страны.

3. Со стороны государства должно быть не только снижение налогового бремени для предприятий сферы туризма, которая и так пострадала в период пандемии, но и для организаций, производящих туристическое оборудование (включая специальные технические приспособления для инклюзивного туризма), для организаций, строящих туристические объекты, поставляющих для новых туристических объектов оборудование (в том числе и новейшие средства дополненной реальности для образовательного и детско-юношеского туризма и т.д.).

4. Турагентам и туроператорам необходимо перестраивать бизнес-процессы, а именно идти в ногу со временем, перенимать опыт у мировых лидеров IT-индустрии, разрабатывать новые программные обеспечения и т.д.,

иначе уже следующее поколение туристов к ним не придет. Также турагенты должны быть способны предложить клиенту онлайн-бронирование не только стандартного турпакета от туроператора, но и любой отдельной услуги или их набора (AMADEUS, GALILEO, WORLSPAN, SABRE и др.).

5. Что касается экономической оценки внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации, стоит отметить, что пандемия COVID-19 негативно сказалась на туристических потоках, однако, по данным АТОР, уже в 2021 г. наблюдается рост в 30% относительно 2020 г., а доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 выросла еще на 3% по сравнению с 2019 г и составляет 23%. Таким образом, в 2022 году внутренний и въездной туризм будет всецело зависеть от обстановки в мире с коронавирусом и вводимыми ограничениями, однако уже некоторые страны мира и регионы России снимают многие ограничения, что будет способствовать все большему притоку туристов в Российскую Федерацию.

6. Сфера туризма (особенно в малых городах) может получить гораздо больше, если будет привлекать местных жителей, желающих участвовать в возрождении храмов своей малой Родины, сдавать туристам свое свободное жилье, способных создавать видео и писать заметки о родном городе или крае, в котором живут, умеющих грамотно проводить как очные, так и онлайн-экскурсии (на случай новой пандемии, например) и т.д., а также частный бизнес, государственные гранты для молодежи и общественных движений. Конечно, это потребует сертификации, некоторых личных вложений, но люди должны понимать, что эта система работает надежно, честно и максимально «прозрачно».

7. Одно главное и неперемное условие для развития туризма и бизнеса в регионах и малых городах – это эффективное взаимодействие местной власти и жителей в деле туристического обустройства своих территорий, а формы могут быть разными. Это могут быть голосования, опросы, анкетирование как в очной, так и в онлайн-форме, личные встречи глав администраций с жителями, дискуссии и «горячие» линии, открытые отчеты администраций о проделанной работе и т.п. Лишь в этом случае как у жителей, так и у гостей регионов не только сформируется доверие к местной власти, но и возникнет желание создавать, развивать, разрабатывать и вкладывать в развитие сферы туризма, бизнеса своего региона не только личные средства, но и душу.

8. В рамках санкционного давления важна совместная работа бизнеса и государства, чтобы компании выдержали этот удар с помощью согласованных решений. Все вопросы вероятных мер поддержки нужно обсуждать комплексно, задумываясь об их эффективности в рамках реальной экономики. А именно осуществлять подготовку инвестиционных проектов,

развивать и рекламировать альтернативные Booking.com отечественные сервисы, такие как Ostrovok.ru, Туту.ру, Суточно.ру, Командировка.ру и др., принять закон, который облегчит перерегистрацию самолетов иностранных лизингодателей в российском реестре, а также переход на азиатские платежные системы, проведение транзакций через «третьи страны» и т.д.

9. Определение перспективных видов туризма является очень важным фактором относительно определенных регионов Российской Федерации. Особое внимание необходимо уделить промышленному туризму, так как он имеет на данный момент все шансы не только стать составляющей туристического предложения, но и развивать бренд территории и повышать ее конкурентоспособность. Это связано с тем, что представление об определенной территории формируется также благодаря предприятиям, имеющим богатую историю, где есть интересный процесс производства, и которые выпускают брендовый продукт (в особенности связанный с историей города).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абуков, А. Х. Туризм сегодня и завтра. Туристско-экскурсионная работа профсоюзов / А. Х. Абуков. – М. : Наука, 1978. – 477 с.
2. Александрова, А. Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе / А. Ю. Александрова. – 2014. – №1. – 179 с.
3. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/>. – Дата доступа: 10.02.2022.
4. Афанасьев, В. Я. Механизмы управления развитием региона: монография / В. Я. Афанасьев. – М. : Юрайт, 2001. – 336 с.
5. Биржаков, М. Б. Введение в туризм: учебное пособие. Издание 10-е, переработанное и дополненное / М.Б. Биржаков. – СПб. : Издательский дом Герда, 2014. – 192 с.
6. Брашнов, Д. Г. Гостиничный сервис и туризм : учебное пособие / Д. Г. Брашнов. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2015. – 117 с.
7. Винокуров, М. А. Региональное и отраслевое развитие туризма / М. А. Винокуров. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
8. Волгоградская область. Национальный туристический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russia.travel/places/10530/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
9. Встреча Президента РФ с участниками Форума по вопросам развития малых городов и исторических поселений. 17 января 2018 г. в Коломне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/56661>. – Дата доступа: 10.03.2022.
10. Гарник, А. С. Об эффективности использования отечественных туристских ресурсов / А. С. Гарник. – М. : Вестник СГУТиКД. – 2012. – №1 (19). – 176 с.

11. Гусева, Н. В. Современное состояние туризма в России / Н. В. Гусева – М. : Государственное управление. Электронный вестник, 2020. – 83 с.
12. Джанджугазова, Е. А. Российский туризм: анатомия кризиса / Е. А. Джанджугазова. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 97 с.
13. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf. – Дата доступа: 31.01.2022.
14. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 295 с.
15. ЕМИСС Государственная Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicators/search?searchText=инфляция>. – Дата доступа: 08.02.2022.
16. ЗАО Совхоз имени Ленина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovhoslenina.ru/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
17. Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/information/polnomoch/. – Дата доступа: 31.01.2022.
18. КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. – Дата доступа: 31.01.2022.
19. Королева, Н. А. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации / Н. А. Королева. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 174 с.
20. Королев, Д. С. Туризм в России в культурологической ретроспективе / Д. С. Королев. – М. : Юрайт, 2019. – 65 с.
21. Кружалин, В. И. География туризма / В. И. Кружалин. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2017. – 336 с.
22. Кружалин, В. И. Туризм как инновационная форма развития системы воспитания и образования / В. И. Кружалин. – М. : АНО «Диалог Культур», 2017. – 482 с.
23. Кузнецова, Н. В. Участие школьников в возрождении храмов малой Родины: обзор возможностей развития детско-юношеского туризма в России / Н. В. Кузнецова. – Краснодар : Научное издание, 2019. – 248 с.
24. Куропятник, О. В. Современные тенденции и прогнозы развития международного туризма / О. В. Куропятник. – М. : Издательство Московского государственного областного университета, 2017. – 120 с.
25. Лебедева, Г. Н. Роль и место услуг размещения в сфере гостеприимства / Г. Н. Лебедева. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 174 с.

26. Логунцова, И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы / И. В. Логунцова. – М. : Государственное управление, 2016. – 132 с.
27. Луковцева, А. К. Современные проблемы развития туризма в России / А. К. Луковцева. – М. : Государственное управление, 2019. – 194 с.
28. Малых, Н. И. Занятость в отраслях туризма, проблемы экономики и менеджмента / Н. И. Малых. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 97 с.
29. Международная информационная группа – Интерфакс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/806540>. – Дата доступа: 08.02.2022.
30. Министерство просвещения РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.gov.ru/national-project/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
31. Мир Путешествий. Кешбэк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--b1afakdgpzinidi6e.xn--p1ai/>. – Дата доступа: 31.01.2022.
32. Мониторинг отраслевых финансовых потоков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbr.ru/Collection/Collection/File/29129/finflows_20200806.pdf. – Дата доступа: 08.02.2022.
33. На замену Booking и Airbnb: 9 сервисов для поиска отелей и квартир в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lifehacker.ru/poisk-otelej-v-rossii/>. – Дата доступа: 10.02.2022.
34. Наумова, С. А. Туризм как средство развития экологической культуры личности / С. А. Наумова. – М. : Современное педагогическое образование, 2019. – 37 с.
35. Национальное агентство по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/>. – Дата доступа: 03.01.2022.
36. Национальный туристический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russia.travel/journals/338829/>. – Дата доступа: 28.04.2022.
37. Низова, Л. М. Занятость в сфере туризма / Л. М. Низова. – Йошкар-Ола : Издательство Приволжского государственного технологического университета, 2015. – 142 с.
38. Овчаров, А.О. Экономика туристских предприятий : учебное пособие / А. О. Овчаров. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 176 с.
39. Основные итоги работы железнодорожного транспорта в январе-марте 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://companu.rzd.ru/ru/9377>. – Дата доступа: 10.03.2022.
40. Писаревский Е. Л. Основы туризма : учебник / Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

41. Платформа профессиональной аналитики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sberanalytics.ru/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
42. Постановление Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/499091784>. – Дата доступа: 10.03.2022.
43. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2004 г. N 901 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/187774/>. – Дата доступа: 31.01.2022.
44. Почекутова, Л. Г. Социально-экономические условия территории и туризм / Л. Г. Почекутова. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 141 с.
45. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/. – Дата доступа: 10.03.2022.
46. Программные продукты компании Мегатек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.megatec.ru/>. – Дата доступа: 23.03.2022.
47. Промышленный туризм в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://istoki.tv/news/company/promyshlennyy-turizm-v-sankt-peterburge/>. – Дата доступа: 30.01.2022.
48. Распоряжение от 31.05.2014 г. № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164146/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/. Дата доступа – 22.11.2021.
49. Распоряжению Правительства РФ от 4 апреля 2020 г. № 898-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/73859948/>. – Дата доступа: 03.01.2022.
50. РИА НОВОСТИ. Booking.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20220305/booking-1776758135.html?in=t>. – Дата доступа: 10.03.2022.
51. Российская общественная инициатива [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.roi.ru/66688/>. – Дата доступа: 17.10.2021.
52. Селиванова, С. И. Инвестирование образовательного туризма в России : учебное пособие / С. И. Селиванова. – М. : Юнити-Дана, 2020. – 172 с.
53. Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для СПО / С. С. Скобкин. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 432 с.

54. Союз малых городов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smgrf.ru/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
55. Специализированный поисковик тревел-услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://travelask.ru/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
56. Список муниципальных образований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minstroyrf.gov.ru/docs/18445/>. – Дата доступа: 07.04.2022.
57. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/37906/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
58. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/about>. – Дата доступа: 30.10.2021.
59. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/gosudarstvennye-programmy-realizovannye-rosturizmom-do-2020-goda/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody/>. – Дата доступа: 31.01.2022.
60. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru>. – Дата доступа: 04.11.2021.
61. Христов, Т. Т. География туризма: учебник для среднего профессионального образования / Т. Т. Христов. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 273 с.
62. Шерешева, М. Ю. Местные сообщества малых городов и сельских поселений как стейкхолдеры туристской дестинации / М. Ю. Шерешева. – М. : Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. – 317 с.
63. 14 Стратегия развития туризма в РФ в период до 2035 года. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
64. 29-я Международная Туристическая Выставка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mitt.ru/Ru>. – Дата доступа: 30.01.2022.
65. Central Russia [Electronic resource]. – Mode of access: <https://kmpincoming.ru/destinations/>. – Date of access: 17.03.2022.
66. First Nobel Prize Summit to Be Held in Washington, D.C. April 29-May 1, 2020 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.nationalacademies.org/news/2019/12/first-nobel-prize-summit-to-be-held-in-washington-dc-april-29-may-1-2020>. – Date of access: 17.03.2022.
67. IATA. Covid-19 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economicreports/covid-19-cash-burn-analysis/>. – Date of access: 17.03.2022.

68. Rural Planning and Development. Ministry of Agriculture and Rural Development [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.moag.gov.il/en/Subjects/Rural_Planning_Development/Pages/default.aspx. – Date of access: 17.03.2022.

69. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf. – Date of access: 12.02.2022.

70. World Economic Forum Annual Meeting [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2019>. – Date of access: 12.02.2022.