

О современном состоянии рынков туризма в зарубежных странах и России

УДК:338.48(470+100);

ББК:65.433(2Рос+0); В763

DOI: 10.24412/2072-8042-2023-7-43-52

*Институт экономики и управления в промышленности
(105203, г. Москва, ул. 15-я Парковая, д. 8),*

Владимир Юрьевич ВОСКРЕСЕНСКИЙ,

кандидат экономических наук, доцент,

(105203, г. Москва, ул. 15-я Парковая, д. 8),

Email: vvoskresenskiy@mail.ru

Аннотация

В конце 20 – начале 21 века наступила новая эра Великих географических открытий. Человечество открывает для себя мир в форме туризма и путешествий. Международный туризм стал массовым явлением. Оценено воздействие важнейших факторов на рынок международного туризма в настоящее время (последствия эпидемии COVID 19, война на Украине). Содержатся последние инициативы ЮНВТО по развитию туризма. Дается сравнительный анализ рынков внутреннего и международного туризма для ряда стран. Оценено состояние туристического рынка России. Отмечено усиление значения внутреннего туризма для туристического рынка страны. Дана его краткая характеристика, перечислены первоочередные проблемы, препятствующие его развитию. Представлены рекомендации для развития рынка внутреннего туризма в России.

Ключевые слова: международный туризм, въездной туризм, внутренний туризм, коронавирус, война на Украине.

The Current State of Global and Russian Travel and Tourism Markets

Vladimir Yur'evich VOSKRESENSKIY,

Candidate of Economic Science, Associate Professor, Institute of Economics and Management in Industry (105203, Moscow, 15-ya Parkovaya str., 8), Email: vvoskresenskiy@mail.ru

Abstract

Since the end of the 20th century, a new era of great geographical discoveries has begun. Humans explore and discover the world through travel and tourism. World travel and tourism has become a mass phenomenon. The impact of the most important factors on international tourism at present is assessed (COVID 19, the war in Ukraine). The recent initiatives of the UNWTO are mentioned. A comparative analysis of inbound and domestic tourism markets of several countries is made. The current state of Russia's domestic tourism market is evaluated. The increasing importance of the domestic tourism market for Russia is underlined. Its overview with the major headwinds is presented. Suggestions on how to develop Russia's domestic tourism market in are described.

Keywords: world travel, tourism, inbound tourism, domestic tourism, COVID 19, war in Ukraine.



Процессы, происходившие в начале двадцатых годов двадцать первого столетия повлияли на развитие отраслевых рынков, в частности, на рынок международного туризма. К числу наиболее значимых событий, оказавших воздействие на рынки, следует отнести эпидемию COVID 19, а также войну России и Украины. По данным UNWTO на март 2023 г. международные туристические прибытия в 2022 г. составили 917 млн, что на 37,4% ниже уровня 2019 г. При этом 64% всех прибытий приходилось на Европу. Доходы от международного туризма в 2021 г. составили 637, 2 млрд долл. США против приблизительно 1,5 трлн долл. США в 2019 г. Это означает, что рынок международного туризма не восстановился полностью после эпидемии COVID 19, но значительно растет. При этом наиболее развитые сегменты рынка, в частности, европейский восстанавливаются быстрее. Статистические данные по динамике региональных рынков международного туризма представлены в таблице 1.

Таблица 1

Динамика рынков международного туризма (2019 - 2022 гг.)

<i>Регион</i>	<i>Изменение количества международных туристических прибытий в 2022 г. к уровню 2019 г. (в %)</i>	<i>Доля доходов от международного туризма в ВВП (в %) 2019 г. 2020 г. 2021 г</i>
Европа	- 21	4,2 2,4 2,8
АТР	- 77	4,2 1,7 1,8
Америка	- 35	3,4 2,0 2,3
Африка	- 35	4,3 2,4 2,6
Ближний и Средний Восток	- 17	5,7 3,2 3,8
Мир	- 37	4,0 2,0 2,8

Источник: ВТО (UNWTO) : [оф. сайт] Раздел. Информационная панель ЮНВТО по туризму (tourism dashboard). Трекер ЮНВТО по восстановлению туризма (tourism recover tracer) (дата обращения 21.03.2023).

Проведение в марте 2023 г. крупнейшей в мире туристической выставки ITB Berlin фактически означало окончание «пандемийного» этапа состояния рынка международного туризма. На выставке были обозначены ключевые приоритеты развития международного туризма на ближайшую перспективу.



К числу важнейших из них отнесли повышение образовательного уровня специалистов по туризму, привлечение инвестиций в отрасль, участие туристической индустрии в решении проблемы климатических изменений.

Еще в конце 20 столетия ученые предупреждали, что «предполагаемое в начале 21 века потепление на Земле в результате роста содержания CO₂ в атмосфере может весьма неблагоприятно сказаться на природных условиях Земли и будущем мировой экономики» [1, с. 43]. Реакцией противодействия человечества выбросу парниковых газов в атмосферу Земли стал принятый в 1997 году Киотский протокол. Начиная с 1990-х годов Конференции ООН по изменениям климата проводятся ежегодно. Они используются правительствами стран для согласования политики по ограничению глобального повышения температуры и адаптации к воздействиям, связанным с изменением климата.

Борьба с климатическими изменениями проводится на разных уровнях, в том числе и на отраслевом. Глазгская декларация о климатических действиях в туризме предполагает в течение следующего десятилетия вдвое сократить выбросы, генерируемые туризмом, и обеспечить чистый нулевой уровень выбросов как можно скорее до 2050 года.

Учитывая подобную постановку вопроса, ряд стран пытаются извлечь из этого выгоду. Так, Габон претендует на дополнительные субсидии, указывая на то, что значительная часть его территории занята экваториальными лесами (леса бассейна реки Конго), которые выполняют функцию «легких» планеты, поглотителя парниковых газов, прежде всего CO₂. При этом туристическая индустрия относится к числу приоритетных отраслей диверсификации экономики Габона.

В известной степени на рынок международного туризма повлияли военные действия на Украине. Для международного туризма они привели к следующим последствиям. Усилился дополнительный риск слабого и неравномерного восстановления туризма. Рынок международного туризма сузился на 3%, что эквивалентно потере 14 млрд долл. США. Наиболее пострадавшими странами с точки зрения туризма, кроме России и Украины, стали Молдова, Словения, Латвия, Финляндия. Военные действия мешают восстановлению доверия к туризму, осложняют организацию «глобальных» путешествий [2].

В условиях рестрикций западных стран, вызванных проведением специальной военной операции, можно ожидать усиления выездного потока из России в таких направлениях, как Турция, Египет, Тунис, ОАЭ, Куба, страны постсоветского пространства. У России сохранились традиционные соседские отношения со странами постсоветского пространства (Армения, Азербайджан, Казахстан, Узбекистан, Киргизия и др.). Во многих из указанных государств международный туризм выступает как фактор диверсификации их ресурсоориентированной экономики.

Вместе с тем, форсмажорные обстоятельства, в частности, произошедшее землетрясение в Турции может переориентировать россиян на другие курорты, в частности, на отдых на черноморском побережье Кавказа.



В список безопасных для посещения россиянами стран можно добавить Оман, Катар, Сингапур, Сянган (китайский Гонконг), Вьетнам, а также ряд других стран Азии и Латинской Америки.

Введение санкций против России привело к изменению географии туризма и в самих «недружественных» странах. Так, в Западной Европе ряд престижных курортов, например, Баден Баден в Германии столкнулись с трудностями из-за сокращения турпотока из России. Введение санкций против россиян привело к закрытию ресторанов, отелей, бутиков на курортах, которые традиционно считались «русскими».

В условиях геополитической конфронтации России со странами Запада происходит сближение России и Китая. Развитие сотрудничества России и Китая идет по многим направлениям. Росту туристического обмена между нашими странами способствует то, что Россия и Китай возобновили соглашение о безвизовых групповых поездках приостановленное из-за пандемии COVID 19. Китайских туристов привлекает в Россию географическая близость, определенная историческая и культурная общность, стремление посмотреть уникальные природные достопримечательности, в частности озеро Байкал.

При этом, как отмечают Мозокина С.Л., Протопопова Т.И., облик китайского туриста, приезжающего в Россию, изменился. Раньше приезжали в основном зрелые 50-летние туристы, а сейчас среди туристов преобладает молодое поколение, отличающиеся высоким уровнем образования [3].

Российских туристов в Китай может привлечь то, что Китай еще во многом неизведанная для туризма страна. Помимо известных достопримечательностей (Великая Китайская стена, императорские дворцы, тропический остров Хайнань и т.п.), внутренние районы Китая содержат много интересного. Это, в частности, гора Кайлас в Тибете, загадочные пещеры в провинциях Ганьсу и Гуанчжоу, национальные парки и заповедники, древняя столица Китая город Нанкин, живописные горы Тяньцзы в провинции Хунань. В центральном Китае в провинции Хэнань расположен известный буддистский мужской монастырь боевых искусств Шаолинь.

Туристические рынки стран мира продолжают развиваться. Одна из современных особенностей зарубежных рынков туризма – формирование трансграничных культурных туристических маршрутов, например, «Великий шелковый путь». По мнению специалистов, культурные туристические маршруты выступают сегодня в качестве механизмов взаимодействия между странами в сфере туризма, сохранения историко-культурного наследия, а также оказывают помощь в разрешении геополитических проблем [4].

Важную роль в формировании современных рынков туризма зарубежных стран играет Всемирная Туристская Организация (ЮНВТО), которая пытается взаимодействовать с крупными международными организациями и странами. Так, ЮНВ-

ТО и Продовольственная сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (ФАО) подписали меморандум о взаимодействии в достижении общих целей по развитию сельского туризма. Сельскому (агро) туризму в последние годы уделяется особое внимание, так как он рассматривается как фактор роста занятости и ликвидации бедности в отсталых сельских районах. ЮНВТО уделяет внимание и развитию гастрономического туризма. В г. Сан-Себастьян (Испания), 5-6 октября 2023 г. пройдет Всемирный Форум ЮНВТО по гастрономическому туризму.

Еще одной важной инициативой ЮНВТО является стимулирование прямых инвестиций в туризм. Для этого ЮНВТО проводятся региональные инвестиционные форумы (2020 г., Тбилиси, Грузия; Абиджан, Кот-д'Ивуар; 2021 г., Сал, Кабо-Верде). В инвестиционной деятельности ЮНВТО придерживается идеи «зеленых механизмов финансирования», то есть восстановление туризма после эпидемии COVID 19 предусматривается за счет инвестиций, но с учетом требований охраны окружающей среды.

Туризм стал глобальным явлением, тесно взаимосвязанным со многими сторонами жизни общества. В этой связи заслуживает внимание исследовательская деятельность ЮНВТО, которая изучает рынки туризма во взаимосвязи с другими данностями. Так, ЮНВТО было проведено исследование о взаимосвязи двух ключевых форм перемещения людей в современную эпоху: международной миграции и туризма [5]. В исследовании показано, что миграция и туризм взаимосвязанные вещи. Один из выводов исследования заключается в том, что перечисления мигрантов является важным источником инвестиций в стране – источнике миграции. Подобные перечисления в форме инвестиции часто идут на создание в такой стране мелкого и среднего туристического бизнеса, способствуя развитию отрасли.

Одной из современных тенденций на рынках туризма многих стран является усиление значимости внутреннего туризма. Эта тенденция проявилась в связи с известными событиями последних лет (эпидемия COVID – 19, военные действия на Украине). Значимость внутреннего туризма усилилась не только для России, но и для многих государств.

В настоящее время самыми ёмкими рынками внутреннего туризма по размеру затрат туристами являются рынки США (1 трлн долл.), Германии (249 млрд долл.), Японии (201 млрд долл.), Великобритании (154 млрд долл.), Мексики (139 млрд долл.). Эти стоимостные показатели намного превышают уровень дохода от международного туризма в указанных странах.

По оценке Всемирной Туристической Организации (UNWTO) в 2018 году на глобальный рынок внутреннего туризма приходилось 9 млрд поездок, что в 6 раз превышало количество международных туристических поездок (около 1,5 млрд поездок). Пропорции рынков внутреннего и въездного туризма в ряде стран приведены в таблице 2.



Таблица 2

Сравнительная характеристика рынков внутреннего и въездного туризма в ряде стран мира (2018 г.)

<i>Страна</i>	<i>Количество тур. прибытий (внутренний туризм, млн)</i>	<i>Количество тур. прибытий (въездной туризм, млн)</i>	<i>Доля рынка въездного туризма от внутреннего (%)</i>
Индия	1855	17,4	0,9
Китай	-	62,9	-
США	1659	79,7	4,8
Япония	291	31,2	10,7
Бразилия	191	5,4	2,8
Франция	190	89,4	47,0
Россия	-	24,6	-
Респ. Корея	163	15,3	9,4
Германия	159	38,9	24,5
Индонезия	-	13,4	-
Таиланд	131	38,2	29,2
Великобритания	119	36,3	30,5
Австралия	106	9,2	8,7
Малайзия	102	26,8	26,3
Мексика	100	41,3	41,3

Источник: [6]

Из данных таблицы 3 видно, что для стран со значительными размерами территории, большой численностью населения (Индия, США, Австралия) показатели внутреннего туризма намного превышают аналогичные показатели по международному (въездному) туризму. То есть, чем масштабнее страна по размеру территории и численности населения, тем значение внутреннего туризма выше.

В различных странах развитие внутреннего туризма имеет свою специфику. В настоящее время инициативы по стимулированию внутреннего туризма в зарубежных странах сводятся к следующему: финансовое стимулирование внутреннего туризма; маркетинговые мероприятия; разработка новых турпродуктов для целей внутреннего туризма путем взаимодействия управленческих структур на различных уровнях (partnership), обучающие программы, изучение психологии и предпочтений местных путешественников (marketing intelligence). Межгосударственная специфика мероприятий по стимулированию внутреннего туризма представлена в таблице 3.

Таблица 3

Стимулирование внутреннего туризма (опыт зарубежных стран)

<i>Мероприятие</i>	<i>Страна</i>
Ваучеры и бонусы	Греция, Дания, Исландия, Италия, Малайзия, Польша, Румыния, Словения, Сербия, Таиланд
Финансовые льготы (сокращение налогов)	Венгрия, Турция
Длинные выходные	Коста Рика, Мексика, Новая Зеландия
Разработка новых турпродуктов	Аргентина, Коста Рика, Индонезия, Венгрия, Мексика, Перу, Парагвай
Партнерство (partnership)	Канада, Чили, Коста Рика, Франция, Венгрия, Перу
Информационная поддержка (вебинары, онлайн курсы)	Австралия, Чили, Парагвай

Источник: [6]

В разных странах проводятся свои инициативы по стимулированию внутреннего туризма. Так, в Греции национальное правительство выделило 30 млн евро для субсидирования программ выходного дня для социальных групп с низкими доходами. В Италии правительство утвердило бонусы для путешествий в пределах страны (Bonus Vacanze). Они касаются предоставления скидок на размещение в гостиницах, агротурфермах, кемпингах. В Исландии выпустили ваучеры на общую сумму 1,5 млрд исландских крон для лиц старше 18 лет, которые предпочтут внутренний туризм. В Словении выпустили туристические ваучеры – каждому взрослому на 200 евро ребенку – на 50 евро для путешествий внутри страны. В Перу при развитии внутреннего туризма сконцентрировали внимание на культурном туризме (осмотр Мачу Пикчу, Дороги Инков). В Венгрии и Парагвае сделали акцент на урбанистическом туризме прежде всего в столичных регионах.

Как отмечалось, противостояние России со странами Запада стало фактором усиления значимости рынка внутреннего туризма и в нашей стране. Здесь развитие внутреннего туризма сдерживается целым комплексом известных проблем, в частности, недостатками сервиса, высокими ценами на арендуемое жилье; плохой транспортной доступностью туристических ресурсов; слабой инфраструктурой для отдыха и др.



Внутренний туризм еще больше сдерживает нерешенность организационно-управленческих проблем. Внутренний туризм в нашей стране развивается преимущественно за счет государственных инвестиций в форме целевых программ при слабом участии частного сектора. Так, 21 июля 2020 г. Президент России В.В. Путин подписал указ «О национальных целях развития РФ на период до 2030 г». В рамках этого указа реализуется национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», предусматривающий создание туристической инфраструктуры, повышение доступности туристических продуктов, совершенствованию управления в сфере туризма. Финансирование туризма идет через Министерство экономического развития в регионы.

Препятствием вовлечению в туризм частного сектора можно считать недостаточные инициативы со стороны законодательной и исполнительной власти. Те законы, которые приняты по туризму, носят либо постановочный характер, либо касаются проблем выездного туризма и относятся к прошлому, когда все стремились поехать за рубеж в «недружественные» в настоящий момент для России страны. То есть фактически современное законодательство по внутреннему туризму отсутствует.

Одновременно с этим для стимулирования внутреннего туризма необходимы не только новые законы по современным видам туризма (экологическому, аграрному) но и соответствующие постановления Правительства РФ, которые бы разъясняли, что и как делать.

Для популяризации многих направлений в туризме внутри России слабо задействован частный сектор. Так, агротуризм, гастрономический туризм, винные туры развивались бы более быстрыми темпами и более системно, если в эту сферу вовлечь крестьянские фермерские хозяйства, для которых туризм мог бы стать дополнительным источником доходов. Для этого необходимо принять соответствующее постановление Правительства РФ. Агротуристические фермы по набору предлагаемых ими услуг могли бы быть сертифицированы, как и гостиницы на отдельные категории. Для этого на министерском уровне должны быть осуществлены соответствующие методические разработки.

Важно отметить особенности территориальной организации внутреннего туризма в России. Туристические потоки внутри страны распределены крайне неравномерно и охватывают незначительную часть территории с наиболее известными достопримечательностями (Москва, Санкт-Петербург, города «золотого кольца», Байкал, Камчатку и т.п.). Здесь иногда наблюдается даже «сверхтуризм». Одновременно с этим большая часть территории России, таящая в себе много нового для путешественников, не охвачена туристическими потоками.

Эту проблему пытались решать при помощи создания специальных туристических зон, а сейчас до 2035 г. планируется развивать внутренний туризм с ис-

пользованием так называемых «мастер-планов», где Россию разделят на 12 макро-регионов, по каждому из которых будет разрабатываться свой мастер-план. Так, туристический макрорегион «Москва – Санкт-Петербург» предусматривает развитие туризма не только в двух столичных городах, но и в соседних областях.

Мы предлагаем создание точек роста, или ТРОКов (территориальных рекреационных оздоровительных комплексов), в центре которых была бы организована управляющая компания (УК), реально связывающая туристические звенья и сверху и снизу. При этом предлагается создать карту – схему турцентров России с определением их рейтинга для целей внутреннего и въездного туризма. Зная рейтинг турцентра, можно определится адресно с направлением и размером инвестиций и созданием ТРОКа. Такой подход поможет в более эффективном государственном управлении отраслью.

Существуют и другие проблемы туристической индустрии России. Так, остро стоит проблема брендинга и рекламы территорий, привлекающих туристов, важно улучшение имиджа России среди зарубежных туристов. Ю.А. Лебедева рассматривает проблему цифровизации туристической отрасли как фактора социально-экономического развития России [7].

Е.В. Фролова, О.В. Рогач провели опрос среди руководителей муниципальных образований на предмет наибольших проблем, препятствующих развитию внутреннего туризма в регионах России. Среди проблем, получивших в ответах более 10% отмечены: неплатежеспособность большей части населения (27,5%); низкая активность населения в части развития предпринимательских структур, обеспечивающих нужды индустрии внутреннего туризма (24,5%); отсутствие информационного продвижения туристских услуг региона среди потенциальных потребителей (16,2%) [8].

Таким образом, можно говорить о завершении «пандемийного» этапа развития мирового и региональных рынков туризма. Постпандемийный этап функционирования туристической индустрии связан с ускоренным восстановлением рынков туризма; усилением инвестиционной активности в отрасль с учетом «зеленых» инвестиций, то есть повышенными требованиями к охране окружающей среды; усилением значимости внутреннего туризма; развитием новых современных видов туризма, в том числе с участием ЮНВТО. Военные действия на Украине не окажут существенного воздействия на мировой рынок туризма, так как приведут к потере лишь 3% от всех расходов на туризм. Вместе с тем для России они приведут к усилению значимости внутреннего туризма, вызовут изменение географии выездного туризма.



ИСТОЧНИКИ:

1. Споры о будущем: окружающая среда. – М.: Мысль, 1983. – 175 с. @@ Spory` o budushhem: okruzhayushhaya sreda. – М.: Му`sl`, 1983. – 175 s.
2. Воскресенский В.Ю., Кутайцева О.Н. Экономика санкций как современное направление неоинституционализма // Национальные интересы: приоритеты и безопасность . – 2023. – Т. 19, №2. – с. 247-259 @@ Voskresenskij V.Yu., Kutajceva O.N. E`konomika sankcij kak sovremennoe napravlenie neoinstitucionalizma // Nacional`ny`e interesy`: priorityty` i bezopasnost`. – 2023. – Т. 19, №2. – s. 247-259.
3. Мозокина С.Л., Протопопова Т.И. Исследование изменения портрета туриста из Китая, приезжающего в Россию // Актуальные проблемы развития сферы услуг: Сборник научных трудов. Вып. 14. СПб. 2020, сс. 77-83 @@ Mozokina S.L., Protoporova T.I. Issledovanie izmeneniya portreta turista iz Kitaya, priezzhayushhego v Rossiyu // Aktual`ny`e problemy` razvitiya sfery` uslug: Sbornik nauchny`x trudov. Vy`p. 14. SPB. 2020, ss. 77-83.
4. Афанасьева А.В., Ибрагимов Э.Э., Чимириш С.В., Спатарь – Козаченко Т.И. Культурные туристические маршруты как механизм геополитической интеграции // Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. 16., №1. с. 113-136 @@ Afanas`eva A.V., Ibragimov E`.E`. , Chimiris S.V., Spatar` – Kozachenko T.I. Kul`turny`e turisticheskie marshruty` kak mexanizm geopoliticheskoy integracii // Sovremenny`e problemy` servisa i turizma. 2022. 16., №1. s. 113-136.
5. Tourism and migration – exploring the relationship between two global Phenomena / UNWTO, 2010, 92 p.
6. Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities // UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID – 19, Issue 3, September 2020.
7. Лебедева Ю.А. Цифровизация туристической отрасли как фактор социально-экономического развития России // Муниципальная Академия. 2022., №2. 61-67 @@ Lebedeva Yu.A. Cifrovizaciya turisticheskoy otrasli kak faktor social`no-e`konomicheskogo razvitiya Rossii // Municipal`naya Akademiya. 2022., №2. 61-67.
8. Фролова Е.В., Рогач О.В. Ограничения и перспективы развития внутреннего туризма в регионах России // Экономика региона, т. 19, вып.1 (2023). С.208-219 @@ Frolova E.V., Rogach O.V. Ogranicheniya i perspektivy` razvitiya vnutrennego turizma v regionax Rossii // E`konomika regiona, t. 19, vy`p.1 (2023). S.208-219.

