

УДК 338.24

***АНАЛИЗ «ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРЕСТА» ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ
РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19***

Тимохин Д.В.

к.э.н., доцент,

*Московский государственный гуманитарно-экономический университет,
Москва, Россия*

Койшинова Г.К.

к.э.н., доцент,

*НАО ВКУ имени С. Аманжолова,
Усть-Каменогорск, Казахстан*

Аллахвердиева Л.М.

д.э.н., с.н.с., и.о. зав. каф. Экономики и инноваций

*Московский государственный гуманитарно-экономический университет,
Москва, Россия*

Аннотация

В статье проведено исследование проблем и перспектив развития туристической индустрии России в условиях глобальной пандемии. Авторами построена модель «экономического креста» развития туристической индустрии после 2020 года, представляющая собой визуализацию пересечения технологического и ресурсного циклов. Определено состояние и порядок влияния на отрасль каждого из системообразующих факторов и разработан прогноз модификации их влияния при возможных сценариях посткоронавирусного экономического развития.

Ключевые слова: туризм, модель «экономического креста», экономическое прогнозирование, моделирование, COVID-19.

ANALYSIS OF THE "ECONOMIC CROSS" OF THE TOURISM INDUSTRY OF RUSSIA IN PANDEMIC CONDITIONS COVID-19

Timokhin D.V.

Ph.D., Associate Professor,

Moscow State University of Humanities and Economics,

Moscow, Russia

Koishinova G.K.

Ph.D., Associate Professor,

NAO VKU named after S. Amanzholov,

Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan

Allakhverdiyeva L.M.

Doctor of Economics, Senior Researcher, Acting head department Economy and innovation

Moscow State University of Humanities and Economics,

Moscow, Russia

Abstract

The article conducted a study of the problems and prospects for the development of the Russian tourism industry in the context of a global pandemic. The authors built a model of the "economic cross" of the development of the travel industry after 2020, which is a visualization of the intersection of technological and resource cycles. State and order of influence on industry of each of system-forming factors is determined and forecast of modification of their influence under possible scenarios of post-coronoviral economic development is developed.

Keywords: tourism, economic cross model, economic forecasting, modelling, COVID-19.

Развитие туристической отрасли России в докоронавирусный период характеризовалось следующими чертами:

- более высокая, чем средняя по ОЭСР величина риска участия как для туроператоров, так и для клиентов, что было обусловлено структурной и институциональной неоднородностью рынка;

- существенная зависимость отечественного туризма от иностранных туристических маршрутов, объясняющаяся инфраструктурной недостаточной сформированностью значительной части российских территорий, обладающих рекреационным потенциалом;

- наличием значительных ожиданий у участников рынка в области модернизации экономики и организации туризма в стране.

Указанные особенности отечественной туристической индустрии имеют экономико-логистическую и инфраструктурную интерпретацию.

Экономико-логистическая интерпретация может быть сформулирована как низкая экономическая привлекательность формирования туристических маршрутов за счет вовлечения отечественных ресурсов развития туристического бизнеса. Отечественные ресурсы развития представлены прежде всего природными (рекреационными) отечественными территориями, часто уникальными, и богатым культурным наследием, а также самобытностью культуры, архитектуры и традиций народов, проживающих на территории страны. Вместе с тем, вовлечение этих ресурсов развития, чаще всего дешевых, требовало реорганизации региональной логистики, сформированной в своей основе в советский период. Возможные преференции, доступные для получения исключительно в сфере туризма от вовлечения отечественного культурно – рекреационного ресурса развития в период 20120 – 2019 гг., на который приходится повышение доходов населения и ренессанс туризма, не могли перекрыть затраты на логистическую реорганизацию.

Инфраструктурная интерпретация представляет собой результат сопоставления качества инфраструктуры туристических макрорайонов Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

существующих в период 2012 – 2019 гг. Альтернативные основным туристическим маршрутам варианты за рассматриваемый период не выдерживали конкуренции либо по параметру ожидаемый доходности / продолжительности периода окупаемости, либо по параметру затрат туроператора либо ассоциации туроператора на их создание.

Таким образом, в 2012 – 2019 гг. Российская туриндустрия де-факто работала как аутсорсинговый партнер глобальных участников туристического рынка и осуществляла преимущественно логистические функции, связанные с обеспечением движения туристов по существующим маршрутам и осуществления ими культурно-рекреационного потребления продукта, структура которого не является авторской.

Наряду с этим, российский туризм, как часть глобальной туристической отрасли, в ближайшее время будет испытывать видоизменения под влиянием инфраструктурного и технологического фактора. Авторами составлена модель «экономического креста» развития туристической отрасли в 2020 – 2030 гг., представляющая собой прогноз отраслевых изменений на пересечении влияния циклических глобальных технологических изменений (Кондратьевский цикл) и производственно-логистических изменений (цикл С. Кузнеца).

		Формирование индустрии 4.0	
		Цифровизация	Национальные технологические платформы
Формирование цифровой логистической сети	Формирование цифровых профилей участников матриц турпродукта	- развитие системы хеджирования валютных рисков туроператоров, например специализированных ценных бумаг (опционы, конвертируемые бумаги и т.д.); - формирование единых площадок интерактивного взаимодействия туристического рынка; - формирование цифровой модели отечественных туристических маршрутов, созданных с участием пожеланий и запросов покупателей; - вовлечение туроператоров в проекты развития туристической инфраструктуры внутреннего рынка на основе софинансирования.	Автоматизированный предварительный сбор информации о потенциальных участниках матрицы турпродукта
	Вовлечение потребителей на основе соседей		Обеспечение конкретности и инновационного вектора развития отечественного турбизнеса
	Интерактивное проектирование туристического продукта		Возможность минимизации рисков за счет сокращения сроков модернизации концепции туристического продукта
	Формирование интерактивного турпродукта	Вовлечение регионов в конкурентную модель развития турбизнеса	

Рис. 1 – Модель «экономического креста» развития туристической отрасли.

Составлено авторами на основе [8]

Предложенная на рисунке 1 модель позволяет утверждать, что магистральным направлением туристического бизнеса в период 2020 – 2030 года станет формирование новой инфраструктуры взаимодействия между туристами и участниками производства туристического продукта на основе использования цифровых технологий. Факторами, оказывающими влияние на деятельность туроператоров, станут расширение взаимодействия между участниками процесса создания туристического продукта в онлайн – пространстве, повышение значимости потребителя как участника принятия решения о структуре туристического продукта и порядке его предложения на рынок, а также расширение использования инновационных форм туристического продукта, в основу которых положено использование новых технологических платформ, в том числе импортозамещающих.

Сформулируем конкретные тренды, ожидаемые в развитии туристической отрасли в 2014 – 2020 годах.

Увеличение степени адаптации туристического продукта под нужды потребителей. Подобная адаптация будет проявляться прежде всего в диверсификации туристического продукта и развитии форм относительно новых туристических продуктов, таких как:

- образовательный туризм;
- медицинский туризм;
- этнический туризм;
- экстремальный туризм;
- туры – квесты и др.

Наряду с диверсификацией предлагаемых туристам форм продукта будет осуществляться корректировка структуры туристического продукта в сжатые сроки, в том числе после начала потребления туристического продукта (за дополнительную плату). Важное значение при проектировании структуры туристического продукта будет иметь увеличение присутствия в информационном пространстве каждого из участников создания туристического продукта (гостиницы, организаторы рекреационно-развлекательных мероприятий, представители туристических центров). Транспарентность их деятельности и качества оказываемых услуг, доступность информации о физическом состоянии эксплуатируемых ими объектах. Примером расширения доступной информации является предоставление потенциальным туристам фото- и видеоматериалов о состоянии ландшафтов, пляжей и иных объектах, погодных климатических условий в различные периоды. Еще одним значимым фактором развития туристической индустрии, актуальность которого возрастет в период 2020 – 3030 гг. после распространения новой коронавирусной инфекции, станет обеспечение безопасности туристов и повышение гарантий по обеспечению туристов всеми услугами, предусмотренными туром, либо компенсацией их затрат в зависимости от экономических конъюнктурных условий.

Соответствие «экономического креста» современного российского туризма данным трендам в настоящее время можно назвать недостаточным. Обратимся к данным, представленным на рисунке 2.

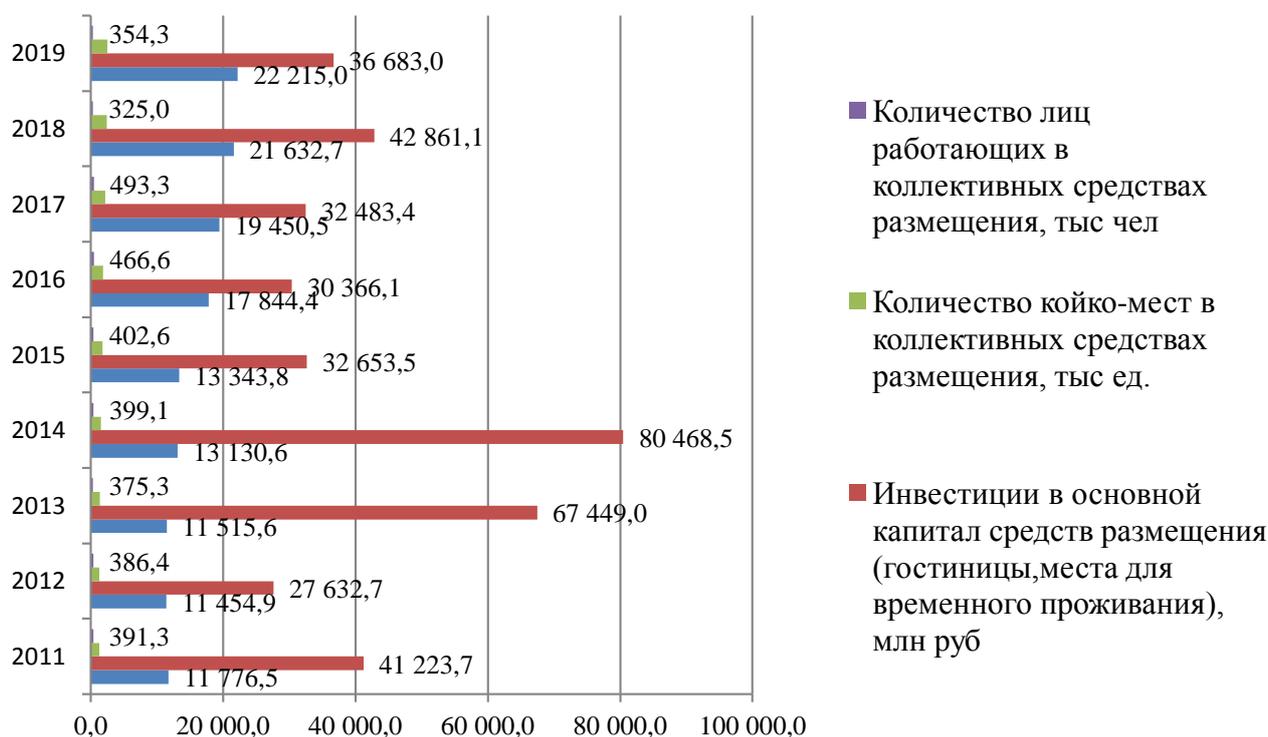


Рис. 2 – Динамика показателей использования отечественной туристической индустрией ресурсного потенциала развития до и после кризиса 2014 г.. Построено авторами по данным Росстата [1]

Исследование представленной на рисунке 2 инфографики и ее сопоставление с отмеченными авторами трендами развития экономико-инфраструктурного «экономического креста» глобальной туристической индустрии позволяет выявить следующие недостатки отечественного туризма.

Во - первых, имеет место существенное отставание российской туристической индустрии по показателям транспарантности и клиентоориентированности. На это указывает пик 2013 – 2014 гг., который затем сменился спадом в 2015 г. и так и не сумел достигнуть докризисных значений в 2019 г. Эта информация должна анализироваться в контексте статистики банкротств туроператоров. 76% всех банкротств в России до 2014 года приходилось на летний и зимний

периоды, то есть на периоды потенциального получения туроператорами максимального дохода. Подобное обстоятельство свидетельствует о том, что туроператоры ставили задачи максимизации прибыли и масштабирования своего бизнеса выше задач наработки репутации.

Основными инструментами недобросовестного манипулирования финансовыми потоками, несовместимыми с концепцией постиндустриальной модели «экономического креста» туристической отрасли за рассматриваемый на рис. 2 период являлись следующие.

Злоупотребление количеством продаваемых туров; в рамках данной манипуляции туроператоры закладывали в общий объем продаваемых туров некоторую величину, рассчитываемую как вероятная доля лиц, не воспользовавшихся туром. В случае, если расчетная величина более фактической, обязательства перед покупателями части туров оказывалось невозможно удовлетворить физически в указанные в контракте сроки.

Другой распространенной формой злоупотребления является продажа туров без гарантий финансовой возможности продавца оказать услуги по причине отсутствия ликвидности. Чаще всего туроператор получает возможность оплаты части ранее проданных туров за счет средств, собираемых за продажу последующих туров. Подобная практика создает угрозу возникновения кассового разрыва у туроператора при оплате товаров и услуг, необходимых для организации туров. Наиболее негативное воздействие на безопасность туристов имеет практика, когда туроператор оплачивает организацию тура лишь частично, что может привести к проблемам с размещением либо возвратом туриста после отправки.

Анализ развития туристической индустрии в 2014 – 2019 гг. показал, что основные усилия по обеспечении безопасности туристов были осуществлены государствами. Введена, после существенного сопротивления со стороны туроператоров, система страхования ответственности туроператоров. Вместе с тем, остаются неустраиваемыми участниками туристического бизнеса

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

инструменты обеспечения безопасности туристов на уровне некоммерческих ассоциаций, что идет в разрез с общемировой практикой.

События 2020 г., связанные с распространением новой пандемии COVID – 19 и введением мер самоизоляции дают основание предполагать рост значимости фактора безопасности в дальнейшем. Предлагаемыми авторами инструментами обеспечения безопасности, укладывающимися в логику формирования «Экономического креста» туристической индустрии инструментами развития отрасли области безопасности являются следующие.

Обеспечение прозрачности существующих финансовых потоков туроператоров для всех участников процесса, в первую очередь для покупателей услуг и партнеров; обеспечение подобной прозрачности возможно на основе конвергенции информационных и финансовых технологий. Информация может аккумулироваться в рамках баз данных, располагаемых ростуризмом и представлять собой выдержку из банковской статистики. Имеются технические возможности для безопасных сбора и передачи соответствующей информации о финансовых операциях туроператоров.

Введение обязанности по передаче подобной информации Ростуризму и уполномоченным страховым агентствам в рамках единой цифровой информационной системы не будет связано с существенными затратами времени либо финансовых средств со стороны туроператоров, но существенно повысит устойчивость отечественной туристической индустрии как к волатильности современной экономике и логистических потоков, так и к возможным злоупотреблениям со стороны самих туроператоров.

Значительные трансформации следует ожидать в структуре туристического продукта в 2020 – 2030 гг. Обратимся к статистике, представленной на рисунке 3.

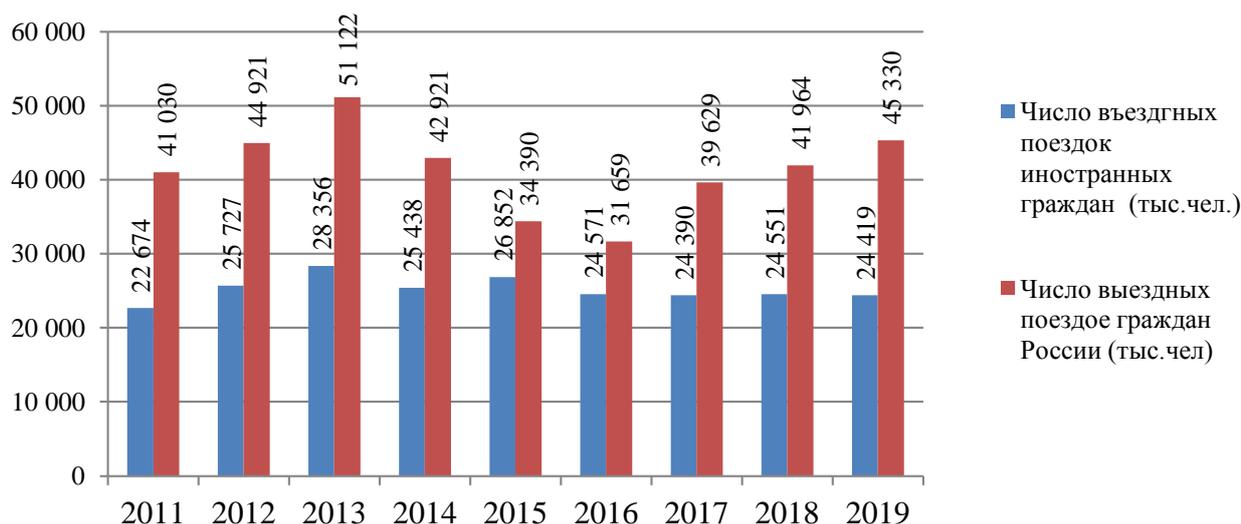


Рис. 3 – Динамика въездных и выездных туристических поездок в России.

Составлено на основе [1]

Анализ динамики туристических поездок, представленных на рисунке 3, позволяет сделать следующие выводы относительно экономических посылок формирования «экономического креста» туристической индустрии в России в 2020 – 2030 гг.

Существуют существенные барьеры для переориентации отечественной туристической индустрии на использование резервов внутренних туристических направлений. На это указывают результаты сопоставления цифр в докризисный, кризисный и посткризисный период в 2014 – 2019 гг. Период 2020 – 2030 гг. Имеет место чувствительность интереса граждан к экономическому кризису с точки зрения их спроса на иностранные туристические маршруты. Данное обстоятельство объясняется относительной слабостью национальной валюты в кризисные периоды, а также зависимостью доли доходов граждан, предназначенной для туристических поездок, от цикличности их доходов.

В то же время, представленная на рисунке 3 динамика не дает основание говорить о безбарьерности перераспределения зарубежных туристических потоков в пользу внутренних в условиях кризиса. Таким образом,

отечественный туризм демонстрирует более склонность к сокращению в условиях агрессивной экономической среды, нежели склонность к адаптации и реорганизации. Подобная аномалия может быть объяснена следующими обстоятельствами:

- экономические ограничения на развитие отечественных туристических маршрутов, что связано с недостаточной их масштабируемостью;

- использование партнерами туроператоров (гостиницы, логистические сети, организаторы рекреационно – развлекательных мероприятий) низкого уровня конкуренции в их географических и функциональных нишах для манипулирования ценами в краткосрочный период в ущерб долгосрочной стратегии развития;

- отсутствие критического количества институциональных участников туристической индустрии, необходимой для продвижения инновационного туристического продукта.

Формирование постиндустриального «экономического креста» отечественной туристической индустрии требует актуализации инновационной деятельности участников производства туристического продукта.

Приоритетными направлениями инновационной деятельности могут стать:

- экотуризм; развитие данного направления предполагает расширения цифрового присутствия отечественных регионов в информационном пространстве;

- культурный туризм; данное направление предполагает формирование цифровой карты отечественных исторических и культурных достопримечательностей и продвижение ее в глобальном информационном пространстве;

- развитие индустрии предложения туров – квестов, предполагающее разработку туров в соответствии с групповыми предпочтениями формирующихся в социальных сетях общностей потенциальных клиентов.

Библиографический список:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. - URL: <https://rosstat.gov.ru/>, дата обращения: 17.11 2020
2. Ахметова К.М. Туризм и индустрия туризма в условиях инновационного развития / К.М. Ахметова // Начало в науке. Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов. В 2-х частях. – М., 2019. С. 205-208.
3. Аллахвердиева Л.М. Современный кадровый менеджмент как фактор успешной предпринимательской деятельности / Л.М. Аллахвердиева // Актуальные проблемы развития предпринимательства в России. – М.: МГГЭУ, 2017. С. 56-68.
4. Вишневская Е.В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка / Е.В. Вишневская // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5. - № 4. - 2019, С. 12-24, DOI 10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2
5. Ерёмченко Е.Н. Туризм и устойчивое развитие: к мотивационной модели туризма / Е.Н. Ерёмченко // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции – М., 2019. С. 13-16.
6. Богатырёва И.Г., Хакулова А.З. Виртуальный туризм как новый вид в индустрии туризма / И.Г. Богатырёва, А.З. Хакулова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы. Сборник статей по материалам СЛШ международной научно-практической конференции. - М., 2020. С. 81-87.
7. Бондаренко В.В., Ларичева Е.А. Оценка развития внутреннего туризма в России и сервисной логистики в туризме / В.В. Бондаренко, Е.А. Ларичева // Логистика - инвестиции - инновации. Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2019. С. 70-74.

8. Срурова Э.Ф., Бунаков О.А. Современный туризм как экономическое явление. проблемы экономики туризма / Э.Ф. Срурова, О.А. Бунаков // Форсайт санаторно-курортной и туристской сферы. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – М., 2019. С. 268-273.
9. Тимохин Д.В. Особенности формирования отраслевой системы сбалансированных показателей на основе модели "экономического креста" / Д.В. Тимохин // Экономика, предпринимательство и право. - 2019. - Т. 9. № 4. - С. 405-418.
10. Радван Ю., Гузикова Л. От цифрового туризма к умному туризму / Цифровая экономика и индустрия 4.0: Форсайт Россия / Ю. Радван, Л. Гузикова // Сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием. – СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020. С. 244-249.
11. Щетинина Н.А., Лучина Н.А. Приоритеты в развитии туризма в регионах России: конгрессный туризм / Н.А. Щетинина, Н.А. Лучина // Экономика и менеджмент в XXI веке: информационные технологии, биотехнологии, физкультура и спорт. Сборник научных статей по итогам работы IV международного круглого стола. – М., , 2020. С. 183-184.
12. Мамедкулиева А.А., Ниточкина А.О. Влияние въездного туризма на экономику России / А.А. Мамедкулиева, А.О. Ниточкина // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – М, 2019. С. 194-198.
13. Тимохин Д.В. Цифровизация экономики: современное состояние, проблемы и перспективы развития в России / Д.В. Тимохин // Человек. Общество. Инклюзия. - 2018. - № 3 (35). - С. 57-66.

14. Тыйылова А. Инвестиционная стратегия развития туризма на региональном уровне / А. Тыйылова // Образование и наука в России и за рубежом. 2019. № 1 (49). С. 48-53.

15. Алиев М.В. К вопросу о итогах развития туризма в России / М.В. Алиев / Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки. Сборник статей по материалам LXXIV студенческой международной научно-практической конференции. – М., 2019. С. 61-64.

Оригинальность 75%