

АКТУАЛЬНЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

CURRENT VECTORS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN THE
RUSSIAN FEDERATION

УДК 338.48

Боброва Дарья Сергеевна, студент направления «Туризм», факультета «Экономики и управления», ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

Bobrova Daria Sergeevna, chitatel.writer@yandex.ru

Аннотация

В данной статье изучено влияние, оказанное распространившейся пандемией, на туристскую отрасль. Рассмотрены инновации, появившиеся и внедрённые на предприятиях гостиничного бизнеса и туристской индустрии в мире и в Российской Федерации. Подчеркнуто значение пандемии в контексте трансформации туризма.

Annotation

This article discusses the impact of the spread of the pandemic on the tourism industry. The innovations that have appeared and implemented at the enterprises of the hotel business and the tourism industry in the world and in the Russian Federation are considered. The importance of the pandemic in the context of the transformation of tourism was emphasized.

Ключевые слова: пандемия, индустрия туризма, цифровой туризм, туризм, влияние COVID-19, инновации, виртуальный туризм, экономическая сфера, туристская индустрия.

Keywords: pandemic, tourism industry, digital tourism, tourism, impact of COVID-19, innovation, virtual tourism, economic sphere, tourism industry.

Известно, что пандемия COVID-19, быстро распространившаяся по всему миру, стала тяжёлым ударом для экономики каждой страны. В частности, огромные потери и крупные убытки из-за кризиса, возникшего вследствие пандемии, понесла входящая в экономическую сферу сфера услуг и, соответственно, относящиеся к ней секторы и субъекты сервисного обслуживания, в том числе – индустрия туризма и гостиничный бизнес. Многие государства приняли решение о закрытии своих границ, также приняли меры по приостановлению интенсивных передвижений внутри страны и внедрили систему QR-кодов, что должно было способствовать предотвращению распространения инфекции. В свою очередь, это привело к значительному снижению мобильности граждан и достаточно сильному сокращению туристского потока, что крайне отрицательно сказалось на туристском секторе и в Российской Федерации, и в мире.

В последних, представленных в свободном доступе данных на сайте Всемирной туристской организации, отмечается, что пандемия и спровоцированные ею, принятые ограничения вызвали серьёзное сокращение туристского потока. Несмотря на то что в 2021 году туристский поток, как отмечают эксперты, вырос на 4% по сравнению с предыдущим 2020 годом, он всё ещё остался на 72% ниже показателей, зафиксированных в 2019 году за аналогичный период [13].

О сокращении туристского потока на территории Российской Федерации свидетельствуют данные, собранные Федеральной службой государственной статистики. Стоит подчеркнуть, число въездных и выездных поездок после 2019 года в Российской Федерации значительно сократилось. Так, число въездных поездок иностранных граждан на территорию Российской Федерации в 2020 году за период с января по декабрь составило всего 6359 тысяч человек, в 2021 году за период с января по сентябрь – 5080,6 тысяч человек. Таким образом, данные показатели

намного ниже данных за 2019 год, в котором за период с января по декабрь число въездных поездок иностранных граждан на территорию Российской Федерации составило 24419 тысяч человек. При анализе данных выездных поездок граждан Российской Федерации можно обнаружить схожую тенденцию. За период с января по декабрь в 2020 году число выездных поездок из Российской Федерации составило 12361 тысяч человек, в 2021 году за период с января по сентябрь – 13734,8 тысяч человек, а в 2019 с января по декабрь – 45330 тысяч человек [11].

Между тем, нельзя утверждать, что последствия, вызванные губительным влиянием пандемии COVID-19, были только негативными. Вынужденная необходимость быстрой адаптации в условиях жестких ограничений, острая нужда в приспособлении к сформировавшейся «новой среде», подтолкнула к активной разработке и внедрению инноваций, стала катализатором для трансформации как некоторых отдельных элементов туристского сектора, так и всей индустрии туризма.

Ключевую роль в приспособлении к существующим ограничениям, конечно же, сыграла цифровизация. Стоит подчеркнуть, новые технологии уже давно стали неотъемлемой частью жизни человека, однако в туристской отрасли до недавнего времени не существовало потребности в их активном использовании. С появлением пандемии и антиковидных мер эта потребность возросла, а роль современных технологий в нашем мире ещё больше упрочилась. К условиям распространения коронавирусной инфекции, стоит подчеркнуть, сложнее всего было адаптироваться средствам размещения, так как их функционирование непосредственно связано с оказанием услуг гостям. Главной задачей для хостелов, отелей и гостиниц стало упрощение операций по оказанию услуг с целью предотвращения контактов как между гостями, так и персоналом. Помимо уже существующего и активно используемого способа бесконтактной оплаты, различные крупные цепочки разработали новые программы, включающие бесконтактные размещение и выезд. Так, крупная сеть гостиниц «Hilton Hotels & Resorts» организывает

бесконтактные заезд и выезд с помощью цифрового ключа. Конкурирующие с ней гостиничные цепочки «Hyatt Hotels Corporation» и «Marriott International» в своих мобильных приложениях создали виртуальный ресепшен. Ещё в 2017-2018 годах крупные гостиничные цепочки анонсировали свои проекты по разработке умных номеров в своих отелях, управление которыми должно осуществляться посредством мобильного приложения.

Также стоит сделать акцент на появлении роботизированных отелей. Первым в мире роботизированным отелем стал отель «Nenn-na», открытый в Японии, в городе Сасебо в 2015 году. Однако предприятие оказалось не очень успешным, и в 2019 году отель вернулся к оказанию услуг гостям с помощью персонала. Более успешным оказался китайский роботизированный отель «Smart LYZ», открывшийся в городе Чэнду в 2018 году, в котором всю работу так же вместо персонала выполняют роботы, техника и мобильное приложение. И хотя появление данных отелей вовсе не является следствием пандемии, их положительный опыт был перенят другими предпринимателями, пытающимися справиться с антиковидными ограничениями. Так, в период пандемии в экономической зоне «Иннополис», расположенной в республике Татарстан, анонсировали строительство первой в России роботизированной гостиницы [12]. Таким образом, пандемия приблизила уже наметившиеся тенденции по автоматизации услуг при помощи искусственного интеллекта.

Не менее важно и то, что широкое распространение в туристской отрасли по всему миру в период распространения COVID-19 получил виртуальный туризм. Свою популярность данное направление приобрело благодаря так называемому эффекту «полного погружения» и безопасности подобных путешествий. И если ранее, до пандемии, такое направление туризма воспринималась как серьёзная угроза для продвижения реальных путешествий, то на сегодняшний день оно считается эффективным способом противодействия пандемии, способом сохранения доходов туристского

сектора. Главное преимущество виртуального туризма состоит в том, что человек, оставаясь дома, может оказаться в желанной точке мира и увидеть интересующие его достопримечательности. Определённо, такая инновация имеет особое значение для туристской отрасли. Стоит отметить, такие путешествия не только надёжны и безопасны в условиях пандемии, но также являются важным элементом в организации доступной среды, открывая возможности путешествовать и посещать страны и различные туристские аттракции людям с ограниченными возможностями. Безусловно, виртуальные путешествия не могут заменить реальные в полном смысле – существует разница в испытываемых туристами ощущениях – однако такой вариант путешествий является хорошей альтернативой.

Итак, пандемия спровоцировала бурное развитие VR-туров в мире и, в частности, в Российской Федерации. Появилось множество предложений виртуальных туров и огромное количество разработанных предложений по популярным курортам и знаменитым достопримечательностям мира в свободном доступе: The Grand Canyon Experience, Everest VR, Google Earth VR, Qantas Virtual Reality, Thailand Tourism Authority, LittlStar, Virtual Yosemite и другие [6, с. 27]. Благодаря им можно беспрепятственно оказаться в интересующем уголке планеты и осмотреть окрестности. В Российской Федерации также был сделан уклон на развитие VR-пространства, был разработан проект «Виртуальные прогулки», который собрал в себя огромную коллекцию из виртуальных туров по достопримечательностям и памятникам культуры по всей России, а также фотокарточки архитектурных ансамблей в высоком качестве. Стоит подчеркнуть, виртуальные туры находятся в свободном доступе – можно выбрать любой из понравившихся. Безусловно, данный проект является серьёзным шагом в цифровизации туристской отрасли в Российской Федерации.

Вместе с VR-технологиями большую популярность набрали и AR-технологии, получившие распространение в музеях, галереях и других местах культурного времяпрепровождения. В отличие от VR-технологий AR-

технологии не погружают человека в виртуальный мир полностью, а лишь дополняют реальность виртуальными элементами. Преимущество таких технологий состоит в том, что они делают полученные туристом впечатления более яркими и насыщенными, делают их более запоминающимися. Так, в Российской Федерации в честь года народного искусства и нематериального культурного наследия народов России, в метрополитене г. Москвы жители при наведении камеры телефона на QR-код, расположенный на проездном «Тройка», смогут увидеть работы знаменитых художников с аудио-сопровождением. Между тем, в мае 2022 года шведская поп-группа «ABBA» организует концерт в смешанной реальности.

Стоит подчеркнуть, VR- и AR-технологии в туристской отрасли могут быть применены не только как развлекательный контент, но и как средство продвижения на рынке. В связи с наступлением пандемии и нехваткой потенциальных клиентов предприятиям туристской отрасли пришлось вступить в жесткую конкурентную борьбу друг с другом, чтобы «выжить» на рынке и сохранить прибыль. Для продвижения туристских и развлекательных услуг предприятия использовали самые разные способы продвижения: от рекламных щитов на улицах до рекламы по радио и телевидению. Применение VR- и AR-технологий так же могло оказаться удачным и необычным маркетинговым ходом, что могло бы заинтересовать и привлечь потенциальных клиентов особенно на Российском рынке, где применение таких технологий как способа пиар-кампании менее распространено. Подобный маркетинговый ход ранее сделала британская круизная компания «Marella Cruises», которая представила клиентам брошюру с AR-эффектом, рекламируя свои услуги клиентам [6, с. 26]. В Российской Федерации, в Москве, клубная гостиная одного из отелей гостиничной цепочки «InterContinental» была оборудована очками виртуальной реальности, при помощи которых гости могли совершить виртуальное путешествие [2, с. 78].

Интересным инновационным решением можно посчитать и разработанную в Российской Федерации программу «Туристский Кэшбек», нацеленную на стимуляцию туристических поездок внутри страны и поддержание туристской отрасли в государстве. Несмотря на то что программа не была реализована в полном объёме, по представленным Федеральным Агентством по туризму данным можно судить, что она была весьма эффективна. Благодаря программе в 2020 году у крупных туроператоров вырос уровень продаж в среднем на 40% по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году, у агрегаторов, принявших участие в программе, увеличилось количество бронирований на 10-15% по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году, количество бронирований в средствах размещения по курортным и рекреационным направлениям выросло в среднем на 15-20% по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году [10]. Таким образом, программа не только позволила поддерживать туристскую отрасль в стране в период жёстких антиковидных мер, но и стала одним из этапов на пути преобразования и интенсивного развития внутреннего туризма в стране. Не исключено, что благодаря доказанной эффективности программы её будут применять в качестве стимулятора туристской отрасли Российской Федерации в будущем.

Важно и то, что пандемия назначила новые тренды отдыха. Повысился спрос на короткие и быстрые путешествия в связи с образовавшейся потребностью к смене обстановки. Быстро набрали популярность новые направления, которые также можно считать инновационными: «workation» – совмещение отдыха с работой в связи с организацией дистанционной работы и образования и «staycation» – проведение отдыха рядом с домом. Более популярным стал уединённый отдых на природе, также повысился спрос на «зелёный» и экологический виды туризма.

Таким образом, можно заключить, что явление пандемии носит весьма противоречивый характер: с одной стороны, туристской индустрии был нанесён огромный ущерб, с другой – появление COVID-19 стало причиной

прогресса в отрасли. Распространение коронавирусной инфекции повлекло за собой большие убытки для туристского сектора, стало причиной закрытия множества туристических фирм и организаций, вместе с тем подтолкнуло к поиску новых путей развития отрасли, разработке механизмов её преобразования, а также стимулировало внедрение инноваций. Однако, стоит подчеркнуть, пандемия лишь ускорила и так неизбежную цифровизацию отрасли и уже наметившийся процесс её трансформации, который стал необходим в связи с изменившимися потребностями общества, перешедшего на информационную ступень развития.

Литература

1. Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В. Инновационные тренды в контексте глобальных угроз пандемии COVID-19: механизмы для туристской отрасли России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т.14. №4. С. 7–26
2. Глушкова А.С. Использование VR- и AR-технологий в туризме // СКИФ. ВОПРОСЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУКИ. - 2020. - №1. - С. 77-81.
3. Крюкова Е.М., Шадская И.Г., Соколова А.Г. Пандемия COVID-19: вызовы и точки роста индустрии туризма. Инновации и инвестиции. 2021. № 4. С. 340-342.
4. Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. - 2020. - №80. - С. 50-67.
5. Оборин М.С. Последствия влияния пандемии COVID-19 на мировой туризм // Сервис в России и за рубежом. 2021. №1. С. 47-58.
6. Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А. Технологии смешанной реальности в туристской сфере // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2021. - №4. - С. 20-33.
7. Тюньков А.В. Влияние пандемии на развитие туристской индустрии: вызовы и пути решения // Финансовые рынки и банки. 2021. №2. С. 102-104.
8. Журнал «Туристический Барометр» 2021 (UNWTO World Tourism Barometer 2021). URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_05.pdf (дата обращения 01.11.2022).
9. Базовая статистика туризма // Всемирная Туристская Организация URL: <https://www.unwto.org/statistic/basic-tourism-statistics> (дата обращения: 01.11.2022).

10. Ростуризм подвел итоги программы туристического кешбэка в 2020 году // Федеральное агентство по туризму URL: <https://tourism.gov.ru/news/17009/> (дата обращения: 01.11.2022).

11. Розничная торговля, услуги населению, туризм // Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 01.11.2022)

12. Вперед в будущее: в России начнут строить роботизированные отели // Известия IZ URL: <https://iz.ru/986675/mariia-perevoshchikova/vpered-v-budushchee-v-rossii-nachnut-stroit-robotizirovannye-oteli> (дата обращения: 01.11.22).

13. Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels // Barometr URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата обращения: 01.11.22).

14. Туристский Кэшбек // Официальный сайт программы "Туристский кэшбек" URL: <https://мирпутешествий.рф/> (дата обращения: 01.11.22).

15. Москвичи смогут с помощью смартфона «оживить» картины выдающихся художников // SM NEWS URL: https://mos.sm.news/moskvichi-smogut-s-pomoshhyu-smartfona-ozhivit-kartiny-vydayushhixsya-xudozhnikov-71387u3t5/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

Literature

1. Afanasiev O.E., Afanas'eva A.V. Innovative trends in the context of global threats of the COVID-19 pandemic: mechanisms for the Russian tourism industry // Modern problems of service and tourism. 2020. V.14. No. 4. pp. 7–26

2. Glushkova A.S. The use of VR and AR technologies in tourism // SKIF. QUESTIONS OF STUDENT SCIENCE. - 2020. - No. 1. - S. 77-81.

3. Kryukova E.M., Shadskaya I.G., Sokolova A.G. COVID-19 Pandemic: Challenges and Growth Points for the Tourism Industry. Innovation and investment. 2021. No. 4. S. 340-342.
4. Loguntsova I.V. Tourism industry in the context of the coronavirus pandemic: challenges and prospects // Public administration. Electronic Bulletin. - 2020. - No. 80. - S. 50-67.
5. Oborin M.S. Consequences of the impact of the COVID-19 pandemic on world tourism // Service in Russia and abroad. 2021. №1. pp. 47-58.
6. Sarafanova A. G., Sarafanov A. A. Mixed reality technologies in the tourism sector // Scientific result. Business and service technologies. - 2021. - №4. - S. 20-33.
7. Tyunkov A.V. The impact of the pandemic on the development of the tourism industry: challenges and solutions // Financial Markets and Banks. 2021. №2. pp. 102-104.
8. Journal "Tourism Barometer" 2021 (UNWTO World Tourism Barometer 2021). URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_05.pdf (accessed 11/01/2022).
9. Basic tourism statistics // World Tourism Organization URL: <https://www.unwto.org/statistic/basic-tourism-statistics> (Accessed: 11/01/2022).
10. Rostourism summed up the results of the tourist cashback program in 2020 // Federal Agency for Tourism URL: <https://tourism.gov.ru/news/17009/> (date of access: 01.11.2022).
11. Retail trade, public services, tourism // Federal State Statistics Service URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (date of access: 11/01/2022)
12. Forward to the future: robotic hotels will be built in Russia // Izvestia IZ URL: <https://iz.ru/986675/mariia-perevoshchikova/vpered-v-budushchee-v-rossii-nachnut-stroit-robotizirovannye-oteli> (date of access: 01.11.22).
13. Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels // Barometr URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (Accessed: 11/01/22).

14. Tourist Cashback // Official website of the "Tourist Cashback" program URL: <https://worldtravel.rf/> (date of access: 01.11.22).

15. Muscovites will be able to “revive” paintings by outstanding artists using a smartphone // SM NEWS URL: https://mos.sm.news/moskvichi-smogut-s-pomoshhyu-smartfona-ozhivit-kartiny-vydayushhixsya-xudozhnikov-71387u3t5/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D