

Возможности развития внутреннего туризма в России после окончания пандемии COVID-19

Научный руководитель – Голик Светлана Александровна

Чикаренко Софья Алексеевна

Студент (бакалавр)

Иркутский государственный университет, Международный институт экономики и лингвистики, Иркутск, Россия
E-mail: sonyachikarenko@gmail.com

В связи с пандемией COVID-19, объявленной в начале марта 2020-го года, практически весь мир закрыл свои границы для передвижения. На начало 2021 большинство стран все еще остаются закрытыми для туристов, а значит спрос на туристические услуги остаётся неудовлетворённым. Закрытые границы делают невозможным экспорт и импорт туристических услуг, следовательно, внутренний туризм выходит на первый план.

Для большинства сфер бизнеса этот год стал серьезным испытанием, оставив в выигрыше только несколько отраслей и некоторые крупные компании. Самым разным малым и средним предприятиям в ускоренном режиме пришлось заняться цифровизацией своих бизнес-процессов, как из-за перехода на удалённый режим работы, так и из-за невозможности обслуживать клиентов лично [1]. Безусловно, туристическая отрасль пострадала больше всех, к апрелю 2020 года Ассоциация туроператоров России сообщила, что туристический рынок потерял более 1,5 трлн рублей. Поиск новых путей сбыта товаров и услуг стал не просто первостепенной задачей для всей отрасли, а условием ее выживания. На рынке сложилась ситуация, когда спрос на туристическую активность встретился с невозможностью туристических агентств удовлетворить его при помощи внешнего туризма. Соответственно, как продавцы, так и покупатели туристических услуг вынуждены переориентироваться на внутренний туризм.

Покупка туристической путевки, как и любая другая экономическая операция, запускает целую цепочку транзакций, способствуя движению денег в экономике, таким образом, внутренний туризм и перенаправление туристических потоков из других стран в регионы России приносят сразу несколько положительных явлений:

- 1) Способствует восстановлению рынка услуг.
- 2) Обеспечивает торговле дополнительный приток денег, которые при обычных условиях были бы потрачены за пределами страны.
- 3) Позволяет традиционно туристическим регионам увеличить поток внутренних туристов и компенсировать за счет него недостаток иностранных, что является фактором поддержки экономики региона, и ведет к открытию новых туристических направлений внутри страны.
- 4) Возникновение повышенного долгосрочного спроса на внутренний туризм за счет путешественников, которые вследствие закрытых границ приняли решение путешествовать по России впервые во время пандемии, и в будущем предпочтут именно этот вид туризма.

Несомненно, переориентирование туристов на внутренний рынок - явление, имеющее место не только в России, однако в нашей стране существуют все условия, чтобы оно возымело успех. Огромные площади, расположившиеся в нескольких климатических зонах,

богатое историческое наследие, отличное для каждого региона, инфраструктура, ранее нацеленная на иностранного туриста, ныне простаивающая без дела. Сейчас же, по оценкам экспертов, все больше россиян выбирают именно региональный туризм, то есть поездки в соседние субъекты РФ или в туристические точки, которые существуют в регионе, где проживает турист [2]. А в целом по стране россияне бронируют места для отдыха внутри страны в 1,5 раза чаще, чем это было в предыдущие годы [3]. Однако внезапный скачок спроса необходимо превратить в долгосрочный, чтобы он не стал лишь способом восполнить отсутствие иностранных туристов и не вернулся к прежним значениям в тот момент, когда другие страны откроют свои границы. Для этого необходимо проведение работы по двум основным направлениям.

Первое - необходимо организовать качественную и современную кампанию в СМИ по продвижению российского внутреннего туризма. Многие россияне недостаточно осведомлены о широких возможностях, которые предоставляет их страна в сфере туризма и не смогут назвать достопримечательности, которые находятся в их регионе, не говоря уже о других регионах России. ВЦИОМ отмечает, в частности, слабую информированность молодежи о потенциале российских регионов в сфере туризма [4].

Второе - переориентировать и адаптировать туристическую инфраструктуру, которая в настоящее время направлена на иностранного туриста вследствие сразу нескольких факторов:

- 1) Более высокая платежеспособность иностранного туриста привела к завышению цен на отели, туры, экскурсии и сувенирную продукцию, что значительно снизило привлекательность внутреннего туризма для российского потребителя услуги. Активная работа по данному направлению началась с «Государственной программы субсидирования поездок по России», по которой у туриста появляется возможность получить кэшбек в размере 20% от стоимости своей поездки по России.
- 2) Отсутствие развития и адаптации уже существующих туристических точек притяжения для молодого поколения, их общая отсталость и непривлекательность.
- 3) Отсутствие региональной идентичности, созданной на основе городской инфраструктуры и истории. В результате турист, выбравший внутренний туризм, например, не сможет увидеть особой разницы между городами Золотого кольца России, из-за похожего набора достопримечательностей и отсутствия существенных культурных различий.

В настоящее время внутренний туризм получил существенный стимул к развитию из-за ограничений, введенных большинством стран на период пандемии, и, чтобы повышенный спрос не стал временным явлением, а имел долгосрочный и стабильный рост, необходимо проводить активную работу по привлечению туристов. Таким образом, главную роль в стимулировании внутреннего туризма должны играть не закрытые границы других государств, а развитая и доступная инфраструктура, актуальные точки притяжения туристов, привлекательная ценовая политика, созданные региональные истории, понятные и близкие жителям России, но при этом различные и индивидуальные для каждого региона.

Источники и литература

- 1) С. В. Зограбян Пандемия и возможности для развития внутреннего туризма // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №6.

- 2) Санкт-Петербургские Ведомости – Туризм внутри России набирает популярность: https://spbvedomosti.ru/news/country_and_world/turizm-vnutri-rossii-v-etom-godu-nabiraet-populyarnost/
- 3) Аргументы и Факты – В АТОР не ожидают открытия новых стран для отдыха россиян весной: https://aif.ru/travel/v_ator_ne_ozhidayut_otkrytiya_novyh_stran_dlya_otdyha_rossiyan_vesnoy
- 4) ВЦИОМ – Внутренний туризм: курс на расширение!: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vnutrennij-turizm-kurs-na-rasshirenie>