

УДК 338.486

Шипилова Виктория Алексеевна

студентка
экономический факультет
Южный федеральный университет
vshipilova@sfnedu.ru
Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Матвеева Людмила Григорьевна

доктор экономических наук., профессор
Южный федеральный университет
imatveeva@sfnedu.ru, matveeva_lg@mail.ru
+7-909-403-7777

**РОССИЙСКИЙ И МИРОВОЙ ОПЫТ АДАПТАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ
К ВЫЗОВАМ ПАНДЕМИИ***Аннотация:*

Тестируемые реальной практикой существенные изменения в социальной и экономической сферах, происходящие под воздействием коронакризиса, проявились в целом ряде социально значимых секторов, в числе которых туризм – одна из более других пострадавших от пандемии отраслей. В тех странах, для которых туризм является важным источником доходов, в негативном положении оказались не только работники туристической индустрии, но и потребители туристических услуг. В этой ситуации туристические компании оказались заложниками двух групп факторов: объективных, детерминируемых общемировыми и общеэкономическими тенденциями коронакризиса, и субъективных, формируемых негативными реакциями потребителей. Это требует от менеджмента данных компаний применения новых, адаптационных механизмов, направленных на трансформацию привычного представления туризма и определение путей сохранения своей деятельности и выхода на траекторию устойчивого развития в новой реальности. В данной статье рассматриваются новые тренды развития туристической отрасли, формируемые изменившейся под воздействием пандемии ситуацией на мировом и внутренних рынках туристических услуг, а также механизмы адаптации к ним компаний, функционирующих в индустрии туризма и гостеприимства.

Ключевые слова:

туризм, коронакризис, механизмы адаптации, влияние пандемии коронавируса на развитие экономики и туризма, туристическая отрасль в России, меры поддержки туризма.

В общенациональной системе социально-экономических ценностей есть особая и специфическая структурно-функциональная подсистема, которая для большого числа стран мира, особенно обладающих природными и иными рекреационными ресурсами, определяет их профиль, приоритеты и потенциал развития. Это туристическая сфера.

В силу своей специфики она является многоотраслевой и многоаспектной, поскольку объединяет в своем составе самые разные подотрасли и «предприятия производственной и непроизводственной сфер, предоставляющих туристические услуги и производящих товары туристического спроса; является одной из форм освоения территории, сферой, которая характеризуется невысокими стартовыми инвестициями, высоким уровнем рентабельности и кратким сроком окупаемости затрат» (Гриненко, Боровская, Матвеева и др., 2020). В соответствии с этим «современная экономическая наука рассматривает туризм как сложную социально-экономическую систему, в которой многоотраслевой производственный комплекс, называемый туристической индустрией, является лишь одним из составных компонентов» (Гриненко, Боровская, Матвеева и др., 2020).

В целом ряде публикаций сферу туризма той или иной страны называют туристическим кластером, поскольку он объединяет в себе компании, создающие замкнутую технологическую цепь предприятий производства туристической услуги, формирующих процесс создания новой ценности (Афанасьев, 2016, 2021). А поскольку туристический продукт должен быть востребован, особенно учитывая названные выше ограничения объективного и субъективного характера, в рамках данной технологической бизнес-модели должны выполняться все критерии циркулярной (циклической) экономики: «замкнутый цикл, рациональное распределение ресурсов между участниками туристического кластера, безотходное производство,

инклюзивность (равные права доступа всех участников кластера к ресурсам и равные обязанности), экологичность» (Матвеева, Куижева и др., 2021).

Отмеченный многоотраслевой характер туристической сферы хорошо представлен на рисунке 1, где присутствуют также государственные органы, регулирующие развитие туризма.



Рисунок – Туризм – многоотраслевой производственный комплекс (Гриненко, 2017)

Подтверждением важности применения нового методологического подхода к анализу адаптационных механизмов современных туристических компаний с позиции критериев циркулярной экономики и использования сквозных цифровых технологий свидетельствуют следующие эмпирические данные.

В настоящее время туризм является одной из самых высокодоходных и быстрорастущих отраслей экономики как в мировом, так и в конкретно национальном контексте: удельный вес туристической сферы в структуре национальной экономики большинства развитых стран составляет 10–25% доходной части бюджета. Продолжительный период самоизоляции и карантинных мер в первой половине 2020 г. показал, что туризм стал образом жизни для многих людей, и в регионах и странах, где карантинные меры в летний период были ослаблены раньше остальных, стремительно увеличился туристический поток. Это, в том числе, стало следствием того, что потребители туристических услуг, недооценивая серьезность ситуации, считали, что распространение вируса и закрытие границ никак не касается купленных ими туров. массово требуя от турагентов сохранения дат поездок и их стоимости И туристические компании предпринимали все возможные меры для нивелирования негативной реакции клиентов, положительно повлиявшие на туристические потоки в указанных направлениях.

За всё время существования туризма это не первый случай, когда данная отрасль сталкивалась с эпидемией и вытекающими из неё сложностями. По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) в период с 2011 по 2018 годы было зарегистрировано около 1483 случаев распространения различных заболеваний в 172 странах. К ним можно отнести грипп, тяжелый острый респираторный синдром (SARS), ближневосточный респираторный синдром (MERS), Эбола, Зика, чума, желтая лихорадка и многие другие.

Эти эпидемии оказали негативное влияние не только на экономику стран их распространителей, но и подорвали репутацию этих государств, значительно снизив поток туристов в последующие за пандемиями годы. Как утверждает в официальном докладе организации «Оценка воздействия вспышки COVID-19 на международный туризм» (Оборин, 2021), с 2000 года нынешний кризис — третий и самый масштабный по части отрицательной динамики: первое снижение международных прибытий (на 0,4%) случилось в 2004 году во время эпидемии SARS, второе (на 4%) — по причине глобального экономического кризиса в 2009 году —

и все это, конечно же, не идет ни в какое сравнение с нынешними цифрами. По прогнозам UNWTO, снижение числа туристов будет сохраняться в последующие пять-семь лет, при этом только лишь в мировой авиации упущенная выгода в 2020 году по сравнению с 2019 годом составит 38%, или \$252 млрд (1,9 тыс. трл руб.).

Согласно данным сайта «Ассоциация Туроператоров России» вследствие пандемии COVID-19, международные туристические прибытия (поездки) сократились по всему миру на 95,2%, в России - на 99,0%, в США – на 95,8%, в Испании – на 99,1%, в Таиланде – на 100% по сравнению с первой половиной года.

Таким образом, влияние коронавируса и последовавшего за ним коронакризиса на туризм оказалось колоссальным. Однако эксперты настроены позитивно и считают, что эпидемия стала лишь поводом для усовершенствования принципов и механизмов устойчивости мирового туризма. В данной ситуации правительства других стран были вынуждены оказывать различные меры поддержки занятым в нем людям и предприятиям.

Соответственно для разработки адаптационных механизмов предприятий и компаний индустрии туризма и гостеприимства, учитывающих не только факторы внешнего окружения, но и специфику конкретных регионов (стран), надлежит выработать критерии устойчивости для туристической отрасли, измеряемые и прогнозируемые, в уточненных измеряемых показателях и параметрах.

Пандемию можно рассматривать не только как повод для перестройки туристической отрасли на макроуровне, но и на уровне отдельных туристических центров. Например, преобразование ранее имеющихся туристических объектов, уменьшение стоимости аренды для предпринимателей и активная реклама, которые привлекут внимание не только иностранцев, но и местных жителей. Рассматривая преобразования данной отрасли на примере самых популярных туристических направлений в Европе (Венеция, Барселона, Рим, Лондон, Париж), можно сделать вывод о том, что правительство старается уменьшить поток иностранных туристов с помощью ограничения для туристов доступа к историческому центру города с помощью системы квот и предварительного бронирования, тем не менее это не будет касаться жителей городов.

Стоит заметить, что при повышении заболеваемости и ограниченном передвижении для туристов вышеуказанные методы не повлияют на сферу туризма должным образом, поток иностранных туристов значительно уменьшится, возможно даже прекратится. Однако, данные меры станут прекрасным решением для увеличения количества поездок по стране. Таким образом, уменьшение цен и изменение инфраструктуры может сподвигнуть на путешествия жителей страны, что с точки зрения заболеваемости является более перспективным решением, нежели увеличение потока иностранных туристов.

Коронавирусная инфекция стала поводом для того, чтобы правительства некоторых стран сосредоточили своё внимание на роли, которую они отводят туристической отрасли, если территория всецело зависит от туристической отрасли, если не создана финансовая подушка безопасности и развитие туризма происходило стихийно. Многие пляжные дестинации развивающихся рынков, например, Албания и Черногория, всегда сильно зависели от фактора сезонности, и основная часть доходов в туризме поступала в летний сезон. Именно поэтому такие дестинации первыми открыли границы для туристов, что впоследствии повлияло на формирование второй волны пандемии.

Ниже представлены наиболее популярные мировые механизмы поддержки туризма:

1. Временное или частичное освобождение от налогов и сборов.
2. Обеспечение и поддержка ликвидности – возмещение затрат, понесенных организаторами предприятий в 2020 году, снижение арендной платы или субсидии на аренду.
3. Предотвращение увольнений и обеспечение дополнительных рабочих мест – краткосрочные компенсации и субсидии на заработную плату, приостановление увольнений сотрудников.
4. Развитие внутреннего туризма – субсидированные внутренние туристические путёвки, скидочные купоны, ваучеры на посткризисный период, финансирование маркетинговых кампаний на перспективу, ребрендинг, продвижение страны на внутреннем и внешнем рынках.

В Российской Федерации широкое распространение получила государственная поддержка туристического бизнеса. Полный перечень актуальных мер поддержки для предприятий туристической отрасли в середине мая сформировал и представил на своем сайте Ростуризм. В него включены как общие меры, предусмотренные для всех отраслей, наиболее пострадавших из-за пандемии, так и специальные. В 2021 году представителям малого и среднего бизнеса предоставляются гранты на заработную плату и льготные кредиты.

Рассматривая влияние коронавируса на сферу туризма, можно заметить, что туроператоры приняли решение о развитии специализированных видах туризма, которые получили особую популярность в России.

К специализированным видам туристической деятельности относятся альтернативные, целесообразные, ответственные и даже 100% устойчивые туры. Данные виды туристической деятельности относятся к мелкомасштабным нетрадиционным типам развития следующих видов туризма:

1. Велосипедные и пешеходные туры. Основным способом передвижения являются велосипеды, туристы наслаждаются природой, дышат свежим воздухом, а также не загрязняют атмосферу.
2. Деревенский туризм. Небольшие группы туристов, размещаются в традиционных, удаленных деревнях или неподалеку от них, знакомясь с местной средой и деревенской жизнью вдали от

цивилизации. Объекты туризма принадлежат деревенским жителям, именно они занимаются размещением и развлечением туристов.

3. Агротуризм (фермерский, сельский туризм). Туристы проживают в фермерских семьях и знакомятся с сельскохозяйственной отраслью, или проживают в рыбацких селах с семьями рыбаков, выезжая с ними на рыбный промысел.

4. Экстремальный туризм – это вид отдыха или путешествия, в основе которого лежит риск. К данному виду туризма относится сёрфинг, альпинизм, роупджампинг, индустриал, мотоциклетный спорт, дайвинг.

5. Экологический туризм, или как его еще называют, природный туризм, заключается в том, что туристические маршруты пролегают по природным зонам в сопровождении экскурсоводов, которые дают пояснения об экологии, местной фауне и флоре. Данный тип туризма в настоящее время все больше привлекает к себе пристальное внимание из-за его упора на сохранение природных красот и знакомство с окружающей средой, но требует дальнейших разработок.

В заключение следует сказать, что на данный момент времени методы адаптации туристического бизнеса к произошедшим изменениям под влиянием мега-, макро- и конкретно локальных детерминант (в частности, наличия и специфики необходимого ресурсного потенциала в регионе) находятся на стадии разработки, но уже прослеживаются определённые тенденции, которые в течение достаточного короткого времени будут только укрепляться. К их числу относится, например, уменьшение роста численности туристических групп, увеличение требований отдыхающих к отдыху, повышение интереса к природным объектам и т. д. Реальной практикой последнего времени тестируется также тот факт, что менеджмент туристических компаний и кластеров предпринимает попытки практического внедрения в свою деятельность адаптационных механизмов и инструментов поддержки принятия управленческих решений, а правительства различных стран делают всё возможное для поддержки туристического бизнеса. И ситуация в данной сфере постепенно улучшается, о чем свидетельствует высокий рост числа туров, как по России, так и за рубежом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абухович Ю.К. Экономические и социальные последствия влияния эпидемий на развитие мировой экономики // Молодежный сборник научных статей «Научные стремления». 2020. №27. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-i-sotsialnye-posledstviya-vliyanija-epidemiya-na-razvitie-mirovoy-ekonomiki> (дата обращения: 15.11.2021).
2. 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. №4.
3. Афанасьев О.Е. Типология туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма, 2016. № 1, Том 10. С. 37 – 46.
4. Биличенко Т. Н. Эпидемиология новой коронавирусной инфекции (COVID-19) // Академия медицины и спорта. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/epidemiologiya-novoy-koronavirusnoy-infektsii-covid-19> (дата обращения: 15.11.2021).
5. Гриненко С.В. Менеджмент партнерства как платформа эффективного использования олимпийского наследия // В сборнике: Актуальные проблемы образовательного туризма. Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Ответственный редактор С.В. Гриненко. 2017. С. 32-44.
6. Иванова А.В. Особенности развития специализированных видов туризма в современных условиях // Форум молодежной науки. 2020. №6.
7. Matveeva L.G., Kuizheva S.K. and others. Circular business paradigm in innovative solvations of industrial ecosystems of regions // Laplage em Revista 2021. Vol. 7. <https://mjl.clarivate.com/search-results>.
8. Оборин М.С. Оценка влияния пандемии COVID19 на мировой туризм // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т.15. №1.- С. 47-58.
9. Экосистемы в пространстве новой экономики: монография /Под ред. проф. Боровской М.А., Лябаха Н.Н., Матвеевой Л.Г. Ростов-на-Дону: Изд-во Южного федерального университета. 2020//<https://elibrary.ru/item.asp?id=46223774>.
10. Mach Leon, Ponting Jess “Establishing a pre-COVID-19 baseline for surf tourism: Trip expenditure and attitudes, behaviors and willingness to pay for sustainability”
11. Bhati A. S. et al. Motivating or manipulating: the influence of health-protective behaviour and media engagement on post-COVID-19 travel // Current Issues in Tourism. – 2020. – С. 1-5.

Shipilova Victoria Alekseevna
student
Faculty of Economics
Southern Federal University

vshipilova@sfnedu.ru
Rostov-on-Don, Russian Federation

Matveeva Lyudmila Grigoryevna
Doctor of Economics, Professor
Southern Federal University
lmatveeva@sfnedu.ru, matveeva_lg@mail.ru

RUSSIAN AND GLOBAL EXPERIENCE IN ADAPTING TRAVEL COMPANIES TO PANDEMIC CHALLENGES

Annotation:

The significant changes in the social and economic spheres tested by real practice, taking place under the influence of the coronacrisis, were most pronounced in a number of socially significant sectors, including tourism - one of the other pandemic-affected industries. In most countries of the world, for which tourism is an important source of income, not only tourism workers, but also consumers of tourism services, are in a negative situation. This, among other things, is due to the fact that the latter, underestimating the seriousness of the situation, believe that the spread of the virus and the closure of borders does not concern the tours they bought, while massively requiring travel agents to take active measures to preserve travel dates and their cost. In this situation, travel companies were held hostage by two groups of factors: firstly, objective, determined by the global and general economic trends of the coronacrisis; secondly, subjective, generated negative reactions and consumer requirements. This requires the management of these companies to use new, adaptation mechanisms aimed at transforming the usual presentation of tourism and determining ways to preserve their activities and enter the trajectory of sustainable development in a new reality. This article examines new trends in the development of the tourism industry, formed by the situation that has changed due to the pandemic in the global and domestic tourism services markets, as well as the mechanisms for adapting to them by companies operating in the tourism and hospitality industry.

Keywords:

tourism, coronacrisis, adaptation mechanisms, the impact of the coronavirus pandemic on the development of the economy and tourism, the tourism industry in Russia, and measures to support to