

УДК 338.48
JEL: C67, Z3
DOI 10.24147/1812-3988.2021.19(3).118-131

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА СФЕРУ ТУРИЗМА В РОССИИ

Е.Г. Леонидова

Вологодский научный центр Российской академии наук (Вологда, Россия)

Информация о статье

Дата поступления
27 мая 2021 г.

Дата принятия в печать
1 сентября 2021 г.

Тип статьи

Аналитическая статья

Ключевые слова

Туризм, COVID-19, Россия,
внутренний туризм, экономика

Финансирование. Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием для ФГБУН «Вологодский научный центр РАН» по теме НИР № 0168-2019-0005 «Исследование факторов и методов устойчивого развития территориальных систем в изменяющихся мировых геополитических и геоэкономических условиях».

Аннотация. Пандемия COVID-19 нанесла серьезный урон не только российской экономике в целом, но и сектору туризма в частности. В России туризм признан одной из наиболее пострадавших отраслей экономики из-за введения карантинных ограничений, что обусловило принятие государством ряда мер его поддержки для смягчения последствий коронавируса и восстановления спроса на туристские услуги. Настоящее исследование посвящено оценке влияния пандемии на функционирование российского туристического сектора. Информационной базой послужили труды отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемами развития туризма, а также сведения органов государственной статистики, данные Всемирного банка, Евростата. Автором определено, что распространение коронавируса в мире существенно повлияло на состояние туризма в России, значительно сократив объемы выездного и въездного туризма и лишив источника дохода компании туристической отрасли, занятых в этих сегментах туристического рынка. В исследовании выявлено, что негативные последствия COVID-19 ощутили все представители российской туристической индустрии – турагентства и операторы, объекты размещения, а также транспортные компании, специализирующиеся на туристических перевозках. На основе межотраслевого моделирования рассчитаны эффекты для российской экономики в результате падения туристского спроса в 2020 г. в разрезе таких показателей, как валовой выпуск продукции, численность работников и фонда заработной платы по всем видам экономической деятельности. Выявлено, что падение туристского спроса вызвало снижение ВВП России. Определено, что успешное развитие туризма в России требует значительного объема государственной поддержки, оказываемой туристическому бизнесу.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE TOURISM SECTOR IN RUSSIA

E.G. Leonidova

The Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (Vologda, Russia)

Article info

Received
May 27, 2021

Accepted
September 1, 2021

Type paper

Analytical paper

Keywords

Tourism, COVID-19, Russia,
domestic tourism, economy

Abstract. The COVID-19 pandemic seriously impacted not only Russian economy as a whole, but also its tourism sector, which led to problems in the functioning of all parts of its extensive value chain. In Russia, tourism is recognized as one of the most affected sectors of the economy due to introduced quarantine restrictions. The state took a number of supporting measures to mitigate the effects of coronavirus and restore demand for tourist services. This study is devoted to assessing the pandemic's impact on the Russian tourism sector functioning. Information base includes the works of domestic and foreign scientists dealing with tourism development problems as well as information from state statistics authorities, data from the World Bank and Eurostat. The author determine that the spread of coronavirus in the world significantly affected the state of tourism in Russia, greatly reducing the volume of outbound and inbound tourism and depriving tourist companies of the source of income. All representatives of the tourism industry, such as travel agencies and operators, accommodation facilities, as well as transport companies specializing in tourist transportation, face negative effects of COVID-19. The article calculates the effects for the Russian economy caused by decreased tourist demand in 2020 in the context of indicators, such as gross output, employee number and wage fund for all types of economic activity.

Acknowledgements. The article is prepared in accordance with the state assignment for the Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, research project no. 0168-2019-0005 "Research of factors and methods of sustainable socio-economic development of territorial systems in changing global geopolitical and geo-economic conditions".

1. Введение. Туризм в России – динамично развивающаяся отрасль экономики, формирующая 3,9 % ВВП. По данным Всемирной туристской организации, страна занимает значимые позиции по количеству прибытий иностранных туристов: за 2019 г. она приняла 24,6 млн путешественников, что позволило ей занять 14-е место среди всех стран мира и 9-е место среди европейских государств¹. Кроме того, Россия относится к основным выездным туристическим направлениям мира, занимая 8-е место в мире по числу поездок туристов за рубеж.

Разнообразие туристских ресурсов России позволяет развивать множество видов въездного и внутреннего туризма: культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивный, горнолыжный, деловой, круизный, экологический, сельский, рыболовный и охотничий [1].

Развитие отрасли в последние годы характеризуется ростом большинства показателей туристской инфраструктуры: открываются новые гостиницы и предприятия общественного питания. Так, за 2010–2019 гг. число коллективных средств размещения увеличилось в 3,6 раза, а численность размещенных в них лиц – на 65 %. Количество объектов сферы общественного питания за последние 10 лет выросло на 40 %. Эти позитивные изменения функционирования туристского сектора и необходимость усиления его роли в экономике России обусловили особый интерес органов власти к его развитию. Так, в 2019 г. была принята Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 г., которая предполагает рост вклада туризма в ВВП страны по сравнению с уровнем 2017 г. в 5,1 раза. В 2020 г. Ростуризм как структура, отвечающая за развитие туризма в России, перешла в прямое подчинение правительству, что значительно расширило ее полномочия в части разработки государственной политики в этой сфере, а также улучшила координацию реализации ее приоритетов.

Потери, понесенные российской туристической отраслью в результате влияния коронавируса, оценены Ростуризмом в 1,5 трлн руб. при годовом обороте в 3,7 трлн руб. в докризисный период. Следует отметить, что в научной литературе количественной оценке влияния пандемии COVID-19 на туризм в России и экономику в целом не уделено достаточного внимания. Ликвидация этого пробела позволит

получить количественную оценку изменения параметров экономической системы, связанного с динамикой развития данного сектора.

Научная гипотеза исследования состоит в том, что снижение спроса на продукцию товаров и услуг туризма отрицательно сказалось не только на туристской отрасли, но и на экономике страны, а также отдельных видах экономической деятельности. В связи с этим целью статьи стала оценка экономических эффектов в результате падения туристского спроса для определения перспектив развития туризма, для чего были выявлены тенденции его развития, выполнен анализ регулирования им на современном этапе, рассчитаны эффекты для экономики от сокращения туристского потребления, определены приоритеты развития сектора в ближайшем будущем.

Значимость исследования обуславливается уточнением роли и места России на мировом туристическом рынке в контексте усиления процессов глобализации.

2. Обзор литературы. В научной литературе отмечен повышенный интерес исследователей к оценке последствий COVID-19 для туристической отрасли стран мира, поскольку влияние текущего кризиса на нее весьма велико. Согласно данным Всемирной туристской организации, сокращение экспортных доходов от туризма в 11 раз превысило потери от глобального экономического кризиса 2009 г., что позволило назвать 2020 г. худшим для туризма за всю историю наблюдений². Пандемия коронавируса является самой масштабной за последние сто лет и нанесла значительный урон мировой экономике и народному хозяйству отдельных стран в целом и туристической сфере в частности. Учеными отмечается, что негативные эффекты влияния COVID-19 на экономику вызваны резким ограничением мобильности, введенным правительствами большинства государств мира, что парализовало большую часть производственной деятельности и сферы услуг, особенно транспортный сектор, что привело к резкому спаду числа туристических поездок [2].

Следует отметить, что оценка влияния COVID-19 на туристическую отрасль изучается с разных позиций. Так, исследователями уделяется внимание изменению поведения туристов в условиях пандемии. Например, согласно зарубежным ученым, ее влияние будет ощущаться даже после восстановления туристиче-

ских рынков и приведет к некоторым устойчивым трансформациям в схемах путешествий в долгосрочной перспективе [3]. В другом исследовании выполнен анализ влияния предполагаемого риска на намерение туристов путешествовать в ситуации пандемии COVID-19 [4]. Авторами разработана модель, которая включает расчет влияния этого намерения на готовность туристов платить больше, чтобы получить выгоду от дополнительных мер безопасности в пункте назначения. Учеными подчеркивается необходимость создания органами власти и туристскими организациями условий по предоставлению достаточной информации населению о безопасности путешествий и принимаемых в связи с этим мерах, что может быть организовано посредством использования таких ресурсов, как реклама в общественном транспорте, социальных сетей и медицинских информационных центров, что позволит снизить уровень тревожности туристов [5].

В отдельную группу можно выделить работы по прогнозированию восстановления туристических потоков и индустрии туризма в целом после пандемии. Так, на основе нейросетевого и аддитивного моделирования было определено, что спад туристских прибытий сохранится до июля 2021 г. [6].

Ученые отмечают высокую устойчивость индустрии туризма к различным кризисным явлениям. На основе данных с 2001 по 2018 г. на примере 185 стран ими определено, что временной интервал, необходимый для восстановления, в туристическом секторе снизился в среднем с 26 до 10 месяцев [7]. Отмечается, что восстановление индустрии туризма во всем мире после COVID-19 займет больше времени, чем рассчитанный ими средний ожидаемый период восстановления.

Другими авторами подчеркивается, что точное прогнозирование воздействия COVID-19 на индустрию туризма и ее восстановление имеет важное значение для стратегического планирования туристических направлений и бизнеса, связанного с туризмом [8].

Можно отметить, что многими исследователями были оценены последствия от пандемии для туристической отрасли отдельных регионов либо стран мира, таких как Испания [2; 9], Португалия [10], Тайланд [11], Малайзия [12] и др.

В работе шведских авторов был проведен обзор научной литературы, посвященной влия-

нию COVID-19 на туризм, за 2020 г., в котором отмечено, что только в трети из всех исследований данная проблематика рассмотрена на примере конкретной территории. Обобщив эти работы, авторы установили, что самым изучаемым регионом стал Китай, что объясняется тем, что именно эта страна первой испытала влияние COVID-19 на туристический сектор. Далее по степени изученности следуют Центральная Африка и Юго-Западная Европа [13].

Российские ученые перспективы развития туризма в России в постковидный период связывают с внутренним туризмом, который рассматривается в качестве одного из драйверов регионального развития. Так, А.А. Яковлевым с соавторами отмечается, что переориентация спроса на внутренний туризм в условиях ограничений выезда за рубеж способствует притоку инвестиций и реализации туристического потенциала при условии налаживания кооперационных связей между федеральными и региональными органами власти и бизнеса [14].

Т.А. Лаврова в своей работе уделила внимание финансовому состоянию туристических предприятий в период кризиса, а также оценила объемы финансовой помощи, оказанной правительством турфирмам [15]. Д.В. Тимохин с соавторами делают акцент на необходимости внедрения в туристической России цифровой трансформации и формирования индустрии 4.0 [16].

Таким образом, можно заключить, что в научной литературе не в полной мере разработаны вопросы, связанные с количественной оценкой последствий для туризма действия пандемии коронавируса в разрезе стран или регионов мира, учитывающей межотраслевые эффекты. Следует отметить, что экономики государств сильно отличаются друг от друга степенью зависимости от индустрии туризма. Так, в Португалии сектор туризма, в котором занято свыше 1 млн рабочих мест, формирует до 15 % ВВП [10], в то время как в России его значимость не столь велика, однако позиции туризма как значимой и доходной отрасли экономики в последнее время укрепляются и здесь, что подтверждается мерами по ее поддержке, предпринимаемыми руководством государства. Данное исследование восполняет имеющийся пробел, связанный с оценкой влияния на туристскую индустрию России COVID-19, раскры-

вая специфику функционирования отрасли в условиях пандемии.

3. Материалы и методы исследования.

Методологическую основу проведенного исследования составили труды ученых, занимающихся изучением развития туристической отрасли в условиях пандемии COVID-19. Для анализа состояния российского сектора туризма, выявления тенденций и ограничений его функционирования, а также определения сценариев его дальнейшего развития применялись методы синтеза и обобщения, экспертных оценок, монографический, статистический, ретроспективный, качественной и количественной обработки данных.

Для оценки экономического эффекта от падения туристского спроса использована статическая межотраслевая модель экономики, которая опирается на основное уравнение межотраслевого баланса:

$$x = Ax + y,$$

где x – вектор общего объема продукции; A – матрица коэффициентов прямых затрат; y – вектор конечного продукта.

В моделировании использовалось уравнение:

$$(E - A)^{-1} \cdot y = x,$$

где E – единичная матрица; $(E - A)^{-1}$ – матрица коэффициентов полных затрат.

Модель содержит включенный в нее вид деятельности «Туризм», отдельно не представленный в российской статистике. Для расчета туристского выпуска и туристской добавленной стоимости по видам деятельности, связанным с туризмом, использован методический инструментарий, основанный на агрегировании данных, характеризующих отгрузку товаров, выполнение работ и оказание услуг российскими предприятиями [17].

По данным Ростуризма о падении выручки туристской отрасли в 2020 г. на основе межотраслевой модели выполнен расчет объема реализации продукции туризма при сокращении потребительского спроса. Также был оценен вклад туризма в убыль численности работников и фонда заработной платы.

В качестве информационной базы исследования использованы официальные данные Росстата, Всемирной туристской организации при Организации Объединенных Наций, данные Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Всемирного банка.

4. Результаты исследования. Несмотря на то, что Россия располагает существенным туристским потенциалом, данный сектор экономики длительное время не рассматривался органами власти в качестве приоритетного, в результате чего отрасли не оказывался необходимый для ее нормального функционирования объем финансовой и организационной поддержки. Это привело к тому, что сфера туризма в стране ориентирована в основном на развитие выездного туризма, поскольку российский турпродукт зачастую проигрывает по соотношению цены и качества зарубежным предложениям. К ключевым ограничениям туризма в России относятся:

- недостаток и неразвитость туристской инфраструктуры в регионах страны;
- неконкурентоспособные цены на туры внутри страны по сравнению с путешествиями в зарубежные страны;
- невысокий уровень обслуживания туристов;
- однотипный туристский продукт;
- низкая информированность населения об имеющихся туристских ресурсах [18].

Для того чтобы определить основные ограничения российского туристического сектора необходимо провести анализ основных тенденций его развития, выполненный на основе показателей, характеризующих развитие инфраструктуры туризма и вклад отрасли в экономику.

Как свидетельствуют статистические данные, с 2010 по 2019 г. доля приобретаемых россиянами турпакетов на зарубежные направления хоть и снизилась с 77 до 55 % в общем объеме реализованных туров, но всё еще остается довольно высокой (табл. 1). С 2015 г. отмечен позитивный тренд роста спроса россиян на внутренние направления. Только за период с 2015 по 2019 г. на 60 % выросло число проданных путевок по России.

Постепенная переориентация россиян на внутренний туризм соответствует международным тенденциям развития туристического сектора. Так, для большинства стран – членов ОЭСР он является основой туристической отрасли³. Например, в 2019 г. жителями США было совершено 2,3 млн путешествий внутри страны и всего 157,8 тыс. поездок за ее пределы.

В научных исследованиях доказано, что развитие внутреннего туризма весьма значимо для экономики любой страны, поскольку рост

внутреннего туристского потребления стимулирует внутренний спрос и повышает эффективность использования имеющегося туристического потенциала [19].

В то же время по числу туристов, приходящихся на 100 жителей, Россия значительно уступает развитым европейским державам (рис. 1).

Таблица 1. Количество турпакетов, реализованных туристическими фирмами России в 2010–2019 гг., тыс. ед. (на основе данных Росстата)

Table 1. Number of tour packages sold by Russian travel agencies in 2010-2019, thousand units (on the basis of Rosstat data)

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2010, %
Число реализованных населению турпакетов	4 358	4 427	4 763	5 384	4 384	4 024	3 352	4 390	4 585	5 337	122
Из них гражданам России: по территории России	872	929	905	969	992	1 331	1 529	1 552	1 635	2 111	242
по зарубежным странам	3 367	3 326	3 738	4 240	3 253	2 482	1 625	2 605	2 575	2 911	86

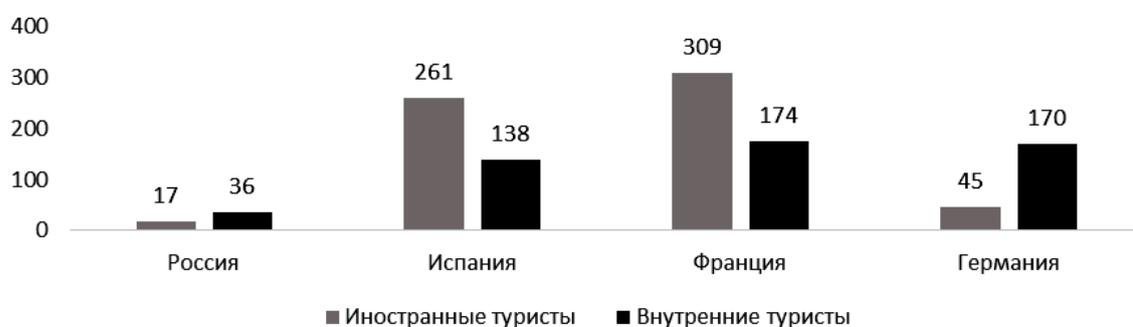


Рис. 1. Число туристов на 100 жителей в разных странах в 2018 г., чел. (рассчитано на основе данных Евростата)

Fig. 1. Number of tourists per 100 inhabitants in different countries in 2018, people (calculated by on the basis Eurostat data)

Таким образом, для повышения значимости туризма в экономике России требуется уделять особое внимание внутреннему туризму и повышать конкурентоспособность российских

турпродуктов как для самих россиян, так и для иностранных туристов.

Показатели развития въездного туризма в России за анализируемый период демонстрируют положительную динамику (рис. 2).

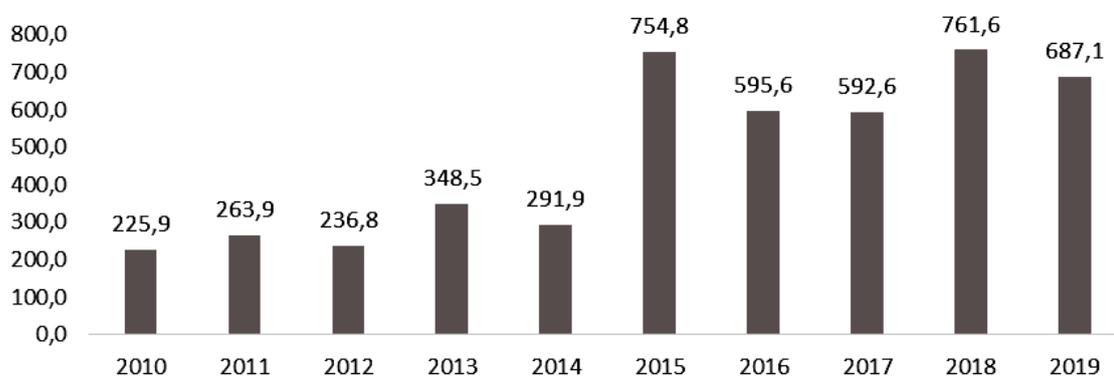


Рис. 2. Динамика численности иностранных туристов, обслуженных российскими турфирмами, тыс. чел. (сост. на основе данных Росстата)

Fig. 2. Dynamics of the number of foreign tourists served by Russian travel agencies, thousand people (comp. on the basis of Rosstat data)

Так, с 2010 по 2019 г. количество иностранных туристов, обслуженных российскими турфирмами, увеличилось в 3 раза. При этом резкий всплеск интереса со стороны иностранцев к туристским ресурсам страны отмечен с 2015 г. Этот факт вызван увеличением доли китайских туристов в структуре туристского потока в результате успешной реализа-

ции с 2014 г. программы *China Friendly*, действующей при поддержке российского правительства. Она направлена на создание комфортной среды пребывания для китайских туристов и продвижение российского турпродукта на международном рынке. В 2019 г. Китай занял первое место по числу въездных туристических поездок в Россию (рис. 3).

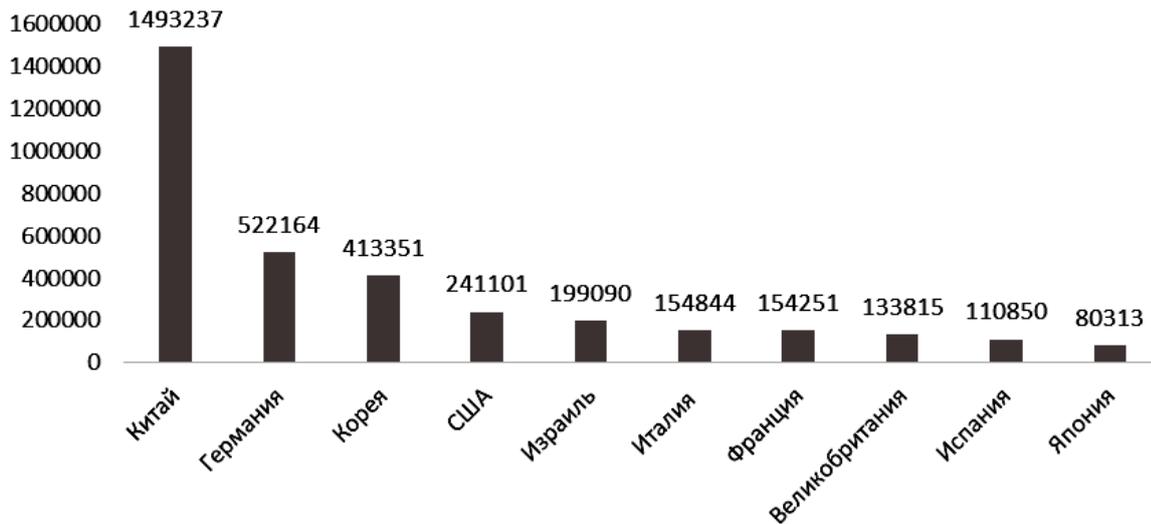


Рис. 3. ТОП-10 ключевых въездных туристических рынков России по объему визитов с целью туризма в 2019 г., число поездок (сост. на основе данных Росстата)

Fig. 3. TOP 10 key inbound tourism markets of Russia by volume of visits for the purpose of tourism in 2019, number of trips (comp. on the basis of Rosstat data)

Таким образом, за последние годы Россия повысила туристический интерес у иностранных граждан. Основными факторами привлекательности России как туристического направления являются высокая конкурентоспособность цен, привлекательность исторических и природных достопримечательностей и развитая авиатранспортная инфраструктура [20]. Одним из драйверов въездного турист-

ского потока стал событийный туризм. Проведение Олимпийских игр в Сочи в 2014 г. и Чемпионата мира по футболу в 2018 г. изменило структуру стран въездного туризма и стало причиной роста популярности России среди иностранцев. Доля создаваемой туризмом валовой добавленной стоимости с 2011 г. существенно не меняется и составляет по данным на 2019 г. 3,9 % (рис. 4).

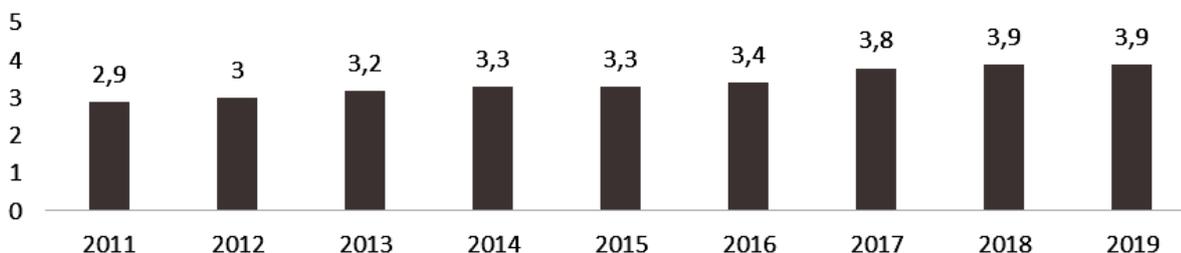


Рис. 4. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в ВВП Российской Федерации, % (сост. на основе данных Росстата)

Fig. 4. Share of gross value added of the tourism industry in gross domestic product of the Russian Federation, % (comp. on the basis of Rosstat data)

Это объясняется сложившейся структурой российского туристического рынка, характеризующейся преобладанием выездного туризма и слабым использованием имеющегося туристического потенциала жителями страны и иностранными туристами.

Одним из индикаторов состояния туристического рынка является динамика коллективных средств размещения. Анализ статистических данных показал, что на протяжении всего периода исследования число гостиниц и других мест размещения выросло в 3,6 раза (рис. 5).

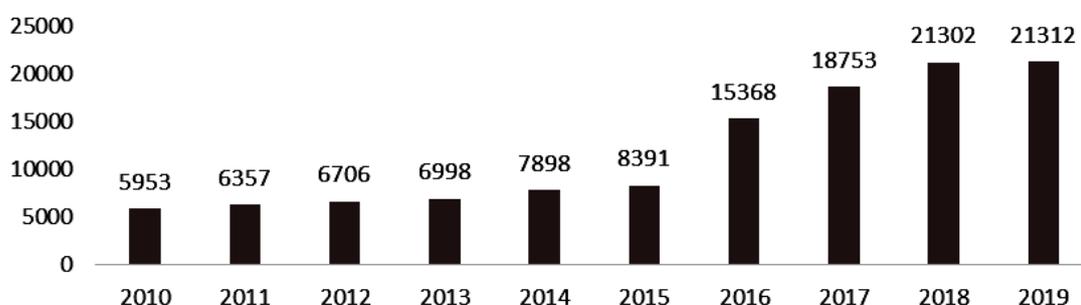


Рис. 5. Динамика числа коллективных средств размещения в России, ед. (сост. на основе данных Росстата)

Fig. 5. Dynamics of the number of collective accommodation facilities in Russia, units (comp. on the basis of Rosstat)

Однако следует отметить, что по количеству ночевок внутренних туристов на число жителей страны Россия заметно уступает другим государствам (рис. 6), например США, что

свидетельствует о недостаточно развитой туристической инфраструктуре и отсутствии привлекательных туристических продуктов в регионах страны.

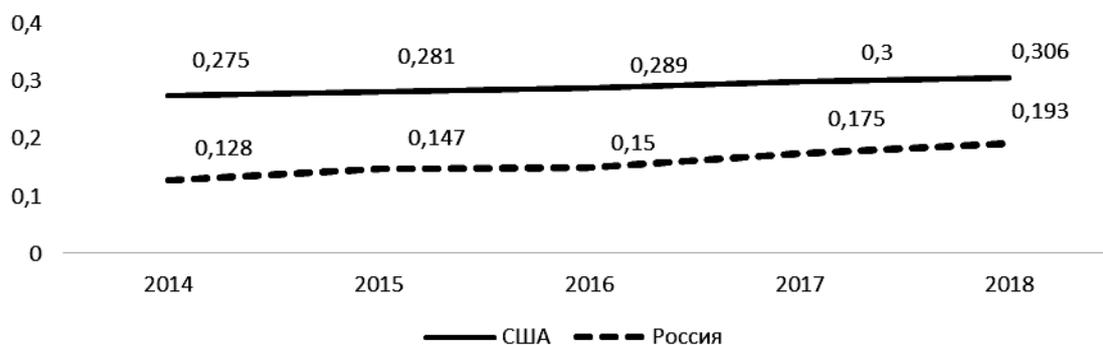


Рис. 6. Динамика отношения числа ночевок внутренних туристов к числу жителей страны за 2014–2018 гг. (рассчитано на основе данных ОЭСР)

Fig. 6. Dynamics of the ratio of the number of overnight stays of domestic tourists to the number of country residents for 2014-2018 (calculated based on OECD data)

Введение карантинных ограничений ввиду распространения коронавирусной инфекции оказало значительное негативное воздействие на туристическую отрасль России. По данным Банка России, туризм оказался одним из самых пострадавших секторов экономики за период пандемии.

Рассмотрим тенденции его развития в период пандемии в разрезе внутреннего и международного направлений.

4.1. Выездной туризм. В 2019 г. Россия заняла 6-е место в мире по расходам выездных туристов (рис. 7).

В 2020 г. произошло рекордное сжатие выездного туристического потока в виду распространения коронавирусной инфекции (рис. 8). В январе–октябре 2020 г. совокупный выездной поток россиян, по данным Росстата, сократился на 72 % по сравнению с показателем прошлого года и составил 9,9 млн чел.

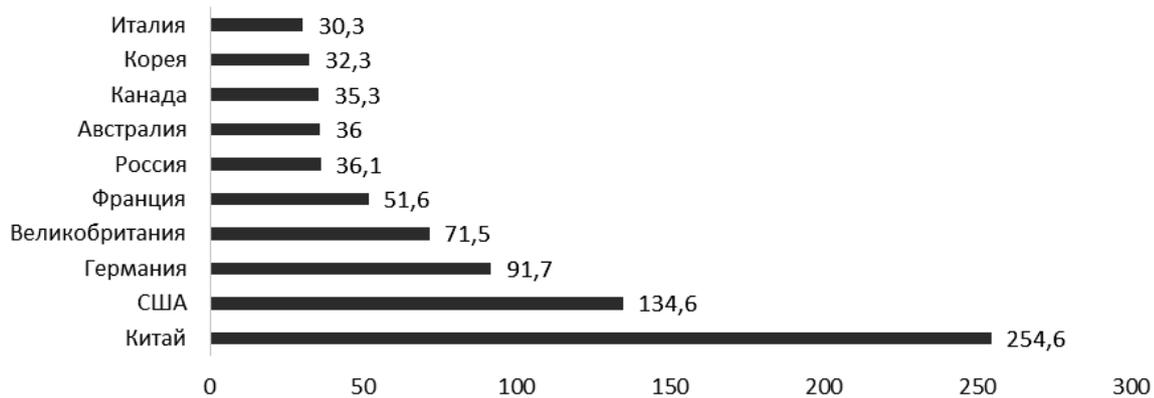


Рис. 7. Топ-10 стран мира по объему расходов выездных туристов, млн дол. (сост. на основе данных Всемирной туристской организации)

Fig. 7. Top 10 world countries in terms of outbound tourist spending, million dollars (comp. based on World Tourism Organization data)

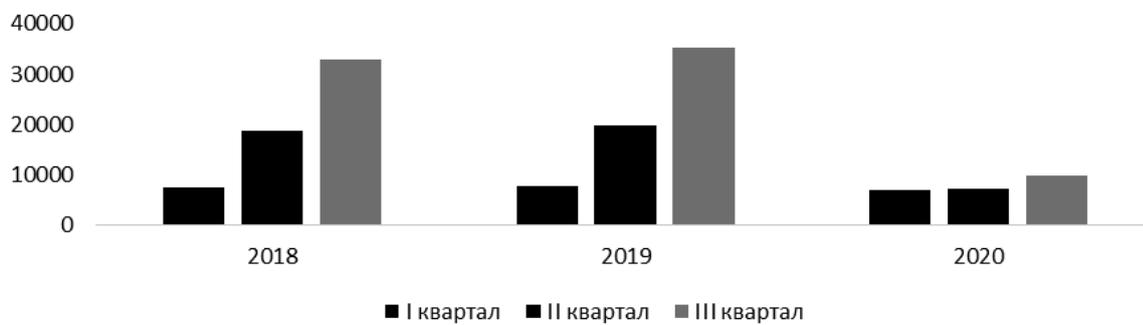


Рис. 8. Динамика выездных туристических поездок россиян, тыс. чел. (сост. на основе данных Всемирной туристской организации)

Fig. 8. Dynamics of Russians' outbound tourist trips, thousand people (comp. based on World Tourism Organization data)

Самыми популярными направлениями в 2020 г., на которые пришлось половина всех выездных поездок, стали Абхазия и Турция (1,9 и 1,4 млн поездок соответственно).

Восстановление объемов выездного туризма во многом зависит от успехов кампании по вакцинации и общей эпидемиологической обстановки.

4.2. Въездной туризм. По данным Росстата, всего с января по сентябрь 2020 г. иностранцы совершили 5 147,4 тыс. визитов в Россию с туристическими целями. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года их количество сократилось на 73 %. Анализ динамики въездного туризма в Россию в январе–сентябре 2020 г. показал, что наибольшее падение пришлось на Мексику: число иностранных туристов из этой страны сократилось в годовом выражении и составило 0,9 тыс. чел., далее следуют Австралия (–95,5 %), Китай (–95,0 %), десятку аутсайдеров замыкает Германия.

4.3. Внутренний туризм. В результате действующих ограничений на выезд за рубеж россияне переориентировались на внутренние направления. Особую популярность приобрел пляжный туризм, вызвав рост посещаемости туристами курортов Юга России – черноморского побережья Краснодарского края и Республики Крым. При этом значительно пострадал экскурсионный отдых из-за закрытия большого количества культурно-исторических объектов.

Таким образом, внутренний туризм в условиях пандемии стал одним из драйверов развития отрасли. Для его поддержки российским правительством была реализована программа по возвращению гражданам части расходов за покупку туров по России и бронирование билетов – туристический кешбэк. По данным Ростуризма, в 2020 г. из 15 млрд руб. россиянами за первое и второе окно продаж суммарно было приобретено туров на сумму 6,5 млрд руб.,

из которых обратно населению вернулись порядка 1,2 млрд руб. В целом в акции приняли участие около 300 тыс. чел. Реализация этой акции была Ростуризмом признана успешной, поэтому в 2021 г. для дальнейшего стимулирования внутреннего туризма она будет продолжена.

Внутренний туризм в целом сложнее, чем зарубежный, поддается статистическому анализу, поскольку многие россияне не пользуются услугами туроператоров, а в качестве транспорта предпочитают личный автомобиль. Развитие внутреннего туризма в России можно

оценить по состоянию гостиничного сектора, хотя он используется не только в туристических целях. По данным Росстата, число ночевков в коллективных средствах размещения (КСР) в январе–сентябре 2020 г. составило 122,5 млн, сократившись на 43,6 % по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года (табл. 2). Количество размещенных лиц в КСР также снизилось на 43,7 % по сравнению с январем–сентябрем 2019 г. и составило 30,5 млн чел. При этом численность граждан России, размещенных в КСР, упала на 39,3 % в годовом выражении, иностранцев – на 70,4 %.

Таблица 2. Динамика основных показателей коллективных средств размещения в России (сост. на основе данных Росстата)

Table 2. Dynamics of the main indicators of collective accommodation facilities in Russia (comp. on the basis of Rosstat data)

Показатель	2018	2019		Январь–сентябрь 2020	Январь–сентябрь 2019 к январю–сентябрю 2020, %
		всего	январь–сентябрь		
Число ночевков, тыс.	274 584,7	283 191,0	217 024	122 540	56,4
Численность размещенных граждан России, тыс. чел.	60 921	65 186	46 495	28 236	60,7
Численность размещенных иностранных граждан, тыс. чел.	10 616	10 855	7 706	2 284	29,6

Следует отметить, что помимо реализации акции туристического кешбэка, свою эффективность доказал еще ряд программ, инициированных при поддержке Ростуризма. Прежде всего к ним относятся поддержка чартерных программ туроператоров. Благодаря субсидированию правительства стал возможным запуск рейсов в отдаленные регионы страны, что внесло значительный вклад в рост внутреннего организованного турпотока и в расширение географии организованного туризма. Так, в 2020 г. Калининград дополнительно принял 30 тыс. туристов, которыми были приобретены пакетные туры.

Пандемия коронавируса довольно сильно сказалась на деятельности российских турфирм, из которых 80 % представлено организациями, занимающимися турагентской деятельностью на рынке выездного туризма. Согласно оценкам Ассоциации туроператоров России (АТОР), в стране за период с марта по декабрь 2020 г. прекратили работу около 30 % от общего количества турагентств. Еще около 3 тыс. (около 18 %) турагентств либо совсем отказались от офиса и перешли в полностью удаленный режим работы, либо в 3–4 раза сократили офисные площади, иногда даже деля расходы по

аренде с другими агентствами-конкурентами или предприятиями нетуристической сферы. В целом, количество специалистов, оставшихся без работы в сфере туризма или сменивших вид деятельности на другой, по оценке АТОР составляет в настоящее время более 50 тыс. чел., и около 50 % из этого количества приходится на турагентские компании.

Расчеты, проведенные на основе сформированной межотраслевой модели российской экономики, позволили определить, что оцененное Ростуризмом в 40 % сокращение туристского спроса вызвало значительную убыль основных экономических показателей по всем видам экономической деятельности (табл. 3). В целом по экономике объем валового выпуска продукции снизился почти на 634 млрд руб. При этом спад численности работников составил 214 тыс. чел., фонда заработной платы – 134,7 млрд руб. В разрезе видов экономической деятельности наибольший негативный эффект от сокращения потребления населением товаров и услуг туризма пришелся, помимо туризма, на сферу недвижимости, сектор обрабатывающих производств промежуточного спроса и транспорт, что объясняется действующей структурой затрат отрасли.

Таблица 3. Эффекты для российской экономики от падения туристского спроса в 2020 г. (рассчитано на основе межотраслевой модели российской экономики)

Table 3. Impact of decreased tourist demand on the Russian economy in 2020 (calculated on the basis of the input-output model of the Russian economy)

Вид экономической деятельности	Изменение валового выпуска, %	Изменение валового выпуска, млн руб.	Изменение численности работников, чел.	Изменение фонда заработной платы, млн руб.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	-0,4	-11 017	-5 140	-1 803,4
Рыболовство, рыбоводство	-0,3	-1 217	-202	-214,5
Добыча полезных ископаемых	-0,1	-12 881	-745	-798,7
Обрабатывающие производства конечного спроса	-0,2	-26 430	-5 917	-2 621,6
Обрабатывающие производства инвестиционного спроса (без машиностроения)	-0,1	-2 128	-578	-263,6
Обрабатывающие производства промежуточного спроса	-0,2	-44 167	-2 554	-1 610,4
Машиностроение	-0,2	-18 243	-4 819	-3 782,7
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	-0,3	-22 410	-6 525	-3 598,3
Строительство	-0,1	-6 456	-2 242	-1 146,7
Оптовая и розничная торговля	-0,4	-21 689	-23 608	-11 370,9
Туризм	-21,7	-347 748	-40 220	-32 503,3
Гостиницы и рестораны (без туризма)	-0,6	-4 699	-2 987	-1 010,4
Транспорт (без туризма)	-0,4	-44 590	-12 266	-7 361,4
Связь (без ИКТ)	-0,1	-2 575	-503	-458,0
Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ)	-0,7	-2 683	-3 052	-3 531,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (без ИКТ)	-0,6	-46 939	-25 834	-16 467,8
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	-2,0	-2 702	-70 527	-43 154,2
Образование	-0,1	-341	-2 728	-1 213,5
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	-294	-414	-214,4
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (без туризма)	-0,3	-1 635	-3 334	-1 771,3
Прочее	-69,2	-13 011	121	150,4
В целом по экономике	-0,6	-633 856	-214 074	-134 745,6

В целом, по нашим расчетам, в результате падения туристского спроса российский ВВП снизился в 2020 г. на 0,53 %, при этом общее сокращение объемов ВВП, по оценкам Росстата, составило 3,06 %.

5. Заключение. Таким образом, можно отметить, что распространение коронавируса в мире существенно повлияло на состояние туристической отрасли России, значительно сократив объемы выездного и въездного туризма и лишив источника дохода компании туристической отрасли, занятых в этих сегментах туристического рынка. Следует отметить, что негативные последствия COVID-19 на себе ощутили все представители туристической –

турагентства и операторы, объекты размещения и турпоказа, а также транспортные компании, специализирующиеся на туристических перевозках.

Инструментарий межотраслевого моделирования позволил оценить негативное влияние пандемии COVID-19 в результате падения туристского спроса в 2020 г. в разрезе таких показателей, как валовый выпуск продукции, численность работников и фонда заработной платы по всем видам экономической деятельности, в результате чего определено, что резкое падение туристского потока привело к ощутимым потерям ВВП России, что подтвердило значимость развития туристской отрасли для рос-

сийской экономики. Это отличает данное исследование от других по данной проблематике. На наш взгляд, полученные оценки масштабов влияния туризма на экономические параметры свидетельствуют о необходимости дальнейшей поддержки отрасли со стороны государства.

В новых экономических условиях, вызванных пандемией COVID-19, у российского туризма появляется шанс перефокусироваться на внутренний туризм и заняться развитием инфраструктуры, поиском новых рыночных ниш, форматов, формированием пакетных предложений, разработкой новых туристических продуктов (туристических маршрутов, выставок, экскурсионных программ, специальных программ реабилитации после COVID-19 в санаториях и др.), созданием индивидуальных предложений для различных целевых аудиторий.

Согласно отчету Всемирной туристской организации, по состоянию на начало 2021 г. на международном туристическом рынке преобладает политика закрытых границ: полностью или частично ее придерживаются 84 % направлений⁴. Появление новых вариантов вируса COVID-19 побудило правительства многих стран отказаться от усилий по ослаблению ограничений на поездки. Тем не менее отмечается тенденция к установлению ограничений на поездки с использованием более детализированного, основанного на фактических данных и на оценках риска подхода. Согласно ему, всё большее количество стран требует, чтобы иностранные туристы по прибытии предъявляли результаты ПЦР-теста на COVID-19 или отрицательный экспресс-тест на антитела, а также предоставляли свои контактные данные для отслеживания.

Таким образом, следует учесть, что при любом варианте развития событий для успешного функционирования российской туристической отрасли необходима значительная государственная поддержка внутреннего и въездного туризма для эффективного использова-

ния имеющегося туристического потенциала путем совершенствования туристической инфраструктуры, создания конкурентоспособных турпродуктов и налаживания эффективных экономических механизмов помощи туристическому бизнесу.

Проведенное исследование позволило раскрыть специфику функционирования туристической отрасли России в новых экономических условиях, связанных с влиянием COVID-19. Можно констатировать, что, как и во многих развивающихся странах, индустрия туризма в России является одним из перспективных секторов экономики, характеризующихся ростом числа туристских предприятий и интересом жителей страны к туристическим направлениям внутри страны. Следует отметить, что в условиях действующих ограничений на перемещения в качестве драйвера развития отрасли выступил внутренний туризм, что во многом было обусловлено введением программы по стимулированию туристических поездок внутри страны и открытием чартерных рейсов.

Несмотря на то, что исследование посвящено функционированию туристической отрасли России в период пандемии коронавируса, следует отметить, что предложенные меры по его развитию актуальны для стран со схожими исходными условиями развития сектора. Следующим этапом работ станет анализ эффективности мер поддержки на национальном и региональном уровнях, которые позволили бы обеспечить устойчивость туристской индустрии.

Примечания

¹ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. 2021. Vol. 19, iss. 1. DOI: 10.18111/wtobarometereng.

² Ibid.

³ OECD Tourism Trends and Policies. Paris: OECD publ., 2020. DOI: 10.1787/6b47b985-en.

⁴ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. 2021. Vol. 19, iss. 1.

Литература

1. Бухер С. Конкурентоспособность России на глобальном туристическом рынке // Экономика региона. – 2016. – Т. 12, № 1. – С. 240–250.
2. Rodríguez-Antón J. M., Alonso-Almeida M. d. M. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain // Sustainability. – 2020. – Vol. 12, iss. 20. – Art. 8599. – DOI: 10.3390/su12208599.
3. Li Miao, Jinyoung Im, Xiaoxiao Fu, Haemi Kim, Yi Estella Zhang. Proximal and distal post-COVID travel behavior // Annals of Tourism Research. – 2021. – Vol. 88. – Art. 103159. – DOI: 10.1016/j.annals.2021.103159.

4. *Sánchez-Pérez M., Terán-Yépez E., Marín-Carrillo M. B., Marín-Carrillo G. M., Illescas-Manzano M. D.* The impact of the COVID-19 health crisis on tourist evaluation and behavioural intentions in Spain: implications for market segmentation analysis // *Current Issues in Tourism*. – 2021. – Vol. 24, iss. 7 : COVID-19 and Tourism (Issue 1). – P. 919–933. – DOI: 10.1080/13683500.2021.1889481.
5. *Luo J. M., Lam C. F.* Travel Anxiety, Risk Attitude and Travel Intentions towards "Travel Bubble" Destinations in Hong Kong: Effect of the Fear of COVID-19 // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2020. – Vol. 17, iss. 21. – Art. 7859. – DOI: 10.3390/ijerph17217859.
6. *Fotiadis A., Polyzos S., Tzung-Cheng T. C. H.* The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery // *Annals of Tourism Research*. – 2020. – Vol. 87. – Art. 103117. – DOI: 10.1016/j.annals.2020.103117.
7. *Škare M., Soriano D. R., Porada-Rochoń M.* Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2021. – Vol. 163. – P. 120469. – DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120469.
8. *Qiu R. T. R., Wu D. C., Dropsy V., Petit S., Pratt S., Ohe Y.* Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Asia and Pacific team // *Annals of Tourism Research*. – 2021. – Vol. 88. – Art. 103155. – DOI: 10.1016/j.annals.2021.103155.
9. *Moreno-Luna L., Robina-Ramírez R., Sánchez-Oro Sánchez M., Castro-Serrano J.* Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2021. – Vol. 18, iss. 4. – Art. 1859. – DOI: 10.3390/ijerph18041859.
10. *Almeida F., Silva O.* The Impact of COVID-19 on Tourism Sustainability: Evidence from Portugal // *Advances in Hospitality and Tourism Research*. – 2020. – Vol. 8, iss. 2. – P. 440–446. – DOI: 10.30519/ahtr.775340.
11. *Marome W., Shaw R.* COVID-19 Response in Thailand and Its Implications on Future Preparedness // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2021. – Vol. 18, iss. 3. – Art. 1089. – DOI: 10.3390/ijerph18031089.
12. *Foo L.-P., Chin M.-Y., Tan K.-L., Phuah K.-T.* The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia // *Current Issues in Tourism*. – 2020. – Published online: 12 Jun 2020. – DOI: 10.1080/13683500.2020.1777951.
13. *Persson-Fischer U., Liu S.* The Impact of a Global Crisis on Areas and Topics of Tourism Research // *Sustainability*. – 2021. – Vol. 13, iss. 2. – Art. 906. – DOI: 10.3390/su13020906.
14. *Яковлев А. А., Балаева О. Н., Предводителева М. Д., Мисихина С. Г., Еришова Н. В.* Кризис или новая реальность: влияние пандемии на российский сектор туризма // *ЭКО*. – 2021. – № 5. – С. 53–76.
15. *Лаврова Т. А.* Анализ экономического состояния индустрии туризма Российской Федерации в условиях распространения COVID-19 // *Вестник Национальной академии туризма*. – 2020. – № 4. – С. 10–13.
16. *Тимохин Д. В., Аллахвердиева Л. М., Койшинова Г. К.* Развитие туристической индустрии России в условиях рисков распространения COVID-19 на основе модели «экономического креста» // *Экономика, предпринимательство и право*. – 2020. – № 11. – С. 2791–2804. – DOI: 10.18334/epp.10.11.111181.
17. *Леонидова Е. Г., Сидоров М. А.* Структурные изменения экономики: поиск отраслевых драйверов роста // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2019. – Т. 12, № 6. – С. 166–181. – DOI: 10.15838/esc.2019.6.66.9.
18. *Леонидова Е. Г.* Развитие внутреннего туризма в регионе // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2017. – Т. 10, № 2. – С. 271–283. – DOI: 10.15838/esc.2017.2.50.15.
19. *Лукин Е. В., Леонидова Е. Г., Сидоров М. А.* Стимулирование внутреннего спроса как фактора экономического роста (на примере сферы внутреннего туризма) // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2018. – Т. 11, № 4. – С. 125–143. – DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8.
20. *Sheresheva M., Kopiski J.* The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. – 2016. – Vol. 8, no. 3. – P. 260–272. – DOI: 10.1108/WHAT-02-2016-0004.

References

1. Bucher S. Competitiveness of the Russian Federation in the Global Tourism Market. *Economy of Regions*, 2016, Vol. 12, no. 1, pp. 240-250. (in Russian).
2. Rodríguez-Antón J.M., Alonso-Almeida M.d.M. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability*, 2020, Vol. 12, iss. 20, art. 8599. DOI: 10.3390/su12208599.
3. Li Miao, Jinyoung Im, Xiaoxiao Fu, Haemi Kim, Yi Estella Zhang. Proximal and distal post-COVID travel behavior. *Annals of Tourism Research*, 2021, Vol. 88, art. 103159. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103159.
4. Sánchez-Pérez M., Terán-Yépez E., Marín-Carrillo M.B., Marín-Carrillo G.M., Illescas-Manzano M.D. The impact of the COVID-19 health crisis on tourist evaluation and behavioural intentions in Spain: implications for market segmentation analysis. *Current Issues in Tourism*, 2021, Vol. 24, iss. 7: COVID-19 and Tourism (Issue 1), pp. 919-933. DOI: 10.1080/13683500.2021.1889481.
5. Luo J.M., Lam C.F. Travel Anxiety, Risk Attitude and Travel Intentions towards “Travel Bubble” Destinations in Hong Kong: Effect of the Fear of COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020, Vol. 17, iss. 21, art. 7859. DOI: 10.3390/ijerph17217859.
6. Fotiadis A., Polyzos S., Tzung-Cheng T.C.H. The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 2020, Vol. 87, art. 103117. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103117.
7. Škare M., Soriano D.R., Porada-Rochoń M. Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, Vol. 163, art. 120469. DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120469.
8. Qiu R.T.R., Wu D.C., Dropsy V., Petit S., Pratt S., Ohe Y. Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Asia and Pacific team. *Annals of Tourism Research*, 2021, Vol. 88, art. 103155. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103155.
9. Moreno-Luna L., Robina-Ramírez R., Sánchez-Oro Sánchez M., Castro-Serrano J. Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021, Vol. 18, iss. 4, art. 1859. DOI: 10.3390/ijerph18041859.
10. Almeida F., Silva O. The Impact of COVID-19 on Tourism Sustainability: Evidence from Portugal. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2020, Vol. 8, iss. 2, pp. 440-446. DOI: 10.30519/ahtr.775340.
11. Marome W., Shaw R. COVID-19 Response in Thailand and Its Implications on Future Preparedness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021, Vol. 18, iss. 3, art. 1089. DOI: 10.3390/ijerph18031089.
12. Foo L.-P., Chin M.-Y., Tan K.-L., Phuah K.-T. The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 2020. Published online: 12 Jun 2020. DOI: 10.1080/13683500.2020.1777951.
13. Persson-Fischer U., Liu S. The Impact of a Global Crisis on Areas and Topics of Tourism Research. *Sustainability*, 2021, Vol. 13, iss. 2, art. 906. DOI: 10.3390/su13020906.
14. Yakovlev A.A., Balaeva O.N., Predvoditeleva M.D., Misihina S.G., Ershova N.V. A Crisis or New Reality: the Impact of COVID-19 Pandemic on the Russian Tourism Sector. *ECO*, 2021, Vol. 51, iss. 5, pp. 53-76. (in Russian).
15. Lavrova T.A. Analysis of the economic state of the tourism industry of the Russian Federation in the context of the spread of COVID-19. *Vestnik of National Tourism Academy*, 2020, Vol. 4, pp. 10-13. (in Russian).
16. Timokhin D.V., Allakhverdieva L.M., Koysheva G.K. Development of the Russian tourism industry in the context of COVID-19 risks spread based on the economic cross model. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, Vol. 11, pp. 2791-2804. DOI: 10.18334/epp.10.11.111181. (in Russian).
17. Leonidova E.G., Sidorov M.A. Structural changes in the economy: searching for sectoral drivers of growth. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2019, Vol. 12, no. 6, pp. 166-181. DOI: 10.15838/esc.2019.6.66.9.

18. Leonidova E.G. Domestic tourism development in a region. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2017, Vol. 10, no. 2, pp. 271-283. DOI: 10.15838/esc.2017.2.50.15.

19. Lukin E.V., Leonidova E.G., Sidorov M.A. Boosting domestic demand as a driving force of economic growth (on the example of domestic tourism sphere). *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2018, Vol. 11, no. 4, pp. 125-143. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8.

20. Sheresheva M., Kopiski J. The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2016, Vol. 8, no. 3, pp. 260-272. DOI: 10.1108/WHATT-02-2016-0004.

Сведения об авторе

Леонидова Екатерина Георгиевна – научный сотрудник

Адрес для корреспонденции: 160014, Россия, Вологда, ул. Горького, 56а

E-mail: eg_leonidova@mail.ru

ORCID: 0000-0002-9206-6810

Web of Science ResearcherID: I-8400-2016

РИНЦ AuthorID: 620204

About the author

Ekaterina G. Leonidova – Researcher

Postal address: 56a, Gor'kogo ul., Vologda, 160014, Russia

E-mail: eg_leonidova@mail.ru

ORCID: 0000-0002-9206-6810

Web of Science ResearcherID: I-8400-2016

RSCI AuthorID: 620204

Для цитирования

Леонидова Е. Г. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в России // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2021. – Т. 19, № 3. – С. 118–131. – DOI: 10.24147/1812-3988.2021.19(3).118-131.

For citations

Leonidova E.G. The impact of the COVID-19 pandemic on the tourism sector in Russia. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2021, Vol. 19, no. 3, pp. 118-131. DOI: 10.24147/1812-3988.2021.19(3).118-131. (in Russian).