

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ, ПРОБЛЕМ И ТРЕНДОВ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕГИОНАХ РОССИИ НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

И. А. Морозова, Е. Г. Гуцина, Ю. О. Алексикова, А. А. Гончарова

*Волгоградский государственный технический университет,
Волгоград, Российская Федерация*

Рассматривается влияние пандемии новой коронавирусной инфекции (COVID-19) на индустрию туризма и гостеприимства. На основе оценки масштабов убытков, которые понесли предприятия данной отрасли экономики в условиях неблагоприятной эпидемиологической обстановки, сделан вывод о том, что туризм оказался в числе отраслей, наиболее пострадавших от пандемии COVID-19. Выявленные проблемы, с которыми столкнулись компании малого и среднего бизнеса из числа туроператоров и турагентств, подтвердили правильность принятых мер государственной поддержки, оказанных данной отрасли экономики государством. Сравнительный анализ развития сферы туризма в 2019 и 2020 гг. по таким параметрам, как количество въездных и выездных поездок граждан, объем спроса на туристские услуги, позволил оценить угрозы и возможности функционирования сферы туризма в период пандемии для экономики России и предположить, что на восстановление туристской отрасли может потребоваться не менее трех лет. Проиллюстрированы диаграммы сравнения спроса на выездной и въездной туризм в 2019 и 2020 гг., спроса на туристские услуги среди различных категорий населения, гостиничной загрузки в России. Помимо выявления общих факторов, сдерживающих сбалансированный рост российского рынка туристских услуг, была обозначена проблема информационной асимметрии, препятствующая реализации туристского потенциала в регионах: отсутствие / недостаточное количество актуальной информации либо искаженное представление данных о туристских возможностях отдельных территорий. К выделенным тенденциям развития российской туристской отрасли в текущих условиях и перспективным трендам индустрии туризма и гостеприимства следует отнести экологизацию, цифровизацию, индивидуализацию и спроса, и предложения, ориентацию на внутренний туризм.

Ключевые слова: пандемия COVID-19, рынок туристских услуг, индустрия гостеприимства, туристский потенциал, региональная экономика, информационная асимметрия.

Для цитирования: Морозова И. А., Гуцина Е. Г., Алексикова Ю. О., Гончарова А. А. Оценка состояния, проблем и трендов развития рынка туристских услуг в регионах России на фоне пандемии коронавируса // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2021. № 2. С. 119–128. DOI: 10.24143/2073-5537-2021-2-119-128.

Введение

Индустрия туризма и гостеприимства является важной частью национальной экономики, обладающей большим потенциалом и оказывающей влияние на развитие экономики отдельных регионов России. Эффективно функционирующий гостиничный и туристический бизнес в целом положительно влияет на социально-экономическую систему страны и регионов, способствуя созданию новых рабочих мест, повышению уровня и качества жизни людей, удовлетворяя их потребности в отдыхе, развитию туристической инфраструктуры и мультипликативному росту национального дохода. Кроме того, гостиничный бизнес характеризуется довольно высоким уровнем окупаемости вложений.

Туристская сфера Российской Федерации, как и многих других государств, представляет собой сеть относительно автономных территориальных туристско-рекреационных комплексов, которые находятся в состоянии явной или латентной конкуренции за туристические потоки и финансовые ресурсы от развития данного вида услуг в своих региональных системах. Несмотря на довольно высокий туристский потенциал России и ее регионов, уровень развития индустрии туризма характеризуется низкими темпами и фрагментарностью в разрезе территориальных туристско-рекреационных комплексов [1]. Вспыхнувшая пандемия COVID-19 еще больше обострила проблемы, накопившиеся в отрасли туризма и гостеприимства.

Влияние пандемии на индустрию туризма

По данным Федеральной налоговой службы и Правительства РФ, туристическая отрасль – одна из наиболее сильно пострадавших от пандемии COVID-19 и получивших приоритетную поддержку. Ограничения в сфере общественного питания, рекреации, транспорта нанесли тяжелый удар по занятости относительно низкооплачиваемой рабочей силы, а доходы от экспорта туристических услуг значительно снизились по всему миру.

Согласно оценкам онлайн-опроса KPMG в России и СНГ 56 % респондентов, т. е. представителей различных сегментов туристической отрасли, после введения режима самоизоляции спрос на выездной и въездной туризм упал практически до нуля. На диаграмме (рис. 1) представлено сравнение спроса на выездной и въездной туризм в 2019 и 2020 гг.

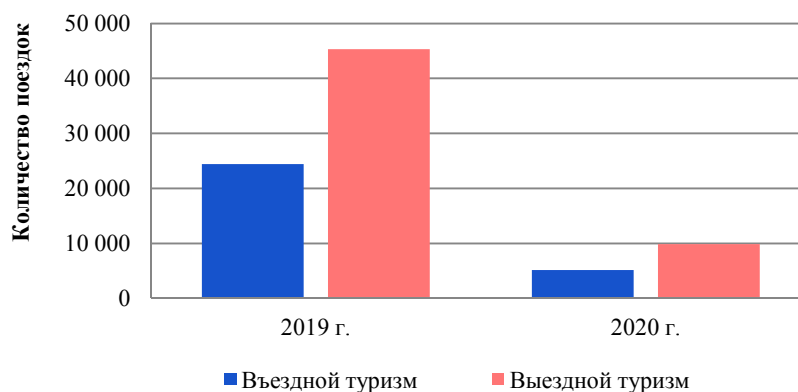


Рис. 1. Количество въездных и выездных поездок граждан [2]

Согласно рис. 1 спрос на туристические поездки, как въездные, так и выездные, резко снизился, как следствие, выручка предприятий туристической отрасли сократилась на 90–100 % по сравнению с 2018–2019 гг. Вследствие режима самоизоляции 57 % участников опроса приостановили свою деятельность полностью, 36 % – частично. Таким образом, в условиях неблагоприятной эпидемиологической обстановки развитие туристического бизнеса оказалось под серьезной угрозой: негативные последствия ощутили все представители туристической индустрии – турагентства и операторы, объекты размещения и турпоказа, а также транспортные компании, специализирующиеся на туристических перевозках. На диаграмме (рис. 2) можно увидеть категории населения, среди которых спрос на туристические услуги снизился в наибольшей степени.

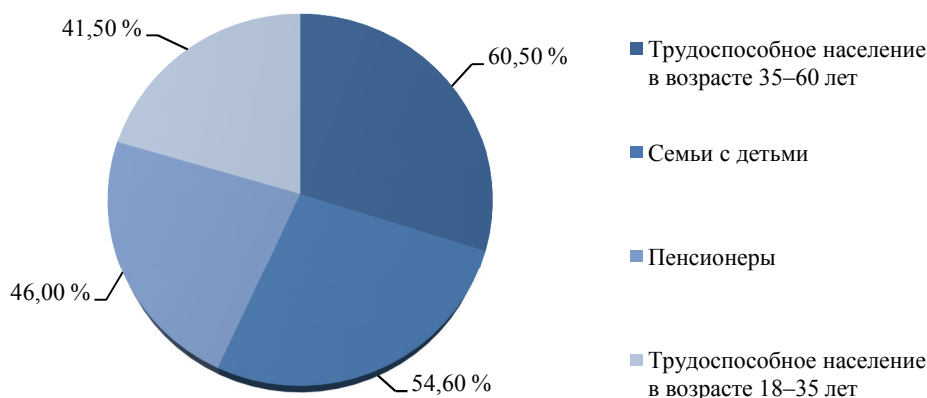


Рис. 2. Категории населения, со стороны которых спрос на туристические услуги снизился в наибольшей степени [2]

От поездок отказалось в большей степени трудоспособное население в возрасте 35–60 лет, включая семьи с детьми, обеспокоенное как состоянием неопределенности, так и вопросами обеспечения безопасности во время путешествий.

В частности, компании малого и среднего бизнеса из числа туроператоров и турагентств столкнулись с образованием серьезных кассовых разрывов вследствие того, что перед введением ограничительных мер они внесли многочисленные предоплаты как за выездные, так и за въездные туры. Кроме того, значительная часть активов игроков рынка была потрачена на выплату заработной платы и реализацию рекомендованных мероприятий по предотвращению распространения COVID-19. Часть компаний так и не смогла восстановиться после снятия ограничений, однако 53 % опрошенных отмечают, что им удалось сохранить штатную численность и все сотрудники вернулись на полную занятость с полным окладом вследствие получения государственных мер поддержки [2]. Убытки в сегменте выездного туризма оказались в десятки раз выше, чем в сегменте въездного, т. к. до пандемии коронавируса отрасль зарабатывала в основном на вывозе российских туристов за рубеж. В текущих реалиях, даже несмотря на снятие ограничений, ряд стран предусматривают прохождение 14-дневного карантина по прибытии, а значит, спрос на выездной туризм будет оставаться на достаточно низком уровне. В то же время у участников отрасли при поддержке Федерального агентства по туризму (Ростуризма) есть возможность перефокусироваться на внутренний туризм и заняться развитием инфраструктуры, поиском новых ниш, форматов, формированием новых пакетных предложений.

По мнению экспертов, сильнее других пострадали культурно-познавательный, событийный и деловой виды туризма, однако респонденты также отметили снижение спроса на лечебно-оздоровительный и пляжный туризм. Объекты туристического показа, равно как и общественные пространства (концертные залы, стадионы, музеи, кинотеатры и театры), одними из первых оказались закрыты для посещения после объявления режима самоизоляции, а в ряде регионов РФ они до сих пор не возобновили работу.

Наиболее пострадавшие от пандемии виды туризма: культурно-познавательный – 74 %; событийный – 58 %; лечебно-оздоровительный – 48 %; пляжный – 48 %; деловой – 42 %; спортивный – 39 %; экстремальный/приключенческий – 25 %; экологический туризм – 22 %.

Таким образом, наиболее пострадавшим видом туризма является культурно-познавательный туризм, что не вызывает удивления: данный вид туризма является самым популярным, поскольку его особенность заключается в стремлении людей познать культуру, достопримечательности других регионов, народов и стран, что в условиях карантина было недоступно. Вторым в списке пострадавших видов туризма числится событийный, что также объясняется ограниченными условиями жизни из-за пандемии: основные события, праздники и концерты были отменены или перенесены в онлайн-формат, вследствие чего существенно сократился поток туристов. Лечебно-оздоровительный и пляжный туризм незначительно отличаются по показателям спроса на турпакеты, это объясняется тем, что после отмены карантинных мер туристы предпочли путешествовать по своей стране из-за неопределенной обстановки в других странах. Отметим и деловой туризм, показатели которого существенно снизились в период пандемии, наблюдалось сокращение командировок работникам, что также послужило развитию онлайн-формата работы и рабочих мероприятий [2].

Выявление проблем в индустрии туризма

Помимо последствий пандемии, следует выделить и общие факторы, сдерживающие процесс образования региональных туристско-рекреационных комплексов и в целом национальной туристской индустрии. На основе контент-анализа экспертных отчетов и научных исследований по проблематике развития туристической отрасли [3, 4], а также ранее опубликованных работ [5–8] возможно выделить ряд общих факторов, сдерживающих рост конкурентоспособности России на международном рынке туристских услуг и, как результат, препятствующих реализации ее туристского потенциала в регионах:

- действующий визовый режим;
- низкий уровень развития туристической инфраструктуры (в том числе транспортных коммуникаций);
- отсутствие практики создания в российских регионах благоприятных условий для инвестиций в туристическую инфраструктуру;

- противоречивость и неустойчивость нормативно-правовой базы, касающейся функционирования и развития туристической отрасли;
- высокие институциональные и организационные (административные) барьеры функционирования предприятий туристической отрасли;
- неэффективность механизмов финансово-кредитной поддержки и страхования рисков предприятий туристической сферы;
- дефицит институтов и механизмов самофинансирования (кредитные союзы, общества взаимного страхования и др.);
- недостаток квалифицированных работников и отсутствие специфических знаний у работников туристических агентств;
- недостаточный уровень туристического сервиса;
- неудовлетворительный уровень маркетингового продвижения туристического продукта (территории) страны и ее регионов в целом на внешнем и внутреннем рынках.

Малоизученным фактором, препятствующим реализации туристического потенциала страны и ее регионов, является проблема информационной асимметрии – отсутствие / недостаточное количество актуальной информации либо искаженное представление данных о туристических возможностях отдельных территорий. Асимметрия информации в туристической сфере обуславливает возникновение ситуации, при которой наличие туристических ресурсов и туристического потенциала слабо транслируется во внешнюю маркетинговую среду рынка, что затрудняет позиционирование и продвижение территории с позиции ее туристических возможностей. Неравномерное распределение информации об имеющемся у территории туристическом потенциале происходит, в первую очередь, из-за низкой маркетинговой ориентации регионального менеджмента на рыночную среду, что естественным образом сказывается на уровне туристического потока и доходах от данного вида экономической деятельности [9].

Новые возможности и тренды развития в индустрии туризма

Следует отметить, что у участников отрасли при поддержке Ростуризма есть возможность перефокусироваться на внутренний туризм и заняться развитием инфраструктуры, поиском новых ниш, форматов, формированием новых пакетных предложений в новом – внутреннем – сегменте (разработка новых продуктов (туристических маршрутов, выставок, экскурсионных программ, специальных программ реабилитации после COVID-19 в санаториях и др.); создание индивидуальных предложений для различных целевых аудиторий) [10].

Дополнительно в августе 2020 г. была анонсирована программа кешбэка за покупку туров по России. Бюджет, выделенный на данную программу, составил 15 млрд руб. По итогам первого этапа реализации программы на 1 государственный руб. использованных средств бюджета было привлечено около 7 руб. граждан, потративших средства на отдых в стране [2].

Ожидаются следующие изменения в профиле услуг участников отрасли:

1. Смена ориентира на внутренний туризм (в целом по России или в пределах одного региона), переориентация на внутренний туризм может сопровождаться разработкой новых предложений (маршрутов, в том числе комплексных, авторских туров);
2. Предоставление индивидуальных услуг вместо групповых или работа с малыми группами в связи с пандемией;
3. Замена традиционных услуг онлайн-форматом (онлайн-экскурсии, выставки и мастер-классы), а также качественное дистанционное оказание услуг (выбор туристического направления, поддержка клиентов и т. д.);
4. Пакетные предложения стандартного набора услуг (перелет, проживание, страховка, трансфер) становятся недостаточны, поэтому требуется расширение ассортимента с помощью новых сервисов с учетом разноплановых запросов туристов.

Общие тренды развития туристической отрасли:

1. Увеличение объема онлайн-продаж туроператоров и агрегаторов пакетных туров. В период пандемии онлайн-каналы продаж укрепили свои позиции;
2. Изменение каналов продвижения. Социальные сети могут стать удачной рекламной площадкой для объектов размещения, т. к. для гостей важны публикуемые в них отзывы и фотографии. Значимое влияние на продажи в индустрии туризма оказывают инфлюенсеры и представители блогосферы, что открывает игрокам рынка новые возможности для партнерств;

3. Появление новых ниш для туроператоров. В настоящее время набирают популярность тематические и авторские туры, наибольший спрос на которые предъявляет молодая аудитория и туристы-одиночки. Снижается интерес туристов к популярным туристическим направлениям, на первый план выступают нестандартные туристические маршруты и направления. Это связано с тем, что туристы отдают предпочтение немассовым видам туризма (например, экотуризму) и уединенным местам отдыха. На фоне данных тенденций более востребованными станут экотуризм и slow travel (погружение в другую культуру), которые не являются массовыми видами. При оптимальном соотношении цены и качества у туроператоров есть хорошие перспективы для развития в данных сегментах;

4. В условиях формирования экономики услуг и впечатлений влияние «жестких» факторов (природные ресурсы, доступ к финансовым ресурсам, уровень государственной поддержки, транспортная инфраструктура и др.) на привлечение дополнительных ресурсов развития становится менее актуальным, и наоборот – возрастает роль и эффективность «мягких» факторов (креативность населения и территории, толерантное отношение, бренд и имидж территории, развитие сферы услуг, наличие научно-исследовательских центров и др.) для привлечения не только талантливых специалистов и туристов, но и финансовых ресурсов (инвестиций) [1].

Проблемы гостиничной индустрии и меры поддержки отрасли

Для гостиничной индустрии вспышка вируса также не осталась незамеченной и повлияла на данную сферу. Ущерб для гостиничного бизнеса наступил практически сразу. После первой волны пандемии, когда были отменены ограничения, количество бронирований возросло, но существенно отставало от показателей предыдущих лет. При этом несмотря на то, что аналитики фиксировали значительное падение загрузки, цена продаж существенно не была изменена. На диаграмме (рис. 3) можно увидеть загрузку в коллективных средствах размещения.

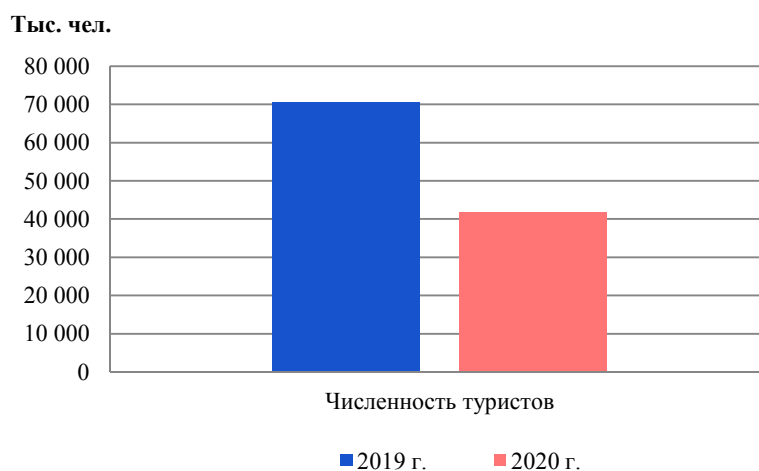


Рис. 3. Численность лиц в коллективных средствах размещения в России [11]

Согласно рис. 3 загрузка в гостиницах значительно снизилась в сравнении с предыдущим годом. За девять месяцев 2020 г. падение гостиничной загрузки в России в среднем составило более 30 %, тогда как снижение на номер средней цены – только 1,9 % [11].

Весной 2020 г. сложилась ситуация, когда полностью было прекращено международное авиасообщение, туристские путешествия в пределах России были полностью ограничены, деловые поездки сократились до минимума. Количество посетителей гостиниц и отелей существенно сократилось.

В целом ситуация следующая – гостиничные предприятия израсходовали те финансовые ресурсы, которые были у них накоплены в предыдущие периоды. Поэтому они, как правило, ожидают финансовой поддержки от государства. В качестве ожидаемой поддержки называются следующие меры: отсрочка платежей по аренде земли и налогам, введение моратория на банкротство гостиничных предприятий. При этом данные мероприятия должны распространяться

не только на средний и малый бизнес, но и на крупные гостиничные предприятия [12]. В отношении столичных гостиниц и отелей были предложены правительственные субсидии, направленные на использование гостиничных номеров с целью временного размещения в них трудовых мигрантов, которые не имеют возможности вернуться домой, а на территории России они остались без работы. Обоснованием такой программы стала месячная оплата номера гостиницы в 25 тыс. руб., а выручка гостиницы расходуется на выплату заработной платы гостиничному персоналу и обслуживание кредитных и других долговых обязательств [13].

В качестве одной из трудностей выступил перевод существенной части сотрудников на удаленный или вахтовый режим работы. Как правило, основной штат любой гостиницы или отеля составляют администраторы, горничные и повара, которые не могут обслуживать туристов из дома, поэтому в условиях пандемии сотрудники были просто отправлены в отпуска с сохранением 75 % оплаты от оклада.

Именно 2020 г. войдет в историю как тяжелый год, который со всей очевидностью высветил исключительную важность туризма и индустрии гостеприимства для социально-экономического развития страны и позволил говорить о туризме как о стратегически значимой несырьевой отрасли экономики.

Тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства

Одним из важных импульсов, которые сложившаяся ситуация привнесла в развитие туристической отрасли, стала ориентация игроков рынка и российских туристов на внутренний туризм. Многие россияне прошедшим летом открыли для себя новые направления внутри страны, отправившись не только на юг России, но и в Карелию, на Байкал, Алтай, Камчатку и в другие регионы. Всему туристическому рынку сейчас приходится работать в ситуации высокой неопределенности.

Исполнительный директор Ассоциации туроператоров России М. А. Ломидзе утверждает: «Важной тенденцией этого года являются путешествия внутри регионов. Так как регионы крупные, можно даже внутри них перемещаться на большие расстояния, поэтому получаются полноценные путешествия, причем, как правило, поездки в этом году были к водоемам. Яркий пример – Приволжский федеральный округ, когда Самарская область поехала в Ульяновскую, из Ленинградской области отправились в Карелию. Таким образом, по определенным направлениям в этом году турпоток увеличился. Причем популярные в этом году локации останутся точками притяжения: по нашим оценкам, до 30 % туристов будут «возвратными», т. е. на следующий год они снова поедут по этому же маршруту» [2].

По мнению президента Российского союза туристической индустрии С. П. Шпилько, в последнее время россияне стали более рациональными с точки зрения выбора тура по соотношению «цена – качество» во всех сегментах спроса (от самых дешевых до самых дорогих поездок). Происходит экологизация, цифровизация, индивидуализация и спроса, и предложения. Увеличивается значение круга общения в поездке, традиционная сборная группа все чаще уступает место семейной, приятельской, корпоративной. Происходят поколенческие изменения спроса. Более коммуникабельная, в том числе благодаря использованию информационных технологий, свободнее владеющая иностранными языками молодежь все чаще выбирает самостоятельные поездки с размещением в так называемом частном секторе. Более продуманным становится и туристский бюджет времени с позиции логистики путешествий, распределения отпускного периода, роста спроса на сити-брейки.

Несмотря на нестабильную ситуацию, замечены следующие тенденции к развитию индустрии гостеприимства:

1. Более пристальное внимание к искусственному интеллекту. В дальнейшем ожидается внедрение роботов-регистраторов, проверки лица, голосового управления, доставки роботов, помощников робота-консьержа и других бесконтактных служб, которые начнут заменять контактные услуги от человека к человеку в ближайшем будущем;

2. Гигиена и чистота имеют важное значение для успешной работы гостиниц, и во время пандемии им уделялось особое внимание. В связи с пандемией путешественники, скорее всего, будут делать свой выбор в пользу гостиниц, которые предлагают высокие стандарты жилья и проживания с позиции гигиены и чистоты;

3. В разгар пандемии COVID-19 многие люди начали пересматривать свой образ жизни и уделять большее внимание физическому и психическому здоровью. Учитывая пожелания и требования потребителей, помощь гостям вести здоровый образ жизни может стать постпандемической тенденцией для отелей. Например, программы медитации, фитнес-программы, программы здорового питания и программы гигиены сна, вероятно, станут более популярными при выборе гостиницы. Отели могут разрабатывать персонализированные продукты для повышения благополучия гостей и улучшения впечатления от гостей [14].

Заключение

Таким образом, для развития потенциала территорий и диверсификации региональной экономики руководители территорий в сложившейся ситуации должны активнее развивать сферу услуг, в том числе туризм. Общеизвестно, что туризм играет важную роль в решении ряда социально-экономических проблем региона, являясь важной статьёй дополнительных поступлений в бюджет, обеспечивает дополнительный приток инвестиций в экономику, активизирует развитие инфраструктурной составляющей, создание дополнительных рабочих мест и, как следствие, способствует росту занятости, повышению благосостояния и уровня жизни населения, оказывает стимулирующее воздействие на развитие сопряженных отраслей народного хозяйства региона. Туризм также является фактором развития сельских (муниципальных) образований, что особенно актуально в условиях тотальной урбанизации российских регионов.

Ключевым драйвером роста отрасли в современных условиях является внимание, которое государство уделяет сфере туризма. Кризис – это не только проблемы, но и новые возможности. Отсутствие въездного туризма сегодня компенсируется внутренним, а в гостиничных предприятиях можно внедрить новые продукты, уделяющие внимание здоровью потребителей, тем самым совершенствуя внутренний туризм. Развивая внутренний туризм, игроки рынка развивают и въездной, поскольку создается база, инфраструктура, механизмы, практика взаимодействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гуцина Е. Г., Волков С. К., Витальева Е. М.* Маркетинговый механизм преодоления отрицательных эффектов информационной асимметрии в региональной системе хозяйствования: моногр. Волгоград: Изд-во ВолгГТУ, 2018. 135 с.
2. *Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в РФ: текущая ситуация и перспективы восстановления.* URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2020/12/ru-ru-tourism-in-russia-current-situation-and-recovery-prospects.pdf> (дата обращения: 16.02.2020).
3. *Волков С. К., Гуцина Е. Г., Витальева Е. М.* Информационная асимметрия как фактор, сдерживающий развитие туристской отрасли в регионах России // *Альтернативы регионального развития: материалы VIII ежегод. Междунар. конф., посвященной памяти ученого и гос. деятеля И. П. Шабунина: в 2-х т.* (Волгоград, 25–27 октября 2017 г.). Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2017. Т. 1. С. 140–151.
4. *Gushchina E. G., Yushkova N. G., Dontsov D. G.* Providing of Social Functions in Regional Systems: Institutional Designing or Local Positioning // *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science.* Vol. 272: International science and technology conference «Earth science» (Rusky Island, Russian Federation, 04–06 March, 2019) / ed. by D. B. Solovov. Vladivostok: Far Eastern Federal University. 2019. 7 p. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/272/3/032232/pdf> (дата обращения: 01.05.2020).
5. *Караулова Н. М., Орлова Н. В., Сизенева Л. А., Гуцина Е. Г.* Концептуальные основы формирования туристского комплекса России как интегрированной социально-экономической системы // *Общие и уникальные проблемы развития российской региональной экономики: моногр.* / под ред. А. Н. Плотникова. Саратов: ЦПМ «Академия бизнеса», 2014. С. 75–111.
6. *Алексикова Ю. О., Гончарова А. А., Морозова И. А., Гуцина Е. Г.* Проблемы и перспективы развития индустрии туризма в современном мире // *Молодежь и системная модернизация страны: сб. науч. ст. V Междунар. науч. конф. студентов и молодых ученых: в 6 т.* (Курск, 19–20 мая 2020 г.). Курск: Изд-во Юго-Запад. гос. ун-та, 2020. Т. 1. Ч. 1. С. 24–28.
7. *Фомина Е. В., Гуцина Е. Г., Хоц А. Е.* Проблемы подготовки востребованных специалистов для регионального рынка туристических услуг // *Изв. ВолгГТУ. Сер.: Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива).* 2009. Вып. 8. № 4. С. 36–40.
8. *Gushchina E. G., Yushkova N. G., Shokhneh A. V.* Spatial Location of Regional Resources within the Strategic Drift of Globalization: Problems, Tendencies, Procedures // *SHS Web of Conferences.* Vol. 62. Problems of Enterprise Development: Theory and Practice. 17th International Scientific Conference (Samara, Russia, November 26-27, 2018) / ed. V. Mantulenko. Samara State University of Economics, 2019. 5 p. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2019/03/shsconf_pedtp2018_02004.pdf (дата обращения: 01.05.2020).

9. *Gushchina E. G., Bel'skikh I. E., Volkov S. K., Vital'eva E. M.* Reducing information asymmetry in the planning of project activities in the regions of the Russian Federation // Fifth International Scientific Conference ERAZ 2019 – Knowledge Based Sustainable Development: Book of Abstracts (part of ERAZ conference collection) (Budapest, Hungary, May 23, 2019) / ed.: Vuk Bevanda. Belgrade: Skripta International, 2020. P. 46.
10. *Официальный сайт* Федерального агентства по туризму (Ростуризм). URL: <https://www.russiaturism.ru/> (дата обращения: 24.02.2021).
11. *Квартальные данные, основные показатели деятельности коллективных средств размещения* URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 01.03.2020).
12. *Логунцова И. В.* Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Гос. упр. Электрон. вестн. 2020. № 80. С. 49–65.
13. *Авидзба Л. Б.* Совершенствование механизма управления в гостиничной сфере во время пандемии // Sochi Journal of Economy. 2020. № 3 С. 247–253.
14. *Yangyang J.* Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2020. Vol. 32. N. 8. P. 2563–2573.

Статья поступила в редакцию 04.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ирина Анатольевна Морозова — д-р экон. наук, профессор; зав. кафедрой экономики и предпринимательства; Волгоградский государственный технический университет; Россия, 400005, Волгоград; morozovaira@vstu.ru.

Елена Геннадьевна Гущина — д-р экон. наук, доцент; профессор кафедры экономики и предпринимательства; Волгоградский государственный технический университет; Россия, 400005, Волгоград; l055@mail.ru.

Юлия Олеговна Алексикова — магистрант кафедры экономики и предпринимательства; Волгоградский государственный технический университет; Россия, 400005, Волгоград; Alex11270597@gmail.com.

Анастасия Александровна Гончарова — магистрант кафедры экономики и предпринимательства; Волгоградский государственный технический университет; Россия, 400005, Волгоград; nastasyagocha@mail.ru.



ASSESSMENT OF STATUS, PROBLEMS AND TRENDS IN DEVELOPMENT OF TOURIST SERVICE MARKET IN RUSSIAN REGIONS IN TERMS OF COVID-19 PANDEMIC

I. A. Morozova, E. G. Gushchina, Yu. O. Aleksikova, A. A. Goncharova

*Volgograd State Technical University,
Volgograd, Russian Federation*

Abstract. The article examines the impact of the novel coronavirus infection (COVID-19) pandemic on the tourism and hospitality industry. Based on an assessment of the scale of losses incurred by enterprises in this sector of the economy in an unfavorable epidemiological situation, it was concluded that tourism was among the industries most affected by the COVID-19 pandemic. The identified problems faced by small and medium-sized businesses from among tour operators and travel agencies confirmed the correctness of the measures of state support provided by the state to this sector of the economy. A comparative analysis of the development of the tourism sector in 2019 and 2020 in terms of such parameters as the number of inbound and outbound trips of citi-

zens, the volume of demand for tourism services, made it possible to assess the threats and opportunities for the functioning of the tourism sector during the pandemic for the Russian economy and suggest that the recovery of the tourism industry it may take at least three years. There have been illustrated the diagrams comparing the demand for outbound and inbound tourism in 2019 and 2020, the demand for tourist services among different strata of the population, and hotel occupancy in Russia. In addition to identifying general factors that hinder the balanced growth of the Russian market of tourist services, the problem of information asymmetry was stated, which hinders the realization of the tourist potential in the regions: lack/ insufficient data, or distorted data on the tourism potential in certain territories. The highlighted trends in the development of the Russian tourism industry in the current conditions and promising trends in the tourism and hospitality industry include greening, digitalization, individualization of both demand and supply, an orientation towards domestic tourism.

Key words: COVID-19 pandemic, tourist service market, hospitality industry, tourist potential, regional economy, information asymmetry.

For citation: Morozova I. A., Gushchina E. G., Aleksikova Yu. O., Goncharova A. A. Assessment of status, problems and trends in development of tourist service market in Russian regions in terms of COVID-19 pandemic. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics*. 2021;2:119-128. (In Russ.) DOI: 10.24143/2073-5537-2021-2-119-128.

REFERENCES

1. Gushchina E. G., Volkov S. K., Vital'eva E. M. *Marketingovyi mekhanizm preodoleniia otritsatel'nykh effektiv informatsionnoi asimmetrii v regional'noi sisteme khoziaistvovaniia: monografiia* [Marketing mechanism for overcoming negative effects of information asymmetry in regional economic system: monograph]. Volgograd, Izd-vo VolgGTU, 2018. 135 p.
2. *Vliianie pandemii COVID-19 na sferu turizma v RF: tekushchaia situatsiia i perspektivy vosstanovleniia* [Impact of COVID-19 pandemic on tourism sector in the Russian Federation: current situation and prospects for recovery]. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2020/12/ru-ru-tourism-in-russia-current-situation-and-recovery-prospects.pdf> (accessed: 16.02.2020).
3. Volkov S. K., Gushchina E. G., Vital'eva E. M. Informatsionnaia asimmetriia kak faktor, sderzhivaiushchii razvitie turistskoi otrasli v regionakh Rossii. *Alternativy regional'nogo razvitiia* [Information asymmetry as factor holding back development of tourism industry in Russian regions. Regional development alternatives]. *Materialy VIII ezhegodnoi Mezhdunarodnoi konferentsii, posviashchennoi pamiati uchenogo i gosudarstvennogo deiatelia I. P. Shabunina: v 2-kh tomakh (Volgograd, 25–27 oktiabria 2017 g.)*. Volgograd, Izd-vo VolGU, 2017. Vol. 1. Pp. 140-151.
4. Gushchina E. G., Yushkova N. G., Dontsov D. G. Providing of Social Functions in Regional Systems: Institutional Designing or Local Positioning. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Vol. 272. International science and technology conference «Earth science» (Rusky Island, Russian Federation, 04–06 March, 2019)*. Ed. by D. B. Solovov. Vladivostok, Far Eastern Federal University, 2019. 7 p. Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/272/3/032232/pdf> (accessed: 01.05.2020).
5. Karaulova N. M., Orlova N. V., Sizeneva L. A., Gushchina E. G. *Kontseptual'nye osnovy formirovaniia turistskogo kompleksa Rossii kak integrirovannoi sotsial'no-ekonomicheskoi sistemy. Obshchie i unikal'nye problemy razvitiia rossiiskoi regional'noi ekonomiki: monografiia* [Conceptual foundations of forming tourist complex in Russia as integrated socio-economic system. General and unique problems of development of Russian regional economy: monograph]. Pod redaktsiei A. N. Plotnikova. Saratov, TsPM «Akademiia biznesa», 2014. Pp. 75-111.
6. Aleksikova Iu. O., Goncharova A. A., Morozova I. A., Gushchina E. G. Problemy i perspektivy razvitiia industrii turizma v sovremennom mire. *Molodezh' i sistemnaia modernizatsiia strany* [Problems and prospects for development of tourism industry in modern world. Youth and systemic modernization of country]. *Sbornik nauchnykh statei V Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii studentov i molodykh uchenykh: v 6 tomakh (Kursk, 19–20 maia 2020 g.)*. Kursk, Izd-vo Iugo-Zapad. gos. un-ta, 2020. Vol. 1. Part 1. Pp. 24-28.
7. Fomina E. V., Gushchina E. G., Khots A. E. Problemy podgotovki vostrebovannykh spetsialistov dlia regional'nogo rynka turisticheskikh uslug [Problems of training specialists in demand for regional market of tourist services]. *Izvestiia Volgogradskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriia: Aktual'nye problemy reformirovaniia rossiiskoi ekonomiki (teoriia, praktika, perspektiva)*, 2009, iss. 8, no. 4, pp. 36-40.
8. Gushchina E. G., Yushkova N. G., Shokhnekh A. V. Spatial Location of Regional Resources within the Strategic Drift of Globalization: Problems, Tendencies, Procedures. *SHS Web of Conferences. Vol. 62. Problems of Enterprise Development: Theory and Practice. 17th International Scientific Conference (Samara, Russia, November 26-27, 2018)*. Ed. V. Mantulenko. Samara State University of Economics, 2019. 5 p. Available at: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2019/03/shsconf_pedtp2018_02004.pdf (accessed: 04.05.2020).

9. Gushchina E. G., Bel'skikh I. E., Volkov S. K., Vital'eva E. M. Reducing information asymmetry in the planning of project activities in the regions of the Russian Federation. *Fifth International Scientific Conference ERAZ 2019 – Knowledge Based Sustainable Development: Book of Abstracts (part of ERAZ conference collection) (Budapest, Hungary, May 23, 2019)*. Editor: Vuk Bevanda. Belgrade, Skripta International, 2020. P. 46.

10. *Ofitsial'nyi sait Federal'nogo agentstva po turizmu (Rosturizm)* [Official site of Federal Agency for Tourism (Rostourism)]. Available at: <https://www.russiatourism.ru/> (accessed: 24.02.2021).

11. *Kvartal'nye dannye, osnovnye pokazateli deiatel'nosti kollektivnykh sredstv razmeshcheniia* [Quarterly data, main indicators of collective accommodation facilities]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed: 01.03.2020).

12. Loguntsova I. V. Industriia turizma v usloviakh pandemii koronavirusa: vyzovy i perspektivy [Tourism industry in terms of COVID-19 pandemic: challenges and prospects]. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2020, no. 80, pp. 49-65.

13. Avidzba L. B. Sovershenstvovanie mekhanizma upravleniia v gostinichnoi sfere vo vremia pandemii [Improving management mechanism in hotel sector in COVID-19 pandemic]. *Sochi Journal of Economy*, 2020, no. 3, pp. 247-253.

14. Yangyang J. Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2020, vol. 32, no. 8, pp. 2563-2573.

The article submitted to the editors 04.05.2021

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Irina A. Morozova – Doctor of Economics, Professor; Head of the Department of Economics and Entrepreneurship; Volgograd State Technical University; Russia, 400001, Volgograd; morozovaira@vstu.ru.

Elena G. Gushchina – Doctor of Economics, Assistant Professor; Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship; Volgograd State Technical University; Russia, 400005, Volgograd; l055@mail.ru.

Yulia O. Aleksikova – Master's Course Student of the Department of Economics and Entrepreneurship; Volgograd State Technical University; Russia, 400005, Volgograd; Alex11270597@gmail.com.

Anastasia A. Goncharova – Master's Course Student of the Department of Economics and Entrepreneurship; Volgograd State Technical University; Russia, 400005, Volgograd; nastasyagocha@mail.ru.

