

DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2022.1(42).92-99

УДК 338.487

JEL F01, G01, Z3



ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Н.Ю. Омарова, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия
Н.Ю. Белякова, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия
Д.А. Юренский, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, Екатеринбург, Россия; Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

Аннотация. Пандемия COVID-19 принесла фундаментальные изменения в практику ведения бизнеса в туристской индустрии; акторы рынков туризма и гостеприимства переформатируют свои стратегии, пытаются соответствовать волатильной внешней среде, изменившейся структуре туристического потока и новым паттернам поведения потребителей. В статье проведен ретроспективный анализ показателей развития международного туризма накануне пандемии COVID-19 (2009-2019 гг.) и в постпандемный период (2020 г.). Представлены межстрановые сравнения основных показателей развития международного туризма (индекс конкурентоспособности путешествий и туризма, расходы на международный туризм, доходы от международного туризма, количество международных прибытий, прямой и общий вклад международного туризма в ВВП, инвестиции в туристскую индустрию) в отношении тех национальных экономик мира, которые в 2020 г., по данным Мирового валютного фонда, сократив чистый импорт туристских услуг, обеспечили прирост ВВП (первая десятка стран, в том числе и Россия). Базой данных, главным образом, послужили результаты исследований в сфере туризма, размещенные в мировом репозитории Кноета (Big Data). Осуществлено ранжирование стран, построена матрица, наглядно иллюстрирующая позицию каждой из них по всем показателям развития туристской индустрии. Исследование показало, что лидеры рейтинга по положительному влиянию туристского кризиса 2020 г. на ВВП имели средние и ниже средних рейтинги по основным показателям развития международного туризма в 2019 г.; при этом страны, замыкающие список, занимали, преимущественно, лидирующие строки рейтинга. Определение причин выявленного противоречия требует проведения дополнительных исследований национальных туристских индустрий с учетом принятых в данных странах антиковидных стратегий и ограничений, взаимного «приоткрытия» границ с соседними странами, внедренных новых протоколов туристской безопасности, обязательств по вакцинации и др. Представлен обзор научно-обоснованных мнений относительно перспектив и направлений восстановления туристской индустрии в условиях пандемии COVID-19. У целого ряда стран, в том числе и России, зафиксирован потенциал восстановления доходов отрасли, в первую очередь, за счет переориентации исходящих туристических потоков на внутренний рынок.

Ключевые слова: международный туризм, пандемия COVID-19, туристская индустрия, экономический кризис 2020 г.

Для цитирования: Омарова Н.Ю., Белякова Н.Ю., Юренский Д.А. К вопросу развития международного туризма в условиях пандемии COVID-19 // BENEFICIUM. 2022. № 1(42). С. 92-99. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2022.1(42).92-99

ORIGINAL PAPER

ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC

N.Yu. Omarova, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia
N.Yu. Belyakova, Higher School of Economics University, Saint Petersburg, Russia
D.A. Yurenskiy, Institute of Economics, the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

Abstract. The COVID-19 pandemic has brought fundamental changes to the business practices of the tourism industry; the tourism and hospitality markets actors are reformatting their strategies, trying to meet the volatile external environment, the changed structure of tourist flow and new patterns of consumer behavior. The article provides a retrospective analysis of international tourism development indicators on the eve of the COVID-19 pandemic (2009-2019) and in the post-pandemic period (2020). It presents cross-country comparisons of key international tourism development indicators (travel and tourism competitiveness index, international tourism expenditure, international tourism revenue, the number of international arrivals, direct and total contribution of

international tourism to GDP, investment in the tourism industry) in relation to those national economies of the world that in 2020, according to the World Monetary Fund, ensured GDP growth (the top ten countries, including Russia) by reducing net imports of tourism services. The data base of the study was mainly based on the results of research in the field of tourism, placed in the Knoema global repository (Big Data). The countries have been ranked and a matrix illustrating the position of each of them by all tourism industry development indicators has been built. The study has shown that the leaders of the rating for the positive impact of the tourism crisis in 2020 on GDP had average and below-average ratings for the main indicators of international tourism development in 2019; at the same time, the countries closing the list took, for the most part, the top lines of the rating. Determining the reasons for the identified contradiction requires additional research into the national tourism industries, taking into account the anti-COVID strategies and restrictions adopted in these countries, mutual "opening" of borders with neighboring countries, implemented new protocols of tourist security, vaccination commitments, etc. A review of scientifically grounded opinions on the prospects and directions of the tourism industry recovery in the context of the COVID-19 pandemic is presented. A number of countries, including Russia, have recorded the potential to restore industry revenues, first of all, by reorientation of outgoing tourist flows to the domestic market.

Keywords: international tourism, COVID-19 pandemic, tourism industry, economic crisis of 2020

For citation: Omarova N.Yu., Belyakova N.Yu., Yurenskiy D.A. On the Development of International Tourism in the Context of the COVID-19 Pandemic // BENEFICIUM. 2022. Vol. 1(42). Pp. 92-99. (In Russ.). DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2022.1(42).92-99

Введение

Туристская индустрия¹ – масштабная транснациональная отрасль экономики, создающая на национальном уровне широкие возможности для увеличения доходной части бюджетов, привлечения валюты и разного рода инвестиций, роста платежеспособного спроса, диверсификации экономики и развития инфраструктуры, создания рабочих мест и повышения уровня благосостояния наций. Она дает импульс для развития более чем 50 отраслей экономики; составляет до 10% ВВП и всех занятых в крупных развитых странах, а в небольших островных государствах ее вес доходит до трети национальной экономики [1].

До 2020 г. международный туризм, несмотря на низкие темпы роста экономики развитых стран и геополитическую напряженность в ряде регионов мира, демонстрировал значительную устойчивость, рекордные цифры роста, существенный прирост туристических доходов стран-лидеров. Так, за период 2009-2019 гг. годовые суммарные туристические доходы принимающих стран выросли в 1.67 раза (с 901 до 1507 млрд. долл. США), а международные туристские прибытия – в 1.64 раза (с 892 до 1460 млн. человек). Прогнозы роста отрасли на 2020 г. были оптимистичными – 3.8%, т.е. активнее, чем развитие отрасли финансовых услуг, транспорта и промышленности [1].

Однако, именно международный туризм оказался одним из наиболее подверженных нега-

тивному влиянию пандемии COVID-19 сегментов мировой экономики в связи с введением жестких ограничений на перемещение граждан. По данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) 2020 г. стал худшим для туризма за всю историю наблюдений, когда, относительно 2019 г., количество международных прибытий сократилось на 1 млрд. (или 74%), экспортные доходы от международного туризма – на 1.3 трлн. долл. США, под угрозой оказалось от 100 до 120 млн. рабочих мест, большинство из которых – в малом и среднем бизнесе, акции большинства туристических компаний рухнули до многолетних минимумов [2].

В 2021 г. международный туризм увеличился только на 4%. Котировки акций тройки лидирующих мировых туристических маркетплейсов (платформ электронной коммерции) Booking Holdings Inc., Expedia Inc. и TripAdvisor Inc. после существенного провала в I квартале 2020 г. иллюстрируют нестабильность на фоне развития новых волн заболеваемости COVID-19 [3] (рис. 1).



Рис. 1. Влияние COVID-19 на котировки акций мировых туристических маркетплейсов / Fig. 1. Impact of COVID-19 on Share Prices of Global Travel Marketplaces

Источник: [4] / Source: [4]

Темпы восстановления отрасли остаются медленными и неравномерными в разных регионах

¹ Туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристических информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников (ст. 1 Федерального закона от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

мира из-за разной степени ограничений на передвижение, уровней вакцинации и уверенности туристов. Большинство (64%) экспертов UNWTO ожидают, что количество международных прибытий вернется к уровню 2019 г. только в 2024 г. или позднее [5].

Целью представленного в статье исследования является анализ основных показателей развития международного туризма в мировом географическом пространстве в 2019-2020 гг. (на примере ряда стран, испытавших значительное влияние туристского кризиса на ВВП), а также перспектив восстановления отрасли в условиях пандемии COVID-19.

Материалами для проведения соответствующего цели анализа послужили открытые данные исследований в сфере туризма, размещенные в мировом репозитории Кноема (Big Data) и извлеченные из его каталогов с помощью дашбордов. Спецификой представленных в репозитории данных является расширенный, по сравнению с Global Tourism Barometer (UNWTO), датасет.

Результаты и обсуждение

Согласно [6], в 2020 г. из 1.6 трлн. долл. США сокращения общего мирового экспорта услуг вследствие влияния негативных последствий пандемии COVID-19 около 80% пришлось на международный туризм. При этом не все страны пострадали в одинаковой степени.

Из 106 стран, для которых в 2020 г. Международный валютный фонд (IMF) опубликовал данные о международной торговле услугами по категориям, 33 страны, сократившие свой чистый импорт туристских услуг (стоимость импорта туристских услуг за вычетом стоимости экспорта туристских услуг)¹, при этом получили более высокие темпы роста ВВП (согласно методологии системы национальных счетов IMF). Так, больше всего от туристского кризиса в абсолютном выражении выиграли национальные экономики Китая, Германии, России, Великобритании и Австралии; в относительном выражении сокращение чистого импорта туристских услуг увеличило более чем на 1% ВВП семи стран (табл. 1). Для остальных 73 стран кризис отрасли международного туризма оказал негативное влияние на национальную экономику. В абсолютном выражении больше всего пострадали Испания и Таиланд, потеряв около 40 млрд. долл. США чистого экспорта туристских услуг; в относительном выражении значительные потери понесли малые островные

страны: так, сокращение чистой экспортной торговли туристскими услугами стоило Арубе, Сейшельским островам и Багамам 38.61%, 28.9% и 25.76% ВВП соответственно [7] (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Страны, испытавшие наибольшее влияние туристского кризиса на ВВП 2020 г. / The Countries that Experienced the Greatest Impact of the Tourism Crisis on GDP in 2020

Страна / Country	Падение ВВП, % / GDP Decline, %
Аруба	-38.61
Сейшельские острова	-28.90
Багамы	-25.76
Черногория	-21.51
Кабо Верде	-17.68
Фиджи	-16.63
Белиз	-15.65
Грузия	-14.30
Камбоджа	-11.59
Хорватия	-9.36
Страна / Country	Рост ВВП, % / GDP Growth, %
Ирак	+2.39
Норвегия	+2.37
Украина	+1.74
Нигерия	+1.59
Сингапур	+1.58
Лесото	+1.31
Россия	+1.28
Германия	+0.85
Китай	+0.70
Австралия	+0.68

Источник: построено авторами на основе [7] / Source: compiled by the authors based on [7]

Далее исследование будет построено на выборке стран, в наибольшей степени выигравших от туристского кризиса в 2020 г., – это Ирак, Норвегия, Украина, Нигерия, Сингапур, Лесото, Россия, Германия, Китай, Австралия.

Расчет Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ) проводится Всемирным экономическим форумом (WEF) в сотрудничестве с американской консалтинговой компанией Booz & Company, Международной ассоциацией воздушного транспорта (IATA), Международным союзом охраны природы (IUCN), Всемирной туристской организацией (UNWTO), Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) с использованием исходных данных 136 стран. ТТСИ строится на основе оценки 90 индикаторов (границы интервала, в котором лежат их значения, от 1 до 7), которые распределены между 14 ключевыми субиндексами (рассчитываются как средневзвешенные значения индикаторов), а те сгруппированы в 4 подиндекса:

- 1) благоприятная среда: бизнес-среда, безопасность, здоровье и гигиена, человеческие и трудовые ресурсы, информационные технологии;
- 2) политика в области туризма и путешествий: международная открытость, приоритетность отрасли для страны, ценовая конкурентоспособность, экологическая устойчивость;

¹ Импорт туристских услуг – это ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом денег туристом из данной страны (например, когда туристы из России совершают путешествия в другие страны, это становится импортом туристских услуг в экономику России). Экспорт туристских услуг – это вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом денег туристом в данную страну (например, когда иностранные туристы совершают путешествие в Россию, это становится экспортом туристских услуг из экономики России).

- 3) инфраструктура: инфраструктура наземного транспорта, инфраструктура воздушного транспорта, инфраструктура туризма;
- 4) природные ресурсы и культурное наследие: природные ресурсы, культурные ресурсы и деловые поездки [8].

Таким образом формируется картина общего состояния международного туризма в мировом географическом пространстве.

ТТСИ девяти стран обозначенной выше выбор-

ки (данные по Ираку отсутствуют) в допандемийный период представлены в *табл. 2*. В 2019 г. наилучшие мировые значения ТТСИ демонстрируют Германия (3 место в мире), Австралия (7 место), Китай (13 место), Сингапур (17 место), Норвегия (20 место) и Россия (39 место), в то время как Украина, Лесото и Нигерия находятся за пределами ТОП-50 конкурентоспособных в сфере туризма стран, занимая соответственно 78, 124 и 129 места [8].

Таблица 2 / Table 2

Докризисный ТТСИ исследуемых стран / Pre-Crisis TTSI of the Countries Studied

Страна / Country	2011	2013	2015	2017	2019 (место / rank)
Норвегия	4.98	4.95	4.52	4.64	4.60 (20)
Украина	3.87	3.98	3.70	3.50	3.70 (78)
Нигерия	3.09	3.14	2.79	2.82	2.80 (129)
Сингапур	5.23	5.23	4.86	4.85	4.80 (17)
Лесото	2.95	2.89	2.82	2.84	3.00 (124)
Россия	4.23	4.16	4.08	4.15	4.30 (39)
Германия	5.50	5.39	5.22	5.28	5.40 (3)
Китай	4.47	4.45	4.54	4.72	4.90 (13)
Австралия	5.15	5.17	4.98	5.10	5.10 (7)

Источники: [8] / Source: [8]

Статистические данные и информация дашбордов мирового репозитория Кноема, позволяющие исследовать основные показатели

развития международного туризма десяти стран выборки в докризисном периоде, сведены в *табл. 3*.

Таблица 3 / Table 3

Основные показатели развития международного туризма исследуемых стран, 2019 г. / The Main Indicators of International Tourism Development in the Group of Countries under Study, 2019

Страна / Country	Расходы на международный туризм, млрд. долл. США / Expenditures on International Tourism, USD bln	Доходы от международного туризма, млрд. долл. США / Revenues from International Tourism, USD bln	Количество международных прибытий, млн. / Number of International Arrivals, mln	Прямой вклад международного туризма в ВВП / Direct Contribution of International Tourism to GDP		Общий вклад международного туризма в ВВП, в процентах / Total Contribution of International Tourism to GDP, in percentage	Инвестиции в туристскую индустрию, в процентах от общего объема инвестиций в экономику / Investment in the Tourism Industry, as a percentage from total investment in economy
				в текущих ценах, млрд. долл. США / current prices, USD bln	в процентах / in percentage		
Ирак	10.9	-	-	5.8	2.93	8.4	5.3
Норвегия	18.0	6.9	5.8	16.3	3.48	9.0	6.3
Украина	8.9	2.6	13.7	1.9	1.39	5.2	2.4
Нигерия	16.4	1.5	-	7.7	1.92	5.1	7.1
Сингапур	-	-	19.1	14.2	4.0	10.0	21.1
Лесото	0.3	-	1.1	0.2	7.43	16.2	7.7
Россия	40.6	17.7	24.4	20.2	1.19	4.8	2.0
Германия	99.9	58.2	39.5	143.4	3.48	8.6	4.0
Китай	-	39.7	162.5	403.5	2.79	10.9	2.8
Австралия	41.4	47.9	9.56	43.6	3.02	10.9	5.3

- нет данных

Источники: построено авторами на основе базы данных репозитория Кноема [9] / Source: compiled by the authors based on the Knoema repository database [9]

Три страны – Германия, Австралия и Россия – входят в пятерку ведущих стран мира (наряду с США и Францией) по сумме расходов на международный туризм (расходы, отправляющихся за границу туристов в других странах, в том числе

платежи в пользу иностранных перевозчиков за международные перевозки): в 2019 г. из общей суммы мировых расходов в 1.5 трлн. долл. США на эти три страны выборки приходилось 12.1%. Данные по Китаю и Сингапуру в репозитории не

представлены, но их вклад в общую сумму расходов на международный туризм также значителен (справочно: по отчетам за 2018 г. расходы Сингапура составили порядка 28 млрд. долл. США).

Мировая пятерка стран, больше всех в абсолютном выражении зарабатывающих на международном туризме, включает в себя США, Францию, Таиланд, Германию и Италию – на них приходится 36.2% доходов. Среди пула исследуемых стран значительно больше остальных на международном туризме в 2019 г. заработали Германия, Австралия, Китай и Россия – всего 10.9% общемировых международных туристических доходов.

Общее количество международных прибытий в мире в 2019 г. составило 1.46 млрд., из них на все исследуемые нами страны вместе взятые приходится 18.9% прибытий, самой посещаемой из них является Китай (справочно: на пятерку ведущих по этому показателю стран мира – США, Китай, Испания, Мексика и Италия – приходится 33.0% международных прибытий).

Мировой прямой вклад международного туризма в ВВП в текущих ценах (прямых расходов иностранных туристов в стране) в 2019 г. оценивался в 2.88 трлн. долл. США. Лидером здесь являлись США – 580.7 млрд. долл. США (20.1% прямого вклада международного туризма). Среди исследуемого пула стран наибольший прямой вклад отмечен в Китае (403.5 млрд. долл. США) и Германии (143.4 млрд. долл. США), далее с большим отрывом следует Австралия и Россия.

Первое место в мире по показателю прямого вклада международного туризма в ВВП как доли от ВВП занимает Макао (специальный административный район Китая) – 50.2%; в топ-5 стран также входят Мальдивы, Сейшельские острова, Багамы, Сент-Китс и Невис. Среди исследуемых стран наиболее зависимы от международного туризма Лесото (7.43%) и Сингапур (4.0%).

По общему вкладу международного туризма в ВВП (прямой, косвенный и индуцированный вклад иностранных туристов в стране) в исследуемом пуле стран первое место также занимает Лесото (16.2%), далее – Китай и Австралия (по 10.9%) и Сингапур (10.0%).

Первое место в мире по объему инвестиций в туристскую индустрию (в процентах от общего объема капитальных вложений в национальную экономику) занимает Антигуа и Барбуда – 39.8%; в топ-5 стран также входят Сейшельские острова, Белиз, Черногория и Мальдивы. Среди исследуемых стран наибольшая доля вложений отмечена у Сингапура (21.1%), а также Лесото и Нигерии (7.7% и 7.1% соответственно).

На следующем этапе исследования постранные значения показателей *табл. 1-3* проранжированы (от 1 до 10 по убыванию значений показателей) и представлены в виде матрицы (*табл. 4*), где зеленым цветом выделены страны-лидеры (имеют значения показателей значительно (20% и более) выше среднего), красным – страны-

аутсайдеры (имеют значения показателей значительно (20% и более) ниже среднего), желтым – страны, занимающее срединное положение.

Проведенное исследование показало, что лидеры рейтинга по положительному влиянию туристского кризиса 2020 г., вызванного негативными последствиями пандемии COVID-19, на ВВП – Ирак, Норвегия и Украина – имели средние и ниже средних рейтинги по основным показателям развития международного туризма в 2019 г. В то же время Германия, Китай и Австралия, замыкающие список в *табл. 1*, по основным показателям развития международного туризма в 2019 г. занимали, преимущественно, лидирующие позиции рейтинга. Определение причин выявленного противоречия требует проведения дополнительных исследований национальных туристских индустрий, с учетом принятых в данных странах антиковидных стратегий и ограничений, «открытости» их границ, численности населения, обязательств по вакцинации и др.

Какими, по мнению исследователей, могут быть стратегия и тактика акторов туристской индустрии, чтобы способствовать восстановлению отрасли в условиях пандемии COVID-19?

Одна из первых попыток спрогнозировать поведение субъектов, принимающих решения в условиях пандемии COVID-19, принадлежит L. Miao et al. [10], использовавших теорию управления терроризмом в качестве основы своего исследования и предсказавших несколько характерных проксимальных и дистальных моделей поведения туристов, в том числе с учетом их психологических, феноменологических и поведенческих особенностей.

H. Yan et al. [11], используя эволюционную теорию игр для анализа поведенческого взаимодействия стейкхолдеров, построили модель «эволюционной игры» между правительствами, туристами и туристическим бизнесом, определяющую их стратегический выбор. С целью иллюстрации роли стейкхолдеров в восстановлении международного туризма авторами проведены расчеты с использованием программного обеспечения MATLAB 2016, которые показали, что на стратегию поведения заинтересованных сторон в сфере международного туризма прямое влияние оказывает развитие событий в сфере здравоохранения.

F. Tulungen et al. [12] возможности восстановления международного туризма видят в быстром развитии сегмента электронного туризма (англ. – e-tourism) как цифрового инструмента этапа планирования туристической поездки.

Результаты исследования X. Jin et al. [13], основанные на опросе 3388 потенциальных китайских туристов, направлены на понимание их психологии и поведения в условиях пандемии COVID-19 и, в том числе, иллюстрируют наличие значительного и стабильного сегмента рынка, сохранившего потребительскую способность для выездного туризма.

Таблица 4 / Table 4

Ранжирование стран, испытавших наибольшее положительное влияние туристского кризиса на ВВП в 2020 г., по основным показателям развития международного туризма в 2019 г. / Ranking of Countries that Experienced the Greatest Positive Impact of the Tourism Crisis on GDP in 2020, according to the Main Indicators of International Tourism Development in 2019

Страна / Country	Рост ВВП в период туристского кризиса 2020 г., % / GDP Growth during the Tourism Crisis in 2020, %	ТССИ	Расходы на международный туризм, млрд. долл. США / Expenditures on International Tourism, USD bn	Доходы от международного туризма, млрд. долл. США / Revenues from International Tourism, USD bn	Число международных прибытий, млн. человек / Number of International Arrivals, mln people	Прямой вклад международного туризма в ВВП / Direct Contribution of International Tourism to GDP		Общий вклад международного туризма в ВВП, в процентах / Total Contribution of International Tourism to GDP, in percentage	Инвестиции в туристскую индустрию, в процентах от общего объема инвестиций / Investment in the Tourism Industry, as a percentage from total investment
						в текущих ценах, млрд. долл. США / at current prices, USD bn	в процентах / in percentage		
Ирак	1	-	6	-	-	8	6	7	5
Норвегия	2	5	4	5	7	5	4	5	4
Украина	3	7	7	6	5	9	9	8	9
Нигерия	4	9	5	7	-	7	8	9	3
Сингапур	5	4	-	-	4	6	2	4	1
Лесото	6	8	8	-	8	10	1	1	2
Россия	7	6	3	4	3	4	10	10	10
Германия	8	1	1	1	2	2	3	6	7
Китай	9	3	-	3	1	1	7	2	8
Австралия	10	2	2	2	6	3	5	3	6
Среднее значение показателя	1.45	4.29	29.55	24.93	16.17 *	28.13 *	3.16	8.91	6.4

- нет данных

* без учета данных Китая, исключенного из расчета средней в целях сглаживания ряда

Источник: составлено авторами на основе данных табл. 1-3 / Source: compiled by the authors based on data from Tables 1-3

Исследование восприятия туристами новых реалий S. Kainthola et al. [14] проиллюстрировало их высокую чувствительность к местам скопления людей и инстинктивное стремление к избеганию таких мест в краткосрочной перспективе, что следует учесть при реализации туристических стратегий и создании туристических продуктов на микроуровне. При этом в долгосрочной перспективе результаты опроса проиллюстрировали потребность в дальнейшем устойчивом развитии международного туризма.

S. Candia, F. Pirlone [15] считают, что пандемия COVID-19 станет толчком для развития туризма, основанного на инновациях, способных обеспечить высокое качество туристического продукта и устойчивость развития отрасли.

UNWTO к основным факторам, которые могут способствовать эффективному восстановлению международного туризма, относит: быстрое и повсеместное проведение вакцинации (76%), значительное снятие ограничений на поездки (70%), скоординированные действия между странами в отношении протоколов (регламентов) путешествий (67%), наличие четкой информации о меди-

цинских протоколах и требованиях к въезду (42%), использование цифровых инструментов для повышения безопасной мобильности (20%), доступное тестирование на COVID-19 (16%) [5].

Кроме того, в условиях геополитических рисков и постпандемийного периода масштабное использование цифровых технологий позволит формировать новые бизнес-модели туристской индустрии [16]. Многие аналитики придерживаются мнения, что стимулирование развития внутреннего туризма является одной из основных тенденций, которые продолжают формировать туризм в условиях пандемии COVID-19 (см., например, [1, 5]).

Целый ряд авторов исследует возможности реализации каждой из множества потенциально существующих стратегий, способных помочь туристской индустрии справиться с посткризисным разрушением (см., например, [17]).

Заключение

Несмотря на то, что наихудшие экономические прогнозы на 2020 г., связанные с влиянием негативных последствий пандемии COVID-19, не оправдались, мировая туристская индустрия по-

несла существенные потери, а для отдельных стран, экономика которых наиболее зависима от туризма, возникли серьезные риски макроэкономической нестабильности из-за снижения экспортной выручки от оказания туристских услуг. Некоторые из них оказались на грани бедности, а жители стали мигрировать из курортных районов туда, где можно заниматься сельским хозяйством и рыболовством.

Для отдельных стран с богатым рекреационным потенциалом, таких как Италия, Испания, Греция, Россия и др., реалии сегодняшнего дня создают возможность частичного смягчения потерь национальных туристских индустрий за счет переориентации исходящих туристических потоков на внутренний рынок.

Нынешний кризис – это возможность создать более устойчивую туристическую экономику. Согласно докладу ООН «COVID-19 и трансформация туризма» [18], приоритетными направлениями преобразования туризма после пандемии COVID-19 станут:

- 1) смягчение социально-экономических последствий (сохранение рабочих мест, укрепление доверия и безопасности);
- 2) повышение конкурентоспособности и устойчивости (развитие туристической инфраструктуры и повышение качества оказываемых услуг, диверсификация продуктов и рынков, продвижение внутреннего туризма);
- 3) диджитализация (цифровизация туристической экосистемы, создание инновационных решений, инвестиции в цифровые навыки);
- 4) экологизация (содействие устойчивому развитию, внедрение углеродно нейтральных решений, развитие экотуризма);
- 5) координация и партнерство для трансформации сектора и достижения целей устойчивого развития.

Вклад авторов

Авторы внесли равный вклад в проведение исследования: сбор и анализ материала; определение целей и задач, методов исследования; формулирование и научное обоснование выводов, оформление ключевых результатов исследования в виде статьи.

References

- [1] Zaitsev A.A., Tikhonov A.A. Ekonomicheskiye i sotsial'nyye posledstviya koronavirusa v Rossii i v mire [Economic and social consequences of coronavirus in Russia and in the world] // Analiticheskiy byulleten' NIU VSHE [HSE Analytical Bulletin]. 2020. Vol. 6. Pp. 56-66. (In Russ.). URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/435321586.pdf> (accessed on 10.02.2022).
- [2] UNWTO: kolichestvo turistov v mire sokratilos' na 74% [UNWTO: the number of tourists in the world decreased by 74%] (2021). ATOR [ATOR]. (In Russ.). URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/54073.html> (accessed on 10.02.2022).
- [3] Aksii. Kotirovki [Stocks. Quotes] (2022). Investing.com. (In Russ.). URL: <https://ru.investing.com/> (accessed on 12.02.2022).
- [4] Tourism Industry COVID Risk Scoreboard: Travel & Tourism Held Hostage by Coronavirus (July 8, 2021) (2021). Knoema. URL: <https://knoema.com/infographics/yomoxcd/tourism-industry-covid-risk-scoreboard-travel-tourism-held-hostage-by-coronavirus> (accessed on 10.02.2022).
- [5] Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism (2022). UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (accessed on 10.02.2022).
- [6] World Trade Statistical Review 2021. Geneva: World Trade Organization, 2021. 134 p. DOI: <https://doi.org/10.30875/604b3e6d-en>
- [7] International Tourism in 2020: Thirty Winners and Seventy Losers (July 2, 2021). (2021). Knoema. URL: <https://knoema.com/infographics/dbjbscc/international-tourism-in-2020-thirty-winners-and-seventy-losers> (accessed on 11.02.2022).
- [8] Travel & Tourism Competitiveness Report (2022). Knoema. URL: <https://knoema.com/WEFTTC2015/travel-tourism-competitiveness-report> (accessed on 12.02.2022).
- [9] Knoema. World Data Atlas. Tourism (2022). URL: <https://knoema.com/atlas/topics/Tourism> (accessed on 10.02.2022).
- [10] Miao L., Im J., Fu X., Kim H., Zhang Y.E. Proximal and distal post-COVID travel behavior // Annals of Tourism Research. 2021. Vol. 88(9). P. 103159. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103159
- [11] Yan H., Wei H., Wei M. Exploring Tourism Recovery in the Post-COVID-19 Period: An Evolutionary Game Theory Approach // Sustainability. 2021. Vol. 13(16). P. 9162. DOI: 10.3390/su13169162
- [12] Tulungen F., Batmetan J.R., Komansilan T., Kumajas S.C. Competitive intelligence approach for developing an e-tourism strategy post COVID-19 // Journal of Intelligence Studies in Business. 2021. Vol. 11(1). Pp. 48-56. DOI: 10.37380/JISIB.V11I1.694
- [13] Jin X., Bao J., Tang C. Profiling and evaluating Chinese consumers regarding post-COVID-19 travel // Current Issues in Tourism. 2022. Vol. 25(5). Pp. 745-763. DOI: 10.1080/13683500.2021.1874313
- [14] Kainthola S., Tiwari P., Chowdhary N. Overtourism to zero tourism: changing tourists' perception of crowding post COVID-19 // Journal of Spatial and Organizational Dynamics. 2021. Vol. 9(2). Pp. 115-137.
- [15] Candia S., Pirlone F. Tourism Environmental Impacts Assessment to Guide Public Authorities towards Sustainable Choices for the Post-COVID Era // Sustainability. 2021. Vol. 14(1). Pp. 1-16.
- [16] Omarova N.Yu., Omarov M.M., Belyakova N.Yu. Problems of assessing the contribution of digital changes and their impact on the development of the world economy / Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR): Proceedings of ISPC "Russia 2020 – a new reality: economy and society", Veliky Novgorod, December 9-10, 2020. Veliky Novgorod: Atlantis Press, 2021. Pp. 303-306. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210222.059>
- [17] Khan K.I., Nasir A., Saleem S. Bibliometric Analysis of Post Covid-19 Management Strategies and Policies in Hospitality and Tourism // Frontiers in Psychology. 2021. Vol. 12. P. 769760. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.769760
- [18] Covid-19 and Transforming Tourism. Policy Brief (2020). UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/un-policy-brief-on-tourism-and-covid-19> (accessed on 10.02.2022).

Информация об авторах / About the Authors

Наталья Юрьевна Омарова – д-р экон. наук, профессор; профессор, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия / **Natalia Yu. Omarova** – Doctor of Economics, Professor; Professor, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: n-omarova@mail.ru

SPIN РИНЦ 6750-4452

ORCID 0000-0003-0678-4590

Наталья Юрьевна Белякова – канд. ист. наук, доцент; доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия / **Natalia Yu. Belyakova** – PhD of Historical Sciences, Docent; Associate Professor, Higher School of Economics University, Saint Petersburg, Russia

E-mail: nataliabelyakova@mail.ru

SPIN РИНЦ 5639-6347

ORCID 0000-0001-6605-8211

Денис Андреевич Юренский – соискатель, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, Екатеринбург, Россия; ассистент, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия / **Denis A. Yurenskiy** – External Doctoral Candidate, Institute of Economics, the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia; Assistant, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: sw@sofbit.com

Дата поступления статьи: 18 февраля 2022
Принято решение о публикации: 20 марта 2022

Received: February 18, 2022

Accepted: March 20, 2022