

# Журнал «Рекреация и туризм»

## № 2 (6) 2020

### Главный редактор

Г. М. Романова - д-р экон. наук, профессор, ректор Сочинского государственного университета

### Председатель редакционного совета

Г. А. Карпова, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета, вице-президент Национальной академии туризма;

### Редакционная коллегия:

Г. М. Романова - главный редактор — д-р экон. наук, профессор, ректор Сочинского государственного университета

Б. А. Ермаков - зам. главного редактора — д-р мед. наук, профессор

Т. Е. Гварлиани - д-р экон. наук, профессор

В. П. Ермакова - д-р техн. наук, доцент, проректор Сочинского государственного университета по учебной работе и качеству образовательной деятельности

Г. Д. Брюханова - д-р мед. наук

К. Н. Макаров - д-р техн. наук, профессор

М. С. Оборин - д-р экон. наук, к. геогр. наук

### Редакционный совет:

А. Т. Быков (г.Сочи), д-р мед. наук, член-корр. РАМН, профессор,

А.М. Ветитнев (г. Сочи), д-р мед. наук, д-р экон. наук, профессор

Г.В.Давыденко (г. Москва) – председатель Общественного совета при Ростуризме

Г. А. Карпова (г. Санкт-Петербург), д-р экон. наук, профессор, вице-президент Национальной академии туризма (председатель редсовета)

Н.Н. Киселева (г. Пятигорск), д-р экон. наук, профессор

В. И. Кружалин (г. Москва), д-р геогр. наук, профессор, вице-президент Национальной академии туризма

М.А.Морозов (г. Москва), д-р экон. наук, профессор

Е.А.Павлов (г. Москва), канд. пед. наук, доцент

М. Ю. Шерешева (г. Москва), д-р экон. наук, профессор

В.Н. Шарафутдинов (г. Сочи), канд. экон. наук

С.Ю. Цехла (г. Симферополь) д-р экон. наук, профессор

### О журнале

Журнал «Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм» зарегистрирован в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-72037 от 26 декабря 2017 г.

Журнал будет участвовать в формировании российского индекса научного цитирования (РИНЦ), а в дальнейшем планируется включение его в перечень ВАК, а также Web of Science.

Основная миссия журнала состоит в объединении усилий ученых по развитию единого поля научной коммуникации в такой междисциплинарной сфере деятельности, как рекреация и туризм.

Журнал освещает актуальные проблемы рекреации и туризма по трем основным аспектам: социально-экономическим, инженерно-экологическим и медико-биологическим.

Прием статей осуществляется по следующей номенклатуре научных специальностей:

08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством

05.18.15 Технология и товароведение пищевых продуктов и функционального и специализированного назначения и общественного питания

05.13.06 Автоматизация и управление технологическими процессами и производствами (по отраслям)

13.00.04 Теория и методика физического воспитания, спортивной тренировки, оздоровительной и адаптивной физической культуры

14.02.03 Общественное здоровье и здравоохранение

14.03.11 Восстановительная медицина, спортивная медицина, лечебная физкультура, курортология и физиотерапия

25.00.24 Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география.

03.02.08 Экология (по отраслям: экология человека)

### Контакты редакционной коллегии

«Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм»:

354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94;

Тел.: +7 (862) 264-86-27;

E-mail: science-dpt@mail.ru;

Заместитель главного редактора «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм», доктор медицинских наук, профессор Ермаков Борис Анатольевич 8-(988)-231-60-07;

E-mail: borisermakovsochi@gmail.com).

### Издатель

Общероссийская общественная организация «Российское профессорское собрание» (115035, г. Москва, Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)

### Учредитель

Общество с ограниченной ответственностью «Издательская группа «Юрист» (115035, г. Москва, Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)

Общероссийская общественная организация «Российское профессорское собрание» (115035, г. Москва, Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)

Некоммерческое партнерство «Образовательный консорциум Среднерусский университет» (248600, Калужская область, г. Калуга, ул. Гагарина, д.1)

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Сочинский государственный университет», адрес - 354000, г. Сочи, ул. Советская 26 а, e-mail: university@sutr.ru

---

## Содержание

### Вклад сферы рекреации и туризма в реализацию национальных проектов.

**Коростелев Евгений**, *Сочинский государственный университет (СГУ).*  
Экологический туризм в контексте реализации национального проекта «Экология»: новые импульсы развития. . . . . 3

**Масленникова Ольга**, *Санкт-Петербургский государственный Экономический университет(СПбГЭУ).*  
Современные подходы к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма в контексте реализации национальных проектов . . . . .10

### Сфера рекреации и туризма в коронакризисный период

**Ветитнев Александр, Романова Галина**, *Сочинский государственный университет (СГУ).*;  
**Поликарнос Эфстатиу**, *Российское представительство Национальной туристической организации Греции.*  
Греческий туризм: до и после пандемии . . . . .17

**Шерешева Марина**, *Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ).*  
Индустрия туризма: последствия пандемии и условия развития . . .30

### Теоретические и прикладные аспекты развития сферы рекреации и туризма

**Воробей Елена**, *Сочинский государственный университет (СГУ);*  
Методика оценки эффективности функционирования сферы рекреации и туризма региона в условиях новой реальности на основе DEA-модели. .45

**ОБЩИЕ ПРАВИЛА** оформления статей направляемых для опубликования в журналах Российского профессорского собрания . . . . .55

DOI: 10.18572/2686-858X-2020-2-6-3-9

## ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ»: НОВЫЕ ИМПУЛЬСЫ РАЗВИТИЯ

### ECOTOURISM IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTING THE NA- TIONAL PROJECT “ECOLOGY”: A NEW IMPETUS FOR DEVEL- OPMENT

Коростелев Евгений Михайлович,  
кандидат географических наук, доцент кафедры управления  
и технологий в туризме и рекреации  
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия  
wayearth@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются возможности развития экологического туризма в контексте национального проекта «Экология». *Анализируется мировой и отечественный опыт развития экотуризма.* Рассматриваются перспективные направления этого вида туризма в современных социально – экономических условиях. Формулируются приоритетные задачи, решение которых будет способствовать эффективному развитию экологически безопасного туризма. Делается вывод о необходимости комплексного научного подхода и междисциплинарного сотрудничества для успешной реализации проектов по развитию экологического туризма.

**Ключевые слова:** экологический туризм, национальные проекты, управление туризмом, ООПТ, устойчивое развитие.

**Jel Classification code:** O13, Z31, Z32.

**Abstract.** *The article discusses the possibilities of developing ecotourism in the context of the national project “Ecology”. The article analyzes the world and domestic experience of ecotourism development. Perspective directions of this type of tourism in modern socio – economic conditions are considered. Priority tasks are formulated, the solution of which will contribute to the effective development of environmentally friendly tourism. It is concluded that an integrated scientific approach and interdisciplinary cooperation are necessary for the successful implementation of projects for the development of eco-tourism.*

**Keywords:** *Ecotourism, national projects, tourism management, protected areas, sustainable development.*

#### 1. ВВЕДЕНИЕ

Национальные проекты России – это приоритетные направления развития в различных социально-экономических сферах жизни страны. Они формируются руководством Российской Федерации с 2019 года. В число таких проектов, предусмотренных к реализации до 2024 года, входит и проект «Экология» (Natsionalnyy proyekt «Ekologiya»..., 2019).

В этом емком термине, в рамках национального проекта, подразумевается в

первую очередь деятельность, направленная на защиту окружающей среды. В обширном перечне конкретных действий рассматриваемого национального проекта фигурирует федеральный проект «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма».

В ходе реализации проекта планируется увеличить число редких и исчезающих животных РФ, увеличить количество

ООПТ, и улучшить инфраструктуру для экологического туризма.

Последние десятилетия термин экологический туризм или экотуризм стал широко известен. Тем не менее, до сих пор не существует его общепризнанной трактовки, и часто под ним понимают самые разнообразные виды туристской деятельности по своим организационным принципам противоречащим друг другу.

С учетом включения проектов по развитию экологического туризма в национальный проект, представляется целесообразным разобраться в его терминологии, понять картину современного фактического состояния экологического туризма в мире и России, очертить круг приоритетных задач, которые могли бы быть решены в ходе реализации проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма», определить какой научный подход будет наиболее эффективным при организации и развитии экотуризма.

## 2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Термин экологический туризм стал общеупотребительным в туристской сфере с подачи экспертов из западных стран. Он появился в 1970-х гг., как реакция на осознание экологических проблем в туристской деятельности (Ceballos-Lascuráin, 1996, Lukichev, 2013).

В начале 1990-х гг. его популярность стала столь широкой, что он был признан Всемирной туристской организацией (UNWTO). В рамках официального статуса, конференции по «правильным примерам» экологического туризма стали проводиться ежегодно. Кроме того, экспертами UNWTO было дано определение экологического туризма. По мнению экспертов этой организации, **экологический туризм это: «все формы и виды туризма, при которых главной мотивацией туриста к совершению путешествия является наблюдение и общение с природой, и которые способствуют сохранению окружающей среды, культурного, и природного наследия, оказывая на них минимальное воздействие».**

Тем не менее, в каждой стране были сформулированы свои определения

экотуризма, число которых превышает, на настоящий момент, несколько десятков.

**Можно выделить главные составляющие экологического туризма:**

- он осуществляется в природной среде;
- основные объекты туристского показа – природные;
- познавательная форма проведения туров;
- минимизация негативного воздействия на экосистемы;
- социально-экономический эффект для местного населения.

**Несмотря на некоторую терминологическую путаницу, экотуризм довольно успешно развивается во многих странах.**

Рост урбанизации, осознание экологических проблем и ответственности за них привели к увеличению числа туров с целью познания и погружения в природную среду, особенно из высокоразвитых стран мира. Как следствие, экологические туры стали популярны от арктических широт до тропиков, и от влажных экваториальных лесов до ледников Антарктиды.

В некоторых развивающихся странах Центральной Америки, Азии и Африки доход от туризма, особенно экологического, достигает значимых величин в ВВП.

Например, в африканских странах природной полосой саванн – Кении и Танзании почти 30% площади территории стран заняты национальными парками. Учитывая, что на землях национальных парков действует ограничительный регламент хозяйственной деятельности, в первую очередь разрешен туризм, это серьезный показатель значимости экотуризма. Нетрудно представить какую важную роль экотуризм играет в экономике этих стран.

Еще более показательным примером является Антарктида. На этом материке, в соответствии с рядом международных договоров, запрещены практически любые формы хозяйственной деятельности. Фактически это самый большой на планете заповедник.

В то же время туристскими операторами организуются туры на Белый континент. Туризм здесь реализуется исключительно в форме ответственного (экологического) туризма, с соответствующими правилами и

ограничениями. В отдельные годы количество туристов посещающих эту удаленную туристскую дестинацию превышает 45 тыс. человек в год.

В США сформировалась, и широко распространилась традиция отдыха на уик-энд в национальных парках. Количество туристов посещающих национальные парки США достигает 70 млн. чел в год. Для сотрудников национальных парков разработаны методические указания по проектированию экологических маршрутов (Trapp et. Al., 1994, Eagles et. al., 2002).

Популярность отдыха в национальных парках Северной Америки обусловлена не только хорошо развитой инфраструктурой, но и разработанными методами эффективной подачи познавательного материала. В менеджменте экотуризма используются, и элементы развлечения, и высокотехнологические методы подачи материала.

В Европе большее распространение получил агроэкотуризм – направление туризма, совмещающее отдых в сельской местности со знакомством с окружающей природой. Это легко объяснимо тем, что в Европе практически не осталось нетронутых природных ландшафтов.

В целом – в странах Западного мира (Европа, США, Австралия) при планировании и организации природоохранной и туристской деятельности получил широкое распространение метод предельно допустимых изменений, в котором основной акцент делается на выявлении спектра рекреационных возможностей на определенной территории с минимальным экологическим воздействием (Synge, 2004., Stankey, 1982, McCool and Cole 1997).

В странах Арктики был разработан и широко используется другой способ управления туризмом в туристских дестинациях. Им стал, первоначально разработанный в Норвегии метод составления локальных планов управления территориями. Эти планы регламентируют рекреационную деятельность в районах туристских аттракций и включают короткую характеристику местности, снабжены фотографиями, каргосхемами и, обязательно, правила посещения этого туристского объекта

(Evenset and Christensen 2011, Jia et. al., 2009, Kattsov, 2004, Lynch, 2009).

В некоторых странах мира термин экотуризм утверждён на законодательном уровне. Например, в законе «О туризме» Р. Беларусь, экологический туризм прописан как самостоятельный вид туризма, приоритетный для развития на территории Республики. Он определяется как «путешествия, совершаемые с целью экологического воспитания и образования туристов».

В целом, по мнению экспертов Всемирной туристской организации, почти 25% всех международных туристских прибытий (более 1 млрд. чел в год), в той или иной степени связаны с экологическим туризмом.

В России термин экологический туризм появился немного позднее, чем в Западных странах. Но главные принципы экотуризма: познание природы, ее сохранение и, даже, поддержка местного населения были прописаны еще в правилах старейшей туристской организации нашей страны – Крымско-Кавказского горного клуба в начале XX века.

В настоящий момент в Российской Федерации площадь всех федеральных особо охраняемых природных территорий (ООПТ) составляет 14% от площади страны (2019 год).

Количество ООПТ федерального, регионального и местного значения достигает тринадцати тысяч.

Главными объектами экотуризма стали национальные парки, образование которых предусматривает в равной степени развитие туризма и охрану природы. Еще одним объектом природоохранного и туристского природопользования стали природные парки. Они образуются решением Субъектов Федерации и имеют региональное подчинение.

Число посещений национальных парков и заповедников России в 2019 году, по данным WWF России, достигло 11 млн. чел. Несмотря на относительно небольшой показатель, тенденции роста числа туристов довольно хорошие. Ведь еще в 2008 году число посетителей национальных парков и заповедников достигало отметки в 5,7 млн. чел.

Есть в России и успешный опыт развития экологического туризма вне системы ООПТ. Например, руководство горного парка «Рускеала» в Р.Карелия не

спешит войти в систему местных ООПТ. Руководство парка небезосновательно считает, что природоохранный статус будет препятствовать туристскому бизнесу. При этом его организация опиралась на рекомендации научно-экспертного сообщества. Рекультивация бывшего карьера по добыче мрамора, создание туристской инфраструктуры, организация разнообразных туристских активностей и экологических троп этого рекреационного объекта, показывают не только пример успешного туристского бизнес-проекта, но и отличный пример рационального природопользования. По сути, парк стал ядром зарождающегося в этом районе Карелии туристского кластера и удачным примером сотрудничества бизнеса и науки.

В то же время, нормативно-правовая база развития экотуризма в нашей стране остается в зачаточном состоянии (Korostelev and Gavrilov, 2019).

До сих пор маркетологами в России под экологическим туризмом понимаются самые разнообразные формы природно-ориентированного туризма: познавательный туризм в пределах национальных парков, туризм с целью уборки мусора, учебно-познавательный туризм для школьников и, даже, охотничий туризм.

В 2015 году был выпущен ГОСТ Р 56642 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования». В нем дана попытка стандартизации названия экотуризм. Под ним понимается «деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению» (GOST R 56642-2015).

По инициативе Совета Федераций Федерального Собрания РФ разрабатывается «Концепция проекта модельного закона «Об экологическом туризме». Набор модельных законов принимается для гармонизации законодательств стран СНГ. В перспективе этот модельный закон может стать основой для принятия нормативных документов по экотуризму в нашей стране.

Так же, за последние пятьдесят лет в нашей стране накоплен обширный опыт методик оценки рекреационных нагрузок. Особенно выделяются фундаментальные работы сотрудников Института географии

АН СССР и МГУ (Chizhova, 2011, Chizhova and Sevostianova, 2007, Preobrazhenskiy et al., 1975).

В 1995 году даже был принят отраслевой стандарт по оценке рекреационных нагрузок ОСТ 56-100-95 «Методы и единицы измерения рекреационных нагрузок на лесные природные комплексы». Этот подход надлежит применять при развитии туризма и рекреации на землях лесного фонда (OST 56-100-95).

К сожалению, их практическое применение не стало предметом обязательного использования при организации туризма, что отчасти связано с несовершенством разработанных методик. Фактически они учитывают ограниченный набор экологических показателей, на которые воздействует туризм (Sevastianov et al., 2014).

Для успешного решения проблемы оценки рекреационных нагрузок следует применять новые подходы, учитывающие сформировавшиеся социально-экономические реалии (Krasovskaya, 2008).

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Экотуризм уже показал свою устойчивость в ходе острой фазы экономического кризиса 2008-2009 гг., когда интерес к этому виду туризма и, как следствие, рост числа природно-ориентированных путешествий вырос в отдельных регионах мира на фоне падения числа туристских прибытий.

Также всплеск интереса к посещению экологических троп зафиксирован в ходе объявленной пандемии КОВИД-19 в нашей стране в 2020 году. Люди резонно считают, что поездка за пределы городской среды в районы с малой плотностью населения из мест концентрации туристов, в благоприятные экологические условия, дает возможность не только хорошо отдохнуть, но и избежать возможности заражения инфекционными заболеваниями.

Потенциал природных богатств России столь велик, что до сих пор используется в экотуризме и рекреации не в полной мере.

Продолжают проектироваться маршруты и прокладываться экологические туристские тропы в наиболее привлекательных экорегионах России: Кавказе, Алтае, Карелии и многих других.

По итогу реализации национального проекта «Экология» планируется создание новых особо охраняемых природных территорий, которые станут основой для развития экотуризма в регионах.

Следует отметить, что в числе задач, при реализации проекта «Сохранение биоразнообразия и развитие экологического туризма» отмечены следующие:

- формирование нормативной и методической базы по развитию инфраструктуры для экологического туризма;
- проектирование и организация экологических троп;
- продвижение (эко) туристских продуктов национальных парков.

Для того, чтобы успешно провести вышеперечисленные работы, чтобы они не остались только в отчетах, а активно применялись национальными парками и всеми заинтересованными сторонами, необходимо провести большую работу, так как на настоящий момент практически отсутствует нормативно – правовая база развития экологического туризма в России.

Это, пожалуй, приоритетная задача, которая может быть решена в ходе реализации национального проекта «Экология».

Также к числу главных задач, решение которых возможно в ходе реализации национального проекта, можно отнести:

- проведение единой классификации рекреационных воздействий на экосистемы, и типологизацию экосистем по степени антропогенной нарушенности;
- выявление индикаторов оценки воздействия на экосистемы;
- разработку методик управления рекреационными территориями (локациями) и экологическими туристскими тропами на основе оценки: природной аттрактивности, медико-биологических условий, историко-культурного и образно-мифологического потенциалов.

Автор статьи в составе комплексной экспедиции проводил работы по оценке туристского потенциала культурных ландшафтов национальных парков Северо-запада России. Необычные ландшафты, сформировавшиеся за столетия в этом регионе России, вместе с информацией об увлекательнейших этапах процесса освоения, могут создавать еще более благоприятный

образ территории и привлекать туристские потоки (Korostelev et. al., 2014).

В ряде регионов следует признать успешным и опыт органического дополнения экологического туризма этническими элементами. В этом случае погружение в местность становится более полным. Знакомство с природой региона естественным образом дополняется знакомством с традицией и культурой народов проживающих в местности. Он включает знакомство с традиционной пищей, одеждой, жилищем, в целом – спецификой культуры, как способом приспособления человека к ландшафту. Познание культуры другого народа воспитывает в туристах толерантность к образу жизни «других».

Разработка экологических туристских троп и проектирование эффективных экотуристских продуктов на сегодняшнем этапе требует учитывать специфику не только природной среды, но и психологические особенности потенциальных клиентов – людей разных поколений, с их отношением к природе, соответствующим уровнем знания (или незнания) окружающего их пространства. Стремительно меняющийся образ жизни в последние годы привел, к тому, что все активнее в маркетинге и социологии используется «теория поколений», которая позволяет учитывать потребительское поведение, особенности восприятия жизни для эффективного решения различных социальных проектов, в туризме в том числе (Howe and Strauss, 2007).

Нельзя забывать и о технических инновациях, применяемых в туризме. Например, массовое использование гаджетов позволяет создавать дополненную реальность. Ее активно применяют в Китае и некоторых странах Запада. В случае с экотуризмом, который знакомит туристов с текущим состоянием окружающей среды, это хорошая возможность показывать древние состояния природы на экотропе или возможные состояния будущего при определенных видах человеческого воздействия.

В конечном итоге разнообразная, качественно спроектированная система экологических туристских троп позволяет решать целый ряд задач (Sevastyanov et. al., 2014, Bryukhanova et. al., 2018):

- сохраняет экосистемы;
- образовывает и воспитывает молодые поколения;
- задействует трудовые ресурсы региона;
- позволяет реализовывать проекты малого и среднего бизнеса;
- способствует формированию активного образа жизни.

По большому счету, экотуризм решает важную социальную задачу, формирует экологическую культуру, которая является приоритетной составляющей устойчивого развития общества и современной цивилизации.

#### 4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сложившаяся на настоящий момент экономическая, социальная и эпидемиологическая ситуация способствуют стремительной трансформации современного мироустройства.

Поэтому работы по развитию экологического туризма, способствующего сохранению природных ландшафтов и формированию экологического мировоззрения, можно отнести к числу приоритетных задач в туристской сфере.

В этих условиях следует только приветствовать актуальность задач решаемых национальным проектом «Экология» и важность присутствия там раздела, связанного с развитием экологического туризма.

Фактически проект «Сохранения биоразнообразия и развитие экологического

туризма» дает новый импульс к развитию этого туристского направления. Появляется возможность задействовать силы не только штатных работников национальных парков или сотрудников ВУЗов, но и органов государственного, и муниципального управления.

Задача выстраивания эффективной системы управления экологическим туризмом в пределах ООПТ и туристских дестинаций еще далека от идеальной, и сейчас предоставляется возможность, объединив силы всех заинтересованных сторон выделить важные вехи по его развитию и продвинуться в решении этой задачи максимально далеко.

Подчеркнем важность участия в этом процессе экспертного сообщества профессорско-преподавательского состава опорных ВУЗов России. Не менее важно использовать возможности волонтерских центров: заинтересованная и вовлеченная в процесс проектирования экологических маршрутов молодежь – фактор успешного развития экологической культуры.

Работа по развитию экологического туризма требует комплексных усилий специалистов самых разных областей и объединения профессионалов бизнеса, науки и органов государственной власти, для эффективного решения всех задач связанных с устойчивым развитием туризма.

#### 5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bryukhanova G.D., Romanov S.M., Grinenko S.V., Shagarov L.M., Konovalova G.M. Sokhraneniye ekologicheskogo karkasa kak osnova strategii ustoychivogo razvitiya Sochinskoy turistskoy destinatsii (2018). V sbornike: Molodezh–nauke - IX: razvitiye sfery turizma, gostepriimstva i sporta v kontekste povysheniya urovnya i kachestva zhizni naseleniya. Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh. Sochi: SGU 7-10.
2. Ceballos-Lascuráin, H. (1996) Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism around the World and Guidelines for Its Development. IUCN Publications, Cambridge.
3. Chizhova V.P. (2011). Rekreatsionnyye landshafty: ustoychivost. normirovaniye. upravleniye. Smolensk: Oykumena.
4. Chizhova V.P., Sevostianova L.I. (2007) Ekologicheskiy turizm: geograficheskiy aspekt. Uchebnoye posobiye. Yoshkar-Ola.
5. Eagles P., McCool S., Haynes C. (2002). Sustainable Tourism in Protected Areas Guidelines for Planning and Management. IUCN Gland, Switzerland and Cambridge.
6. Evenset A., Christensen G. (2011) Environmental impacts of expedition cruise traffic around Svalbard: Report, [Online]. Available: <http://www.aeco.no/wp-content/uploads/2013/06/Finalreport.pdf>
7. GOST R 56642-2015 «Turistskiye uslugi. Ekologicheskiy turizm. Obshchiye trebovaniya» ot 07.01.2016g.

8. Howe, Neil; Strauss, William (2007), *The Next Twenty Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve*, Harvard Business Review, 41-52
9. Jia G.J., Epstein H.E., Walker D.A. (2009) *Vegetation greening in Canadian Arctic related to decadal warming*. Journal. Environmental Monitoring, 11, 2231–2238.
10. Kattsov V.M. (2004). *Arctic climate in the 21st century: Modeling and scenarios. Vulnerability to global environmental change. A summary of change impact assessments from the U. S. Country Studies Program*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 99–150
11. Korostelev E.M., Gavrilov Yu.G. (2019). *Razvitiye ekologicheskii bezopasnogo turizma v arkticheskoy zone Rossiyskoy Federatsii*. Turizm: pravo i ekonomika. 1. 22-25.
12. Korostelev E.M., Zelyutkina L.O., Sevastianov D.V. (2014). *Drevniye voloki – unikalnyye pamyatniki osvoyeniya Severa*. Priroda. 4 (1184). 29-37.
13. Krasovskaya T. M. (2008). *Prirodopolzovaniye Severa Rossii*. Moskva: LKI.
14. Lukichev A.B. (2013). *Kratkiy ocherk istorii ekoturizma*. Rossiyskiy zhurnal ekoturizma. 5. 36-37.
15. Lynch H. J., Crosbie K., Fagan W. F., Naveen R. (2009) *Spatial patterns of tour ship traffic in the Antarctic Peninsula region*. Antarctic Science Ltd, [Online]. Available: [http://www.oceanites.org/science/science\\_papers/Spatial.pdf](http://www.oceanites.org/science/science_papers/Spatial.pdf).
16. McCool S., Cole D. (1997). *Proceedings—Limits of Acceptable Change and Related Planning Processes: Progress and Future Directions*. Rocky Mountain Research Station.
17. *Natsionalnyy proyekt «Ekologiya»*. 2019 [Online]. Available: <https://futuresrussia.gov.ru/ekologiya> (22 October 2020 )
- OST 56–100–95 «Metody i edinity izmereniya rekreatsionnykh nagruzok na lesnyye prirodnyye komplekсы». *Utverzhdeny prikazom Rosleskhoza ot 20.07.95 g. № 114*
18. Preobrazhenskiy V.S., Mukhina L.I., Kazanskaya N.S., Vedenin Yu.A., Miroshnichenko N.N., Stupina N.M., Fillipovich L.S., Yadkov V.B., Sheffer E.G. (1975). *Metodicheskiye ukazaniya po kharakteristike prirodnykh usloviy rekreatsionnogo rayona// Geograficheskiye problemy organizatsii turizma i otdykha*. Moskva: Institut geografii AN SSSR. 50-112
19. Sevastianov D.V., Isachenko T.E., Guk E.N. (2014). *Norilskiy region: ot prirodnoy spetsifiki k praktike osvoyeniya*. Vestnik S.-Peterburgskogo universiteta. Geologiya. Geografiya. 3. 82–95.
20. Sevastianov D.V., Colpaert A., Korostelyev E., Mulyava O., Shitova L. (2014). *Management of tourism and recreation possibilities for the sustainable development of the north-western border region in Russia*. Nordia Geographical Publications, 43, 27–38.
21. Stankey G.H. (1982) *Carrying Capacity. Impact Management and the Recreation Opportunity Spectrum*. Australian Parks and Recreation, 24-30.
22. Strasdas W. (2002). *The Ecotourism Training Manual for Protected Area Managers*. German Foundation for International Development, Center for Food, Rural Development and the Environment. Zschortau, Germany.
23. Synge H. (2004). *European Models of Good Practice in Protected Areas*. IUCN.
- Trapp S., Gross M., Zimmerman R. (1994). *Signs, Trails, and Wayside Exhibits: Connecting People and Places*. UW-SP Foundation Press, inc/University of Wisconsin.

DOI: 10.18572/2686-858X-2020-2-6-10-16

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННО -ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

### MODERN APPROACHES TO THE FORMATION OF THE ORGA- NIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF HUMAN RE- SOURCES IN THE SPHERE OF TOURISM IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTATION OF NATIONAL PROJECTS

Масленникова Ольга Александровна,  
ст. преподаватель кафедры экономики и управления в сфере услуг  
Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета (СПбГЭУ)  
m\_o@bk.ru

**Аннотация.** На основе типологического анализа различных подходов к определению содержания понятия «организационно-экономический механизм» в экономической сфере, автором раскрывается сущность организационно-экономического механизма кадрового обеспечения, особенности их формирования в сфере туризма в условиях реализации национальных проектов в РФ.

**Ключевые слова:** организационно-экономический механизм; кадровое обеспечение; сфера туризма; индустрия гостеприимства; нацпроекты.

**Jel code:** I25, L83, Z18

**Abstract.** Based on the typological analysis of various approaches to defining the content of the concept of «organizational and economic mechanism» in the economic sphere, the author reveals the essence of the organizational and economic mechanism of staffing, the peculiarities of their formation in the field of tourism in the context of the implementation of national projects in the Russian Federation.

**Keywords:** organizational and economic mechanism; staffing; the sphere of tourism; hospitality industry; national projects.

#### 1. ВВЕДЕНИЕ

Проблема управления кадрами и формирования организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма актуальна в любой стране. И Россия не является исключением, тем более, что сегодня сфера туризма является наиболее активно развивающейся в нашей стране и кардинально меняющейся и в России, и в мире [17] [18] [19]. [20] Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 уже поставила под сомнение лидирующие позиции в сфере туризма тех стран, главенство которых в этой отрасли многие десятилетия казалось незыблемым. [21] [22] [23] Мир туризма уже никогда не

будет прежним [8] [9], и у России есть реальный шанс изменить свое место в рейтинге конкурентоспособности в мире.

Согласно рейтингу специалистов Всемирного экономического форума, в котором оценивается так называемый «Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий» по четырнадцати факторам, таким как: состояния бизнес среды, безопасность, международная открытость, состояние туристической инфраструктуры, экологическая устойчивость и др. Данные для оценки предоставляются Всемирной туристической организацией (ВТООН или ЮНВТО), Всемирным банком (ВБ),

Международным союзом охраны природы и природных ресурсов (МСОП) и Всемирным советом по путешествиям и туризму (ВТТС). [24] [25] Также учитываются и данные опроса экспертов туристической отрасли. По результатам последнего отчета 2019 года (данный рейтинг публикуется каждые два года, начиная с 2007 года – прим. автора), Россия занимает 39 место. В 2017 году Россия была на 43 месте. Первые места в рейтинге практически традиционно занимают Испания, Франция, Германия, Япония и США. [15]

И если до начала 1990-х годов в бывшем Советском Союзе не было ни одного вуза, который бы готовил или специализировался на подготовке профессиональных кадров для сферы туризма и гостеприимства, а по оценкам экспертов, даже в 2017 году у большей части (до 75%) сотрудников туристских компаний отсутствовало профильное образование, то сейчас кадры для туротрасли готовят и специальные образовательные учреждения, и большое количество высших учебных заведений. Например, по данным Федерального Агентства по туризму всего в России 292 вуза со специальностью 43.03.02. «Туризм», которые ежегодно набирают около 30 000 студентов. [14]

Сегодня организационно-экономический механизм кадрового обеспечения в сфере туризма представляет собой совокупность как методов, так и форм реализации процессов системы кадрового обеспечения [2]. И определяется в том числе и существующими законодательными нормами. [5,6] С одной стороны, его отличает детализация (конкретностью) а с другой - фрагментарность (неоднородность), которые пока не позволяют подобрать оптимальный набор инструментов для решения задач по формированию кадрового состава туристской отрасли. [29]

При этом на рынке туристских вакансий существует реальный дефицит квалифицированного персонала, что подтверждается различными исследованиями в области образования в туризме, а также тем, что имеющийся механизм формирования кадрового обеспечения в сфере туризма пока не соответствует требованиям отрасли.

Итак, задача кадрового обеспечения измененной в результате пандемии туристической отрасли для возможности эффективного реагирования на новые вызовы

является, безусловно, приоритетной, а ее решение требует новых подходов.

Какие же современные подходы к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма можно выделить в контексте реализации национальных проектов?

## 2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Анализ литературных источников дает возможность синтезировать различные подходы и подвести некий итог как по отношению к содержанию категории «организационно-экономический механизм», так и к категории «формирование кадрового потенциала». При этом стоит также отметить, что на сегодняшний день категория «организационно-экономический механизм формирования кадрового обеспечения в сфере туризма» не встречен автором ни в одной работе как отечественных, так и зарубежных исследователей.

Необходимо учесть и тот факт, что концепции авторов, предлагающих различные подходы к определению содержания категории «организационно-экономический механизм» применительно к экономической сфере сходны в рассмотрении данного механизма с точки зрения использования понятий «совокупность» и «система»/

В. Попова предлагает под «организационно-экономическим механизмом» понимать «совокупность финансовых и организационно-правовых форм, методов, инструментов и рычагов влияния на деятельность предпринимательских субъектов с целью обеспечения желаемого вектора развития, который функционирует в границах фундаментальных связей, отображающих природу его структуры». [10].

В. Федорович считает, что «организационно-экономический механизм» - это «разноуровневая иерархическая система основных взаимосвязанных между собой элементов и их типовых групп – субъектов, объектов, принципов, методов, инструментов и прочих, а также способов их взаимодействия, включая интеграцию и дезинтеграцию в ходе и под влиянием которых гармонизируются экономические отношения (интересы)

государства, собственников, кредиторов и персонала.» [7].

Э. Шахиева указывает на то, что «организационно-экономический механизм» - это «механизм взаимосвязи и взаимодействия организационной структуры управления и организации процессов принятия решений с методами, приемами и правилами хозяйствования, направленный на его наиболее эффективное функционирование и развитие в целом.» [10]

Что касается категории «формирование кадрового потенциала», то здесь, по мнению автора статьи, также можно рассмотреть несколько подходов.

Например, В. Нестеров считает, что для конкретизации понятия «кадровое обеспечение отрасли» требуется проанализировать содержание собственно понятия «кадровое обеспечение». [12]. И предлагает трактовать его как процесс, обеспечивающий отрасль сотрудниками с различным уровнем подготовки, которые поддерживают цели и ценности, принятые в отрасли, что обеспечивает отрасль работоспособностью и необходимым уровнем конкурентоспособности перед другими отраслями.

Обращение к узкому определению, связанному с конкретным предприятием, позволяет нам еще более углубиться в смысл данного понятия. В трудах отечественных исследователей, например, Н Белой [1] и А. Кибанова [11], отмечено, что кадровое обеспечение, безусловно, учитывает не только количественный, но и качественный состав его работников для достижения тактических и стратегических целей предприятия.

Исходя из вышеизложенного, автор предлагает расширить понятие «организационно-экономический механизм кадрового обеспечения», которое было представлено ранее, и рассматривает данное понятие в следующей трактовке.

Организационно-экономический механизм кадрового обеспечения в сфере туризма – это совокупность как методов, так и формреализации процессов системы кадрового обеспечения. С одной стороны, его отличает детализированность (конкретность), а с другой – индивидуальный подход [13] к каждому, что позволяет подобрать оптимальный набор инструментов для

решения задач по формированию кадрового состава туристской отрасли в каждом регионе и во всей стране в целом и обеспечить отрасль таким количественным и качественным составом сотрудников с различным уровнем подготовки, которые разделяют цели и ценности, принятые в отрасли, позволяя сфере туризма и гостеприимства быть максимально работоспособной и обладать необходимым уровнем конкурентоспособности перед другими отраслями.

### 3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования заключается в изучении современных подходов к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма в условиях реализации национальных проектов, принятых в 2018 году по Указу «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» за №204 от 7 мая 2018 года. Данный Указ устанавливает и утверждает национальные проекты, реализующиеся в России с 2019 года, разработанных по направлениям: «Человеческий капитал», «Комфортная среда для жизни» и «Экономический рост», [3] [4] Ограничение объема работы не позволяет подробно рассмотреть все 12 нацпроектов, которые так или иначе могут быть связаны с вопросом формирования организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма. За основу были взяты нацпроекты «Образование» и «Цифровая Экономика».

Для получения результатов исследования использовались следующие научные методы: методы анализа, сравнения, метод сопоставлений, контент-анализ, анкетирование.

На начальном этапе проведен анализ интернет-ресурсов Рунета по теме «проблемы образования в туризме», а также анализ данных, полученных в результате партнерского взаимодействия по реализации практики в дистанционном формате студентов СПбГЭУ и проекта «ТурАкселератор» (г. Санкт-Петербург).

На последующих этапах исследования автор ориентировался на такие научные методы как: изучение и обобщение данных о существовавших и современных

подходах к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма, использование которых позволяет выявить и предложить новые пути разрешения имеющихся и возникающих противоречий, с учетом изменений, происходящих в туристической отрасли из-за пандемии коронавирусной инфекции COVID-19.

#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

В ходе исследования был проведен анализ данных, полученных в результате изучения публикаций в Рунете.

Так, по оценке главы Ростуризма Зарины Догузовой, в туристической отрасли выявлены следующие основные кадровые проблемы: отсутствие практикоориентированности в образовательном процессе, непрестижность профессий, связанных с данной сферой, среди молодежи, необходимость в повышении квалификации состава преподавателей. [16]

Однако, и дополнительное образование в сфере туризма, и значительное количество различных курсов повышения квалификации не решает набравший вопрос. Например, в одном из исследований ОСИГ (Общественного Союза Индустрии Гостеприимства), которое было реализовано на базе аналитической системы YouScan, было проанализировано почти 170 000 релевантных сообщений, размещенных в сети с 1 января по 21 августа 2020 года, 51,7% из которых сделаны на территории России. Количество авторов составило почти 95 000 пользователей. [27]

Среди проблем или негативных упоминаний, которые отмечаются в сообщениях по названным тематикам, преобладают следующие жалобы пользователей: на некачественную работу вузов; отсутствие корпоративного обучения сотрудников и нежелание обучать своих сотрудников из-за риска ухода сотрудника после обучения в другую организацию; некачественные и неэффективные платные образовательные программы по подготовке гидов (курсы читаются молодыми преподавателями, не имеющими опыта работы); непрофессиональное обслуживание туристов в предприятиях общественного питания, а также со стороны персонала гостиниц и руководство организацией сервиса; отсутствие у работников, оказывающих

транспортные услуги, простых навыков сервиса и качественного обслуживания и т.д.

Основной вывод, который делают эксперты ОСИГ и для организаций дополнительного образования: при разработке образовательных программ делать их более практико-ориентированными с привлечением в качестве преподавателей действующих сотрудников предприятий туристической отрасли и применением лучших профессиональных и образовательных практик с учетом зарубежного опыта в индустрии гостеприимства.

В качестве актуального примера имеющихся на сегодняшний день проблем формирования организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма, целесообразно также привести результаты исследования о ключевых компетенции нового уклада 2019-2020 годов, проведенных проектом «ТурАкселератор» совместно Университетом Прикладных Наук (Сатакунта, Финляндия) [28]. В нём, в частности, рассматривается вопрос о наличии необходимых навыков глобальной конкурентоспособности туристической отрасли региона Балтийского моря. И если наши финские коллеги выделили 5 групп актуальных компетенций, в том числе: проектирование и развитие продуктов и клиентского опыта; цифровые продажи и маркетинговые коммуникации; интернационализация; сотрудничество и сети; управление бизнес-операциями. То российские эксперты сделали акцент на 8 основных компетенциях, которые, по их мнению, необходимы для современного специалиста в сфере туризма: клиентоориентированный сервис; аналитические и исследовательские навыки; знание иностранных языков; финансовое планирование и умение применять принципы устойчивого развития; IT технологии; системный подход к бизнесу; навыки проектной работы; упаковка и продвижение.

Рассматривая эти данные через призму реализующихся нацпроектов, и, прежде всего, проектов «Образование» и «Цифровая экономика», можно выделить следующие современные подходы к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма:

Во-первых, ранняя профориентация и знакомство с профессиями сферы туризма

еще в школе через реализацию программ сетевого взаимодействия турбизнеса и учреждений образования [11] с применением техник и методологии наставничества, в том числе посредством активного вовлечения школьников и студентов в Движение WorldSkills (Вордскиллс) - «Молодые профессионалы» и работы Центров профориентации при профильных ВУЗах. А также через реализацию федеральных проектов «Цифровая образовательная среда», «Современная школа», «Успех каждого ребенка». Так, например, в Санкт-Петербургском Государственном Экономическом Университете (СПбГЭУ) на Факультете сервиса, туризма и гостеприимства (ФСТИГ) организован и активно работает Проектный Офис, в задачи которого в том числе входят и ранняя профориентация, и работа со школьниками средних и старших классов как в очном, так и в дистанционном форматах.

Во-вторых, формирование системы профессиональных конкурсов, дающей гражданам возможности для профессионального и карьерного роста в контексте нацпроекта «Образование», федерального проекта «Социальные лифты для каждого». Эффективность данного подхода подтверждается активным участием и результатами студентов и преподавателей ФСТИГ кафедры экономики и управления в сфере услуг, участников конкурса Президентской платформы «Россия – страна возможностей», например, конкурс «Мастера гостеприимства» (ОСИГ). Важным инструментом практико-ориентированной подготовки для студентов ВУЗов в сфере туризма также является взаимодействие с наставниками из реального сектора экономики, которое реализуется и в рамках конкурсов, и, как в СПбГЭУ, в рамках процесса обучения, когда программа включает в себя обязательные практические занятия с представителями бизнеса в качестве спикеров и приглашенных гостей.

В-третьих, программы непрерывного образования в парадигме концепции «Life-Long Learning» [14] для реализации процесса постоянного обновления работающими гражданами своих профессиональных знаний и приобретения ими новых профессиональных навыков и новых профессиональных

компетенций в том числе в области цифровой экономики, реализуются через федеральный проект «Новые возможности для каждого». Непрерывное обучение преподавателей ФСТИГ СПбГЭУ позволяет организовать учебный процесс максимально эффективно даже в условиях перехода на полное дистанционное обучение.

### 5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, современные подходы к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма тесно связаны с реализацией национальных проектов, задача которых поднять уровень благосостояния наших граждан, обеспечить доступность и качество образования, здравоохранения, поддержать семью, снизить уровень бедности. [15]

Целевой сценарий развития туризма, прописанный в Стратегии развития туризма в РФ до 2035 года, безусловно, требует корректировки с учетом изменений, внесенных пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. Однако, уже сейчас очевидно, что одной из важнейших задач, которую призван решить еще один, новый нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства», уже одобренный Правительством РФ, станет задача подготовки новых высококвалифицированных кадров в сфере туризма в рамках реализации федерального проекта «Совершенствование управления в сфере туризма» (в новый нацпроект войдут еще два федеральных проекта: «Создание качественного и разнообразного турпродукта на всей территории страны» и «Повышение доступности туристического продукта» - прим. автора).

В заключении хочется отметить, что у России есть не только реальный шанс изменить свое место в рейтинге конкурентоспособности в мире, но и сформировать внутри самой страны новую несырьевую отрасль экономики с современной туристической инфраструктурой с миллионами рабочих мест по всей стране, используя современные подходы к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма в контексте реализации нацпроектов.

## 6. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор статьи благодарит научно-педагогический коллектив Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ)

и менеджмент исследовательской группы «ТурАкселератор» за консультативную помощь при организации и проведении исследований.

## 7. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Belaya N. V., (2011) AltSTU named after I. I. Polzunov (Barnaul) «To the question of understanding the personnel support of the agro-industrial complex at the present stage» Polzunov Almanac: Journal / founder and publisher: Altai state technical University named after I. I. Polzunov. - Barnaul: publishing house of the Altai state technical University named after I. I. Polzunov № 4/2, P.249-253 [Online] Available: [http://elib.altstu.ru/journals/Files/pa2011\\_4\\_2/pdf/249belaya.pdf](http://elib.altstu.ru/journals/Files/pa2011_4_2/pdf/249belaya.pdf) (December 02, 2020).
2. Cherevichko, T. V. (2019) Theoretical foundations of hospitality: textbook / T. V. Cherevichko. - 3rd ed., ster. - Moscow: FLINT, - 286 p — - ISBN 978-5-9765-0024-2. - Text: electronic// LAN: electronic library system. — [Online] Available: <https://e.lanbook.com/book/125396> (December 02, 2020).
3. Decree “On national goals and strategic development objectives of the Russian Federation for the period up to 2024» [Online] Available: <http://kremlin.ru/events/president/news/57425> (December 02, 2020).
4. Decree on Russia’s national development goals until 2030 [Online] Available: <http://kremlin.ru/acts/news/63728> (December 02, 2020).
5. Federal law No. 132-FZ of 24.11.1996 About the basics of tourist activity in the Russian Federation [Online] Available: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/10273> (December 02, 2020).
6. Federal list of tourist sites of the Ministry of Economic Development of Russia [Online] Available: <https://классификация-туризм.рф> (December 02, 2020).
7. Fedorovich V.O. (2006) New organizational and economic mechanism for property management: large industrial and transport corporate formations. - Novosibirsk: SGUPS
8. International Labour Organization (ILO) Global Summit: COVID 19 and the World of Work, July 1–2 and 7–9, 2020, virtual meeting, [Online] Available: <https://global-summit.ilo.org>. (December 02, 2020).
9. International Trade Centre, “Action Plan: Supporting small businesses through the COVID-19 crisis and towards the future”, [Online] Available <http://www.intracen.org/covid19/15-Points-Action-Plan> (December 02, 2020).
10. Kholodkova K.S. (2016) Analysis of approaches to determining the essence of the organizational and economic mechanism of management // Modern scientific research and innovations No. 5 [Online] Available: <http://web.snauka.ru/issues/2016/05/66404> (December 02, 2020).
11. Kibanov, A. J. (2010) Personnel Management of the organization [Text]: Textbook / A. J. Kibanov.- 4th ed., add. and reprint.- M: INFRA-M
12. Nesterov V. L. (2007) Personnel support of the industry in the conditions of reformation // Successes of modern natural science. - 2007. - No. 11. - Pp. 94-96; [Online] Available: <http://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=11804> (December 02, 2020).
13. Mukhamadieva, Yu. P. (2017) Actual problems of personnel support in the field of tourism / Yu. P. mukhamadieva, I. I. Polupanov. - Text: direct // Young scientist № 13.2 (147.2). — P. 15-17. - [Online] Available: <https://moluch.ru/archive/147/42016/> (December 01, 2020).
14. The official website of Federal Agency for tourism [Online] Available: [https://tourism.gov.ru/contents/Subyektam\\_turindustrii/obrazovanie-v-sfere-turizma/](https://tourism.gov.ru/contents/Subyektam_turindustrii/obrazovanie-v-sfere-turizma/) ((December 01, 2020).
15. The official website of Russian News Agency INTERFAX [Online] «Russia climbed to 39th place in the world rating of competitiveness in tourism». [Online] Available: [https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market\\_overview/62288/](https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/62288/) (December 03, 2020)
16. The official website of Russian News Agency RIA NEWS [Online] «Rosturizm named the main personnel problems in the tourism industry» [Online] Available: <https://ria.ru/20190912/1558615680.html> (December 02, 2020).
17. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), “Museums

around the world in the face of COVID-19”, 2020, [Online] Available: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530> (December 02, 2020).

18. United Nations, “On International Day, UN chief spotlights indigenous peoples’ resilience in face of COVID-19 pandemic”, 9 August 2020, [Online] Available: <https://news.un.org/en/story/2020/08/1069822> (December 02, 2020).

19. UNWTO, “Briefing Note – Tourism and COVID-19. Issue 1. How are countries supporting tourism recovery?”, June 2020, [Online] Available: <https://doi.org/10.18111/9789284421893> (December 02, 2020).

20. UNWTO, “Cultural Tourism & COVID-19”, 2020, [Online] Available: <https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19> (December 02, 2020).

21. UNWTO, “Global Guidelines To Restart Tourism”, May 2020, [Online] Available: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO-Global-Guidelines-to-Restart-Tourism.pdf> (December 02, 2020).

22. UNWTO, “Restarting Tourism”, [Online] Available: <https://www.unwto.org/restarting-tourism> (December 02, 2020).

23. UNWTO, “Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism: A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID19 and Accelerate Recovery”, March 2020, [Online] Available: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19\\_Recommendations\\_English\\_1.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf) (December 02, 2020).

24. UNWTO, World Tourism Barometer, vol. 18, No. 3, June 2020, Madrid, [Online] Available <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (December 02, 2020).

25. World Organization of Travel Agencies, All about Tourism - Tourism Library [Online] Available: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/vata.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/vata.htm). (December 02, 2020).

26. Web-portal «Accreditation in education» [Online] Available: [https://akvobr.ru/sistema\\_obrazovania\\_v\\_turizme.html/](https://akvobr.ru/sistema_obrazovania_v_turizme.html/) (December 01, 2020).

27. Web-portal «Prohotel.ru» [Online] Available: <https://prohotel.ru/news-223320/0/> (December 01, 2020).

28. Web-portal «Tur-akselerator.ru» [Online] Available: <http://tur-akselerator.ru/> (December 01, 2020).

29. Zhukova I.V. (2010) The essence and content of the organizational and economic mechanism of management of the mining industry // Power and management in the east of Russia. No. 4. - S. 43-49. (December 02, 2020).

## ГРЕЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ДО И ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ

### GREEK TOURISM: BEFORE AND AFTER THE PANDEMIC

Ветитнев Александр Михайлович,  
доктор экономических наук, профессор,  
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия  
polina@sochi.com\

Романова Галина Максимовна,  
доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия  
university@sutr.ru

Поликарпос Эфстатиу  
директор российского представительства  
Национальной туристической организации Греции  
info@gnto.ru

Аннотация. В статье представлены данные о состоянии туризма в Греции до и после пандемии коронавируса. Отмечено, что индустрия туризма является основой для экономики страны, производя до 30% ВВП. С 2014 до 2020 годов в Греции наблюдался устойчивый рост показателей внутреннего и въездного туризма. Пандемия коронавируса нанесла значительный ущерб как индустрии туризма Греции, так и экономике страны в целом. При этом благодаря предпринятым мерам удалось избежать значительного распространения инфекции и минимизировать потери в сфере здравоохранения. Греция достаточно гибко и продуманно подошла к вопросу снятия связанных с пандемией ограничений. В стране разработан и реализуется детальный план выхода из кризиса национальной экономики и ее туристического сектора.

**Ключевые слова:** греческий туризм, пандемия коронавируса, экономический кризис, туристские администрации.

**JEL code:** L83 Z38

**Annotation.** The article presents data on the state of tourism in Greece before and after the coronavirus pandemic. It is noted that the tourism industry is the basis for the country's economy, producing up to 30% of GDP. From 2014 to 2020, Greece has seen a steady increase in domestic and inbound tourism. The coronavirus pandemic has caused significant damage to both the Greek tourism industry and the country's economy as a whole. At the same time, thanks to the measures taken, it was possible to avoid a significant spread of the infection and minimize losses in the healthcare sector. Greece is flexible enough and thoughtfully approached the issue of lifting the restrictions associated with the pandemic. The country has developed and is implementing a detailed plan for overcoming the crisis of the national economy and its tourism sector.

**Keywords:** Greece tourism, coronavirus pandemic, economic crisis, tourism administrations.

#### 1. ВВЕДЕНИЕ

Туризм является одним из самых активно развивающихся секторов мирового хозяйства, объединяющих более 50 отдельных отраслей и видов деятельности, обладающий высоким мультипликативным эффектом и экспортно-

импортным потенциалом. В силу своей специфики туризм выступает значимым фактором установления добрососедских отношений между народами разных стран и территорий, способствует расширению и углублению взаимопонимания между людьми разных наций и национальностей.

Туризм до последнего времени ежегодно демонстрировал впечатляющие темпы своего развития: в среднем более 3% в год.

Россия, находясь по действием экономических и политических санкций, тем не менее показывает хорошие результаты развития туризма, особенно внутреннего. Темпы роста выездного туризма после введенных в 2014 году ограничений, стали постепенно восстанавливаться. Греция как туристская дестинация постоянно пользовалась вниманием российских туристов и среди европейских стран находилась среди лидеров предпочтений россиян. Это особенно хорошо проявилось во время перекрестного года туризма России и Греции в 2018 году.

Для самой Греции индустрия туризма является ведущей стронообразующей отраслью экономики, успешно развивающейся и создающей с учетом мультипликативного эффекта около 30% ВВП страны (Member states..., 2018).

Пандемия коронавирусной инфекции весной 2020 года и обусловленные ей ограничения практически полностью закрыли на 3-4 месяца международный туризм и остановили связанную с ним индустрию во всех европейских странах, что привело к масштабным потерям и спровоцировало выраженный экономический кризис. Представляет интерес, как страны с выраженной туристской ориентацией борются с пандемией и проходят этот кризис.

Поэтому целью данной работы было изучить подходы, применяемые такой туристско-ориентированной страной как Греция для борьбы с пандемией и ее последствиями вообще и в сфере туризма в частности. Для достижения данной цели решались следующие задачи:

- дать оценку состояния туристской индустрии Греции до пандемии;
- обобщить мероприятия по ограничению распространения инфекции и восстановлению экономики.

## 2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Несмотря на постоянные колебания ситуации в мировой экономике, сектор туризма, путешествий и гостеприимства демонстрирует устойчивый рост. По данным WTTC (Beyond Investments Group, 2019), в 2018 году в сфере туризма и путеше-

ствий было создано 122 891 000 рабочих мест (3,8% от общей занятости), и, согласно прогнозам, в 2019 году этот показатель вырастет на 2,2% до 125 595 000 (3,9% от общей занятости). Это включает в себя работу в отелях, турфирмах, авиакомпаниях и других службах пассажирских перевозок. Сюда также относится деятельность ресторанной индустрии и индустрии отдыха, непосредственно поддерживаемая туристами. В течение следующих десяти лет в сфере туризма и путешествий будет открыто 154 060 000 рабочих мест, что на 2,1 процента в год больше, чем раньше.

Глобальный вклад туризма и путешествий в 2018 году достиг 1,4 трлн. евро. Ожидалось, что эта цифра вырастет в 2020 году на 4 процента, поскольку прогнозируется, что мир привлечет почти 1,5 миллиарда международных туристов. Общий объем капиталовложений в этот сектор достиг 830 млрд. евро в 2018 году, который должен увеличиться на 4,4 процента в 2019 году и 4,2 процента в год в течение следующих десяти лет и достигнуть 1,4 триллиона евро в 2029 году. Доля общих национальных инвестиций вырастет с 4,4 процента в 2019 году до 5 процентов в 2029 году.

В 2018 году прямые расходы на поездки, включая въездные и внутренние поездки, составили 78,5 процента от прямого ВВП на поездки и туризм, достигнув 4 триллионов евро по сравнению с 21,5 процентами расходов на деловые поездки, которые достигли 1,3 триллиона евро. Ожидается, что расходы на отдых и поездки вырастут на 3,8 процента в 2019 году до 4,1 триллиона евро и увеличатся на 3,9 процента в год до 6,2 триллиона евро в 2029 году. Ожидается, что расходы на деловые поездки вырастут на 3 процента в 2019 году до 1,1 триллиона евро и рост на 3,2% в год до 1,3 трлн. евро в 2029 году.

Анализу экономических воздействий и последствий туризма посвящено значительное число публикаций. Основные методологические подходы, использованные для выполнения этой задачи, были представлены и обсуждены в 1990-х годах (в основном IOT - Input-Output Tables) и в 2000-х годах (в основном CGE - Computable General Equilibrium, и TSA - Tourism Satellite Account) (Figini, 2019). Имеется обширная литература, анализирующая плюсы и минусы модели Ю

в сравнении с альтернативными подходами (см. Dwyer et al., 2004; Frechtling, 2011; Klijs et al., 2012). Показано (Figini, 2019), что обе модели (IO и CGE) дают упрощенное понимание экономики и, следовательно, имеют определенные ограничения. Наиболее важным ограничением модели IO является то, что технические коэффициенты, как в производстве, так и в потреблении являются фиксированными. Полезным расширением модели IO является матрица социального учета (SAM), которая позволяет распределить последствия и, следовательно, более точно оценить косвенные воздействия. Однако данные для SAM не являются широко доступными. С другой стороны, CGE ослабляет предположение о нехватке ресурсов и, следовательно, включает в анализ изменения цен и эффектов вытеснения. Однако для построения модели CGE существуют другие ограничения. В частности, допущение рыночных клиринговых цен (что подразумевает полную занятость всех ресурсов), достоверность оценок эластичности, которые должны быть включены в функции производства и полезности Кобба-Дугласа, и допущение о фиксированных международных ценах, что дает искаженные результаты по сравнению с реальностью. Общепринято, что модель IO может использоваться для оценки кратковременного эффекта внешних воздействий, когда даются технологии и цены, тогда как модель CGE является более точной при определении полной динамики воздействий в долгосрочной перспективе, когда корректировка цен, изменения в технологии и вытесняющие эффекты должны быть приняты во внимание. По этой причине обычно получается, что множители CGE ниже, чем множители ввода-вывода при сравнении результатов. С другой стороны, оба метода занимают много времени и ресурсов, поскольку требуют значительных усилий при сборе и организации данных. Евростат в основном использует IOТ, в то время как модели CGE (которые требуют конкретных предположений о поведении экономических агентов) обычно разрабатываются правительственными департаментами или частными исследовательскими центрами. По этой причине IOТ является наиболее важной и надежной базой данных, которая также используется для вы-

числения TSA и для дальнейших исследований по оценке экономического воздействия туризма. В некоторых работах оцениваются свойства и ограничения TSA (Smeral, 2006; Dupuygas, 2009) и направления улучшения данной модели. Например, предлагаются методы для уменьшения времени построения TSA посредством использования веб-данных или используется нелинейная модель IO, чтобы исключить гипотезу о линейности (Wu et al. 2018; Klijs et al. 2015). Также строятся динамические модели CGE (Blake, 2009) или проводится интеграция модели IO (Kim et al. 2015) или модели CGE (Li et al. 2017) с эконометрическими методами. Для обеспечения доступности и сопоставимости данных Евростат (2009, 2013 и 2016 годы) и ЮНВТО (2010 год) предприняли важные усилия по объединению оценок, составленных национальными туристскими администрациями. Тем не менее, отсутствие данных TSA для многих стран и некоторые серьезные статистические проблемы затрудняют их полную сопоставимость и требуют дальнейших разработок.

Что же касается тематики исследований, то их можно условно разделить на три группы (Figini, 2019).

1. Во-первых, это группа документов, в которых данные TSA смешиваются с моделью IO или CGE (в некоторых случаях с SAM) для получения оценок общего экономического воздействия туризма и мультипликаторов туризма. Большинство работ такого типа относятся к 1990-м или 2000-м годам, так как это был первый период TSA. Эти документы предоставляют ценную информацию о важности туризма в конкретной экономической системе и дают политические оценки в отношении общего воздействия туризма при альтернативных сценариях. Среди многих наиболее интересных работ, касающихся европейских стран, можно назвать статьи о Германии (Ahlert, 2008), Великобритании (Cooper and Wilson, 2002; Blake, 2009), Нидерландах (Heerschap et al. 2005) и Австрии (Smeral, 2006).

2. Вторая группа работ посвящена региональному TSA (Jones et al., 2003; Zhang et al., 2007; Polo and Valle, 2008; Benyon et al., 2009). Эти работы являются более свежими, поскольку они пытаются расширить обоснование TSA для конкретных

административных регионов внутри стран, что является актуальной темой для региональных экономистов и статистиков, работающих в NSO. Эти работы имеют те же плюсы и минусы, что и первая группа документов, с дополнительной проблемой создания надежных региональных таблиц IO и TSA.

3. Третья группа включает несколько тематических исследований, в которых TSA использовался для оценки экономического воздействия конкретных событий, либо оценкам на макроуровне, как, например, для воздействия Олимпийских игр в Китае (Li et al. 2011), для отмены экономических санкций в Иране (Pratt and Alizadeh, 2018), или на микроуровне в отношении влияния на экономику Бильбао музея Гуггенхайма (Plaza et al. 2011) или оценки важности для греческой экономики яхтенного туризма (Diakomihalis and Лагос, 2008). Эти документы подчеркивают важность информации, включенной в TSA, и разнообразие конкретных предложений, которые могут быть разработаны на местах.

Европейская комиссия определила и разработала собственную методологию для расчета косвенных и общих воздействий туризма (на внутренний объем производства, на добавленную стоимость и на занятость) с использованием имеющихся данных из

вспомогательных счетов туризма и таблиц «затраты-выпуск» для экспериментального набора стран, которые смогли предоставить необходимые данные. Теперь эти подходы планируют распространить на все страны ЕС. К сожалению, Греция пока не участвует в этом процессе, поэтому оценка влияния туризма на экономику проводится только на основании анализа национальной туристской администрации.

### 3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для достижения указанной цели и решения поставленных задач использовались следующие методы:

- форсайт-анализ тенденций развития сферы международного туризма в Греции;
- контент-анализ открытых источников по указанной проблеме;
- сравнительный анализ применяемых стратегий и управленческих подходов в Греции и других странах.

### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Ситуация перед пандемией.

Анализ открытых информационных ресурсов показал, что туризм в Греции, в отличие от других секторов, имеет устойчивые темпы роста и играет важную роль в национальной экономике (табл. 1).

Таблица 1.

Основные показатели внутреннего, въездного и выездного туризма Греции

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018
Внутренний туризм					
Всего внутренних поездок	.	19 025	17 154	24 650	..
Число ночевков	5 622	5 111	4 873	5 492	5 691
Частный сектор	44 089	39 104	39 373	44 999	48398
Въездной туризм					
Всего международных прибытий, в т.ч.	24 272	26 114	28 071	30 161	33 072
Германия	2 459	2 810	3 139	3 706	4 381
Болгария	1 535	1 901	2 523	2 546	3 135
Великобритания	2 090	2 397	2 895	3 002	2 943

Продолжение таблицы 1

Италия	1 118	1 355	1 387	1 441	1 667
Франция	1 463	1 522	1 314	1 420	1 524
Количество ночей во всех средствах размещения	186 927	188 012	193 419	213 516	230 727
Выездной туризм					
Всего международных выездов, в т.ч. в	5 802	6 291	7 235	7 685	7 961
Болгарию	751	1 109	1 557	2 186	2 371
Македонию	1 800	1 979	1 923	1 787	1 352
Турцию	716	652	803	810	967
Германию	469	400	444	421	500
Италию	292	297	364	351	405
Туристские поступления и расходы, млн. евро					
Въездной туризм					
Всего международных поступлений, в т.ч.	14 652	15 824	15 086	16 621	18 444
от туризма	13 393	14 126	13 207	14 630	16 086
от транспорта	1 259	1 698	1 879	1 991	2 359
Выездной туризм					
Всего международные расходы, в т.ч.	3 014	3 189	3 081	2 920	3 314
туристов	2 076	2 037	2 005	1 905	2 191
пассажиров	937	1 151	1 076	1 015	1 123

\*Источник – Source: OECD Tourism Statistics (Database). StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888934076875>

По данным SETE (Beyond Investments Group, 2019), с начала финансового кризиса 2013 года туризм непосредственно принес экономике Греции 125 миллиардов евро, а 230 миллионов человек посетили страну. Греческий туризм оставался основным сектором вклада в национальный ВВП и значительным сектором для рабочих мест. Только в 2018 году сектор напрямую внес в эконо-

мику 22 миллиарда евро. В пик туристического сезона в Греции на этот сектор приходится почти 20 процентов общей занятости населения страны. Правительство работает над дальнейшим поощрением и содействием здоровому предпринимательству и привлечению иностранных инвестиций в сектор, поскольку выгоды от туризма имеют большое значение для экономики и греческого

общества. Инфраструктура остается сложной задачей, а также является одним из основных приоритетов правительства в целях содействия инвестициям в сектор.

В целом надо отметить, что в Греции политику в сфере туризма осуществляет Министерство туризма, опирающееся на свои региональные отделения (их 14), Национальную туристскую организацию (GNTO) с ее представительствами за рубежом, и Греческую ассоциацию отелей (НСН). Общий бюджет министерства увеличился на 6,3% в 2018 году до 63,7 млн. евро по сравнению с 59,9 млн. в 2017 году. Из этого 20,6 млн. евро было выделено на поддержку маркетинговой и рекламной деятельности Греческой национальной туристической организации (Tourism Trends and Policies, 2020).

Министерство разрабатывает и реализует стратегию в сфере туризма и соответствующие планы на среднесрочную и краткосрочную перспективы (2018\_Greece\_AR., 2018). В настоящее время действует Национальный стратегический план по туризму на 2014-2020 годы. Его основным предназначением является продвинуть страну как глобальное и привлекательное круглогодичное направление, предлагающее уникальные и аутентичные путешествия. Главными приоритетами национальной политики в области туризма являются повышение конкурентоспособности, качества, аутентичности и устойчивости туристического продукта, а также стимулирование инвестиций в высококачественное жилье и другие туристические проекты с низким уровнем воздействия на окружающую среду. Он также учитывает цели ООН в области устойчивого развития. План базируется на пяти основных направлениях:

- высокие стандарты инфраструктуры с улучшением режима лицензирования для привлечения высококачественных инвестиций, устранения бюрократических проволочек и оптимизации пространственного распределения туризма;

- соблюдение принципов устойчивости;

- улучшение доступности и достижимости за счет расширения сети авиационных маршрутов страны, а также за счет расширения и модернизации национальной сети марин для яхт;

- улучшение управления туристическим опытом, повышение качества и привлекательности за счет акцента на устойчивом управлении и туристическом образовании;

- редизайн туристического продукта и переопределение бренда и коммуникаций, чтобы отразить акцент на качество, подлинность, устойчивость и соотношение цены и качества.

Национальный стратегический план конкретизируется в виде двухгодичных стратегий. Последняя туристическая стратегия опирается на следующие положения:

- продление туристического сезона путем разработки инновационных продуктов в тесном сотрудничестве со всеми 13 регионами.

- продвижение новых тематических туристических продуктов и туризма с особым интересом для привлечения посетителей круглый год, с акцентом на культурный туризм, паломнический туризм, круизные яхты, дайв-парки, оздоровительные и Спа-салоны, медицинский туризм, MICE, роскошный туризм, городские поездки и греческая гастрономия.

- открытие новых динамичных восточных рынков за рубежом (Ближний Восток, Китай) при одновременном расширении присутствия Греции на традиционных рынках Европы, России и США.

- внедрение новых направлений в Греции и расширение воздушных сообщений / прямых рейсов из центральных и региональных иностранных аэропортов в популярные и новые направления в Греции.

- привлечение новых инвестиций высокого качества и высокой добавленной стоимости в туристический

сектор, чтобы модернизировать общий туристический продукт и увеличить его доступность, чтобы иметь возможность принять больший приток туризма в течение следующих лет.

- создание и продвижение синергизма с другими секторами экономической деятельности (например, агропродовольственная, обрабатывающая промышленность и т. д.).

Ее целями являются:

- продвижение Греции как главного безопасного места, предлагающего аутентичные тематические туристические мероприятия 12 месяцев в году;

- продвижение греческих мест отдыха с учетом их уровня инфраструктуры и доступности;

- улучшение качественных характеристик туристического спроса;

- поддержка туристического бизнеса и направлений для увеличения средних расходов посетителей;

- снижение сезонности;
- повышение уровня продвижения в качестве лучшего выбора «Worldwide Destination»: море и солнце, роскошный отдых, круиз и яхтинг;

- целевое и конкурентное продвижение тематического туристического опыта 365 дней в году, а также возможностей Афин и Салоник.

Усилия правительства приносят плоды, так как предыдущая цель, поставленная в 2013 году достижения 21 миллиона туристов к 2021 году, была значительно и досрочно превышена: 30 миллионов прибыли уже в 2018 году. Это показывает динамизм в секторе и силу туристического бренда Греции. Инвестиции в туризм достигли 5 млрд. евро в 2018 году с 3,4 млрд. евро в 2017 году, увеличившись за год на 46 процентов. Инвестиции в новые гостиничные объекты и реконструкцию старых объектов в Греции достигли более 2,2 млрд. евро. В результате этого общий вклад туризма в ВВП страны в 2018 году достиг 30 процентов, что привело к критическому мультипликативному эффекту, создаваемому сектором в экономике.

По данным Всемирного совета по туризму и туризму (WTTC, 2020), в 2019 году в Греции этот сектор вырос на 3,5 процента по сравнению с ростом экономики страны всего на 2,2 процента. Путешествия и туризм в настоящее время составляют 20,8 процента ВВП Греции, что намного выше среднего мирового показателя в 10,4 процента. Сектор также опередил региональные темпы роста путешествий и туризма в ЕС на 2,4 процента. Один из каждых пяти евро, потраченных в стране в прошлом году, поступил из сектора путешествий и туризма.

В 2019 году въездной турпоток в Грецию увеличился на 4,1% до 31 млн. 348 тыс. по сравнению с 30 млн. 123 тыс. в 2018 году. В частности, увеличилось количество прибытий через аэропорты на 1,6%, прибытие наземным транспортом увеличилось на 9,0%. За этот период турпоток из стран ЕС составил 22 млн. 053 тыс., что на 3,1% больше, чем в 2018 году, а турпоток из стран, не входящих в ЕС увеличился на 6,5% и составляет 9 млн. 295 тыс. туристов. Турпоток из стран где основной валютой является евро сократился на 3,2%, в то время как турпоток из стран ЕС, не входящих в зону евро, в том числе из России, увеличился на 10,2%. В частности, поездки из Германии сократились на 8,1% до 4 млн. 026 тыс. туристов, а из Франции - на 1,2% до 1 млн. 542 тыс. туристов. Турпоток из Великобритании увеличился на 18,9% до 3 млн. 499 тыс. туристов. Турпоток из России несколько снизился (на 7,1% до 805 тыс. туристов, из которых 742 197 прибыли воздушным транспортом).

В 2019 году расходы туристов в Греции увеличились на 12,8% по сравнению с 2018 годом и составили 18 млрд 152 млн. евро. Это связано с увеличением трат туристов из ЕС на 11,5% до 12 млрд 277 млн. евро, а также с увеличением расходов туристов из стран не входящих в ЕС на 16,3%, что составило 5 млрд 400 миллионов евро. Расходы российских туристов увеличились на 27,3% до 644 миллионов евро.

Сектор туризма также трансформируется и фокусируется на элитном туризме. В 2011 году, согласно данным PwC, 108 000 из 763 000 мест для гостей в стране были оценены как пятизвездочные. Сегодня в стране насчитывается чуть более 800 000 мест, причем более 150 000 из них имеют пятизвездочные оценки. Большая часть чистого роста за период была на верхнем уровне рынка. Инвестициям помог тот факт, что бремя неработающих кредитов в туристическом секторе, хотя и высокое, ниже, чем в остальной экономике. По данным Министерства туризма Греции, шесть из 10 посетителей могут быть классифицированы как высококласные туристы, которые тратят свой бюджет без ограничений. Сектор по-прежнему предлагает возможности для развития этой тенденции путем привлечения инвестиций в новые отели и курорты, что еще больше повышает стандарты обслуживания в стране.

Правительство прилагает усилия по продлению туристического сезона после пиковых летних месяцев. Существуют проекты, направленные на увеличение числа конференций или продажи нового опыта в таких секторах, как культурный, приключенческий, религиозный и оздоровительный туризм, а также продвижение архитектурного наследия страны и гастрономических традиций. В Греции наблюдается 40-процентный рост зимнего туризма по сравнению с предыдущими четырьмя годами. В соответствии с Национальным стратегическим планом Греция предприняла шаги по установлению страны в качестве круглогодичного направления в мире и заключению долгосрочных соглашений с основными туроператорами и авиакомпаниями. Правительство продолжает вести переговоры о новых прямых рейсах, поскольку достижимость является ключевым фактором роста туризма. Еще один проект правительства заключается в диверсификации направлений для более равномерного распределения посетителей по всей стране. В настоящее время существует избыточная

концентрация дестинаций, так как на пять из 13 регионов приходится более 80 процентов прибывающих и почти 90 процентов доходов.

В то же время такое значительное количество туристов создает определенные проблемы принимающим дестинациям и вызывает негативную реакцию местного населения (Bateman, 2020). Избыточное количество посетителей, особенно во время захода круизных лайнеров, приводит к ухудшению экологии, загрязнению окружающей среды, очередям и пробкам, переполнению пляжей, что сопровождается массовыми протестами резидентов. Другой проблемой роста турпотока является увеличение численности неквалифицированной сезонной рабочей силы, преимущественно за счет мигрантов из соседних регионов. Эти проблемы до пандемии находились в фокусе внимания туристской администрации и всего греческого общества.

Ситуация в сфере туризма Греции во время и после окончания острого периода пандемии

11 марта 2020 года Всемирная организация здравоохранения официально объявила вспышку COVID-19 глобальной пандемией, ставшей серьезной проблемой для граждан, общества и экономики. Она вызвала серьезную нагрузку на национальные системы здравоохранения, нарушила глобальные цепочки поставок, спровоцировала нестабильность на финансовых рынках, создала шоки потребительского спроса и оказала негативное влияние на различные сектора экономики. С развитием пандемии коронавируса большинство стран стало вводить значительные ограничения на перемещения граждан. В ЕС эти меры регулировались соответствующими нормативными актами и национальным законодательством каждой страны (Coronavirus1, 2020).

Европейская комиссия предложила главам государств и правительств с 16 марта 2020 года ввести временное ограничение на несущественные поездки в ЕС на первоначальный период в 30

дней, а затем продлевать его дважды до 15 июня. Ограничение на поездки, распространялись на все государства-члены Шенгенской зоны (включая Болгарию, Хорватию, Кипр и Румынию) и 4 ассоциированных государства Шенгенской зоны (Исландия, Лихтенштейн, Норвегия и Швейцария) - всего 30 стран. Эти ограничения практически остановили деятельность туристической сферы для национальной экономики.

С позиций охраны здоровья Греция неплохо справилась с распространением инфекции. Всего по состоянию на 13 июля 2020 г. заболело 3826 человек, умерло 193 пациента, выздоровело 1374 человека. Пик числа заболевших пришелся на период с 15.03 по 21.04 2020 года (Worldometer, 2020).

Туристический сезон в Греции открылся 15 июня 2020 года. С этой даты разрешено открытие сезонных отелей, а с 1 июля Греция начала принимать иностранных туристов. С этой даты международное воздушное сообщение с основными туристическими направлениями возобновилось.

Греция подошла достаточно гибко к постпандемическим ограничениям и не стала требовать от посетителей документов об отсутствии COVID-19. Туристы проверялись (выборочно) на коронавирус по прибытии. При этом режим «маски» в стране не был сразу отменен, и правила социальной дистанции определенное время сохранялись для безопасности самих туристов (Greese, 2020). В отношении российских туристов ограничения на въезд в страну были частично сняты только с 15 июля 2020 года (ATOR, 2020).

В целом перезагрузка греческого туризма была основана на четырех положениях:

- тщательный отбор стран происхождения туристов по критериям здоровья,

- выборочные тесты, которые позволили экспертам постоянно оценивать ситуацию,

- объявленные медицинские протоколы, которые обеспечили сокращение распространения заболевания;

- защита здоровья населения каждой дестинации с тем, чтобы ни постоянные жители, ни посетители не подвергались опасности.

Если эпидемиологическая ситуация в Греции не является тревожной, то экономические потери для этой туристско ориентированной страны являются огромными. В секторе туризма Греция может потерять значительную часть доходов по сравнению с 2019 годом. Туризм является наиболее важным экспортом услуг греческой экономики и составляет 45% экспорта услуг. Кроме того, ожидается, что сектор перевозок, на который приходится 40% экспорта услуг, также пострадает от падения спроса, поскольку глобальная торговля замедляется из-за пандемии. Потери греческих отелей в 2020 году составят около 4,5 млрд. евро (Потери..., 2020). По словам президента Гостиничной палаты Александроса Василикоса, для полной реабилитации туризма потребуется не менее 10 лет. Ожидается, что из-за мер ограничения содержания, снижения располагаемых доходов и роста безработицы внутренний спрос значительно сократится. На основании весеннего прогноза Европейской комиссии на 2020 год при неизменной политике общий дефицит государственного бюджета Греции прогнозируется на уровне 6,4% ВВП в 2020 году и 2,1% в 2021 году. Предполагается, что доля государственного долга достигнет 196,4%. ВВП в 2020 году и 182,6% в 2021 году.

Правительство Греции приняло широкий спектр мер по смягчению экономического и социального воздействия в размере до 10,5% ВВП в 2020 году. Эти меры предусматривают 5% ВВП фискальных мер с бюджетным

воздействием в размере 3,7% ВВП и дополнительным 1,9% ВВП для временных налоговых отсрочек и денежного обеспечения коммерческих банков, что может обеспечить до 3,6% ВВП дополнительных новых кредитов. Сектор общественного здравоохранения получил единовременную инъекцию в размере 273 млн. евро, которая покроет, наем 2000 дополнительных сотрудников сектора здравоохранения, приобретение медицинского оборудования и расходных материалов и усиленный скрининг.

Греция быстро создала всеобъемлющую основу для мер реагирования на кризис и с апреля 2020 года запустила четыре схемы поддержки бизнеса: кредитные гарантии для предприятий посредством создания гарантийного фонда для кредитов на оборотный капитал; процентное субсидирование существующих кредитов малым и средним предприятиям (МСП); процентное субсидирование новых займов оборотного капитала для МСП; возвратная схема аванса в виде грантов для этих предприятий. Поэтому Европейская комиссия одобрила изменение в рекордно короткие сроки тринадцати региональных оперативных программ 2014–2020 годов и двух национальных оперативных программ в Греции. Эти изменения позволили выделить 1,14 миллиарда евро на преодоление последствий коронавирусного кризиса в греческой экономике посредством финансирования мероприятий по поддержке предпринимательства.

Комиссар по вопросам сплоченности и реформ ЕС Элиза Феррейра положительно оценила решимость Греции принять быстрые меры для поддержки экономики, особенно МСП, и занятости. Средства в рамках политики единства ЕС в размере 1,14 млрд. евро (общий объем инвестиций более 1,50 млрд. евро с учетом национального вклада) будут финансировать действия в пользу греческих МСП в рамках Оперативной программы (ОП) «Конкурентоспособность, предпринимательство и инновации».

Из этих средств около 600 млн. евро выплачиваются в форме грантов, а остальные - в форме возмещаемой помощи (финансовые инструменты). В общей сложности ожидается, что примерно 90 000 предприятий получат поддержку в рамках этих схем (Coronavirus2, 2020).

Были также разработаны меры для смягчения воздействия кризиса COVID-19 на работников и предприятия реальных секторов экономики. Согласно прогнозу Еврокомиссии, безработица вырастет до 19,9% в 2020 году и восстановится до 16,8% в 2021 году. Греция уже ввела временную схему, снижающую стоимость рабочей силы для предприятий, деятельность которых была приостановлена или серьезно пострадала, для защиты трудовых договоров и оказания поддержки доходов пострадавшим работникам. Внедрение комплексной схемы краткосрочной работы обеспечит более устойчивое и гибкое решение, и власти предприняли шаги в этом направлении. Расширение гибких условий труда, таких как дистанционная работа, которая до сих пор была ограничена в Греции по сравнению с другими государствами-членами ЕС, также должно помочь сохранить экономическую активность и рабочие места во время ограничений и социального дистанцирования.

Кризис COVID-19 еще больше ухудшил социальное положение значительной части населения страны и усилил неравенство в доходах. До начала пандемии доля греческого населения, подверженного риску бедности или социальной изоляции, оставалась одной из самых высоких в ЕС; бедность на рабочем месте, доступ к доступному жилью и энергетическим ресурсам также были серьезной проблемой. Для смягчения последствий кризиса на этом направлении правительством Греции по рекомендации Еврокомиссии планируется создать обеспечение адекватного замещения дохода для всех затронутых работников и самозанятых, включая тех, кто сталкивается с проблемами в доступе к социальной защите.

Также намечается поддержка наиболее уязвимых людей, в том числе неактивных и незаявленных работников, путем укрепления сетей социальной защиты. Всесторонний доступ к социальным услугам планируется усилить для наиболее обездоленных и уязвимых групп, включая инвалидов, беженцев и лиц, ищущих убежища. Кроме того, Греция намечает расширить возможности получения доступного жилья для домохозяйств, подверженных риску бедности, путем введения схемы помощи уязвимым домовладельцам с помощью ипотеки.

Перечисление этих мероприятий показывает тот значительный объем усилий, предпринимаемых национальной администрацией по преодолению кризиса, связанного с пандемией коронавируса.

## 5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленный в настоящей статье материал позволяет сделать следующие выводы:

## 6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ahlert, G. (2008). Estimating the economic impact of an increase in inbound tourism on the German economy using TSA results. *Journal of Travel Research*, 47(2), 225-234.
2. ATOR called the start dates of the tourist season in Greece and Cyprus for Russians. (2020). *TheCyprusNow.com*, June 30, 2020. Retrieved from <https://www.thecyprusnow.com/ator-called-the-start-dates-of-the-tourist-season-in-greece-and-cyprus-for-russians/>.
3. Bateman, J. (2020). Coronavirus: Island isolation over as Greece lets tourists back. *BBC News*, Athens, 14 June 2020. Retrieved from [https://www.bbc.com/news/world-europe-53006794?intlink\\_from\\_url=https://www.bbc.com/news/topics/c40rjmjqdqrt/greece&link\\_location=live-reporting-story](https://www.bbc.com/news/world-europe-53006794?intlink_from_url=https://www.bbc.com/news/topics/c40rjmjqdqrt/greece&link_location=live-reporting-story).
4. Benyon, M., Jones, C., Munday, M. (2009). The Embeddedness of Tourism-Related Activity: A Regional Analysis of Sectoral Linkages, *Urban Studies*, 46(10), 2123-2141.
5. Beyond Investments Group (2019). A record growth. *Analysis Tourism The Investor Greece 2019*. Retrieved from <https://www.beyondinvestmentsgroup.com/tourism-analysis-greece2019>.
6. Blake, A. (2009). The Dynamics of Tourism's Economic Impact, *Tourism Economics*, 15(3) 615-628.
7. Cooper, A., Wilson, A. (2002). Extending the relevance of TSA research for the UK: general equilibrium and spillover analysis, *Tourism Economics*, 8(1), 7-37.
8. Coronavirus1 (2020): Commission recommends partial and gradual lifting of travel restrictions to the EU after 30 June, based on common coordinated approach. *European Commission*, Press release 11 June 2020. Retrieved from [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_1035](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1035)
9. Coronavirus2 (2020): Cohesion policy support measures for Greece approved in

record time (2020). European Commission, Press release 13/07/2020. Retrieved from [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/newsroom/news/2020/07/13-07-2020-coronavirus-cohesion-policy-support-measures-for-greece-approved-in-record-time](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/news/2020/07/13-07-2020-coronavirus-cohesion-policy-support-measures-for-greece-approved-in-record-time)

10. Diakomihalis, M.N. and Lagos, D. (2008). Estimation of the economic impacts of yachting in Greece via the tourism satellite account. *Tourism Economics*, 14(4), 871-887.

11. Dupeyras, A. (2009). Using TSA for Business and Policy. UNWTO. Dutch Statistics Office, 2018. Retrieved from <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/en/navigatieScherm/thema?themaNr=82484>.

12. Dwyer, L., Forsyth, P., and Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25, 307-317.

13. Eurostat (2009). Tourism Satellite Accounts in the European Union, Eurostat, Luxembourg.

14. Eurostat (2013). Tourism Satellite Accounts in the European Union, Eurostat, Luxembourg.

15. Eurostat (2016). Tourism Satellite Accounts in Europe 2016, Eurostat, Luxembourg. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/-/KS-FT-17-002>

16. Figini, P. (2019). The economic impact of tourism in the European Union. European Commission. Retrieved from <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/economic-impact-tourism-european-union>

17. Frechtling, D.C. (2011). Exploring the Full Economic Impact of Tourism for Policy Making, UNWTO.

18. Greece announced the start of the tourist season (2020). *Russian Travel Digest*, 22.05.2020. Retrieved from <https://russtd.com/greece-announced-the-start-of-the-tourist-season.html>

19. Heerschap, N., De Boer, B., Hoekstra, R., Van Loon, A., and Tromp, L. (2005). A Tourism Satellite Account for the Netherlands: approach and results. *Tourism Economics*, 11(3), 393-409.

20. Jones, C., Munday, M., Roberts, A. (2003). Regional Tourism Satellite Accounts: a Useful Policy Tool? *Urban Studies*, 40(13), 2777-2794.

21. Kim, K., Kratena, K., Hewings, G.J.D. (2015). The Extended Econometric Input-Output Model with Heterogeneous Household Demand System. *Economic Systems Research*, 27(2), 257-285.

22. Klijs, J., Peerlings, J., Heijman, W. (2015). Usefulness of Non-Linear Input-Output Models for Economic Impact Analyses in Tourism and Recreation. *Tourism Economics*, 21(5), 931-956.

23. Li, S., Blake, A., Cooper, C. (2011). Modelling the Economic Impact of International Tourism on the Chinese Economy: a CGE Analysis of the Beijing 2008 Olympic Games. *Tourism Economics*, 17(2), 279-303.

24. Li, S., Li, H., Song, H., Lundberg, C., Shen, S. (2017). The Economic Impact of On-Screen Tourism: the Case of The Lord of the Rings and the Hobbit. *Tourism Management*, 60, 177-187.

25. Member states annual tourism reporting template (2018). 2018\_Greece\_AR. European Commission. Retrieved from <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/39089/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>.

26. Plaza, B., Galvez-Galvez, C., and Gonzales-Flores, A. (2011). Testing the employment impact of the Guggenheim Museum Bilbao via TSA. *Tourism Economics*, 17(1), 223-229.

27. Polo, C., Valle, E. (2008). An Assessment of the Impact of Tourism in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 14(3), 615-630.

28. Poteri grecheskikh otel'yerov v 2020 godu sostavyat okolo 4,5 mlrd yevro [Losses of Greek hoteliers in 2020 will amount to about 4.5 billion euros]. (2020). *HotelierNEWS* 18 апреля, 2020. Retrieved from <https://hoteliernews.ru/poteri-grecheskih-otel'yerov-v-2020->

godu-sostavyat-okolo-4-5-mlrd-etro/

29. Pratt, S., Alizadeh, V. (2018). The Economic Impact of the Lifting of Sanctions on Tourism in Iran: a Computable General Equilibrium Analysis. *Current Issues in Tourism*, 11, 1221-1238.

30. Smeral, E. (2006). Tourism Satellite Accounts: A critical assessment. *Journal of Travel Research*, 45(1), 92-98.

31. Timmer, M.P., Dietzenbacher, E., Los, B., Stehrer, R., de Vries, G.J. (2015). An Illustrated User Guide to the World InputOutput Database: the case of Global Automotive Production. *Review of International Economics*, 23(3), 575-605.

32. Tourism Trends and Policies 2020. Greece. (2020). OECD iLibrary. Retrieved from <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/f3180e03-en.pdf?expires=1595323371&id=id&accname=guest&checksum=961DE11483D7E921B2C253BD70E8B8B3>

33. UNWTO (2010). TSA data around the world. UNWTO, Madrid.

34. Worldometer (2020). Coronavirus Worldometer Sections: Greece, July 13 2020. Retrieved from <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/greece/>

35. WTTC (2020). Economic Impact Reports. Retrieved from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

36. Wu, D.C., Liu, J., Song, H., Liu, A., Fu, H. (2018). Developing a Web-Based Regional Tourism Satellite Account (TSA) Information System. *Tourism Economics*, 25(1), 67-84.

37. Zhang, J., Madsen, B., and Jensen-Butler, C. (2007). Regional economic impacts of tourism: the case of Denmark. *Regional Studies*, 41(6), 839-854.

DOI: 10.18572/2686-858X-2020-2-6-30-45

## ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА: ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ

### TOURISM INDUSTRY: IMPACT OF THE PANDEMIC AND DEVELOPMENT CONDITIONS

Шерешева Марина Юрьевна, д.э.н, профессор,  
МГУ имени М.В. Ломоносова, г.Москва, Россия  
m.sheresheva@mail.ru

**Аннотация.** Если в первые два десятилетия XXI века индустрии туризма была одной из крупнейших и быстро растущих отраслей экономики, то 2020 год стал для участников рынка катастрофическим. В статье рассмотрены основные тенденции, сложившиеся в мировой индустрии туризма накануне пандемии COVID-19, а также резкие изменения, вызванные закрытием практически всех туристических направлений и остановкой деятельности субъектов данного рынка. Показано, что в России была оказана неотложная поддержка компаниям сферы туризма и гостеприимства, сложились объективные предпосылки для более интенсивного развития внутреннего туризма. Однако для создания условий восстановления и успешного развития отрасли необходимы системные решения.

**Ключевые слова:** туризм, COVID-19, пандемия, кризис, государственная политика

**JEL codes:** Z3; L83, L88

**Abstract.** In the first two decades of the XXI century, the tourism industry was one of the largest and fastest-growing sectors of the world economy, but 2020 was a disastrous year for market participants. The article examines the main trends in the global tourism industry on the eve of the COVID-19 pandemic, as well as the dramatic changes caused by the closure of almost all tourist destinations and the suspension of the market actor's activity. In Russia, there was urgent support provided to companies in the tourism and hospitality sector; objective prerequisites formed for more intensive domestic tourism development. However, systemic solutions are necessary to create conditions for industry recovery and successful development.

**Keywords:** tourism, COVID-19, pandemic, crisis, state policy

#### 1. ВВЕДЕНИЕ

Рынок туризма и гостеприимства испытал по сравнению с другими отраслями и секторами более высокую степень разрушительного воздействия пандемии и мер по борьбе с ней. Закрытие границ и прекращение международных рейсов привели к тому, что мировая туристическая система за несколько месяцев пандемии фактически перешла от «сверхтуризма» (overtourism) к «нетуризму» (non-tourism) (Gössling et al., 2020). Продажа туров и бронирование средств размещения были остановлены, путешествия отменены или отложены, предприятия досуга и развлечений, ориентированные на сектор туризма, столкнулись либо с запретами, либо с резким падением потока клиентов. Падение

спроса на услуги туризма и гостеприимства поставило отрасль перед серьезными финансовыми проблемами (Tsonas, 2020).

Вопрос о том, как будет развиваться индустрия туризма в новых условиях, какие из сложившихся накануне пандемии тенденций будут прерваны и какие, наоборот, усилятся и вызовут смену бизнес-моделей и моделей управления, служит предметом внимания значительного числа зарубежных и российских исследователей.

Все субъекты мирового туристского рынка вынуждены признать, что существенные изменения претерпит и география международных туристских поездок, и их интенсивность. Потенциальные

туристы, осознавая опасность и последствия заболевания коронавирусом нового типа (COVID-19), при планировании путешествий, вероятно, будут руководствоваться не в последнюю очередь соображениями безопасности поездки и, скорее всего, предпочтут внутренний туризм выездному (Han et al., 2020). Вместе с тем, туристские регионы и дестинации, число заболевших в которых (как местных жителей, так и туристов) окажется высоким, рискуют лишиться привлекательности в глазах путешественников и столкнуться с трудностями по привлечению в будущем новых гостей (Zenker & Kock, 2020). Важными шагами на пути восстановления сферы туризма и гостеприимства должны стать широкое распространение среди персонала туристских и гостиничных предприятий медицинских знаний о причинах заболеваемости коронавирусом нового типа (COVID-19) и способах её профилактики и предотвращения. Строгое соблюдение необходимых противопандемических мер и следование рекомендациям организаций здравоохранения позволит участникам рынка обеспечить необходимый уровень безопасности предоставляемых услуг при одновременном сохранении их качества (Wen et al., 2020).

Последствия пандемии для российского рынка туризма не однозначны: в краткосрочном плане это безусловная катастрофа, в долгосрочном плане возможны разные сценарии развития, от консервации негативных до превращения внутреннего туризма в один из двигателей восстановления экономики. Все зависит от того, как поведут себя участники рынка и какие решения будет принимать государство (Sheresheva, 2020).

В данной статье рассмотрены основные тенденции, сложившиеся в мировой индустрии туризма накануне пандемии COVID-19, резкие изменения, вызванные мерами по борьбе с распространением коронавируса, а также меры государственной политики в сфере туризма.

## **2. ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА НАКАНУНЕ ПАНДЕМИИ**

В предшествующие десятилетия международная индустрия туризма демонстрировала устойчивое развитие, будучи одной из наиболее динамичных отраслей

мировой экономики. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям совокупный вклад туризма в мировой валовой внутренний продукт оценивался на уровне 10,4% (около 8,3 трлн. долларов США), из них 3,2% - прямой вклад туризма (Стратегия развития туризма..., с.5). С 2010 по 2017 год среднегодовой темп роста объема экспорта туристских услуг в мире находился в пределах от 4% до 7%.

Согласно данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в последние годы произошло перераспределение туристских потоков среди ведущих туристских регионов мира, особенно заметным был прогресс Азиатско-Тихоокеанского региона.

Прогнозы, которые были сделаны в конце десятилетия, были достаточно оптимистичными и предполагали дальнейший рост (рис. 1). Еще в начале января 2020 г. Всемирная туристская организация прогнозировала продолжение ежегодного роста международного туризма на 3-4% (Growth in international tourist arrivals..., 2020).

К концу 2019 года достаточно хорошо прослеживался ряд новых тенденций, в том числе:

- Развитие инициатив по трансформации туристской отрасли, ее переориентации на достижение целей устойчивого развития (ЦУР), что предполагает баланс между экономической, социальной и экологической составляющими, а также учет интересов и сотрудничество бизнеса, государства и общества (United Nations, 2015).

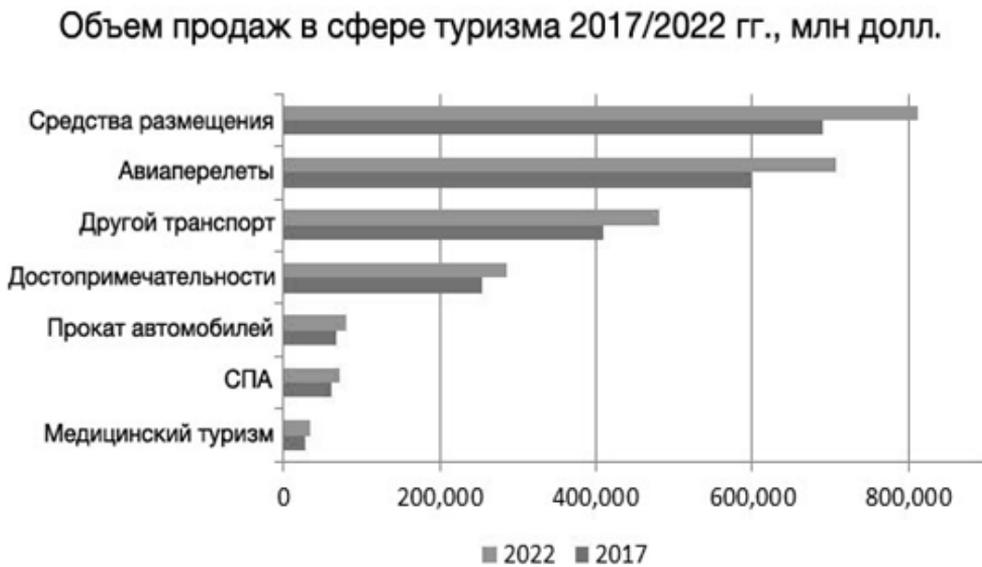
- Рост роли цифровых технологий, преобразующих логику организации путешествий и способы получения впечатлений. В частности, речь идет о развитии глобальных систем бронирования (Computer Reservation Systems) (Felice, Ylagan, 2016), глобальных систем дистрибуции (Global Distribution Systems) (Drosos et al., 2017), шеринговых платформ, обеспечивающих развитие экономики совместного потребления (Кацони, Шерешева, 2019), об использовании ГИС-технологий (Jovanović, 2016), технологий виртуальной и добавленной реальности (Gaberli, 2019; Han et al., 2017; Çeltek, 2020).

- Изменения в структуре спроса и предложения, в том числе появление и развитие новых видов туризма и соответствующих

им сегментов рынка, зачастую достаточно узких (нишевых); рост доли самостоятельных путешественников и соответствующее уменьшение доли организованных групповых туров, предлагаемых туроператорами и турагентами, при снижении внутри этого сегмента спроса на групповые массовые туры (по прогнозным данным, с 95% до 26% к 2025

г.) в пользу индивидуальных и авторских туров либо небольших групп с более разнообразными интересами и с большим погружением в жизнь местных сообществ, природу, интересующие туристов виды деятельности (Brondoni, 2016; All Change, 2018).

Рис. 1. Прогноз объема продаж в сфере туризма в 2022 г., в сравнении с показателями 2017 г.



Источник: **Euromonitor International**

- Смещение акцента на взаимоотношения акторов, совместное создание ценности, стейкхолдерский и сетевой подход в управлении отраслью в целом и отдельными дестинациями (Greasley et al., 2008; Porter, Kramer, 2011; Saito, Ruhanen, 2017; Baggio, 2020). Международный опыт показывает, что сетевое взаимодействие является важным инструментом конкурентоспособности в туризме, особенно для сравнительно небольших дестинаций, имеющих уникальные природные и/или культурно-исторические ресурсы, но при этом ограниченные возможности самостоятельного продвижения. Важен обмен опытом и передача лучших управленческих практик.

Если говорить о российском туризме, то в течение нескольких предшествующих лет индустрия также демонстрировала

поступательное развитие (Sheresheva, Kopiski, 2016; Sheresheva, Kopiski, 2018). Достаточно серьезный импульс развитию туризма в России дал ряд принятых документов, прежде всего ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма Российской Федерации до 2025 года», «Стратегия развития экспорта услуг до 2025 года», в которой предложены пути наращивания экспорта туристских услуг в России, и «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». В этих документах представлены стратегический и программно-целевой подходы ускоренного развития туризма в России с большим акцентом на внутренний и въездной туризм, а также пути создания конкурентоспособного туристского продукта в нашей стране, который в значительной степени зависит от качества туристской инфраструктуры.

Однако, до наступления пандемии не удалось преодолеть существенный перекоп в пользу выездного туризма. По оценкам, перед наступлением пандемии 2020 г., внутренний туризм генерировал в бюджет РФ порядка 9 млрд долл., в то время в рамках выездного туризма из страны уходило ежегодно около 45 млрд. долл. (Еремян, 2020; Sheresheva, 2020). Более того, по данным на 2019 год, только 45% жителей Российской Федерации за последние 5 лет отдыхали в российском регионе, отличном от региона своего проживания (Стратегия развития туризма..., 2019, с.8).

Отметим также, что внутренний и въездной туризм в России развивался преимущественно как туризм региональный. Каждый отдельный регион в меру своего понимания и возможностей старался сделать свою территорию максимально привлекательной и обеспечить рост турпотока, с тем чтобы туризм стал значимым фактором региональной экономики. Существующие показатели развития туризма в регионах были нацелены на стимулирование конкуренции между ними, в то время как стимулы к развитию межрегионального туризма и межмуниципального сотрудничества в России практически отсутствовали<sup>1</sup>. Федеральные средства в организацию такого сотрудничества и координацию усилий не вкладывались, хотя для развития страны в целом это крайне важно не только по соображениям расширения спектра предлагаемых турпродуктов, но и с точки зрения общей пространственной связности.

### 3. ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ

В 2020 году из-за последствий пандемии COVID-19 ситуация в мировом туризме оказалась близка к катастрофе. В исключительно короткий период времени все туристические направления оказались закрыты – и для организованных, и для самостоятельных туристов. Фактически, пандемия подняла вопрос совместного выживания – и в прямом, и в переносном

<sup>1</sup> Межрегиональное и межмуниципальное сотрудничество скорее выступало как чистое обременение: при более высокой сложности организации такой деятельности могут снижаться индивидуальные показатели каждого из участников, которые учитываются при оценке их деятельности. Как результат, даже при очевидном потенциале отсутствует стремление регионов договариваться о взаимовыгодном комбинировании ресурсов и компетенций в этой сфере.

<sup>2</sup> Пожалуй, с определенной уверенностью можно предположить рост значения внутреннего туризма, прежде всего для стран, обладающих достаточным потенциалом как с точки зрения туристских аттракций, так и с точки зрения спроса (величины населения и его покупательной способности).

смысле. Произошло обрушение логистических цепочек, падение цен на активы, игроки рынка оказались в сложнейшей ситуации «совокупного шока предложения, вызванный мерами по сдерживанию распространения инфекции с ограниченным спросом и мобильностью» (Bénassy-Quéré et al., 2020). Индустрия рухнула по всему миру (рис.2). Согласно Барометру мирового туризма UNWTO, в январе еще наблюдался рост международных прибытий на 2%, в феврале начался спад (-12%), переросший в катастрофическое падение в марте (-55%) и апреле (-97%) (UNWTO World Tourism Barometer, 2020).

Ожидаемые последствия оцениваются по-разному, от полностью негативных сценариев до относительно взвешенных (Baum, Hai, 2020; COVID-19: A stress test..., 2020; Jordà et al., 2020; McKibbin, Fernando, 2020). Большинство экспертов считают невозможным давать средне- и долгосрочные прогнозы, поскольку последствия пандемии не могут оцениваться в отрыве от базовых циклических процессов, происходящих в мировой экономике. По словам Дж. Коломбо, предсказавшего в свое время кризис 2008 г., пандемия опасна для мировой экономики как триггер глубокого кризиса, поскольку «мы уже в самом конце цикла, и хотя коронавирус – это всего пара дополнительных ударов кулаком, но мы уже и так шли к рецессии до того, как услышали о нем» (Hall, 2020). На средне- и долгосрочном горизонте все более явственно проступают приметы деглобализации, переход к протекционизму и защите государствами своих национальных приоритетов, что дополнительно усложняет прогнозы<sup>2</sup>.

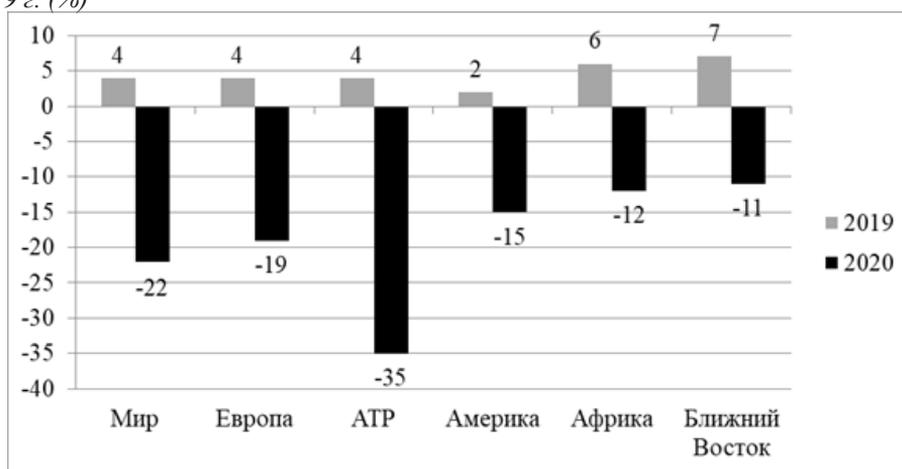
Если говорить о краткосрочных оценках развития мирового рынка туризма, то все они крайне негативны. На данный момент UNWTO прогнозирует колоссальные потери мировой индустрии туризма от COVID-19 в 2020 г., рассматривая три варианта сокращения объема международных поездок (UNWTO, 2020):

- на 58%, если снятие ограничений начнется летом;
- на 70%, если такие меры произойдут не ранее сентября 2020 г.;
- на 78%, если восстановление начнется только к концу года.

В целом по итогам 2020 г. снижение числа международных прибытий туристов оценивается в пределах от 850 млн. до 1,1 миллиарда; снижение экспортной выручки от туризма в \$910 млрд. - \$1,2 трлн.; под угрозой оказались 100-120 млн. рабочих мест по всему миру (UNWTO World Tourism Barometer, 2020). По словам Президента Всемирного

экономического форума, эти потери делают туризм одной из наиболее пострадавших отраслей мировой экономики, а нынешний кризис - худшим для отрасли с 1950 года. По ряду оценок, от 30 до 40% предприятий были вынуждены прекратить свою деятельность, в результате чего около 75 миллионов человек остались без работы (Haywood, 2020). Некоторые исследователи предполагают, что до 75% малых предприятий туристского сектора в Европе и США могут не открыться после пандемии (Goger, Loh, 2020). Суммарные потери смежных отраслей могут достичь \$5 трлн.

Рис. 2. Изменение числа международных прибытий в 1 кв. 2020 г. по сравнению с 2019 г. (%)



Источник: UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

По данным опроса группы экспертов UNWTO, внутренний спрос должен восстановиться быстрее, чем международный спрос. Большинство экспертов ожидает увидеть признаки оздоровления либо к последнему кварталу 2020 года, либо (в основном) к 2021 году. Оценки относительно восстановления международных поездок более позитивны в Африке и на Ближнем Востоке, причем большинство экспертов предвидят восстановление еще в 2020 году. Эксперты в Северной и Южной Америке наименее оптимистичны и реже всего верят в восстановление в 2020 году, тогда как в Европе и Азии. Исходя из опыта предыдущих кризисов, ожидается, что поездки с целью отдыха, особенно поездки для посещения дру-

зей и родственников, будут восстанавливаться быстрее, чем деловые поездки.

В условиях быстрого распространения эпидемии коронавируса туристский сектор в РФ столкнулся с теми же проблемами резкого схлопывания деловой активности, что и в других странах. Как констатировала в апреле 2020 г. руководитель Ростуризма, компании «просто не могут выполнить обязательства перед туристами и своими сотрудниками в таких условиях без государственной поддержки» (Догузова, 2020).

Примеры работы туроператоров с туристами в период пандемии показали, что и в России сложилось ядро ответственного бизнеса со своей лояльной клиентской базой. Многие туроператоры согласовывали с теми,

кто планировал будущий отдых, перенос даты тура по фиксированному на момент покупки курсу валют: он фактически будет ниже, чем при новом бронировании. Помимо этого, туристы, туроператоры и средства размещения договаривались о депонировании средств с дополнительными привилегиями для путешественников (Догузова, 2020).

В ходе проведенного 20.05.2020 круглого стола АНТОР-АТОР «О туризме после пандемии COVID-19» директор по маркетингу Управления по развитию туризма Шарджи С. Канаев, анализируя текущее положение дел в сфере мирового туризма, условно выделил четыре этапа развития отрасли в связи с развитием пандемии:

1. «страх и паника» (когда никто не знает, чего ждать);
2. «полная темнота» (поиски решений);
3. «колебание пламени свечи» (намекы на выход);
4. «свет в конце тоннеля» (еще не выход, но уже прямой путь к нему).

Можно утверждать, что в данный момент отрасль туризма в РФ находится на третьем этапе, однако неопределенность продолжает доминировать, и эта ситуация не является обычной для сферы туризма, хотя отчасти деловая активность в этой сфере традиционно имеет полициклическую природу (Александрова, 2002).

Индустрия туризма, как показывают исследования, при наступлении кризиса быстрее большинства отраслей испытывает проблемы и достаточно резкое падение (Glaesser, 2006; Henderson, 2007). При этом по окончании кризиса эта отрасль всегда демонстрировала быстрое восстановление. Так, после мирового финансово-экономического кризиса в 2008 году международный туристский поток в 2009 году снизился на 4%, в 2010 году вернулся к росту, а в 2017 году вырос на 42% по отношению к докризисному уровню 2008 года (Стратегия развития туризма..., 2019, с.6). Другими словами, сложилось подтвержденное предшествующим опытом мнение, что эта отрасль входит в кризисы опережающими темпами и выходит из кризисов опережающими темпами.

Однако это наблюдение сделано на основе обычных кризисных волн, в то время как в 2020 г. произошло наложение наступающего «традиционного» кризиса и

пандемической волны, которая обусловила практически полную остановку отрасли в большинстве стран мира. В этой связи все эксперты крайне осторожны при оценках перспектив отрасли, причем большинство сходится во мнении, что вероятность традиционно быстрого восстановления существенно снизилась в результате наката второй пандемической волны осенью 2020 г. В случае повторных волн вступает в силу ряд факторов, не характерных для обычного волнового развития, включая такой не всегда учитываемый при прогнозировании фактор как «инерция потребителя» (customer inertia) (Cooper, Hall, 2008; Gray et al., 2017). Кроме того, уже очевидно, что наступление второй волны неизбежно привело к формированию более «сдержанных» моделей финансового поведения в части планирования отдыха.

#### 4. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Отметим, что все публикации, обобщающие опыт разных стран, сходятся во мнении, что в период борьбы с пандемией роль государства в управлении резко возросла. Именно действия государства, а не «свободная рука рынка», будут определять успехи и неудачи стран и отраслей в «мире после инфекции». Помимо экстренных мер, принятых непосредственно по ходу развития пандемии, требуются решения и меры, которые ориентированы на долгосрочный период и призваны смягчить негативные последствия для экономики в целом и для отдельных отраслей.

Исследовательский Центр Capitalweek провел анкетирование 995 китайских предприятий, которые раньше компаний других стран оказались затронуты эпидемией COVID-19 (Wuxiang Zhu, 2020). Среди них 18,5% опрошенных составили компании, работающие в сфере высоких технологий, 17,1% - в сфере розничной торговли, 15,7% - рестораны, гостиницы и компании сферы туризма, 14,2% - промышленные предприятия. Респондентам были заданы вопросы о финансовом состоянии и об основных трудностях, с которыми они столкнулись, а также о возможных путях их преодоления.

Среди наиболее сложных проблем, стоящих перед бизнесом всех отраслей, ожидаемо были названы финансовые

трудности, обусловленные как введением ограничительных мер в Китае, так и снижением заказов из других стран. Более половины опрошенных компаний ожидали в 2020 году сокращения операционного дохода более чем на 20%, и около 30% предприятий - более чем на 50%. Заработная плата сотрудников и социальный пакет были названы самыми большими затратами, значимыми также названы такие позиции расходов как арендная плата и погашение кредита.

Большинство компаний, принявших участие в опросе, не ограничивались только одним способом преодоления трудностей, пытаясь найти оптимальное сочетание доступных им возможностей, и считали государственные меры поддержки основной опорой в период борьбы с пандемией. Наиболее важными мерами правительственной поддержки были названы субсидирование расходы на социальный пакет, аренду, зарплату сотрудников и т.д. либо меры, которые дают возможность сократить соответствующие расходы. 21% компаний надеялись на снижение налогов и сборов, 12,5% — на поддержку ликвидности, 10% — на отсрочку погашения кредитов или списание части долга.

Это совпадает с результатами других опросов китайских предприятий (Analysis of Regional Policies..., 2020; He Wen Long, Wu Jian Feng 2020). Интервью, взятые нами у ряда китайских предпринимателей с использованием приложения wechat, в целом подтверждают приведенные выше результаты, а также показывают, что Правительство КНР инициирует внутренний туризм, чтобы стимулировать внутренний спрос и увеличивать доходы ресторанов, отелей и вспомогательных отраслей, связанных с туризмом (Симэн, Шерешева, 2020). В качестве одной из полезных мер поддержки китайские предприятия сферы услуг отмечают распространение купонов

с ограниченным сроком действия и возможностью тратить их только офлайн и только на четко определенный круг покупок.

А.Годжер и К.Х.Ло (Goger, Loh, 2020) на основе интервью с работниками, менеджерами и владельцами HoReCa в США выделили основные формы экстренной поддержки, которые все участники сектора считают наиболее важными и которые должны быть в центре внимания разработчиков государственной политики:

- разработка согласованного и унифицированного на национальном уровне решения, которое минимизирует путаницу в области законодательства, касающегося помощи потерявшим работу на уровне штатов, и упрощает реализацию программ помощи (relief packages);

- срочные меры поддержки малого бизнеса, в первую очередь программы кредитования и программы, способствующие сохранению рабочих мест;

- решение проблемы отсутствия медицинского страхования по COVID-19 и оплачиваемого отпуска по болезни;

- минимизация влияния коронавируса на уровень личной задолженности, замораживание долгов по аренде и ипотеке; прямая финансовая помощь («вертолетные деньги»), которые, однако, многими участниками рынка оцениваются как «лейкопластырь на огнестрельном ранении».

Для обобщения существующей практики и обмена накопленным опытом UNWTO создала информационную платформу, объединившую 220 стран и территорий мира, а также более 30 международных и региональных организаций. Все предпринимательские меры сгруппированы по разделам: фискальная политика, монетарная политика, занятость и трудовые навыки,

мониторинг рынка, государственно-частное партнерство, «перезапуск» туризма, внутренний туризм и др. Информация находится в открытом доступе (UNWTO Global Tourism Dashboard, 2020).

При этом эксперты отмечают важность коллективных действий всех стейкхолдеров по спасению отрасли и тот факт, что в рамках подхода ЦУР их роль должна выходить за рамки традиционной логики максимизации прибыли. Это ключевой момент, основанный на современной международной трактовке индустрии туризма как деятельности огромной сети акторов, представляющих систему смежных отраслей (Paget et al., 2010; Шерешева, Баджо, 2014): туроператоры и турагентства, гостиницы, санатории, дома отдыха и пансионаты, гиды, компании, предоставляющие услуги по оздоровлению, отдыху и развлечениям, системы бронирования, все виды туристских перевозок, общепит и производители сувениров, страховщики и маркетинговые компании, и т.д. – все участники хорошо налаженных, зачастую трансграничных цепочек создания ценности.

*В условиях пандемии особенно ярко высветилась необходимость объединить усилия стейкхолдеров отрасли в разработке и реализации стратегий, позволяющих ответить на достаточно жесткие вызовы. В этой ситуации устаревшим выглядит так называемый «экономический дарвинизм», когда конкуренцию представляют в качестве «единственного двигателя прогресса», хотя и в биологии, как писал Ч. Дарвин, для выживания важно умение наилучшим образом приспособиться и взаимодействовать с другими участниками экосистемы. «В долгой истории человечества (и животных тоже) побеждали те, кто научился наиболее эффективно сотрудничать и импровизировать» (Goodreads, 2020). Член-корреспондент Петербургской Ака-*

демии наук и заслуженный профессор Санкт-Петербургского университета К.Ф. Кесслер в 1880 г. сформулировал логику, которую можно и нужно применить к современным экосистемам бизнеса, чтобы обеспечить их успешное развитие: «Взаимная помощь такой же естественный закон, как и взаимная борьба, но для прогрессивного развития вида первая несравненно важнее второй» (Кропоткин, 1990, с. 464–465).

Экстренные меры государственной политики РФ в отношении туризма, принятые в ответ на пандемический кризис, в основном не носили специфического характера, являясь общими для разных отраслей экономики. В то же время, Правительство РФ разработало и реализовало весной 2020 г. ряд целенаправленных мер для поддержки туристской отрасли и туристов. В частности, было выделено 1,5 млрд. рублей авиакомпаниям за вывоз российских туристов из-за рубежа, 3,5 млрд. рублей туроператорам на компенсацию затрат по невозвратным тарифам на авиаперевозки; 1 млрд. рублей на поддержку за рубежом россиян, которые не могут вернуться в страну из-за пандемии; предусмотрен возврат денег гражданам за несовершенную поездку с начала действия ограничительных мер до 1 июня 2020 г. по оплаченным путёвкам, освобождение туроператоров от взносов в резервный фонд «Турпомощь» в 2020 г. (Правительство России..., 2020).

Среди важных нормативно-правовых документов, действие которых можно трактовать как меры экстренной поддержки в период пандемии, оказавшие существенное влияние на ситуацию в российской отрасли туризма, можно отметить:

- мораторий на банкротство и взыскание убытков согласно Закону 98-ФЗ от 01.04.2020 и Постановлению Правительства №428 от 03.04.2020;
- налоговые каникулы в виде

отсрочки уплаты налогов, сборов, страховых взносов на срок от 3 до 6 месяцев (Постановление правительства №409 от 02.04.2020);

– арендные каникулы, по которым арендаторы получают отсрочку уплаты арендных платежей, если арендодателем является государство или муниципалитет и вправе требовать отсрочки от арендодателей иных организационно-правовых форм. Арендодателям-частникам рекомендовано такие просьбы удовлетворять (Постановление Правительства №439 от 03.04.2020);

– автоматическое продление действия лицензий и разрешений, которые заканчиваются в период с 15 марта по 31 декабря 2020 года (Постановление Правительства №440 от 03.04.2020);

– возмещение авиакомпаниям затрат на вывоз туристов из областей со сложной эпидемиологической обстановкой в соответствии с правилами, утвержденными Постановлением Правительства №466 от 09.04.2020;

– беспроцентные кредиты на выдачу заработной платы, предусмотрены Постановлением Правительства №575 от 24.04.2020 на полгода при соблюдении определенных условий (срок деятельности от года, сохранение штата работников). Размер зависит от количества сотрудников (его умножают на МРОТ и на 6 месяцев);

– субсидии от государства в размере 12130 рублей субъектам малого и среднего бизнеса, при условии сохранения численности штата и отсутствия долгов по налогам (Постановление Правительства №576 от 24.04.2020).

Можно утверждать, что при формировании экстренных мер государственной поддержки в значительной мере учтен и проанализирован опыт КНР, первой столкнувшейся с эпидемией

коронавируса, а также других стран. Сформированную весной 2020 г. систему мер можно оценить как достаточно продуманную и действенную.

Среди мер второго полугодия стоит особо отметить бонусную программу Ростуризма и карты «Мир», стартовавшую в августе 2020 г. и предполагающую возвращение российским покупателям часть затрат на покупку услуг внутреннего туризма. Пробная акция Мир 1.0 прошла с 21 по 28 августа 2020 г., максимальная сумма кэшбэка составляла 15 тыс. руб. на поездки, оплаченные онлайн картой «Мир» и запланированные на период до 20 декабря 2020 г. С 15 октября по 5 декабря 2020 г. объявлена акция Мир 2.0 для поездок по России до 10 января 2020 г., с максимальной суммой кэшбэка 20 тыс. руб. за оплату одной поездки. Согласно официальному сайту акции, в ней участвуют порядка 6,5 тыс. игроков рынка (туроператоры и турагентства, отели, санатории, онлайн сервисы бронирования).

Бонусная программа, безусловно, показывает нацеленность на комплексное решение проблем сферы туризма в масштабах страны. В то же время, хорошо прослеживается восприятие туротрасли как достаточно узкой и специфичной сферы деятельности турагентов и туроператоров, при некотором участии средств размещения и сервисов бронирования.

В целом следует отметить, что на первом этапе Правительство РФ решало самые насущные задачи с точки зрения поддержки национальной экономики в целом и мало обращало внимания на отраслевую специфику, в то время как одни и те же меры поддержки не всегда применимы к разным отраслям.

## **5. НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ГОСУДАРСТВА ПО РАЗВИТИЮ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

На наш взгляд, полноценное развитие туризма требует иного институционального оформления, нежели то, которое сложилось в постсоветский период. Это диктуется не только возросшей важностью внутреннего туризма, но и теми и положительными сетевыми эффектами, которые могут возникать в случае системного и комплексного подхода к использованию возможностей туризма как одного из локомотивов реализации целей устойчивого развития и пространственного объединения России.

После распада СССР туризм долго находился в «институциональной неопределенности» и не воспринимался как серьезная отрасль экономики. Это подтверждается тем, что на федеральном уровне туризм «перебрасывали» из структуры в структуру, будучи отнесен то к спорту (Госкомспорт РФ), то к культуре (Министерство культуры РФ). В 2019 году Федеральное агентство по туризму было передано в Министерство экономического развития Российской Федерации – по сути, только в этот момент туризм в РФ получил статус не чисто культурного феномена, а отрасли экономики.

В июне 2020 г. Вышел Указ Президента Российской Федерации от 05.06.2020 № 372 «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности», согласно которому Федеральное агентство по туризму перешло от Министерства экономического развития в прямое подчинение Правительству РФ, при этом агентству переданы «функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма и туристской деятельности, по координации деятельности по реализации приоритетных направлений государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации, а также по осуществлению государственного надзора за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма. передаются функции надзора за туроператорами» (Указ Президента РФ..., 2020, п.2). Это свидетельствует о признании туризма одним из важных секторов экономики, который может стать одним из локомотивов дальнейшего развития, особенно для тех регионов, которые обладают достаточным потенциалом, чтобы удовлетворить спрос российских и зарубежных туристов на интересные направления путешествий, при наличии достойной инфраструктуры и качества обслуживания по доступным ценам.

Колоссальный недоиспользованный потенциал внутреннего и въездного туризма (см., например, интерактивную карту локальных брендов, созданную в рамках Президентского гранта (Живое наследие, 2020)) может стать основой перестроения и переориентации цепочек создания ценности, формирования и продвижения новых дестинаций в условиях, когда многие «мировые хиты» туризма испытывают не меньшие трудности, чем российские маршруты и дестинации.

Уже сейчас очевиден и важен экономический вклад ряда территорий РФ, в первую очередь курортных, в развитие экономики через инвестиции, создание рабочих мест и налоговые поступления. Однако, роль туристской отрасли для обеспечения устойчивого развития более значительна, поэтому стоит задачи комплексного развития дестинаций в соответствии с ЦУР.

Туризм, как и многие другие виды человеческой деятельности, придется пересмотреть в постпандемическом сценарии. Традиционный массовый туризм, который преобладал до возникновения непредвиденных обстоятельств, должен будет уступить место более альтернативным формам

туризма, осуществляемым агентами, для которых интересы местных сообществ не являются посторонними и интересы которых, в свою очередь, не ограничиваются получением прибыли любой ценой. Если рассматривать туризм как сложную отрасль в контексте устойчивого развития, это подразумевает не только ориентацию на извлечение неких экономических выгод, но подход с точки зрения социо-эколого-экономических индикаторов, помогающих взвесить и в дальнейшем сбалансировать риски и выгоды всех трех измерений с точки зрения долгосрочных целей, стоящих перед страной в целом. В такой постановке отрасль требует комплексного системного управления.

Если предшествующие экономические кризисы уже указывали на необходимость опережающего развития национальной экономики России в направлении системной модернизации, то нынешний кризис обусловил необходимость сочетать меры «быстрого реагирования» с системной деятельностью по выявлению угроз и возможностей с точки зрения средне- и долгосрочного развития. В этой связи требуется:

- Инвентаризация ресурсов (федеральных, региональных, муниципальных) и выявление выгодных направлений их комбинирования; Управление развитием турбизнеса может быть значительно более успешным, если будут найдены возможности взаимовыгодного объединения существующих в стране ресурсов и компетенций.

- Сбалансированное развитие инфраструктуры в масштабах страны (в данном случае базовая инфраструктура, которую зачастую не рассматривают как имеющую прямое отношение к развитию туризма, является определяющим фактором конкурентоспособности для туристских дестинаций и игроков рынка);

- Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства; развитие как ГЧП, так и государственно-общественных партнерств, повышение социальной активности населения за счет внимания к местным инициативам, особенно нацеленным не на конкурентное противостояние, а на межорганизационное, межмуниципальное и межрегиональное взаимодействие;

- Брендинг территории в его современном понимании: формирование положительного имиджа власти и доверия к ней у населения и бизнеса, повышение привлекательности территории - как места для жизни, для инвестиций и т.п. – приоритетно по сравнению с «внешней» для территории коммуникационной составляющей брендинга, нацеленной на туристов.

- Определение наиболее перспективных направлений развития и видов туризма, формирование соответствующей системы стимулов, делающей остальные направления и виды менее привлекательными, но не абсолютно непривлекательными (в системе необходимы элементы, стимулирующие инициативу и выработку новых практик)

- Единая для РФ система показателей, которая балансирует выгоды и издержки разных стейкхолдеров на разных уровнях, при четком приоритете долгосрочных стратегических целей РФ, и нацелена, в первую очередь, не на рейтингование отдельных участников рынка и дестинаций, а на стимулирование межрегионального и межмуниципального сотрудничества – как в области предложения, так и в области спроса поиск лучших практик и выявление взаимовыгодных комбинаций ресурсов и компетенций.

Формулируя набор индикаторов, на которые затем будут ориентироваться все стейкхолдеры отрасли, важно понимать, что они зависят от

поставленных целей и от расстановки приоритетов. Туристическая индустрия или туристы? Макроэкономический, мезоэкономический или микроэкономический уровень? Далеко не все показатели дают ясное понимание ситуации, особенно ее динамики, на всех уровнях и для всех стейкхолдеров. При этом существует большая опасность скатиться к рейтингованию, в то время как для системного развития такой сложной и многослойной отрасли как туризм важнее поиск выгодного комбинирования имеющихся ресурсов и компетенций. В идеале должна строиться единая для РФ система показателей, которая балансирует выгоды и издержки разных стейкхолдеров на разных уровнях, при четком приоритете долгосрочных стратегических целей РФ.

В среднесрочной перспективе это может обеспечить разработка нового Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», который сейчас находится на стадии согласования в Правительстве РФ. Проект призван увеличить число поездок внутри страны и привлечь туристов из-за рубежа. Данная идея выдвинута 13 июля 2020 г. вице-премьером Д. Чернышенко на заседании Совета при Президенте по стратегическому развитию и нацпроектам. Как подчеркнул Д. Чернышенко, важно сделать акцент на координации усилий различных других программ, можно ожидать «огромный совокупный вклад в ВВП от одной только координации действий», при этом, «создав инфраструктуру для наших граждан, чтобы каждый человек мог отдохнуть в нашей стране, мы еще сильнее увеличим ее привлекательность и для международных туристов» (Мисливская, 2020). Реализация Национального проекта, рассчитанного на период до 2030 г., должна начаться с 1 января 2021 г. и охватить все смежные сферы экономики, влияющие на конкурентоспособность туристской отрасли. Согласно паспорту

нацпроекта, он предполагает работу в рамках трех федеральных проектов: «Создание качественного и разнообразного турпродукта на всей территории страны», «Повышение доступности туристического продукта», «Совершенствование управления в сфере туризма».

В долгосрочной перспективе вполне целесообразным выглядит создание Министерства туризма, как в Греции, Израиле, Бразилии или ЮАР. Это может стать основой комплексного системного развития индустрии на всей территории страны, начатого Национальным проектом, и обеспечить сбалансированное развитие регионального и межрегионального туризма, создание качественного туристского продукта и его доступность для разных категорий российских потребителей.

## 6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Перспективы восстановления и развития индустрии туризма – как в мировом масштабе, так и в масштабах Российской Федерации – серьезно зависят и от того, насколько длительной окажется повторная волна пандемии, и от того, как поведут себя участники рынка и какие решения будут приниматься на государственном уровне. Для участников рынка важно понимать, что успешное развитие экосистем бизнеса, особенно в период кризиса, предполагает не только конкуренцию, но и взаимопомощь. Для властей важно понимать, что туризм может оказаться не обременением, а одним из двигателей восстановления экономики в случае изменений в налогообложении и акцента на поддержку внутреннего и въездного туризма. Соответственно, необходимо не только оказывать неотложную поддержку субъектам отрасли, но и создавать условия для успешного возобновления и совершенствования их деятельности в долгосрочной перспективе.

В целом необходимо добиться изменения в отношении к туротрасли как достаточно узкой и специфичной сферы деятельности турагентов и туроператоров, при некотором участии средств размещения, питания, транспортировки и т.п. Во-первых, общая тенденция к развитию нишевых сегментов, самоорганизации туристов и шеринговых платформ с очень высокой долей вероятности сохранится, а скорее всего усилится в постпандемический период, что вызывает необходимость в учете этих тенденций при формировании государственной политики в сфере туризма. Во-вторых, и это наиболее важно, туризм обладает стратегическим потенциалом с точки зрения реализации всех без исключения ключевых целей развития страны.

В долгосрочном плане учет интересов всех стейкхолдеров той или иной дестинации, а также создания норм и правил, позволяющих сбалансировать интересы (которые отчасти противоречат друг другу) всех участников внутреннего рынка туризма, является основой конкурентоспособности туристских дестинаций РФ в международном масштабе: опыт последствий овертуризма в предпандемический период и понимание новых факторов, которые привнесены пандемией, позволяет утверждать, что невозможно обеспечить привлекательность дестинаций, которые не могут предложить целостный туристский продукт, то есть комплекс

услуг в сочетании с социальными, гуманитарными и медицинскими условиями. Будет важна как способность обеспечить безопасность туристов, так и способность создать комфортную экологическую и социально-культурную среду - в первую очередь для местных жителей, которые являются ключевыми амбассадорами бренда туристской дестинации.

Это требует поддержки правительства на основе четко сформулированной стратегии, которая прописывает и закрепляет на достаточно длительный срок «правила игры», обеспечивающие понятные негативные и позитивные стимулы для всех стейкхолдеров рынка, а также стимулирует развитие местных туристических инициатив не только и не столько на основе жесткой конкуренции каждого из муниципалитетов и регионов за ограниченное число разыгрываемых грантов и других мер поддержки, сколько за счет межмуниципального и межрегионального взаимодействия, взаимовыгодного комбинирования имеющихся у них ресурсов с целью создания «красивых» предложений, способствующих реализации принципов устойчивости (в терминах ЦУР, а не в терминах роста турпотока и объемов получаемых финансовых выгод без просчета негативных эффектов валового роста). Этот подход важен с точки зрения «вписывания» стратегии развития туризма в общую стратегию развития РФ.

## 7. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Alexandrova A. Yu. The structure of the tourist market. М. : Press-Solo, 2002.
2. Glushenkova Y. (2020). State support measures for the tourism industry // PPT.RU. June 17, 2020. URL: <https://yandex.ru/turbo/s/ppt.ru/art/coronavirus/podderzhka-turisticheskoy-otrasli> (date accessed: 15.07.2020).
3. Doguzova Z. V. (2020). Briefing by the head of the Federal Agency for Tourism Zarina

Doguzova on April 8, 2020 URL: <https://www.russiatourism.ru/news/16652/> (date of treatment July 16, 2020)

4. Eremian R. (2020). Will the hospitality and tourism industry survive the quarantine? // Forum Digital. April, 4. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fdsQU9-xVJ4> (accessed April 16, 2020).

5. Living heritage. Interactive map. URL: <https://livingheritage.ru/> (date of access July 16, 2020)

6. V. Katsoni, M. Yu. Sheresheva (2019). The economy of shared consumption in the hospitality and tourism industry // Moscow University Bulletin. Series 6. Economics (1), 71-89.

7. Kropotkin P.A. (1990). Notes of a revolutionary. M.: Thought, Moscow.

8. Mislivskaya G. The government is preparing a new national project in the field of tourism // Rossiyskaya Gazeta. July 13, 2020. <https://rg.ru/2020/07/13/pravitelstvo-gotovit-novyyj-nacproekt-v-sfere-turizma.html> (accessed July 16, 2020).

9. Russian Government. Official site. URL: [http://government.ru/support\\_measures/category/tourism/](http://government.ru/support_measures/category/tourism/) (date of access 04/07/2020).

10. Simen E., Sheresheva M. Yu. (2020). State policy of the PRC towards Chinese small and medium-sized enterprises in the context of the covid-19 pandemic // Public Administration. Electronic Bulletin (Electronic Journal), (79), 25–50.

11. Tourism development strategy of the Russian Federation for the period up to 2035. Approved by the order of the Government of the Russian Federation of September 20, 2019 No. 2129-r.

12. Decree of the President of the Russian Federation dated 05.06.2020 No. 372 “On improving public administration in the field of tourism and tourist activities.”

13. Sheresheva M. Yu., Baggio R. (2014). A network approach in the study of tourist destinations // Initiatives of the XXI century (2): 58–63

14. All Change? The future of travel demand and the implications for policy and planning. The First Report of the Commission on Travel Demand. Landor LINKS. Available at: [http://www.demand.ac.uk/wp-content/uploads/2018/04/FutureTravel\\_report\\_final.pdf](http://www.demand.ac.uk/wp-content/uploads/2018/04/FutureTravel_report_final.pdf) (accessed 14 July 2020).

15. Analysis of Regional Policies on Businesses Reopening Support // Xinhua News Agency, China Economic Information Service, Economic Analysis Report No. 1048, Epidemic Series No. 2. Available at: <http://thinktank.xinhua08.com/a/20200216/1914119.shtml> (accessed 14 May 2020).

16. Baum, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. International Journal of Contemporary Hospitality Management.

17. Baggio, R. (2020). Tourism destinations: A universality conjecture based on network science. Annals of Tourism Research, 82, 102929.

18. Bénassy-Quéré A., Marimon R., Pisani-Ferry J., Reichlin L., Schoenmaker D., Weder di Mauro B. (2020). COVID-19: Europe needs a catastrophe relief plan // VOX CEPR Policy Portal. 11 March. URL: <https://voxeu.org/article/covid-19-europe-needs-catastrophe-relief-plan> (accessed 14 July 2020).

19. Brondoni, S. M. (2016). Global Tourism Management. Mass, Experience and Sensations Tourism. Symphonia. Emerging Issues in Management, (1), 7-24.

20. Çeltek, E. (2020). Progress and Development of Virtual Reality and Augmented Reality Technologies in Tourism: A Review of Publications from 2000 to 2018. In Handbook of Research on Smart Technology Applications in the Tourism Industry (pp. 1-23). IGI Global.

21. Cooper, C., & Hall, C. M. (2008). *Contemporary tourism: An international approach*. Routledge.
22. COVID-19: A stress test for sustainable development in hospitality? Available at: <https://www.hospitalitynet.org/panel/125000047.html> (accessed 14 July 2020).
23. Drosos, D., Chalikias, M., Skordoulis, M., Kalantonis, P., & Papagrigoriou, A. (2017). The strategic role of information technology in tourism: The case of global distribution systems. In *Tourism, culture and heritage in a smart economy* (pp. 207-219). Springer, Cham.
24. Felicen, S. S., & Ylagan, A. P. (2016). Effects of Computer Reservation System in the Operations of Travel Agencies. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 4(4), 23-38.
25. Gaberli, Ü. (2019). Tourism in Digital Age: An Explanation for the Impacts of Virtual, Augmented and Mixed Reality Technologies on Tourist Experiences. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2(2), 61-69.
26. Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. L: Routledge.
27. Goger, A., & Loh, T. H. (2020). A Band-Aid on a gunshot wound': how the restaurant industry is responding to COVID-19 relief. *Brookings*, 2nd April. Available at: [www.brookings.edu/research/a-band-aid-on-a-gunshot-wound-how-the-restaurant-industry-is-responding-to-covid-19-relief/](http://www.brookings.edu/research/a-band-aid-on-a-gunshot-wound-how-the-restaurant-industry-is-responding-to-covid-19-relief/) (accessed 14 July 2020).
28. Goodreads (2020). Charles Darwin Quotes. URL: <https://www.goodreads.com/quotes/368727-in-the-long-history-of-humankind-and-animal-kind-too>
29. Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
30. Gray, D. M., D'Alessandro, S., Johnson, L. W., & Carter, L. (2017). Inertia in services: causes and consequences for switching. *Journal of Services Marketing*.
31. Greasley, K., Watson, P.J. and Patel, S. (2008). The formation of public-public partnerships: A case study examination of collaboration on a "back to work" initiative. *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 21 No. 3, pp. 305-313. <https://doi.org/10.1108/09513550810863204>
32. Growth in international tourist arrivals continues to outpace the economy. UNWTO World Tourism Barometer. 2020. № 18). Available at: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (accessed 15 July 2020).
33. Hall P. (2020) Analyst who predicted 2008 global financial crash warns another one is on the way -- and not just because of coronavirus // *Independent*. 11 March. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/financial-crisis-2008-coronavirus-donald-trump-economy-stocks-a9392881.html> (accessed 15 July 2020).
34. Han, D. I. D., Weber, J., Bastiaansen, M., Mitas, O., & Lub, X. (2019). Virtual and augmented reality technologies to enhance the visitor experience in cultural tourism. In *Augmented reality and virtual reality* (pp. 113-128). Springer, Cham.
35. Haywood, K.M. (2020). A post COVID-19 future - tourism re-imagined and re-enabled. *Tourism Geographies*, 22(3), 599-609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762120>
36. Henderson, J. C. (2007). *Tourism crises: causes, consequences and management*. L: Routledge.
37. Jordà Ò., Singh S. R., & Taylor A. M. (2020). Longer-Run Economic Consequences of Pandemics // Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper 2020-09. DOI: <https://doi.org/10.24148/wp2020-09>

38. Jovanović, V. (2016). The application of GIS and its components in tourism. *Yugoslav Journal of Operations Research*, 18(2).
39. McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios. Working paper. Available at: [http://www.sensiblepolicy.com/download/2020/2020WorkingPapers/2020\\_19\\_CAMA\\_COVID19\\_mckibbin\\_fernando\\_0.pdf](http://www.sensiblepolicy.com/download/2020/2020WorkingPapers/2020_19_CAMA_COVID19_mckibbin_fernando_0.pdf) (accessed 24 June 2020).
40. Paget E., Dimanche F., Mounet J.P. (2010). A tourism innovation case: An actor-network approach // *Annals of Tourism Research* 37(3): 828–847.
41. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The big idea: Creating shared value. How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(12), 6278.
42. Saito, H., & Ruhanen, L. (2017). Power in tourism stakeholder collaborations: Power types and power holders. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 189-196.
43. Sheresheva M., & Kopiski, J. (2016). The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 8 (3): 260–272. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2016-0004>.
44. Sheresheva M.Y. (2018). The Russian tourism and hospitality market: new challenges and destinations // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 10 (4): 400-411. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-04-2018-0027>.
45. Sheresheva, M.Y. (2020). Coronavirus and tourism. *Population and Economics*, 2: 72-76. DOI: 10.3897/popecon.4.e53574
46. Tsionas, M.G. (2020). COVID-19 and gradual adjustment in the tourism, hospitality, and related industries. *Tourism Economics*, 15. <https://doi.org/10.1177/1354816620933039>
47. United Nations (2015). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. Available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> (accessed 14 July 2020).
48. UNWTO Global Tourism Dashboard (2020). Available at: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism> (accessed 16 July 2020).
49. UNWTO REPORTS (2020). Available at: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> (accessed 16 July 2020).
50. UNWTO World Tourism Barometer (2020). Available at: <https://www.unwto.org/ru/barometer> (accessed 15 July 2020).
51. UNWTO (2020). International tourism and COVID-19. Available at: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (accessed 16 July 2020).
52. Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2020). Many brains are better than one: The importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 1-4. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1761120>
53. Wuxiang Zhu. Impact of Coronavirus Epidemic on SMEs and Countermeasures // *Stock Market Weekly*. 2020. № 6. Available at <http://www.capitalweek.com.cn/node/59982> (accessed 15 May 2020).
54. Zenker, S., Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>

DOI: 10.18572/2686-858X-2020-2-6-46-54

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ DEA-МОДЕЛИ

### METHODOLOGY FOR ASSESSING THE EFFICIENCY OF THE RECREATION AND TOURISM SECTOR OF THE REGION IN THE NEW REALITY BASED ON THE DEA-MODEL

Воробей Елена Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и процессов управления, ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия, vorobei.sochi@yandex.ru

**Аннотация.** Любая региональная сфера рекреации и туризма (СРТ) является крупной хозяйственной системой, испытывающей влияние большого числа самых разнообразных внешних факторов: экономических, политических, правовых, организационных и других, в том числе - непредсказуемых (например - пандемия COVID-19, стихийные бедствия или другие подобные события) с которыми все больше сталкиваемся в новой реальности. Учет воздействия такого комплекса факторов весьма проблематичен, так как далеко не всегда известен характер влияния того или иного фактора на деятельность системы. Кроме этого в качестве конечного результата деятельности рекреационно-туристской сферы наиболее целесообразно рассматривать относительный вклад суммарного туристского продукта, производимого регионом (РТП), в валовой региональный продукт ВРП, т.е. отношение РТП/ВРП. Традиционный взгляд на туристский продукт заключается в том, что товары и услуги считаются «турпродуктами» только потому, что они созданы предприятиями, предоставляющими собственно «туристские услуги» (гостиницы, туроператоры и т.п.). Существенным недостатком такого подхода является то, что совершенно не учитывается деятельность предприятий, не относящихся непосредственно к туристской сфере, но производящих товары и услуги, часть которых так или иначе потребляется приезжающими в регион туристами и отдыхающими. Это - предприятия торговли, транспорта, общественного питания, культуры, спорта, досуга и развлечений и др. Цель статьи – описать как с помощью DEA – анализа возможно учесть вклад совокупного регионального туристского продукта и оценить влияние эндогенных и экзогенных для сферы факторов.

**Ключевые слова:** DEA-эффективность, сфера рекреации и туризма, региональный туристский продукт, действующие факторы.

**JEL codes:** C32, C61, L83, O18, R19, Z32.

**Abstract.** Any regional area of recreation and tourism (CRT) is a large economic system that is influenced by a large number of a wide variety of external factors: economic, political, legal, organizational and other, including unpredictable (for example, a pandemic COVID-19, natural disasters or other similar events), which are increasingly faced in a new reality. Taking into account the impact of such a set of factors is very problematic, since the nature of the influence of a factor on the activities of the system is far from always known. In addition, the relative contribution of the total tourist product produced by the region (RTP) to the gross regional product of GRP, that is, the ratio of RTP/GRP, should be considered as the final result of recreational tourism activities. The traditional view of the tourist product is that goods and services are considered “tourist products” only because they are created by enterprises that provide “tourist services” themselves (hotels, tour operators, etc.). A

*significant drawback of this approach is that the activities of enterprises that are not directly related to the tourism sector; but produce goods and services, some of which are somehow consumed by tourists and vacationers coming to the region, are completely not taken into account. These are enterprises of trade, transport, catering, culture, sports, leisure and entertainment, etc. The purpose of the article is to describe how with the help of DEA - analysis it is possible to take into account the contribution of a combined regional tourist product and evaluate the influence of endogenous and exogenous factors for the sphere.*

**Key words:** *DEA-efficiency, area of recreation and tourism, regional tourism product, active factors.*

## 1. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

DEA - анализ (Data Envelopment Analysis - анализ свертки или охвата данных) позволяет на основе достаточно разнородных и не связанных между собой статистических данных получать недвусмысленные интегральные оценки показателей эффективности функционирования различных хозяйственных систем. Метод DEA основан на математическом представлении любой хозяйственной системы (субъекта) в виде преобразователя входящих ресурсов (то есть - действующих на систему факторов) в исходящие результаты (продукцию, услуги). Применены непараметрические методы математического анализа, линейного программирования.

## 2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В первом приближении оценить вклад региональных предприятий в производство РТП возможно на основе анализа характера деятельности этих предприятий. Анализ структуры ВРП Краснодарского края [7-8] позволил разделить региональные предприятия на несколько групп по видам хозяйственной деятельности этих предприятий и отношению их к производству регионального турпродукта. Разработан численный алгоритм оценки вклада различных видов региональной хозяйственной деятельности в РТП, согласно которому доля турпродукта в общем производстве по отдельному виду деятельности зависит от следующих факторов:

- Величины общего туристического потока в регион (ТП) [9-14],
- Среднегодовой продолжительности пребывания туристов и отдыхающих в коллективных средствах размещения (СПЗ) [15-17],
- Численности постоянного (ЧН) и работающего (РН) населения региона [18-19],

- Количества рабочих (РД), выходных (ВД) и календарных (КД) дней в анализируемый период [20],

а также от некоторых других параметров.

Общая величина регионального турпродукта определяется как сумма РТП по отдельным видам экономической деятельности.

Очевидно, что при таком подходе на эффективность функционирования СРТ Краснодарского края будут влиять те же самые многочисленные внешние факторы, которые воздействуют на всю производственную сферу региона в целом. На первом этапе исследования целесообразно среди разнообразия этих факторов выделить наиболее значимые и оценить их влияние на РТС в динамике - на протяжении определенного временного периода.

Нами, для оценки были выбраны пять факторов разного характера, имеющих общерегиональное значение, например, такие как: капиталовложения в экономику региона в рамках государственной финансовой поддержки (фактор ГП), инвестиции в основной капитал региона в рамках государственно-частного партнерства (фактор ГЧП) и другие.

Учет факторов общерегионального значения, как представляется, должен позволить более адекватно оценивать эффективность деятельности СРТ по сравнению с методами, где применяются исключительно «туристические» действующие факторы (например: в работах [21-22] при оценке туристской сферы итальянских провинций рассматривались сугубо локальные факторы: количество мест в коллективных средствах размещения, количество объектов культурного наследия, количество выпускников туристских

учебных заведений, количество работников в туристской сфере). Более того, существует группа региональных и даже глобальных факторов, которые трудно или вообще невозможно спрогнозировать, но которые могут оказать на РТС региона влияние гораздо более сильное, чем перечисленные выше локальные туристские факторы. К таким факторам относятся различные пандемии (в настоящее время это - COVID-19), широкомасштабные чрезвычайные ситуации в регионе или стране в целом и т.д., то есть это - факторы, вызванные влиянием неожиданно возникающих непредсказуемых обстоятельств. Учет таких факторов крайне важен, так как, во-первых, он позволит наиболее адекватно оценить эффективность СРТ региона, а во-вторых - строить прогнозы относительно состояния данной сферы в будущем (в случае возобновления действия таких негативных факторов) и принимать соответствующие меры.

В качестве субъектов оценки эффективности в настоящей статье рассматривались состояния СРТ Краснодарского края в 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 году.

В таблице 1 представлены использованные для расчетов эффективности показатели деятельности РТС Краснодарского края. Все показатели соответствуют периоду первых 9 месяцев анализируемого года (для показателя ГЧП - первых 6 месяцев).

Метод DEA основан на математическом представлении любой хозяйственной системы (субъекта) в виде преобразователя входящих ресурсов (то есть - действующих на систему факторов) в исходящие результаты (продукцию, услуги). Очевидной мерой эффективности функционирования такого преобразователя ( $\Theta$ ) будет отношение показателя совокупной оценки ценности результатов ( $Y$ ) к показателю совокупной оценки ценности действующих факторов ( $X$ ) [2]:

$$\Theta = Y / X \quad (1)$$

Показатели  $Y$  и  $X$  могут быть представлены в виде линейных функций: функции результатов  $Y = \sum (U_j * Y_j)$  и функции факторов  $X = \sum (V_i * X_i)$ . Тогда для от-

дельно взятого субъекта ( $n$ ) мера эффективности будет отношением этих функций:

$$\Theta^n = \frac{\sum (U_j * Y_{jn})}{\sum (V_i * X_{in})}$$

$$(j = 1, \dots, J),$$

$$(i = 1, \dots, I),$$

где:

$Y_{jn}$ ,  $X_{in}$  – результаты деятельности отдельного субъекта и действующие факторы, соответственно;

$U_j$ ,  $V_i$  – переменные весовые коэффициенты;

$J$  - количество результатов;

$I$  - количество факторов.

Наиболее часто используемой разновидностью DEA-анализа является базовая CCR-модель. Далее с использованием линейного программирования произведены расчеты разных систем и определена величина  $\Theta^*$ , которая представляет собой оптимальное (максимальное) значение эффективности отдельно взятого субъекта группы. Она характеризует способность данного субъекта достигать максимальных результатов своей деятельности, располагая заранее заданным (ограниченным) набором ресурсов. В тех случаях, когда в результате проведенных расчетов разные субъекты исследуемой группы показывают одинаковую 100%-ную эффективность (что нередко встречается при использовании DEA-анализа), применяется дополнительный способ ранжирования таких субъектов методом суперэффективности.

Описанный алгоритм был применен для оценки эффективности функционирования сферы рекреации и туризма региона на примере Краснодарского края в разные годы (с 2015 по 2020 гг.). Помимо получения количественных значений эффективности ставилась задача по выявлению наиболее значимых внешних факторов, которые оказывают наибольшее влияние на сферу рекреации и туризма, сами претерпевая при этом значительные изменения на протяжении последних шести лет.

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Величина РТП/ВРП за первые 9 месяцев 2020 года была почти на 40% меньше аналогичного показателя за 2019 год (табл. 2). Примерно на 30% (по сравнению с аналогичным периодом 2019 года) за первые 9 месяцев 2020 года снизились инвестиционная активность и выделение средств на ликвидацию последствий

чрезвычайных ситуаций; пассажиропоток через аэропорты края уменьшился на 8%. О крайне неблагоприятном влиянии пандемии коронавируса на РТС Краснодарского края свидетельствует тот факт, что эти кризисные явления имели место несмотря на существенное (более, чем на 50%) увеличение объема государственной финансовой поддержки.

Результаты выполненных расчетов DEA-эффективности рекреационно-туристской сферы Краснодарского края отражены в таблице 3 и на рисунке 1.

Получены четыре показателя эффективности – два по базовому алгоритму и два по алгоритму суперэффективности (с учетом и без учета инвестиционного фактора).

Таблица 1 - Показатели деятельности рекреационно-туристской сферы Краснодарского края (составлено автором)

Показатели		2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	Ист.
ВРП	млн. руб.	1450134	1557453	1670682	1758466	1814325	*1727237	7-8,23
ТП	млн.чел.	11,100	11,850	12,000	12,750	12,975	8,743	9-14
СПП	дн.	7,33	6,49	6,70	5,99	5,85	**5,36	15-17
ЧН	млн.чел.	5,453329	5,513804	5,570945	5,603420	5,648235	5,675462	18
РН	млн.чел.	2,546000	2,553000	2,599000	2,603000	2,623000	2,632900	19
ГП	млн. руб.	27185	24756	32966	30264	35975	56186	8,2-28
ГЧП	млн. руб.	293451,5	217547,5	251621,5	257658,5	219817,5	150303,3	29-30
ЧС	млн. руб.	827	895	752	833	1221	871	8,2 -28
АР	млн.чел.	6,503	7,467	8,143	9,230	10,049	9,204	31
РД	дн.	182	183	183	182	182	154	20
ВД	дн.	91	91	90	91	91	120	
КД	дн.	273	274	273	273	273	274	

Примечания:

\*По оценочным данным министерства экономики Краснодарского края [23].

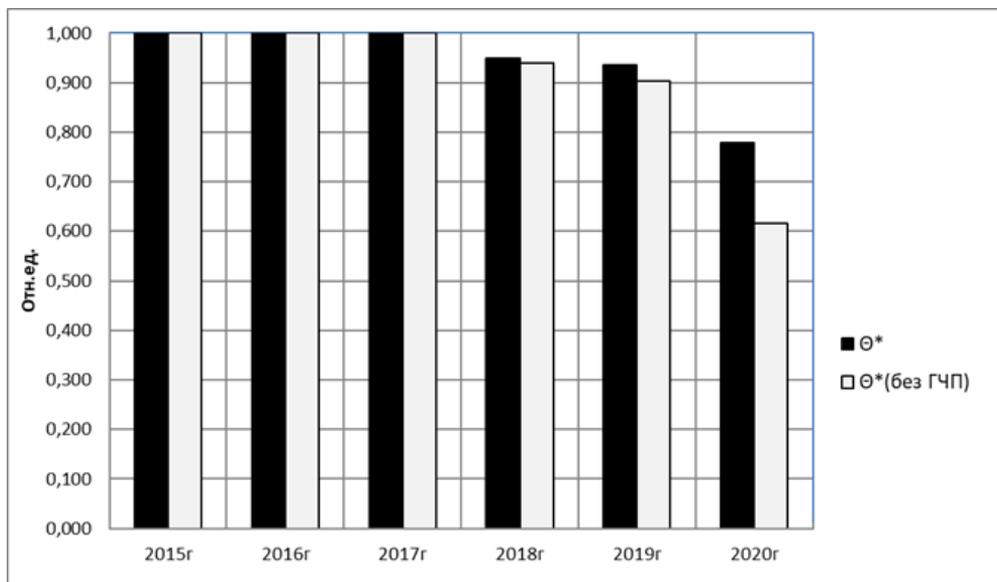
\*\*Приблизительная оценка на основе статистических данных по числу ночевков и численности размещенных лиц в 2020г. [16].

Рассчитанные относительные величины действующих факторов и результатов деятельности РТС для DEA-анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Действующие факторы и результаты деятельности сферы рекреации и туризма Краснодарского края, в относительных единицах (составлено автором)

Рассчитанные параметры	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.
ГП	0,899	0,819	1,091	1,001	1,190	1,859
ГЧП	1,183	0,877	1,015	1,039	0,886	0,606
ЧС	0,913	0,988	0,830	0,920	1,349	0,962
АР	0,786	0,902	0,984	1,115	1,214	1,112
РД	0,667	0,668	0,670	0,667	0,667	0,562
РТП/ВРП	0,259	0,250	0,257	0,243	0,234	0,134

Рисунок 1 - ДЕА-эффективность функционирования СРТ



(период оценки: первые 9 месяцев 2015-2020г.г.) (источник: составлено автором)

Таблица 3 - Показатели эффективности функционирования РТС Краснодарского края (в относительных единицах) (составлено автором)

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.
$\Theta^*$ (базовый алгоритм, учет всех входящих факторов)	1,000	1,000	1,000	0,950	0,936	0,778
$\Theta^*$ (без ГЧП) (базовый алгоритм, ГЧП-фактор исключен)	1,000	1,000	1,000	0,940	0,904	0,616
$\Theta_{sup}$ (алгоритм суперэффективности, учет всех входящих факторов)	1,189	1,197	1,116	0,950	0,936	0,778
$\Theta_{sup}$ (без ГЧП) (алгоритм суперэффективности, ГЧП-фактор исключен)	1,189	1,061	1,095	0,940	0,904	0,616

#### 4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненные расчеты подтверждают предварительный вывод о серьезном негативном влиянии пандемии COVID-19 на эффективность функционирования СРТ края, которая за первые 9 месяцев 2020 года снизилась почти на 20% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Это, безусловно, говорит об особенном развитии сферы рекреации и туризма в условиях новой реальности.

DEA-анализ с учетом и без учета фактора ГЧП позволил выявить особую роль инвестиционного фактора (ГЧП) для РТС Краснодарского края: без инвестиционной поддержки эффективность отрасли была бы на 20% ниже в 2020 году и на 10% ниже в 2016 году (в другие годы эта разница не столь существенна). То есть, инвестиции способны оказывать наибольшее

положительное влияние на СРТ именно в критические периоды: в 2020 году во время пандемии COVID-19 и в 2016 году (на фоне снижения объема государственной финансовой поддержки - табл.1).

Таким образом, в перспективе следует уделить особое внимание двум направлениям в политике развития сферы рекреации и туризма Краснодарского края:

- необходимо принимать эффективные меры по увеличению инвестиционной привлекательности отрасли, в условиях новой реальности,

- поскольку государственной финансовой поддержки в существующих объемах оказалось недостаточно для преодоления кризиса отрасли в первые 9 месяцев 2020 года, необходимо

пересмотреть эти объемы и довести их до необходимого уровня.

В отличие от традиционной схемы применения ДЕА-анализа (где проводится сравнение друг с другом разных хозяйственных систем) в настоящей статье сравнивались между собой разные состояния одной и той же системы,

анализируемой в различные временные периоды. Это позволяет рассматривать состояние СРТ региона в динамике и выделять главные факторы, оказывающие наибольшее воздействие на данную сферу, и особенно в 2020 году, в условиях новой реальности.

## 5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period up to 2035 [Electronic resource] //Website of the Government of Russia URL: <http://government.ru/docs/37906/> (18.11.2020).
2. Fedotov Yu. V. Measuring the effectiveness of the organization: features of the DEA method (analysis of data convolution) //Russian management journal. 2012. V. 10. № 2. P.51–62.
3. Charnes A., Cooper W. W., Rhodes E. 1978. Measuring the efficiency of decision making units. *European Journal of Operational Research* 2 (6): 429–444.
4. Porunov A.N. Assessment of the comparative effectiveness of state management of environmental safety in the region by the method of DEA-analysis (on the example of the Volga Federal District) //Scientific Journal of NIU ITMO. Economics and Environmental Management Series. 2016. № 1. P.104-111.
5. Lissitsa A. Babichev T. Analysis envelope data (DEA) - a modern method of determining the efficiency of production. Discussion Paper №50 (2003). с. 28. Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO). Deutschland. <http://www.iamo.de/fileadmin/documents/dp50.pdf>.
6. Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V. Key problems of improving the system of management of tourism development in the regions of Russia //Sochi Journal of Economy. 2019. V. 13. № 4. P.413-426.
7. Production of gross regional product [Electronic resource] //Official website of the Office of the Federal State Statistics Service for the Krasnodar Territory and the Republic of Adygea URL: [https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/Производство%20валового%20регионального%20продукта\(1\).htm](https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/Производство%20валового%20регионального%20продукта(1).htm) (18.11.2020).
8. Kuban: execution of the 2019 budget [Electronic resource] //Information portal “Open Budget of the Krasnodar Territory” URL: <https://openbudget23region.ru/byudzheta-dlya-grazhdan/byudzheta-dlya-grazhdan-2019/1159-kuban-ispolnenie-byudzheta-2019-goda> (18.11.2020).
9. Report on the results for 2015 and the main areas of activity of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory for 2016-2019 [Electronic resource] //Official Website of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/reports/doklady-o-rezultatakh-i-osnovnykh-napravleniyakh-deyatelnosti/4426510>. 16 (18.11.2020).
10. Report on the results for 2016 and the main areas of activity of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory for 2017-2020 [Electronic resource] //Official Website of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/reports/doklady-o-rezultatakh-i-osnovnykh-napravleniyakh-deyatelnosti/4426510>.

yakh-deyatelnosti/44262 (18.11.2020).

11. Report on the results for 2017 and the main areas of activity of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory for 2018-2021 [Electronic Resource] //Official Website of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/reports/doklady-o-rezultatakh-i-osnovnykh-napravleniyakh-deyatelnosti/44259> (18.11.2020).

12. Report on the results for 2018 and the main areas of activity of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory for 2019-2022 [Electronic Resource] //Official Website of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/reports/doklady-o-rezultatakh-i-osnovnykh-napravleniyakh-deyatelnosti/44256> (18.11.2020).

13. Report on the results for 2019 and the main areas of activity of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory for 2020-2023 [Electronic Resource] //Official Website of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/reports/doklady-o-rezultatakh-i-osnovnykh-napravleniyakh-deyatelnosti/56792> (18.11.2020).

14. In Krasnodar, the preliminary results of the summer resort season 2020 [Electronic resource] were discussed //The official website of the Ministry of Resorts, Tourism and Olympic Heritage of the Krasnodar Territory URL: <https://kurort.krasnodar.ru/news/common/s/common/e/105958> (18.11.2020).

15. Resort and tourist complex of the Krasnodar Territory 2015-2019. Statistical collection/ Krasnodar. Krasnodar. 2020. 120 p.

16. Main indicators of the activity of collective accommodation facilities in January-June 2020 [Electronic resource] //Official website of the Office of the Federal State Statistics Service for the Krasnodar Territory and the Republic of Adygea URL: [https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/NSDYOUkv/ksr\\_06.htm](https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/NSDYOUkv/ksr_06.htm) (18.11.2020).

17. Kozlov D.A. Application of residence duration control in the hotel business [Electronic resource] //International Journal of Applied and Basic Research. 2016. № 4-3. P. 605-610 URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=9023> (18.11.2020).

18. Population of the Russian Federation by municipalities [Electronic resource] //Official website of the Federal State Statistics Service URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13282> (18.11.2020).

19 Labor resources [Electronic resource] //Official website of the Office of the Federal State Statistics Service for the Krasnodar Territory and the Republic of Adygea

URL: [https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/ruz0y7z0/trud\\_res.htm](https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/ruz0y7z0/trud_res.htm) (18.11.2020).

20 Production calendar [Electronic resource] //Information and legal portal GARANT.RU URL: <http://www.garant.ru/calendar/> (18.11.2020).

21. Cracolici M.F., Cuffaro M., Nijkamp, P., 2009. Tourism sustainability and economic efficiency - a statistical analysis of Italian provinces, Serie Research Memoranda 0023, VU University Amsterdam, Faculty of Economics, Business Administration and Econometrics.

22. Cracolici M.F., Nijkamp, P., Cuffaro M., 2006. Efficiency and Productivity of Italian Tourist Destinations: A Quantitative Estimation based on Data Envelopment Analysis and the Malmquist Method, Tinbergen Institute Discussion Papers 06-096/3, Tinbergen Institute.

23. The main indicators of the socio-economic development of the Krasnodar Territory in January-September 2020 [Electronic resource] //Official Website of the Ministry of Economy of the Krasnodar Territory URL: [https://economy.krasnodar.ru/macroeconomics/analiz/krasnodar-region-in-figures/index.php?sphrase\\_id=42705](https://economy.krasnodar.ru/macroeconomics/analiz/krasnodar-region-in-figures/index.php?sphrase_id=42705) (18.11.2020).

24. Kuban: execution of the 2015 budget [Electronic resource] //Information portal “Open budget of the Krasnodar Territory” URL: <https://openbudget23region.ru/byudzhet-dlya-grazhdan/byudzhet-dlya-grazhdan-2015/791-broshyura-byudzhet-dlya-grazhdan-ispolnenie-2015> (18.11.2020).

25. Kuban: execution of the 2016 budget [Electronic resource] //Information portal “Open Budget of the Krasnodar Territory” URL: <https://openbudget23region.ru/byudzhet-dlya-grazhdan/byudzhet-dlya-grazhdan-2016/911-kuban-ispolnenie-byudzheta-2016-goda-byudzhet-dlya-grazhdan> (18.11.2020).

26. Kuban: execution of the 2017 budget [Electronic resource] //Information portal “Open Budget of the Krasnodar Territory” URL: <https://openbudget23region.ru/byudzhet-dlya-grazhdan/byudzhet-dlya-grazhdan-2017/992-kuban-ispolnenie-byudzheta-2017-goda-byudzhet-dlya-grazhdan> (18.11.2020).

27. Kuban: execution of the 2018 budget [Electronic resource] //Information portal “Open Budget of the Krasnodar Territory” URL: <https://openbudget23region.ru/byudzhet-dlya-grazhdan/byudzhet-dlya-grazhdan-2018/1069-kuban-ispolnenie-byudzheta-2018-goda> (18.11.2020).

28. Budget 2020 [Electronic resource] //Information portal “Open budget of the Krasnodar Territory” URL: <https://openbudget23region.ru/byudzhet-dlya-grazhdan/byudzhet-dlya-grazhdan-2020/1153-byudzhet-dlya-grazhdan-k-zakonu-krasnodarskogo-kraya-ot-27-iyulya-2020-g-4340-kz-o-vnesenii-izmenenij-v-zakon-krasnodarskogo-kraya-o-kraevom-byudzhete-na-2020-god-i-na-planovyj-period-2021-i-2022-godov> (18.11.2020).

---

## ОБЩИЕ ПРАВИЛА оформления статей, направляемых для опубликования в журналах Российского профессорского собрания.

Подаваемые статьи не должны быть опубликованы ранее, представлены на конференциях, проводившихся ранее, а также не должны находиться на рассмотрении в редакциях других журналов.

Выходные данные статьи дублируются на двух языках и содержат: название статьи, сведения об авторе (фамилию, имя, отчество, служебный адрес, актуальный адрес электронной почты для опубликования в журнале, контактный номер телефона), ключевые слова, аннотацию. Название материала и ключевые слова должны быть релевантными и отражать суть исследования. Аннотация – резюмировать материал в 60-140 словах или 8-10 предложениях.

1. Оформление текста статьи: поля со всех сторон - 2,5; ориентация – книжная А4; интервал – одинарный.

2. Заголовок статьи – шрифт 14 Times New Roman (не более 12 слов), полужирное начертание, размещение по центру.

3. Фамилия и имя автора/авторов, организация, страна - располагаются под заголовком - шрифт 11 Times New Roman.

4. Электронный адрес автора/авторов по центру - шрифт 11 Times New Roman.

5. Аннотация располагается через два интервала под данными автора/авторов, должна в краткой форме содержать описание следующих параметров, представленных в статье: цель, метод, результаты, заключение.

Шрифт 11 Times New Roman, интервал одинарный.

Аннотация не должна:

- содержать формулы;
- по содержанию повторять название статьи;
- быть насыщена общими словами, не излагающими сути исследования;
- содержать ссылки на используемую литературу.

6. Ключевые слова (до 5 слов) располагаются через один интервал под аннотацией. Шрифт 11 Times New Roman интервал одинарный. Основной текст статьи отделяется от ключевых слов одним интервалом.

7. Jel Classification code.

8. Основной текст статьи должен быть поделен на заголовки и подзаголовки, которые нумеруются. Шрифт 11 Times New Roman. Заголовки и подзаголовки выравниваются по левому краю.

Например:

1. ВВЕДЕНИЕ
2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ
3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ
5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ
6. БЛАГОДАРНОСТИ
7. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

9. Объем статьи должен быть не менее 3000 слов и не более 5000 слов.

10. Все таблицы и рисунки включаются в текст и должны иметь сквозную нумерацию. Под таблицами и рисунками необходимо указывать источник, из которого взяты

---

рисунок или таблица (Source: автор, книга, журнал и т.д.). Для рисунков используется GIF формат. Максимальное количество рисунков – 5 шт. Times New Roman 10, одинарный интервал.

Например, Fig. 2. Number of students 2005-2015

Table 1. English language proficiency of students

11. Список литературы оформляется в алфавитном порядке. Каждый источник, указанный в списке литературы, должен иметь ссылку в тексте.

Ссылки на авторов в тексте статьи даются в круглых скобках. Один автор – (Black,2015), два автора – (Black and Nordy, 2013), три и больше авторов – (Black et. al., 2014).

12. Оформление ссылок происходит в соответствии с правилами, установленными Американской психологической ассоциацией (APA).

Можно пользоваться автоматической системой оформления ссылок <http://www.bibme.org/> (формат APA)

13. Внимание! Количество ссылок должно содержать не менее 25 наименований. Ссылки на свои работы – 10%. Ссылки на источники на иностранном языке – не менее 50%. Во всех источниках должны быть проставлены: страницы, год выпуска, город и издательство.

Пример оформления списка литературы (изданы изначально на английском языке):

Публикация в журнале:

Van der Geer, J., Hanraads, J. A. J., & Lupton R. A. (2000). The art of writing a scientific article. *Journal of Scientific Communications*, 163, 51-59.

Книга:

Strunk, W., Jr., & White, E. B. (1979). *The elements of style*. (3rd ed.). New York: Macmillan.

Глава в книге:

Mettam, G. R., & Adams, L. B. (1994). How to prepare an electronic version of your article. In B. S. Jones, & R. Z. Smith (Eds.), *Introduction to the electronic age* (pp. 281-304). New York: E-Publishing Inc.

Ссылка на web-ресурс:

Smith, Joe, (1999), One of Volvo's core values. [Online] Available: <http://www.volvo.com/environment/index.htm> (July 7, 1999)

Пример оформления списка литературы (изданы изначально на русском языке):

Выходные данные источников должны транслитерироваться, название должно быть переведено на английский язык.

Vazhenova, N. G. (2011). Organ studencheskogo samoupravleniya: organizatsiya ili samoorganizatsiya? [Students self-management union: organization or selforganization?]. *Pedagogicheskoe obrazovanie i nauka*, (4), 67-72. Gura, A.V. (2002). *Slavyanskaya myphologia* [Slavic mythology]. (2 nd ed.). Moskva: Mezhdunarodniye otnosheniya.

14. Просим авторов, перед отправлением Статьи, проверить текст в системе Антиплагиат, подписать отчет и направить в редакцию. Минимальный процент оригинального текста должен быть не ниже 75%.

15. Статьи аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук дополнительно подписываются научным руководителем/консультантом.

16. Статьи, не соответствующие указанным в настоящем объявлении требованиям, к рассмотрению и рецензированию не принимаются.