

Кризис в отечественном туризме: проблемы и пути выхода

Игнатьева Т. А.¹

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

Цель. Произвести анализ состояния отечественной туристской отрасли в кризисный период.

Задачи. Выявить системные противоречия в развитии отечественного туризма; определить факторы влияния на сферу туризма; сформулировать проблемы развития туризма в кризисный период; предложить пути выхода отечественного туризма из кризиса.

Методология. В процессе работы над научной статьей автором использованы такие общенаучные методы познания, как сравнение, дедукция и индукция, анализ, обобщение и систематизация.

Результаты. Выявленные системные противоречия в развитии отечественного туризма и факторы, влияющие на развитие туризма в Российской Федерации (РФ), позволили сформулировать проблемы развития отечественного туризма, к которым можно отнести неразвитую инфраструктуру, отсутствие учета экологической нагрузки на объекты туристской аттракции, низкую инновационную активность в секторе туризма, низкую узнаваемость российских туристских брендов на зарубежных рынках и внутри России, неэффективную систему управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях, слабую подготовку кадров в сфере туризма, отсутствие социального туризма, недостаточную государственную поддержку в кризисных условиях. При этом решение каждой проблемы носит общегосударственный характер.

Выводы. Россия сегодня имеет великолепный потенциал для развития как внутреннего, так и въездного туризма. Однако реалии экономики и международных отношений, особенно в кризисный период, приводят к тому, что туристский потенциал российского государства является в значительной степени недоиспользованным, испытывает сильную конкуренцию со стороны внешнего туристского рынка. Предложенные решения указанных в статье проблем отечественного туризма будут всесторонне способствовать развитию туристской сферы и наращиванию конкурентного потенциала.

Ключевые слова: туризм, кризис в туризме, системные противоречия в туризме, проблемы развития туризма, внутренний туризм, государственная поддержка, социальный туризм, брендинг туристских дестинаций, глокализация, управление туризмом.

Для цитирования: Игнатьева Т. А. Кризис в отечественном туризме: проблемы и пути выхода // Экономика и управление. 2020. Т. 26. № 12. С. 1360–1366. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-12-1360-1366>

The Crisis in Russian Tourism: Problems and Solutions

Ignat'eva T. A.¹

¹ St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

Aim. The presented study aims to analyze the current state of the Russian tourism industry in times of crisis.

Tasks. The author identifies systemic contradictions in the development of Russian tourism; determines factors affecting the tourism sector; formulates the problems of tourism development during the crisis; proposes ways out of the crisis for Russian tourism.

Methods. Over the course of the study, the author uses general scientific methods of cognition, such as comparison, deduction and induction, analysis, generalization and systematization.

Results. The identified systemic contradictions in the development of Russian tourism and factors affecting the development of tourism in the Russian Federation allow the author to formulate the problems hindering the development of Russian tourism, such as underdeveloped infrastructure, lack of consideration for the environmental burden on tourist attractions, low innovative activity in the tourism sector, low recognition of Russian tourist brands in foreign markets and domestically, inefficient tourism management system at the national and municipal level, poor training of personnel in the field of tourism, lack of social tourism, insufficient government support under crisis conditions. That said, the solution to each problem is of nationwide significance.

Conclusions. Today, Russia has great potential for the development of both domestic and inbound tourism. However, the reality of the economy and international relations, especially during a crisis, leads to Russia's tourist potential being largely unfulfilled amid strong competition from the foreign tourism market. The proposed solutions to the problems of domestic tourism outlined in the study make it possible to facilitate the development of the tourism sector and enhance competitive potential.

Keywords: *tourism, crisis in tourism, systemic contradictions in tourism, problems of tourism development, domestic tourism, government support, social tourism, branding of tourist destinations, glocalization, tourism management.*

For citation: Ignat'eva T.A. The Crisis in Russian Tourism: Problems and Solutions. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2020;26(12):1360-1366 (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-12-1360-1366>

Индустрия туризма в настоящее время стала неотъемлемой частью экономики как в глобальном масштабе, так и в отдельных странах. В 2019 г. туризм обеспечил 10,3 % мирового ВВП и аналогичную долю занятости [1]. Доля туризма в ВВП отдельных стран в 2019 г., в частности в Исландии, составила 33,8 %, в Камбодже — 32,7 %, в Таиланде — 21,9 %, в Греции — 21,2 %, в Португалии — 19,8 %, в Италии — 13,3 % [2]. Этот эффект достигается за счет увеличения туристских потоков как во внутреннем, так и в международном туризме, увеличения числа туристских маршрутов и повышения качества обслуживания.

Рассмотрим динамику изменения доли туризма в ВВП России за последние 10 лет, представленную на рисунке 1.

Анализ данных графика показывает, что за последние 10 лет доля туризма в ВВП страны падает, Россия опустилась на 156–157 место в мировом рейтинге стран по доле туризма в ВВП [2], т. е., по нашему мнению, можно говорить о наличии кризиса в туристской индустрии. Этот кризис объясняется наличием системных противоречий в развитии туризма в России. К таким противоречиям, полагаем, следует отнести:

- противоречие между моральным и физическим износом инфраструктуры туризма и требованиями потребителей к качеству туристских услуг [3];
- противоречие между удовлетворением туристского спроса и рациональным использованием туристских ресурсов в контексте экологической нагрузки на природные и культурно-исторические объекты туристских дестинаций [3];
- противоречие между большим инвестиционным потенциалом туристского сектора экономики и слабым притоком инвестиций в этот сектор;
- противоречие между большим разнообразием различных туристских ресурсов в России и слабой информированностью о них как внутри страны, так и за рубежом;

- противоречие между нарастающим множеством, сложностью задач стратегического выбора и несовершенным механизмом разработки, реализации стратегических управленческих решений в туристском секторе экономики;
- противоречие между требованием повышения качества туристских услуг и неудовлетворительным качеством подготовки специалистов этого сектора экономики;
- противоречие между потребностью в туристских услугах для незащищенных слоев населения (детей, пенсионеров и др.) и отсутствием этих услуг на туристском рынке.

К указанным противоречиям добавилось противоречие, связанное с пандемией COVID-19: противоречие между реальными возможностями приема зарубежных туристов, а их посещения России составляют 5,06 млн в год [4], и невозможностью пересечения границ в связи с пандемией.

Кроме того, туристская деятельность подвержена влиянию различных групп факторов:

- экономических, к которым относятся глобальные и страновые экономические кризисы, санкции, волатильность валютных курсов, степень развития инфраструктуры, банкротство крупных туроператоров (международный — *Thomas Cook Group*, российские — Нева, Натали Турс, Южный Крест, Верса и др.);
- политических (нестабильность отношений между странами, военные конфликты, терроризм);
- природных (природные условия дестинаций, частота возникновения чрезвычайных ситуаций природного характера);
- правовых (миграционная политика, правоприменительная практика национальных и международных норм в секторе туризма).

Указанные выше системные противоречия и факторы, влияющие на развитие туризма, позволяют нам сформулировать общие проблемы развития отечественного туризма:

1. Неразвитая инфраструктура.
2. Отсутствие развитого учета экологической нагрузки на объекты туристской аттракции.

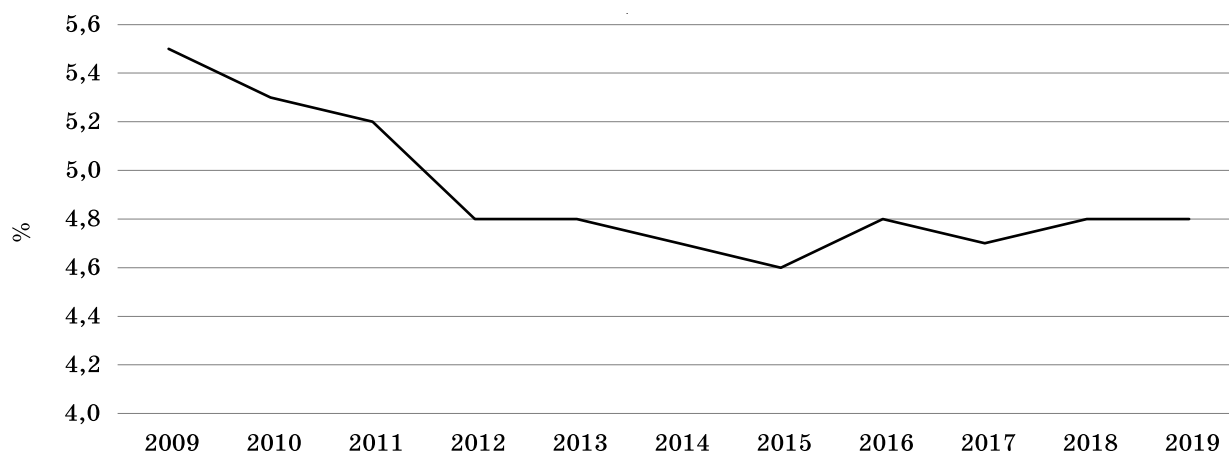


Рис. 1. Доля туризма в ВВП России в 2009–2019 гг., %

Источник: составлено автором по [2].

3. Низкая инновационная активность в секторе туризма.
4. Низкая узнаваемость российских туристских брендов не только на зарубежных рынках, но и внутри России.
5. Неэффективная система управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях.
6. Слабая подготовка кадров в сфере туризма.
7. Отсутствие социального туризма.

Указанные проблемы в 2020 г. впервые в новейшей истории туризма дополнены влиянием пандемии, которое спровоцировало усиление глобального экономического кризиса, в результате чего туризм отнесен к наиболее пострадавшим отраслям. Однако поддержка туристской отрасли государством оказалась недостаточной.

В результате объявления Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) в марте 2020 г. о начале пандемии практически все страны мира предприняли действия защитного характера на международном и внутристрановом уровне: закрыли границы, что привело к прекращению транспортного международного сообщения; внутри стран ввели ограничения на передвижения между регионами страны; прекратили работу культурно-зрелищных учреждений и проведение спортивных мероприятий, в некоторых случаях ввели карантинные меры и комендантский час. В этих условиях международный туризм практически прекратил существование, поскольку он прежде всего предусматривает свободное перемещение людей из страны в страну и выезд из страны постоянного проживания. Внутренний турпоток также существенно сократился.

В условиях закрытия границ международный туризм прекращается, многократно увеличивается роль и значение внутреннего туризма. В этой связи необходимо отметить, что Россия занимает 1/9 часть суши, на которой

находятся 10 природно-климатических зон — от Арктики до пустыни; на территории РФ расположено 23 объекта всемирного наследия ЮНЕСКО, — Россия находится на девятом месте по количеству объектов всемирного наследия ЮНЕСКО [5]. Иными словами, Россия, обладая богатыми природными и культурно-историческими ресурсами для реализации различных программ внутреннего туризма (культурно-исторического, событийного, религиозного, космического, спортивно-оздоровительного, делового, медицинского, туризма впечатлений, экстремального, пляжного и пр.), не реализует эти возможности в полной мере, что и объясняет ее 156–157 место в мировом рейтинге стран по доле туризма в ВВП.

На наш взгляд, в числе путей выхода российского туризма из сложившейся кризисной обстановки представлены следующие.

1. Повышение уровня социально-экономического развития страны.

Для эффективного решения существующих проблем в туризме, а также развития туристской сферы необходимо прекратить регулярное переподчинение сферы туризма различным ведомствам, поскольку это, как показал опыт, не приносит пользы. Решение данной проблемы, как нам представляется, увеличит долю туризма в ВВП страны.

Сегодня проявляется четко выраженное несоответствие в соотношении цена-качество на ряд видов туризма в России, высокие транспортные затраты, низкое качество сервиса. Туристам гораздо выгоднее купить путевку в Турцию или Египет, чем платить большие деньги за худший сервис в Крыму или Краснодарском крае. К сожалению, данная проблема зависит от социально-экономического развития страны, поскольку уровень развития транспортных сообщений, коммунального хозяйства, систем связи, объектов питания и индустрии развлечений полностью зависит

от уровня экономического развития регионов и страны в целом. Таким образом, можно утверждать, что инфраструктура туризма — это часть инфраструктуры народного хозяйства России и определяется его состоянием.

2. Глокализация и активный брендинг туристских дестинаций.

В настоящее время на фоне мировых глобальных процессов в сфере туризма отчетливо проявляется тенденция развития глокализации, когда происходит продвижение уникального, национально и регионально окрашенного туристского продукта на отечественные и мировые туристские рынки, что, в свою очередь, позволяет привнести в мозаику туристской деятельности специфический местный колорит, дух национальной культуры и традиций, самобытную атмосферу места. Именно глокализация повышает уровень значимости и наполненности внутреннего туристского рынка. Необходимо отметить, что основным инструментом развития глокализации служит грамотный брендинг туристских дестинаций. Перманентное развитие брендинга места является базисом устойчивого развития дестинаций, процесс брендинга должен быть непрерывным и постоянно поддерживаться с точки зрения трех ключевых составляющих: социальной, экономической и экологической.

Глокализация — это развитие и продвижение брендов, ранее не выявленных дестинаций. Например, на территории Санкт-Петербурга и его окрестностей много невыявленных или небрендированных объектов туристской аттракции. К таким объектам можно отнести, в частности, музей-квартиру Сергея Довлатова на улице Рубинштейна, музей-квартиру нобелевского лауреата поэта Иосифа Бродского на Литейном проспекте, места пребывания поэтов Серебряного века в Санкт-Петербурге и ряд других. Глокализацию стоит рассматривать как отдельное средство развития туризма, как средство поддержки туризма в кризисный период, поскольку глокализация и брендинг туристских дестинаций выступают в качестве эффективных механизмов развития внутреннего туризма в РФ, что особенно актуально во время пандемии.

Развитие въездного и внутреннего туризма невозможно без активного продвижения отечественного туристского продукта на международном рынке, без формирования имиджа России за рубежом как дестинации, благоприятной для туризма. В качестве решения проблемы недостаточной узнаваемости российский туристских брендов необходимо провести разработку локальных туристских маршрутов, посвященных одному локальному объекту туристской аттракции: памятнику, улице, набережной реки, историческому зданию, писателю.

3. Решение проблем в системе управления туризмом.

В начале июня 2020 г. Президент РФ подписал указ о переводе Федерального агентства по туризму в прямое подчинение правительству «в целях совершенствования государственного управления, повышения эффективности развития и оптимизации структуры». До этого Ростуризм не был самостоятельным и входил в структуру Минэкономразвития РФ, но недолго. В сентябре 2018 г. агентство передали Минэкономразвития РФ из Минкультуры РФ, тоже с надеждой на будущие улучшения. Еще раньше, до 2012 г., Агентство по туризму входило в состав Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ, которое расформировали в 2012 г. [6].

4. Подготовка высококвалифицированных кадров в сфере туризма.

Можно предложить следующие мероприятия по подготовке кадров и повышению квалификации специалистов в туристской сфере:

1) Обучение в течение всей жизни посредством регулярного прохождения работниками туристской отрасли курсов повышения квалификации (профессиональной переподготовки) в дистанционном формате. Одна из целей устойчивого развития ООН сформулирована как «...создать благоприятные возможности для непрерывного обучения в течение всей жизни для всех» [7]. Важно понимать, что в течение всей жизни образование возможно только в форме дистанта, поскольку при очном формате обучения в течение всей жизни не остается времени для имплементации и внедрения полученных знаний в идеи, продукты, товары или услуги, т. е. при регулярном и постоянном обучении в очном формате возникает системное противоречие.

Тем самым становится актуальным освоение новых технологий и новых знаний в дистанционном формате в виде курсов повышения квалификации, если обучающийся собирается развиваться в русле уже имеющейся у него профессии туристской направленности, а если обучающийся решил изменить специальность, то не следует снова поступать в университет и получать очередное высшее образование. Достаточно пройти профессиональную переподготовку, поскольку программы дополнительного профессионального образования легче подвергаются апгрейду, чем программы классического высшего образования, реализованные в формате устаревших Федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС), которые изменяются раз в 5–10 лет.

2) Организация более активной конгрессной деятельности в сфере туризма.

3) Формирование базы современной отечественной и иностранной учебно-методической литературы туристской направленности.

4) Усиление академической мобильности студентов и преподавателей туристских вузов и колледжей.

5) Модернизация образовательных программ в сфере туризма за счет усиления компонента, посвященного информационным технологиям в туризме.

5. Развитие социального туризма.

Согласно Монреальской декларации, принятой Генеральной Ассамблеей Международного бюро социального туризма в 1996 г. (ст. 13), к движению социального туризма может принадлежать любая туристская организация (ассоциация, кооператив, общество взаимопомощи, фонд, федерация, бесприбыльная организация, компания), которая в своем уставе или регламенте четко ставит задачи социального характера и цель — обеспечение доступности путешествий и туризма для максимального количества людей, не ограничивая туризм единственной целью максимального получения прибыли [8]. Развитие социального туризма окажет положительное влияние на инфраструктурную составляющую территории, будет способствовать созданию рабочих мест и снижению сезонности туристского бизнеса [9]. Хорошим примером развития социального туризма служит туризм в СССР через профсоюзные движения.

Социальный туризм обеспечивает мультиэффект в любых экономических условиях. За небольшие для государства вложения осуществляется, с одной стороны, поддержка детей, пенсионеров, людей с ограниченными возможностями здоровья, иных социально незащищенных слоев общества, с другой — поддержка малого и среднего бизнеса в сфере гостеприимства в условиях пандемии, сохраняются рабочие места во всех смежных отраслях (гостиничном, ресторанном, ином бизнесе).

6. Осуществление государственной поддержки.

Недостаточное внимание государства к туристской отрасли проявляется в том, что доля туризма в ВВП составляет всего 4,8 % [2], а в европейских странах, обладающих меньшими туристскими ресурсами, этот показатель варьируется от 8 до 15–20 %. На государственном уровне выделяется финансирование и принимаются определенные меры для реализации Стратегии развития туризма в России, Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)», региональных целевых программ развития туризма в субъектах РФ, направленные на «обеспечение высокого качества отечественных туристских услуг», в том числе следующие [10]:

- 1) развитие внутреннего и въездного туризма;
- 2) унификация качества туристских услуг в стране, приведение их в соответствие с международными стандартами;
- 3) создание и развитие комфортной информационной туристской среды;
- 4) усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов России.

Однако, учитывая, что данные положения принимались шесть лет назад, срок окончания Стратегии развития туризма в 2020 г. уже наступил, а сама Стратегия пролонгирована до 2035 г., можно говорить о том, что далеко не все задачи выполнены. Более того, ввиду пандемии COVID-19 необходимы четкие, конкретные, реальные и ощутимые меры поддержки туристской сферы.

Отрасль туризма в России включена в перечень наиболее пострадавших отраслей, что означало предоставление приоритетной поддержки. Определены меры поддержки для предприятий туристской отрасли, такие как беспроцентные кредиты на выплату зарплат, отсрочка по арендным платежам, рассрочка по выплате налогов [11]. Кроме того, депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга поддержали поправку в законопроект о расширении перечня мер поддержки бизнеса в рамках «третьего пакета», предполагающего освобождение или скидки по транспортному, земельному налогам и налогу на имущество для туристического-гостиничного бизнеса [12].

Несмотря на большое количество заявленных мер поддержки, такая поддержка сведена не к возмещению убытков и оказанию конкретной финансовой помощи, а к отсрочке обязательных платежей, что ввиду полной приостановки деятельности ведет к закрытию предприятия туристской отрасли. Итак, можно утверждать, что сфера туризма нуждается в дополнительных и ощутимых мерах поддержки. Такими мерами с августа 2020 г. в России стала программа кешбэка за поездки, в рамках которой туристы смогут вернуть часть потраченных на поездки по стране денег [13]. Идею кешбэка можно назвать удачной, но механизм реализации имел существенные недостатки из-за большого количества условий, которые необходимо было выполнить для получения кешбэка. Первый этап программы показал интерес путешественников к поездкам по России, но вызвал неоднозначную реакцию у бизнеса [14].

Во-первых, срок бронируемой туристом поездки должен был составлять минимум четыре ночи. Получается, что отели или направления, которые живут за счет туристов, приезжающих на выходные, не имеют отношения к участию в программе. Во-вторых, многие отельеры и туроператоры не были готовы оперативно при-

соединиться к программе. У отельеров не было сайтов, которые бы позволяли производить онлайн-оплату, часть туроператоров не смогли сформировать ликвидный туристский продукт и выставили на продажу то количество номеров, которое турист мог легко забронировать непосредственно у отельеров.

В-третьих, далеко не все туристы были готовы купить путевки за короткое время и отправиться в отпуск в межсезонье. В итоге преимущество получили те регионы, которые активно принимают туристов осенью. Среди них — Крым, Краснодарский и Ставропольский край. Но даже в этих регионах далеко не все санатории смогли участвовать в программе, потому что с октября по декабрь они не принимают туристов. В-четвертых, к программе не присоединились «агрегаторы» (т. е. веб-сайты, которые ищут предложения на нескольких веб-сайтах и показывают результаты в одном месте), аккумулирующие около 30 % продаж объектов размещения (гостиниц), служат мощным инструментом продвижения и информирования туристов.

В октябре 2020 г., после получения результатов первого этапа реализации программы по возврату кешбэка, правительство скорректировало условия программы, сделав ее более доступной. Однако это нельзя назвать достаточной поддержкой такой пострадавшей от COVID-19 отрасли. В качестве авторского предложения по устранению проблем в рамках

программы кешбэка можно принять во внимание смягчение условий получения кешбэка, пролонгацию данной программы как минимум до конца 2021 г.

Тем не менее одной реальной, ощутимой программы поддержки от государства в кризисный период недостаточно. Для дальнейшей поддержки туризма в России необходимо активно разрабатывать и внедрять новые государственные программы, которые будут эффективно работать на практике.

Таким образом, глобальные события конца 2019 г. и в целом 2020 г., связанные с распространением пандемии COVID-19, которая не сможет пройти бесследно, ясно показали, что человеческому обществу необходимо готовиться к жизни в условиях новой реальности. Последняя состоит в том, что подобные катаклизмы могут случаться с известной долей вероятности и в будущем. Россия сегодня имеет великолепный потенциал для развития как внутреннего, так и въездного туризма. Однако реалии экономики и международных отношений, особенно в период пандемии, приводят к тому, что туристский потенциал России является в значительной степени недоиспользованным, испытывает сильную конкуренцию со стороны внешнего туристского рынка. Предложенные решения указанных в статье проблем отечественного туризма будут всесторонне способствовать развитию туристской сферы и наращиванию конкурентного потенциала.

Литература

1. Экономическое влияние сектора туризма и путешествий в 2019 году и последствия кризиса 2020 года [Электронный ресурс] // Tohology. 2020. 29 апреля. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/economic-impact-of-travel-tourism/> (дата обращения: 15.11.2020).
2. Мировой атлас данных. Общий вклад туризма в ВВП [Электронный ресурс] // Кноема. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 13.11.2020).
3. Руденко М. Н., Шабанова Н. В. Системные противоречия и проблемы развития отечественного туризма в современных социально-экономических условиях // Вестник ОрелГИЭТ. 2018. № 4 (46). С. 121–124.
4. Турпоток из-за рубежа в Россию в 2019 году вырос на 20,5 % [Электронный ресурс] // Интерфакс-Туризм. 2020. 14 февраля. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/66613/> (дата обращения: 15.11.2020).
5. Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. URL: <https://whc.unesco.org/ru/list> (дата обращения: 15.11.2020).
6. Ростуризм сменил подчинение: что это означает для отрасли и туристов [Электронный ресурс] // Perito Burrito. 2020. 29 июля. URL: <https://perito-burrito.com/posts/rosturizm-2020> (дата обращения: 27.11.2020).
7. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 27.11.2020).
8. Фролова Е. А. Понятие социального туризма // Вестник Университета. 2013. № 23. С. 150–154.
9. Трубилин А. Г. Социальный туризм как сегмент развития внутреннего туризма территории // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2017. № 4 (210). С. 99–108.
10. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г. [Электронный ресурс]: утв. распоряжением Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р // Федеральное агентство по туризму. URL: https://tourism.gov.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/ (дата обращения: 05.11.2020).
11. Актуальные и принятые меры поддержки для предприятий туристской отрасли малого и среднего бизнеса, ИП [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/covid-19/mery-podderzhki/aktualnye-i-prinyatye-mery-podderzhki-dlya-predpriyatiy-turistskoy-otrasli-malogo-i-srednego-biznesa/> (дата обращения: 05.11.2020).

12. ЗакС поддержал расширение перечня мер поддержки турбизнеса в Петербурге [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2020. 16 декабря. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4616506> (дата обращения: 16.12.2020).
13. Калюков Е., Чернышова Е. В России стартовала программа кешбэка за поездки. Что важно знать [Электронный ресурс] // Rbc.ru. 2020. 21 августа. URL: <https://www.rbc.ru/society/21/08/2020/5f3e9b179a794780d428469a> (дата обращения: 25.11.2020).
14. Филипенкова О. Иногда они возвращаются: как отработала программа туристического кешбэка в России [Электронный ресурс] // Forbes. 2020. 13 ноября. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/413463-inogda-oni-vozvrashchayutsya-kak-otrabotala-programma-turisticheskogo-keshbeka-v> (дата обращения: 13.11.2020).

References

1. Economic impact of the tourism and travel sector in 2019 and the impact of the 2020 crisis. Tohology. Apr. 29, 2020. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/economic-impact-of-travel-tourism/> (accessed on 15.11.2020). (In Russ.).
2. World data atlas. Total contribution of tourism to GDP. Knoema. URL: <https://knoema.ru/atlas> (accessed on 13.11.2020). (In Russ.).
3. Rudenko M.N., Shabanova N.V. Systemic contradictions and problems of development of domestic tourism in modern socio-economic conditions. *Vestnik OrelGIET = OrelSIET Bulletin*. 2018;(4):121-124. (In Russ.).
4. Tourist flow from abroad to Russia in 2019 grew by 20.5%. Interfax-Tourism. Feb. 14. 2020. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/66613/> (accessed on 15.11.2020). (In Russ.).
5. List of UNESCO world heritage sites. URL: <https://whc.unesco.org/ru/list> (accessed on 15.11.2020). (In Russ.).
6. Rostourism changed subordination: What this means for the industry and tourists. Perito Burrito. July 29, 2020. URL: <https://perito-burrito.com/posts/rosturizm-2020> (accessed on 27.11.2020). (In Russ.).
7. Sustainable development goals. UN. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (accessed on 27.11.2020). (In Russ.).
8. Frolova E.A. Social tourism concept. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya)*. 2013;(23):150-154. (In Russ.).
9. Trubilin A.G. Social tourism as a segment of the development of domestic tourism in the territory. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 5: Ekonomika = Bulletin of the Adyge State University. Series: Economics*. 2017;(4):99-108. (In Russ.).
10. The strategy of tourism development in the Russian Federation for the period up to 2020. Approved by the order of the Government of the Russian Federation of May 31, 2014 No. 941-r. Federal Agency for Tourism. URL: https://tourism.gov.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/ (accessed on 05.11.2020). (In Russ.).
11. Current and adopted support measures for small and medium-sized enterprises in the tourism industry, individual entrepreneurs. Federal Agency for Tourism. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/covid-19/mery-podderzhki/aktualnye-i-prinyatyie-mery-podderzhki-dlya-predpriyatiy-turistskoy-otrasli-malogo-i-srednego-biznesa/> (accessed on 05.11.2020). (In Russ.).
12. The Legislative Assembly supported the expansion of the list of measures to support the tourist business in St. Petersburg. Kommersant. Dec. 16, 2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4616506> (accessed on 16.12.2020). (In Russ.).
13. Kalyukov E., Chernyshova E. A cashback program for trips has started in Russia. What is important to know. RBC.ru. Aug. 21, 2020. URL: <https://www.rbc.ru/society/21/08/2020/5f3e9b179a794780d428469a> (accessed on 25.11.2020). (In Russ.).
14. Filipenkova O. Sometimes they come back: How the tourist cashback program worked in Russia. Forbes. Nov. 13, 2020. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/413463-inogda-oni-vozvrashchayutsya-kak-otrabotala-programma-turisticheskogo-keshbeka-v> (accessed on 13.11.2020). (In Russ.).

Сведения об авторе

Игнатьева Татьяна Александровна

аспирант кафедры экономики и управления в сфере услуг

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, Россия

(✉) e-mail: nyr72@yandex.ru

Поступила в редакцию 17.12.2020

Подписана в печать 28.12.2020

Information about Author

Tat'yana A. Ignat'eva

Postgraduate Student of the Department of Economics and Management in the Service Sector

St. Petersburg State University of Economics

30/32, Griboedova River Emb., St. Petersburg, 191023, Russia

(✉) e-mail: nyr72@yandex.ru

Received 17.12.2020

Accepted 28.12.2020