

# Туристическая отрасль России в условиях нестабильной геополитической ситуации

Казаков К. П.<sup>1</sup>, Крюкова А. А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Казаков Константин Петрович / Kazakov Konstantin Petrovich - магистрант,

<sup>2</sup>Крюкова Анастасия Александровна / Kryukova Anastasia Aleksandrovna - кандидат экономических наук, доцент, кафедра электронной коммерции, факультет информационных систем и технологий, Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Самара

**Аннотация:** в статье производится анализ туристической отрасли России и перспектив ее развития в условиях нестабильной геополитической ситуации.

**Abstract:** the article analyzes the tourist industry in Russia and prospects of its development in an unstable geopolitical situation.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая отрасль, внутренний туризм.

**Keywords:** tourism, tourism industry, domestic tourism.

Туризм – одна из самых важных и перспективных отраслей экономики многих государств мира. Одной из главных положительных сторон этой сферы является отсутствие предпосылок к истощению каких-либо ресурсов. К тому же, туризм является достаточно стабильным в условиях изменяющейся обстановки на мировых рынках. Значение туризма с каждым годом увеличивается в разы, что связано с возрастающим влиянием этой отрасли на экономику страны.

Потенциал Российской Федерации в туристической сфере огромен: страна обладает богатейшим культурно-историческим и природным наследием. К сожалению, потенциал развития туризма в России резко затормаживается слабо развитой инфраструктурой и нехваткой в регионах нужного уровня сервиса. Все это, несомненно, сказывается на турпотоке иностранцев в страну.

Нестабильная геополитическая ситуация также накладывает серьезный отпечаток на въездной и выездной туризм в стране, но, при этом, можно констатировать факт двойственности данной ситуации, так как наряду с отрицательным влиянием и уменьшением потока иностранных туристов в Российскую Федерацию, есть более положительная динамика, просматриваемая в увеличении объема внутреннего туризма. Сегодня многие граждане России предпочитают зарубежным местам отдыха отечественный сервис. Все это, конечно, вынужденная мера, связанная с нестабильностью на валютных рынках и геополитической ситуацией в мире, но при этом данная тенденция дает сильнейший импульс для развития внутреннего туризма в регионах.

По данным исследований аудитории сети Интернет, количество запросов на получение туристических услуг по регионам Российской Федерации увеличилось почти на 40 %, что свидетельствует о достаточно заметном росте спроса на данный вид услуг. За год рынок туристических услуг в стране увеличился почти на 15 %. Стремительно возросший спрос повлек за собой и активное развитие инфраструктуры: строительство небольших гостиниц в регионах, развитие международных гостиничных цепей по всей стране, увеличивающийся объем инвестиционных предложений – все это подтверждает рост туристической привлекательности России.

Туристические ресурсы Российской Федерации неисчерпаемы, стоит лишь посмотреть на карту страны и сомнений в этом не остается. Каждый может найти себе место, климат и обстановку по душе, но многочисленные исследования показывают, что почти 60 % граждан, отправляющихся в зарубежные путешествия, не подозревают о том, что могут получить у себя дома еще больше. Это и является одной из самых острых проблем для развития туристической отрасли страны на современном этапе.

Именно низкая развитость туристической инфраструктуры в регионах и ориентированность туроператоров на выездной туризм являются одними из наиболее губительных для российской туристической отрасли факторов. Создание заманчивого туристического продукта на внутреннем рынке, насыщенного разными видами основных и дополнительных услуг, выступает одной из стратегических задач развития туристического рынка страны.

Если обобщить все изложенное выше в виде таблицы отраслевого SWOT-анализа, то можно увидеть следующую картину. (Таблица 1.1.).

Таблица 1. Отраслевой SWOT-анализ

| Сильные стороны                                | Слабые стороны                                                         |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| — широкая география;<br>— разные виды туризма; | — низкая развитость популярных вариантов туризма (курортный, пляжный); |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>— наличие трафиков для въезда;</li> <li>— наличие отелей и других мест проживания;</li> <li>— большое количество достопримечательностей;</li> <li>— активно развивающаяся инфраструктура в крупных городах для бизнес-туризма.</li> </ul>                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>— сервис в гостиницах низкого уровня;</li> <li>— слабое развитие дорожных сетей для автотуризма;</li> <li>— загруженность курортных отелей в пиковый сезон; <ul style="list-style-type: none"> <li>— низкая информатизация о стране;</li> <li>— трудоемкость в получении виз;</li> <li>— негативное отношение к стране;</li> </ul> </li> <li>— региональные туристические компании ориентированы на выездной туризм.</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— рост инвестиционной привлекательности отрасли;</li> <li>— развитие внутреннего туризма ведет к расширению туристической базы и разнообразию оказываемых услуг;</li> <li>— чемпионат мира и другие крупные события повысят интерес к стране;</li> <li>— направления развития туризма в сторону выгодных отраслей.</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>Угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— экономические санкции снизят турпоток в страну;</li> <li>— политические риски, связанные с внешней политикой России; <ul style="list-style-type: none"> <li>— рост конкуренции со стороны стран резервов;</li> </ul> </li> <li>— экономические проблемы снижают покупательскую способность потребителей;</li> <li>— нестабильность на валютном рынке.</li> </ul>             |

Из SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что сегодня в туристической отрасли страны негативные тенденции преобладают над перспективами, но при этом потенциальные конкурентные преимущества, при их использовании и развитии, дадут возможность переломить внутренние и внешние негативные факторы.

Оценка конкурентных преимуществ Российской Федерации как туристской державы должна стать неотъемлемой частью при разработке стратегии развития туризма. Богатейшее природное и культурно-историческое наследие государства в сочетании с фактором дальности и неизведанности является одним из самых перспективных конкурентных преимуществ, а появление новых туристских продуктов в дальних регионах Урала, Севера и Сибири значительно усиливает преимущества России перед странами-конкурентами. Мировые тенденции формирования туризма доказывают, что по мере того, как мир становится более изученным, появление новых туристских центров уменьшается, усиливается спрос на путешествия в самые отдаленные, менее изученные и малодоступные регионы.

Но для создания конкурентоспособного рынка в туристической отрасли усилий по наращиванию инфраструктуры недостаточно. Важна эффективная комплексная стратегия по продвижению российского продукта туристической отрасли, сконцентрированная на важнейших и системообразующих направлениях туристского рынка и имеющая агрессивный характер.

Задача России на сегодняшний день состоит в создании и укреплении имиджа отечественного туристического продукта, как наиболее интересного, разнообразного, комплексно упакованного и конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках. Бизнес не имеет возможности проводить для всей страны некоммерческую рекламную кампанию, так как продает и продвигает именно свой продукт, а формирование имиджа Российской Федерации как страны, благоприятной для туризма, представляется исключительно задачей государства, что подтверждается и мировой практикой.

### ***Литература***

1. *Биржаков М. Б.* Введение в туризм. СПб: Невский фонд, изд. дом «Герда», 2000, 192 с.
2. *Дурович А. П.* Организация туризма. Мн.: Новое знание, 2003, 632 с.
3. *Ефремова М. Е.* Основы технологии туристского бизнеса. М.: Изд-во Ось 85, 2004, 192 с.
4. *Остроумов О. В.* Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность. М.: Финансы и статистика, 2007, 128 с.