

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Рекреация и туризм

О СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ В МЕЖДУНАРОДНОМ И РОССИЙСКОМ ТУРИЗМЕ*

Владимир Юрьевич ВОСКРЕСЕНСКИЙ

кандидат экономических наук, доцент,
Колледж интегрированных технологий,
Одинцово, Московская область, Российская Федерация
vvoskresenskiy@mail.ru
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 8860-8089

История статьи:

Рег. № 36/2021
Получена 28.01.2021
Получена в
доработанном виде
06.02.2021
Одобрена 14.02.2021
Доступна онлайн
15.03.2021

УДК 339.9

JEL: F00, L83, O57,
P48, Q12, Q26

Ключевые слова:

путешествия,
международный
туризм, въездной
туризм, аграрный
туризм, COVID-19

Аннотация

Предмет. Международный туризм. Проблемы российского въездного туризма.

Цели. Выявление современных тенденций, обобщение передового зарубежного опыта в международном туризме. Поиск путей решения проблем развития въездного туризма в России.

Методология. Использованы методы сравнительного анализа, обобщения и синтеза, систематизации, группировки данных, а также индексный метод.

Результаты. Выявлено влияние пандемии коронавируса на международный туризм, отдельные его сектора (аграрный туризм), а также страны. Обобщен опыт развития международного туризма в передовых странах. Выделены проблемы въездного туризма в России, обозначены пути их решения.

Выводы. Пандемия коронавируса оказала отрицательное воздействие на индустрию международного туризма, но не может существенно снизить интерес к путешествиям. Для решения проблем въездного туризма в России необходимо развитие новых видов туризма, совершенствование законодательства в этой сфере на федеральном уровне.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2021

Для цитирования: Воскресенский В.Ю. О современных тенденциях в международном и российском туризме // Региональная экономика: теория и практика. – 2021. – Т. 19, № 3. – С. 579 – 596.
<https://doi.org/10.24891/re.19.3.579>

Путешествие – насущная потребность, связанная с особенностями личности, психологии, мотивами, формами поведения человека. К их числу можно отнести инстинкт самосохранения (И.П. Павлов, И.И. Мечников), желание в наибольшей степени удовлетворить растущие потребности при

* Автор выражает благодарность и глубокую признательность доктору психологических наук, профессору ЧАЙНОВОЙ Людмиле Дмитриевне за помощь в поиске и подготовке материалов, которые легли в основу данной статьи.

ограниченных ресурсах (А. Смит), максимизацию удовольствий и минимизацию огорчений (Дж. Бентам), стремление к счастью (У. Джевонс, Ф. Эджоурт, М. Селигман), стремление к саморазвитию, самоутверждению, лидерству (К. Левин), любопытство (К.К. Платонов), азарт, агрессивность (А. Басс), амбициозность (Т. Джадж), стремление исследовать неизведанное и окружающий мир (Г. Гегель), эволюцию планов поведения человека от натурального природного до культурного, общественно-исторического (Л.С. Выготский), стремление к власти (А. Адлер), следование последним веяниям моды, стремление к роскоши (эффект Веблена), потребность в смене обстановки, религиозный культ и др.

На особенности путешествия влияют «дух времени», или «атмосфера эпохи»; технологический прогресс (промышленная революция, развитие средств транспорта); социально-экономический прогресс; общая тенденция к демократизации и открытости стран; развитие торговли; международное сотрудничество в области культуры, науки, спорта; урбанизация, колонизация территорий; освоение новых месторождений полезных ископаемых; поиск выгодных мест приложения труда и проживания; появление Интернета и «цифровых» технологий [1–4]. Так, развитие фондового рынка, рынка криптовалют, Интернет-технологий привело к появлению личности «цифрового кочевника», то есть субъекта, осознанно выбирающего кочевой образ жизни, характеризующегося чрезвычайно высоким уровнем географической мобильности, владеющего сетевым капиталом [5]. Рост численности населения планеты, ограниченность пригодных для жизни территорий (разрастание пустынь, увеличение площади бедлендов) вынуждают человечество задуматься о новых разновидностях путешествий, связанных с освоением ближайших планет.

Международный туризм – одна из разновидностей путешествия, которая чаще через коммерциализацию удовлетворяет любопытство, любознательность человека, способствует реализации его растущих потребностей. В настоящее время массовый международный туризм является зеркалом постиндустриального общества. Многие виды путешествий, популярные в прошлом, стали аналогами современных видов туризма. Туристическая индустрия является прибыльным бизнесом, многие страны развивают международный туризм.

Глобальные социально-экономические потрясения наносят ущерб и туристической индустрии. Так, по данным Всемирной туристской организации, влияние пандемии COVID-19 на индустрию в 2020 г. по миру

в целом выразилось в уменьшении числа туристов от 850 млн до 1,2 млрд чел.; снижение доходов составило от 910 млрд до 1,2 трлн долл. США; количество потерянных рабочих мест варьируется от 100 млн до 120 млн [1]. В условиях пандемии COVID-19 по всем регионам и миру в целом в соответствии со статистикой Всемирной туристской организации наблюдалось значительное падение спроса на туристические услуги (табл. 1).

Европа остается крупнейшим принимающим туристическим регионом. В Европе наибольшее падение спроса на туристические услуги из-за пандемии коронавируса наблюдалось в Черногории (84%), Боснии и Герцеговине (84%). Наименьшее падение спроса на туристические услуги зафиксировано в Польше (15%). Однако в Ирландии по итогам 2020 г. наблюдался прирост в 2%.

Пандемия коронавируса по времени совпала с выходом Великобритании из состава Европейского союза (Brexit). После референдума по Brexit количество граждан, решивших переехать из Великобритании в страны ЕС, увеличилось. Ирландия – ближайшая к Великобритании страна ЕС, имеющая с ней сухопутную границу, сопоставимая по уровню жизни, крупный реципиент туристов из Соединенного Королевства. Кроме того, после Brexit для британцев правила посещения Ирландии останутся прежними, а для поездки в страны ЕС может потребоваться специальная процедура. Эти обстоятельства, очевидно, способствуют увеличению миграционных и туристических потоков из Великобритании в Ирландию.

В Азии наибольшее падение спроса на туристические услуги по итогам 2020 г. зафиксировано в Сянгане (94%), Макао (89%), Японии (85%), на Тайване (86%). Макао называют «азиатским Лас Вегасом», это единственный центр игорного бизнеса в Китае. Здесь из-за коронавируса были закрыты все казино¹.

В Америке больше всего пострадала Канада (85%), в меньшей степени – страны Карибского бассейна. В Канаду большинство туристов приезжали из США – страны, которая в наибольшей степени пострадала от коронавируса. Зафиксировано падение спроса на 8% на Британских Виргинских островах, а на Каймановых островах отмечен его рост на ту же величину. Британские Виргинские и Каймановы острова – крупные оффшорные центры, которых пандемия коронавируса коснулась в меньшей степени. В Африке спрос на

¹ UNWTO. International Tourism and COVID-19.

URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

туристические услуги больше всего упал в Тунисе (77%), а меньше всего – в Кабо Верде (28%).

В ряде стран правительствами были предприняты меры поддержки предприятий во время эпидемии коронавируса, которые коснулись и туристических компаний. К их числу следует отнести введение льгот по уплате налогов, кредитные каникулы. В Чехии стали выдавать льготные ваучеры на путешествия внутри страны (subsidized recreation vouchers for domestic trips).

В результате эпидемии коронавируса к концу 2020 г. международный туризм был отброшен к уровню 1990-х гг. Но этот краткосрочный спад не в состоянии переломить долгосрочную тенденцию роста числа международных туристических прибытий, обусловленную рядом объективных факторов, главный из которых – это психология современного человека, его желание и возможности открыть для себя мир. Очевидно, правительствами стран, международными организациями будут предприниматься усилия по восстановлению международных туристических потоков (restarting tourism).

В преддверии встречи министров туризма стран Группы двадцати, которая состоится 7 октября 2021 г. под председательством Саудовской Аравии, лидеры Организации экономического сотрудничества и развития и Всемирной туристской организации призывают к решительным действиям по выходу туристической индустрии из кризиса по трем направлениям:

- для перезагрузки туризма крайне важно усиленное многостороннее сотрудничество и полноценная поддержка;
- правительства должны комплексно подходить к восстановлению туризма;
- необходимо направить туризм в сторону ответственного и инклюзивного развития².

Однако нет однозначно отрицательной оценки влияния пандемии коронавируса на индустрию международного туризма. Исследование, проведенное Европейской федерацией агротуризма (Eurogites) относительно долгосрочного влияния пандемии коронавируса на сектор агротуризма, дало неожиданные результаты. Мнения респондентов, опрошенных по этому вопросу, разделились (табл. 2).

² UNWTO. Stepping Up Support and Coordination for a Safe and Sustainable Recovery of Tourism. URL: <https://www.unwto.org/news/stepping-up-support-and-coordination-for-a-safe-and-sustainable-recovery-of-tourism>

Мнения в странах зарубежной Европы разделились: в Литве 73% опрошенных считают, что влияние пандемии на сектор агротуризма в долгосрочной перспективе, скорее, негативно, а в Финляндии 71% опрошенных считают влияние пандемии, наоборот, позитивным. К числу факторов позитивного воздействия были отнесены следующие:

- люди будут бояться выезжать за границу и останутся на отдых внутри своей страны;
- из-за необходимости социального дистанцирования люди предпочтут отдых на селе массовому туризму и отдыху в крупных городах;
- после пандемии в целом туристический бизнес будет стремиться к более высоким экологическим стандартам;
- после пандемии малые гостиницы и агротурфермы будут более популярны, чем сетевые и крупные гостиницы.

Вместе с тем, негативные обстоятельства связаны с перспективами разорения ряда гостевых домов и агротурферм; после пандемии количество туристов в целом уменьшится. Следует отметить, что сектор агротуризма в зарубежной Европе достаточно развит. Ассоциация агротуризма имеется практически в каждой стране, даже в отдельных регионах (пример – Валлония, Бельгия) действуют самостоятельные ассоциации агротуризма. В зарубежной Европе сектор агротуризма – один из перспективных в региональной туристической индустрии. По данным Европейской федерации агротуризма, в агротуристическом секторе сосредоточено до 15% всех средств размещения в Европе, 20% фермерских хозяйств региона получают дополнительный доход за счет агротуризма.

К сожалению, в России агротуризм представлен единичными случаями. Для создания сектора агротуризма в экономике России необходимо принять федеральный закон об агротуризме, а также постановление Правительства России о виде, объемах и условиях осуществления сопутствующей деятельности в крестьянском (фермерском) хозяйстве. К одному из видов сопутствующей деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств России, которых насчитывается более 200 тыс., следует отнести туризм. Как показала практика, включение понятие агротуризма только лишь в федеральные целевые программы, социальные программы по развитию села не придает движению массового характера.

Для оценки успешности развития международного туризма воспользуемся индексом плотности туристического потока (ИПТП) – отношением числа

международных туристических прибытий к численности населения страны на конкретную дату. Ранжируем страны по рейтингу ИПТП следующим образом:

- страна чрезвычайно популярна у международных туристов ($\text{ИПТП} > 3$);
- страна очень популярна у международных туристов ($3 > \text{ИПТП} > 1,5$);
- страна популярна у международных туристов ($1,5 > \text{ИПТП} > 1$);
- страна привлекает внимание международных туристов ($1 > \text{ИПТП} > 0,5$);
- страна недостаточно популярна у международных туристов ($0,5 > \text{ИПТП} > 0,2$);
- страна не популярна у международных туристов ($0,2 > \text{ИПТП}$).

Далее сведем данные по наиболее успешным странам в системе международного туризма в *табл. 3*. Анализ привлекательности стран для международных путешествий позволяет сделать вывод, что наиболее притягательными для международных туристов являются страны Европы. В странах Европы высоки стандарты жизни; многие из них расположены в зоне средиземноморского климата; здесь имеется развитая туристическая инфраструктура; представлено большое количество природных и историко-культурных достопримечательностей. В ряде случаев страны Европы сделали существенный рывок в перестройке экономики, развитии сервисного сектора и туристической инфраструктуры. Проанализируем причины успеха отдельных европейских стран в международном туризме и оценим перспективы России.

Современная Андорра за счет международного туризма является преуспевающим европейским государством. Проведя аналогию с Дагестаном или Чечней, можно утверждать, что и здесь можно добиться значительного прогресса, если в этих географических дестинациях, как и в Андорре, развивать международный туризм. В горных странах туризм является чуть ли не единственным возможным видом экономической активности, поэтому в Андорре развитию туризма уделяется особое внимание. Так, в 2018 г. в Андорре состоялась конференция Всемирной туристской организации по развитию горного туризма.

За последнее десятилетие тематика развития горного туризма была одной из приоритетных в деятельности Всемирной туристской организации в зарубежной Европе. Проходили многочисленные конференции по развитию

горного туризма для разных стран и регионов (Андорра, Грузия, регион Карпат), на которых обсуждались, в частности, вопросы использования новых технологий в горном туризме, преодоления эффекта сезонности³.

Исландия – страна гейзеров, ледников, вулканов, водопадов – расположена вблизи Полярного круга. Пример Исландии говорит о том, что суровые природно-климатические условия – не приговор для индустрии туризма. Главное – это уникальная природа страны, разумное хозяйствование, развитая инфраструктура, правильный выбор приоритетов в туристической индустрии, где определяющим на сегодняшний день является экологический туризм. В частности, плато Путорана, расположенное на севере Красноярского края и по площади сопоставимое с территорией Великобритании, можно считать «туристическим клондайком», если здесь с успехом развивать приключенческий и экологический туризм. Халактырский пляж из черного песка на побережье Тихого океана недалеко от Петропавловска-Камчатского напоминает пляжи юга Исландии. В Исландии развиваются и альтернативные виды туризма. Исландия является членом Европейской федерации агротуризма.

Венгрия – «страна термальных вод», что во многом определяет успехи страны в международном туризме. Венгрия известна также относительно недорогим, но качественным медицинским туризмом. Но и Россия богата термальными источниками (Камчатка, побережье озера Байкал, Белокуриха, Тюменская область и другие регионы). Экскурсии по норвежским фьордам относятся к числу наиболее популярных в международном туризме. Аналогом фьордов в России может стать губа, то есть залив, глубоко вдающийся в сушу (как правило, в месте впадения в море крупной реки). Увлекательными могут стать путешествия, например, по Ара-губе, Варьема-губе, расположенными на Кольском полуострове и выходящими в Баренцево море. В Рязанской области расположен туристический комплекс «Рыбацкая деревня». С конца 2019 г. комплекс стал принимать туристов. Средства размещения в комплексе выполнены в стиле норвежских и финских красных рорбу.

Геологический туризм в Ирландии связан с посещением известных на весь мир утесов Мохер и каменистой местности Бурен, куда ежегодно приезжают миллионы туристов. Ирландия – родина мигрантов, заселивших США, Канаду, Австралию и другие преимущественно англоязычные страны, поэтому многие приезжают на родину своих предков в качестве

³ Overcoming Seasonality to Support Economic Diversification – The Case of Mountain Tourism.
URL: <https://www.unwto.org/archive/europe/press-release/2014-04-15/overcoming-seasonality-support-economic-diversification-case-mountain-touri>

туристов. Не стоит забывать, что вплоть до обретения независимости в 1921 г. Ирландия оставалась бедным сельскохозяйственным придатком Великобритании. Современная Ирландия – это преуспевающая страна ЕС, но традиции, связанные с сельскохозяйственным производством, остались в Ирландии и по сей день. В туристической отрасли страны это проявляется в наличии развитого сектора агротуризма. В 2017 г. Ирландию посетили 10,3 млн туристов. В 2018 г. доход от въездного туризма оценен в 6,2 млрд долл. США. В России геологический туризм практически не представлен, несмотря на значительное количество уникальных геологических объектов (Красноярские и Ленские столбы, Кунгурская ледяная пещера, плато Лаго-Наки и др.).

Хорватия – страна, расположенная вдоль побережья Адриатического моря с большим количеством островов. В XIX в. Хорватия была отдаленной частью Австро-Венгерской империи. Многие места были слабо заселены, заброшены и не пригодны для проживания. Это относилось и к архипелагу Бриони, который представлял собой болотистую местность и был известен вспышками малярии. Острова расположены в Адриатическом море, вблизи полуострова Истрия.

В 1893 г. архипелаг приобрел австрийский промышленник П. Купелвайзер. На его средства были реализованы многочисленные проекты, строительство гостиниц и других инфраструктурных объектов. После Первой мировой войны Бриони стал престижным курортом, а в период правления И. Тито здесь располагалась летняя резиденция главы Югославии, где он принимал зарубежных гостей. Сейчас об архипелаге говорят как о «жемчужине Адриатики», популярном месте экскурсий и отдыха на море. В настоящее время туристический сектор является одним из ведущих в экономике Хорватии; ежегодное количество туристов, посещающих страну, намного превышает численность ее населения. В 2018 г. Хорватию посетило 16,6 млн туристов, доход от въездного туризма составил 3,4 млрд долл. США.

Рейтинг России по ИПТП составляет 0,2 и ниже. К сожалению, развитию въездного туризма, популяризации туристических ресурсов уделяется недостаточное внимание в регионах России. Так, С.И. Минаев на примере Пермского края справедливо делает вывод о недостатке мероприятий по продвижению регионального туристического продукта для иностранной аудитории (заявлено о нехватке рекламных туров, выставок, полиграфической продукции на английском языке, ограничении продвижения в сети Интернет). Отмечается невнимание к представлению информации о Пермском крае в зарубежных региональных программах по

развитию туризма⁴. К числу важных задач, которые необходимо решать для развития въездного и внутреннего туризма в России, следует также отнести формирование портрета современного туриста, определение туристической мотивации, дифференциацию подходов к развитию отрасли на востоке и западе России [4]. Актуальной представляется работа над брендом территории – нематериальным активом, который можно использовать для развития въездного и внутреннего туризма. К работе над туристским брендом помимо местных администраций целесообразно подключить туристские информационные центры, которые необходимо создавать повсеместно.

Как автор неоднократно отмечал, для освоения туристических ресурсов регионов России целесообразно выделение перспективных территориальных сочетаний туристических ресурсов и создание на их основе территориальных рекреационных оздоровительных комплексов [1, 2]. На основе перспективных территориальных сочетаний целесообразно создавать оздоровительные комплексы, эффективность действия которых основана на четком взаимодействии управляющей компании с элементами, входящими в комплексы, что и происходит в передовых странах.

Так, в провинции Британская Колумбия (Канада) для освоения живописного туристического района долины Оканаган, включающего реку и озеро (Okanagan Valley), создана специализированная туристическая структура «Thompson Okanagan Tourism Association», которая за свою деятельность по популяризации туризма в регионе была отмечена Всемирной туристской организацией⁵. К целям деятельности ассоциации относится разработка туристических маршрутов по региону, предоставление туристам информации о местах размещения и питания, оказание содействия предпринимателям, действующим в сфере туризма. Предприниматели имеют возможность разместить сведения о себе на официальном сайте ассоциации, что способствует поиску клиентов. Ассоциация в своей деятельности руководствуется принципами устойчивого развития, охраны окружающей среды. Деятельность ассоциации способствует созданию дополнительных рабочих мест, поддержке туризма на местном уровне. Ассоциация поддерживается правительством провинции Британская Колумбия, в качестве спонсоров

⁴ Минаев С.И. Пермский край глазами иностранных туристов: проблемы формирования туристического имиджа региона // География и туризм. 2019. № 2. С. 80–85.

⁵ Thompson Okanagan Tourism Association. URL: <https://www.totabc.org/>

выступают различные заинтересованные структуры (авиакомпании, гостиничные сети, телекоммуникационные компании)⁶.

Для выделения перспективных территориальных сочетаний туристических ресурсов и создания на их основе территориальных рекреационных оздоровительных комплексов автором разработан экспертно-аналоговый метод, позволяющий сопоставлять туристические ресурсы различных регионов и стран в целях принятия решения об их последующем освоении [3]. В настоящее время ведется дискуссия о перспективах кластерного подхода к территориальной организации экономики России, в том числе и туристической индустрии [6, 7]. Под кластерами обычно понимается территориальная локализация сети взаимосвязанных предприятий с дополняющими объектами сопутствующей инфраструктуры. Но многие кластеры присутствуют лишь в идеях, названиях, в проектных разработках [7]. Кластерный подход основан на стихии рынка. Для кластеризации современной экономики России есть серьезные препятствия, связанные с ограничением частной инициативы, с недостаточной активностью научно-исследовательской и образовательной работы; затруднен доступ к экономическим и финансовым ресурсам, в отраслевой системе управления имеются изъяны.

Для стимулирования въездного туризма важно проводить работу по разнообразию туристического продукта, целесообразно больше уделять внимания развитию новых видов туризма в России. Так, учитывая низкую стоимость медицинских услуг и в отдельных случаях достаточно высокое качество их предоставления, можно предположить, что иностранных туристов в России может заинтересовать медицинский туризм. Если раньше многие регионы России активно развивали приграничную и прибрежную торговлю, то сейчас можно говорить об активизации трансграничного туризма. Все больше внимания в России уделяется освоению Арктики, поэтому можно рассуждать об арктическом туризме, в рамках которого стоит активно задействовать арктическое побережье страны [7]. К перспективным следует также отнести гастрономический и образовательный туризм. Туризм может стать действенным фактором развития малых городов и моногородов [8].

В отсталых и депрессивных районах туризм можно рассматривать как вид активности, замещающий устаревшие виды промышленного и сельскохозяйственного производства. «Недействующие» предприятия,

⁶ UNWTO Recognizes the Thompson Okanagan Tourism Association in Canada for Excellence in Governance. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-recognizes-the-thompson-okanagan-tourism-association-in-canada-for-excellence-in-governance>

технологии могут быть представлены на демонстрационных площадках (туризм как отрасль-субститут). Важно проявлять изобретательность в гостиничном бизнесе, придумывая оригинальные средства размещения.

Рассмотрим географическую структуру въездного туризма (*табл. 4*). Очевидно, что дальнейшее развитие въездного туристического рынка России сталкивается с проблемами, связанными с либерализацией визового режима; с созданием соответствующей инфраструктуры; с более равномерным распределением въездных туристических потоков по регионам России; с обеспечением прямых перелетов в крупные аэропорты (не только в Москву и Санкт-Петербург) и транспортной доступности туристически привлекательных регионов страны; с созданием новых брендовых региональных продуктов⁷.

В рамках исследования введем в оборот термин «топонимический туризм», то есть туризм, обусловленный оригинальностью названий. Населенный пункт в России, как и в любой другой стране, можно посетить только ради его названия. В России населенных пунктов с нестандартными названиями довольно много – село Париж в Челябинской области, поселок Новый Карапуз в Новосибирской области и т.д. В современном туристическом бизнесе успех сопутствует тому, кто проявляет больше выдумки, фантазии и изобретательности.

Для международного туризма в современную эпоху географический детерминизм не является приговором – не только тропические страны и страны с благоприятным средиземноморским климатом могут стать туристическим «клондайком». Форс-мажорные обстоятельства, такие как COVID-19, могут лишь в краткосрочной перспективе повлиять на спрос на туристические услуги, но не снизят интерес к международному туризму. Многообразие туристических ресурсов России, технологический прогресс, разумная социально-экономическая политика, использование передового опыта, борьба с коррупцией, продуманная рекламная компания, совершенствование законодательства будут способствовать развитию увеличению туристических потоков в страну.

⁷ Положихина М.А. 2020.04.037. Современное состояние туристической отрасли в России // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 2: Экономика. Реферативный журнал. 2020. № 4. С. 138–143.

Таблица 1

**Падение спроса на туристические услуги по регионам мира
в январе–октябре 2020 г. вследствие пандемии COVID–19**

Table 1

**Decrease in demand for international tourism services as a result of the COVID–19
impact for January to October 2020**

Регион	Туристические прибытия в 2018 г., млн	Падение спроса на туристические услуги в январе–октябре 2020 г., %
Европа, общая величина	710	69
Центральная и Восточная Европа	141,4	70
Северная Европа	78,8	73
Южная Европа	289,4	70
Западная Европа	200,4	63
Азия и Азиатско-Тихоокеанский регион, общая величина	347,7	82
Северо-Восточная Азия	169,2	88
Океания	17	74
Южная Азия	32,8	73
Юго-Восточная Азия	128,7	73
Америка, общая величина	215,7	68
Страны Карибского бассейна	25,7	65
Центральная Америка	10,8	71
Северная Америка	142,2	68
Южная Америка	37	69
Африка, общая величина	67,1	69
Северная Африка	23,8	76
Регион южнее Сахары	43,3	64
Ближний Восток	60,5	73
Мир в целом	1 401	72

Источник: International Tourism Highlights. 2019 Edition.

URL: <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>;

International Tourism and COVID-19. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

Source: International Tourism Highlights. 2019 Edition.

URL: <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>;

International Tourism and COVID-19. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

Таблица 2**Влияние пандемии COVID–19 на сектор агротуризма в зарубежной Европе****Table 2****The COVID–19 impact on the rural tourism in transfrontier Europe**

Мнение респондента	Частотность выбора, %
Окажет негативное влияние	38,37
Окажет позитивное влияние	37,55
Окажет очень позитивное влияние	5,71
Затрудняюсь ответить	18,37
Всего	100

Источник: COVID-19 Impact on Rural Tourism. URL: <https://www.eurogites.org>*Source:* COVID-19 Impact on Rural Tourism. URL: <https://www.eurogites.org>**Таблица 3****Рейтинг привлекательности стран для международных путешествий
(в соответствии с индексом плотности туристического потока)****Table 3****Attractiveness of countries for international traveling
according to tourist traffic density index**

Степень популярности	Европа	Азия и Азиатско-Тихоокеанский регион
Чрезвычайно популярные	Андорра (27), Монако (10), Мальта (4,5), Исландия (4,3), Австрия (3,1), Хорватия (3,1)	ОАЭ (3,7), Кипр (3,4)
Очень популярные	Эстония (2,3), Черногория (2,3), Греция (2,1), Ирландия (2,1), Дания (1,8), Люксембург (1,8), Испания (1,7), Сан-Марино (1,7), Венгрия (1,6)	Сингапур (2,6), Катар (1,8)
Популярные	Лихтенштейн (1,5), Словения (1,4), Албания (1,3), Франция (1,3), Чехия (1,1), Швеция (1,1), Словакия (1,1), Швейцария (1,1), Норвегия (1), Болгария (1), Латвия (1), Португалия (1)	–

Продолжение

Степень популярности	Америка	Африка
Чрезвычайно популярные	Багамы (5)	–
Очень популярные	Барбадос (2)	–
Популярные	–	–

Источник: International Tourism Highlights. 2019 Edition.URL: <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>*Source:* International Tourism Highlights. 2019 Edition.URL: <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>

Таблица 4**Географическая структура въездного туризма в Российской Федерации****Table 4****Inbound tourism in the Russian Federation at the regional level**

Дестинация	Количество международных туристических прибытий, млн	Рыночная доля, %
Россия	24,4	100
Москва	11,6	47,5
Санкт-Петербург	5,1	20,9
Московская область	1	4
Приморский край	0,9	3,7
Иркутская область	0,6	2,5
Краснодарский край	0,3	1,1
Владимирская область	0,3	1,1
Ленинградская область	0,2	1
Республика Татарстан	0,2	1
Калининградская область	0,2	0,9
Прочие	4	16,3

Источник: авторская разработка на основе данных Росстата

Source: Authoring, based on the Rosstat data

Список литературы

1. *Воскресенский В.Ю.* Российские туристические рекреационно-оздоровительные комплексы как фактор интеграции туристической страны в систему международного туризма // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2011. Т. 2. № 4. С. 62–66.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskie-turisticheskie-rekreatsionnoozdorovitelnye-kompleksy-kak-faktor-integratsii-turindustrii-strany-v-sistemu/viewer>
2. *Воскресенский В.Ю.* О повышении конкурентоспособности российской туристической // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. № 10. С. 109–119. URL: <https://doi.org/10.24411/2072-8042-2020-10106>
3. *Воскресенский В.Ю., Чайнов В.И.* Прогнозная оценка роста въездного туристического потока в России на уровне федеральных округов // Путеводитель предпринимателя. 2013. № 17. С. 62–70.
URL: <https://www.pp-mag.ru/jour/article/view/791/787>
4. *Глазырина И.П.* Туризм на востоке и западе России: опыт сравнительного анализа // География и природные ресурсы. 2019. № 4. С. 5–12. URL: http://www.izdatgeo.ru/journal.php?action=output_more&id=3&lang_num=1&year=2019&issue=4&nodoi=1&page=5

5. *Добринская Д.Е.* О феномене цифрового кочевничества // ЭКО. 2020. № 2. С. 37–59. URL: <https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2020-2-37-59>
6. *Севастьянова А.Ю.* Туристский потенциал Арктического побережья // Известия Алтайского отделения Русского географического общества. 2016. № 2. С. 18–21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-potentsial-arkticheskogo-poberezhya/viewer>
7. *Хлуткова С.Л.* Использование кластерного подхода для развития современного горнолыжного курорта // Петербургский экономический журнал. 2017. № 1. С. 173–178. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-klasterного-podhoda-dlya-razvitiya-sovremennogo-gornolyzhnogo-kurorta/viewer>
8. *Щегольков Ю.Ю., Метелкина П.В.* Развитие туризма в малых городах России // Мир новой экономики. 2017. № 1. С. 86–91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-v-malyh-gorodah-rossii/viewer>

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Recreation and Tourism

CONCERNING THE CURRENT TRENDS IN INTERNATIONAL AND RUSSIAN TOURISM

Vladimir Yu. VOSKRESENSKII

College of Integrated Technology,
Odintsovo, Moscow Oblast, Russian Federation
vvoskresenskiy@mail.ru
ORCID: not available

Article history:

Article No. 36/2021
Received 28 Jan 2021
Received in revised
form 6 Feb 2021
Accepted 14 Feb 2021
Available online
15 March 2021

JEL classification:

F00, L83, O57, P48,
Q12, Q26

Keywords: traveling,
international tourism,
inbound tourism,
on-farm tourism,
COVID-19

Abstract

Subject. This article discusses the issues and problems related to international tourism and Russian inbound tourism.

Objectives. The article aims to identify current trends in international tourism and summarize best international practices. The article is also aimed at finding ways to address the problems of inbound tourism development in Russia.

Methods. For the study, I used the methods of comparative analysis, synthesis, generalization, classification, grouping, and the method of index numbers.

Results. The article describes the impact of the coronavirus pandemic on international tourism, its individual sectors (rural tourism), as well as countries. It summarizes the experience of the development of international tourism in advanced countries and highlights the problems of inbound tourism in Russia and the ways to solve them.

Conclusions. The coronavirus pandemic has had a negative impact on the international tourism industry, but it cannot significantly reduce the interest in travel. To solve the problems of inbound tourism in Russia, it is necessary to develop new types of tourism and improve legislation in this area at the federal level.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2021

Please cite this article as: Voskresenskii V.Yu. Concerning the Current Trends in International and Russian Tourism. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2021, vol. 19, iss. 3, pp. 579–596.
<https://doi.org/10.24891/re.19.3.579>

Acknowledgments

I am profoundly grateful to Lyudmila D. CHAINOVA, Doctor of Psychological Sciences, Professor, for her help in finding and preparing materials that formed the basis of this article.

References

1. Voskresenskii V.Yu. [Russian tourist industry recreation and health complexes as factor of its integration into international system of tourism]. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*, 2011, vol. 2, no. 4, pp. 62–66.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskie-turisticheskie-rekreatsionnoozdorovitelnye-kompleksy-kak-faktor-integratsii-turindustrii-strany-v-sistemu/viewer> (In Russ.)
2. Voskresenskii V.Yu. [Towards improvement of Russia's travel and tourism competitiveness]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik = Russian Foreign Economic Journal*, 2020, no. 10, pp. 109–119. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24411/2072-8042-2020-10106>
3. Voskresenskii V.Yu., Chainov V.I. [Projection of growth of an entrance tourist stream in Russia at the level of federal districts]. *Putevoditel' predprinimatel'ya = Entrepreneur's Guide*, 2013, no. 17, pp. 62–70.
URL: <https://www.pp-mag.ru/jour/article/view/791/787> (In Russ.)
4. Glazyrina I.P. [Tourism in the east and west of Russia: a comparative analysis]. *Geografiya i prirodnye resursy = Geography and Natural Resources*, 2019, no. 4, pp. 5–12. URL: http://www.izdatgeo.ru/journal.php?action=output_more&id=3&lang_num=1&year=2019&issue=4&nodei=1&page=5 (In Russ.)
5. Dobrinskaya D.E. [On phenomenon of digital nomadism]. *EKO = ECO*, 2020, no. 2, pp. 37–59. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2020-2-37-59>
6. Sevast'yanova L.Yu. [Tourism potential of the Arctic coast]. *Izvestiya Altaiskogo otdeleniya Russkogo geograficheskogo obshchestva = Bulletin of Altay Branch of the Russian Geographical Society*, 2016, no. 2, pp. 18–21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-potentsial-arkticheskogo-poberezhya/viewer> (In Russ.)
7. Khlutkova S.L. [Using the cluster approach for the modern ski resort development]. *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal = Saint-Petersburg Economic Journal*, 2017, no. 1, pp. 173–178.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-klasternogo-podhoda-dlya-razvitiya-sovremennogo-gornolyzhnogo-kurorta/viewer> (In Russ.)

8. Shchegol'kov Yu.Yu., Metelkina P.V. [Development of tourism in small towns of Russia]. *Mir novoi ekonomiki = The World of New Economy*, 2017, no. 1, pp. 86–91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-v-malyh-gorodah-rossii/viewer> (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.