



Псковское региональное отделение
Русского географического общества
Псковский государственный университет

ВИДЫ ТУРИЗМА И ГЕОГРАФИЯ ТУРПОТОКОВ В ЗЕРКАЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

МОНОГРАФИЯ

Под редакцией А. Г. Манакова

*Рекомендовано к изданию редакционно-издательским
советом Псковского государственного университета*

Псков
Псковский государственный университет
2022

УДК 338.48:911.3

ББК 26.89

В42

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом Псковского государственного университета

Рецензенты:

Калуцков В. Н., д-р геогр. наук (г. Москва, Россия),
Крыстев В. К., канд. геогр. наук (г. Варна, Болгария).

Авторский коллектив:

В. Д. Азимбаева, Е. Л. Бойко, Т. В. Васильева,
А. А. Гаврилов, В. С. Дементьев, С. И. Евдокимов,
И. А. Иванов, С. В. Кондратьева, И. Н. Красильникова,
И. В. Кривуля, Д. С. Лобарёв, Д. М. Мамасодиков,
А. Г. Манаков, А. В. Менжинская, А. В. Николаева,
К. В. Петрова, К. Р. Смирнова, Н. К. Теренина,
С. М. Токарчук, А. В. Фёдорова

В42

Виды туризма и география турпотоков в зеркале пандемии COVID-19 : монография / под ред. А. Г. Манакова. — Псков : Псковский государственный университет, 2022. — 214 с.

ISBN 978-5-00200-072-2

В коллективной монографии рассматриваются вопросы, связанные с последствиями для туризма ограничений в перемещении, введённых по причине объявленной в 2020 г. пандемии COVID-19. Особое внимание обращено на изменения, произошедшие в географии въездных и выездных туристских потоков в Европейском туристском макрорегионе, а также в ряде отдельных стран и регионов России.

УДК 338.48:911.3

ББК 26.89

ISBN 978-5-00200-072-2

© Коллектив авторов, 2022

© Псковский государственный университет, 2022

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ГЕОГРАФИЮ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ

И. А. Иванов

СТАТИСТИКА ТУРИЗМА В МИРЕ: ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ УЧЁТА И ГЕОГРАФИЯ ОХВАТА

Исследователи географии туризма не могут обойтись без статистических данных о перемещениях туристов между различными территориями. При этом во время сбора и агрегирования данных часто возникают различные вопросы. Наиболее фундаментальный из них — как считают количество туристов на той или иной территории? Другой важный вопрос — какие источники статистических данных могут помочь в исследовании географии туризма на территориях разного масштаба (мир в целом, макрорегионы мира и страны, регионы, города и т. д.).

В данном разделе представлены результаты анализа источников статистики туристских потоков с точки зрения особенностей методологии учёта и географии охвата. В качестве информационной базы использовались сборники ЮНВТО¹, данные Евростата² и национальных статистических служб европейских стран.

Вопросы статистики туризма неоднократно рассматривались различными исследователями: как проблема учёта между-

¹Compendium of Tourism Statistics. Data 2014–2018, 2020 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid. 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421459>; Yearbook of Tourism Statistics, Data 2014–2018, 2020 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid. 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421442> (дата обращения: 10.01.2022).

²Statistics Eurostat URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OC_C_ARNAT__custom_159133/default/table?lang=en (дата обращения: 10.01.2022).

народных перемещений туристов и капиталов³, так и особенности региональной статистики⁴. Существуют и прикладные исследования, визуализирующие статистические данные для определённых территорий⁵. Также написан не один учебник по статистике туризма, наиболее известным из которых является учебник под авторством А. Ю. Александровой⁶.

Однако, несмотря на популярность данной темы, в ней существует ряд значимых вопросов, не имеющих однозначного ответа. Наиболее важный из них — как подсчитать количество туристов на той или иной территории?

В настоящее время в мире не существует единого стандарта учёта туристов. Всемирная организация туризма (ЮНВТО), агрегирующая данные по странам мира, выделяет две основные методологии учёта въездных туристов для странового уровня: пограничную (учёт прибытий туристов на границе страны) и гостиничную (учёт прибытий туристов в гостиницах и аналогичных средствах размещения).

Несмотря на рекомендации ЮНВТО, далеко не все страны собирают соответствующую статистику. Для учёта прибывающих в страну туристов используется две разных методологии, которые трудно сопоставить друг с другом. В большинстве

³Александрова А. Ю. Статистика международного туризма: современное состояние, проблемы и перспективы развития // Инициативы XXI века. 2013. № 2. С. 26–30; Телепченкова Н. В. Основные направления совершенствования статистики международного туризма // Материалы Афанасьевских чтений. 2013. № 11. С. 234–240.

⁴Мекшенева Ж. В. К проблеме развития статистики туризма: региональный аспект // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. Т. 2. № 11. С. 259–262; Baldigara T., Mamula M. Tourism Statistics in Croatia: Present Status and Future Challenges // Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2012. Vol. 44. P. 53–61.

⁵Иванов И. А., Янчева К. Д. География въездного туризма в Гренландии и на Фарерских островах // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. 17. № 4. С. 97–110; Manakov A. G., Kondrateva S. V., Terenina N. K. Development of cross-border tourist and recreational regions on the Karelian section of the Russian-Finnish border // Baltic Region. 2020. Vol. 12. № 2. P. 140–152.

⁶Статистика туризма: учебник / Под ред. А. Ю. Александровой. М.: Федеральное агентство по туризму. 2014. 464 с.

стран мира въездных туристов считают по пересечениям границы страны, однако во многих странах Европы этот метод применяется редко — в этом макрорегионе наиболее распространён учёт въездных туристов по статистике средств размещения.

Рассмотрим более подробно различные подходы к сбору данных о туристах. Можно выделить три типа данных о прибытиях туристов.

1. Пограничная статистика — количество пересечений границы туристами (обычно по гражданству). Подходит для описания картины туризма по стране в целом и для межстрановых сравнений. В европейских странах такая статистика часто отсутствует по причине прозрачности границ между странами Шенгенской зоны.

2. Гостиничная статистика — количество размещённых туристов и количество ночёвок. Подходит для описания региональной картины туризма в стране и для межрегиональных сравнений. Минус — двойной учёт одних и тех же туристов, поселяющихся в разных гостиницах. Это хорошо заметно на примере Исландии: международный аэропорт Кеблавик (главный авиахаб страны, подавляющее большинство туристов попадает в страну через него) обслужил почти 2 млн иностранных граждан в 2019 г., тогда как в гостиницах в том же году было размещено около 4,5 млн иностранных граждан.

3. Статистика посещений отдельных туристских объектов. Она встречается в различных источниках, способов учёта туристов довольно много. Обычно она считается по количеству проданных билетов в музеи, нацпарки, отдельные достопримечательности и т. п., а также по перевезённым пассажирам тем или иным видом транспорта, однако возможны и другие способы. С её помощью можно выявить различия на локальном уровне. Минусы: туристы (прибывшие на срок более суток) и экскурсанты (прибывшие на срок менее суток) часто не разделяются, географию прибытий выявить если и возможно, то затруднительно.

На рисунке 1 показаны основные виды статистики туризма, используемые странами мира. В некоторых странах полноценно используются как пограничная, так и гостиничная статистика, однако при сравнении двух различных массивов данных иногда оказывается, что география прибытий одним из способов учёта показана гораздо слабее, чем другим.

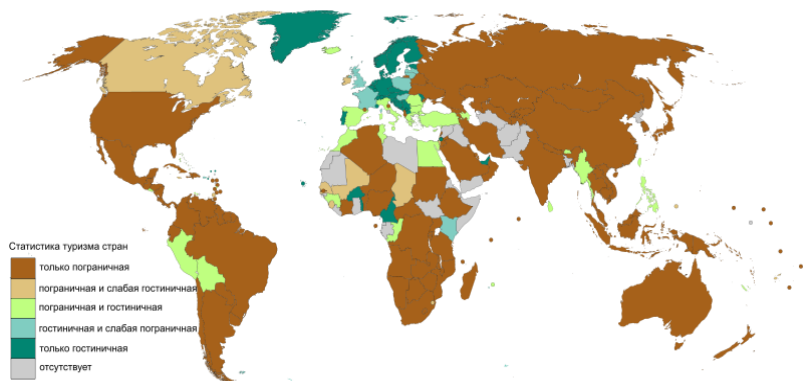


Рис. 1. Виды статистики туризма в странах мира
(по сборнику ЮНВТО «Yearbook of Tourism Statistics»,
данные за 2014–2018 гг.)

На рисунке 2 показан удельный вес известного турпотока в прибытиях, т. е. такого, который распределён по конкретным странам въезда (остаток попадает в графу «Other countries»). Это отчасти показывает качество статистического учёта.

В некоторых европейских странах этот показатель может быть несколько ниже, что, впрочем, не говорит о более низком качестве статистики — методология Евростата требует учитывать только страны ЕС, развитые страны мира и некоторые другие (например, Россию, ЮАР, Бразилию, Турцию и Китай), поэтому в некоторых странах «пропадает» значимая часть турпотока (например, во Франции из стран-бывших колоний). Однако на карте хорошо заметны страны Африки, в которых качество статистического учёта действительно невысокое.

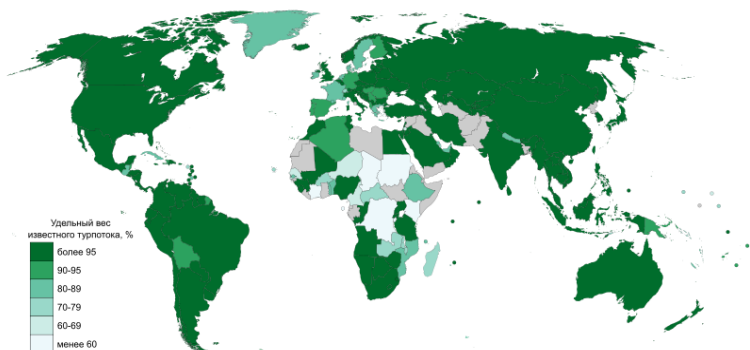


Рис. 2. Удельный вес известного въездного турпотока в общей структуре турпотока (по сборнику ЮНВТО «Yearbook of Tourism Statistics», данные за 2014–2018 гг.)

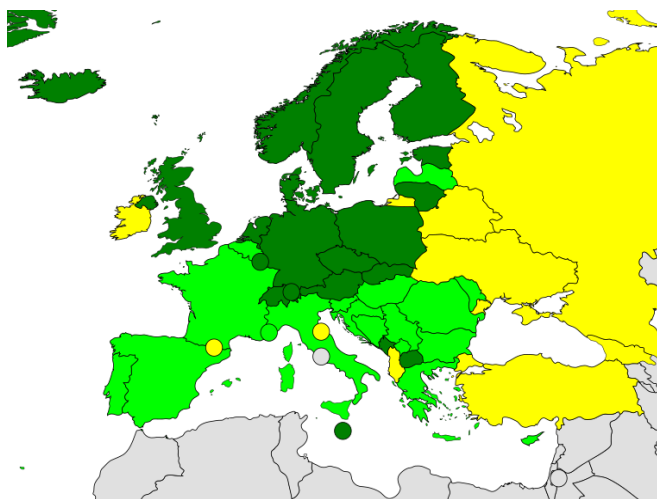


Рис. 3. Гостиничная статистика туризма в Европе на региональном уровне (по данным национальных статистических служб)
 Цвета стран: тёмно-зелёный — подробная региональная статистика по странам прибытия; светло-зелёный — общая региональная статистика по странам прибытия без детализации по странам прибытия (только на страновом уровне); жёлтый — гостиничная статистика не отражает географии прибытий даже на страновом уровне.

Теперь рассмотрим основные типы источников статистических данных. Их можно выделить четыре, по одному для каждого иерархического уровня.

1. Международная статистика. Основным источником — ЮНВТО. Она разрабатывает методологию статистического учёта, агрегирует статистику всех стран мира, которые ведут статистический учёт туристов. Минусы: временной лаг (в сводных публикациях — около 2 лет), сложение данных разных методологий учёта, что делает цифры по количеству туристов в мире в целом весьма условными.

2. Государственная статистика: национальные статистические службы агрегируют статистику по своей стране. Доступна оперативная статистика (за последние месяцы). На основе этих данных составляется картина туризма (въездного, выездного, внутреннего) в отдельно взятой стране.

3. Региональная статистика: эти данные могут как сразу присутствовать в национальной статистике (например, в Эстонии), так и публиковаться отдельно при большом количестве информации (например, в Германии). Доступна обычно только в европейских странах, которые учитывают прибытия по гостиничной статистике.

4. Локальная статистика: обычно это количество посещений отдельных туристских объектов, данные по перевозкам туристов. На карте такие данные обычно визуализируются в точечных или линейных объектах. Часто труднодоступна, собирается по крупицам из различных источников или непосредственно в ходе полевых исследований.

Выводы. При анализе статистики туризма необходимо учитывать особенности её формирования на разных иерархических уровнях. Для межстрановых сравнений оптимален массив данных ЮНВТО, для регионального уровня необходимо использовать национальную статистику, а для локального — другие источники данных. Даже в Европе, где статистика туризма собирается и анализируется уже очень давно, не всегда есть возможность полноценных региональных сравнений из-за недостатка данных.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ АНАЛИЗЕ ВЪЕЗДНОГО И ВЫЕЗДНОГО ТУРИСТСКОГО ПОТОКА

Статистика въездного и выездного туристского потока включает два уровня. Первый уровень — это величина въездного турпотока в страну, который характеризуется количеством граждан, пересекших границу страны. Второй уровень — это статистика средств размещения (гостиниц, хостелов и др.), характеризующая количество граждан, которые воспользовались услугами этих средств размещения. Второй уровень обычно рассматривается как более точно отражающий величину собственно туристского потока. В большинстве стран имеется статистика средств размещения, но в некоторых странах (например, в России), имеется только статистка прибытий и убытий на границе⁷.

К тому же, сложность использования статистики по отдельным странам связана с различной методологией оценки количества международных туристских поездок. Например, в Российской Федерации была изменена официальная методология расчёта таких поездок после приказа Росстата от 12 августа 2014 г. № 510. Это произошло по причине перехода к методике,

⁷ Чученкова О. А. География потоков международного въездного туризма в Эстонию в 2004–2018 гг. // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2019. № 14. С. 55–66; Чученкова О. А. Динамика выездного туристского потока из Эстонии и Латвии во втором десятилетии XXI века // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2021. № 17. С. 50–60; Манаков А. Г., Голомидова Е. С., Иванов И. А. Оценка величины туристского потока в пределах трансграничных туристско-рекреационных регионов на северо-западном побережье России // Известия Русского географического общества. 2019. Т. 151, вып. 5. С. 18–31; Голомидова Е. С., Манаков А. Г., Васильев Р. А. Динамика и география выездного туризма граждан России в 2006–2017 гг. // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки». 2018. № 12. С. 27–40.

которая была рекомендована Всемирной Туристской Организацией (ЮНВТО). В соответствии с новыми правилами ЮНВТО, туристами принято считать тех людей, которые в стране пребывания оставляют финансовые ресурсы, полученные вне её. При этом ранее методика подсчёта турпотока принимала в расчёт лишь тех, кто прибывал по туристским визам, что не отвечало международным стандартам. Поэтому старая методика недоучитывала, по сравнению с другими странами, часть реального въездного туристского потока в Россию. С учётом новых правил, к туристам стали относить тех, кто совершает поездки в другие страны с целью делового и профессионального общения, а также тех, кто посещает своих знакомых и родственников.

Кроме того, для анализа въездного и выездного турпотока можно опираться на данные, представленные Пограничной службой. Например, в России пересекающие границу граждане делятся на семь основных групп в соответствии с целями визита: «частная поездка», «деловая поездка», «туризм», «транзитный проезд», «переезд на постоянное место жительства», «обслуживающий персонал транспортных средств», а также «военнослужащие». К тому же, Пограничная служба ФСБ РФ обладает статистикой, позволяющей оценить объём турпотока по старой методике Росстата⁸. Таким образом, статистика по въездному и выездному туристскому потоку в конкретной стране сильно зависит от применяемой методики расчёта, что может привести к несоответствию данных по туризму, получаемых даже в соседних странах.

Чаще всего исследования по изучению динамики и структуры въездного и выездного туристского потока отдельных стран опираются на национальную статистику этих государств с данными по туристским прибытиям и ночёвкам за определённые годы. Также используются данные ЮНВТО для стран, у которых такие сведения отсутствуют, но имеется пограничная статистика въезда. В особых случаях, особенно при изучения влия-

⁸Манаков А. Г., Иванов И. А. Динамика туристского обмена России с соседними странами Северной Европы в 2004-2018 гг. // Псковский регионологический журнал. 2019. № 3 (39). С. 128–144.

ния пандемии COVID-19 на величину въездных и выездных туристских потоков, используются месячные или квартальные данные по ночёвкам иностранных туристов.

В исследовании, посвящённом географии въездного туризма в Исландии⁹, осуществлена апробация ряда показателей, которые могут быть востребованы в ходе изучения динамики и географии туристских потоков. Так, автором были предложены коэффициенты сезонности и централизации туристского потока, с помощью которых можно выявить сезонные и географические различия в распределении въездного туристского потока по территории страны. Также автор данной работы представил и апробировал на уровне отдельной страны разработанную им методику расчёта индекса туристского притяжения.

При анализе туристских потоков основная проблема — оценка значимости туристского потока для отдельных стран, особенно с небольшой численностью населения. Для этой цели было предложено использовать индекс туристского притяжения, рассчитываемый как отношение числа прибывших туристов из определённой страны к её численности населения. Выражается он в количестве поездок на 1000 жителей.

Формула расчёта показателя:

$$\text{ИТП} = \frac{\text{ТП}_{\text{страна отпр} \rightarrow \text{страна назн}}}{\text{ЧН}_{\text{страна отпр}}},$$

где ИТП — индекс туристского притяжения,

ТП_{страна отпр → страна назн} — туристский поток из страны отправления в страну назначения,

ЧН_{страна отпр} — численность населения страны отправления.

В отличие от туристской нагрузки (где в знаменателе стоит численность населения принимающей территории), в данном показателе используется численность населения территории отправления. Расчёт ИТП для Исландии показал, что данное островное государство в большей степени интересно туристам

⁹Иванов И. А. Региональные и сезонные особенности въездного туризма в Исландию // Географический вестник = Geographical bulletin. 2021. № 3 (58). С. 169–179.

из европейских стран (особенно из Северной и Западной Европы), несмотря на большую величину туристского потока из США и Китая¹⁰.

Для некоторых государств использование статистики по средствам размещения туристов является недостаточным. К примеру, при изучении въездного туристского потока в островные государства анализ динамики и географии въездного туристского потока опирается как на статистику средств размещения, так и на данные по авиаперевозкам и круизную статистику. В частности, такая статистика использовалась при изучении въездного туризма в Гренландии и на Фарерских островах¹¹. Также нужно отметить другие показатели по въездному туризму. Это, например, величина туристской нагрузки, т. е. отношения количества туристов к численности населения, проживающего на определённых территориях. Данный показатель ранее был апробирован на территории Латвии¹² с целью определения границ туристско-рекреационных трансграничных регионов в соответствии с теорией трансграничного регионообразования¹³.

В работе, посвящённой анализу динамики и географии международного туристского обмена Великобритании¹⁴, также

¹⁰Иванов И. А. Региональные и сезонные особенности въездного туризма в Исландию // Географический вестник = Geographical bulletin. 2021. № 3 (58). С. 169–179.

¹¹Иванов И. А., Янчева К. Д. География въездного туризма в Гренландии и на Фарерских островах // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. 17. № 4. С. 97–110.

¹²Манаков А. Г., Иванов И. А., Чученкова О. А. Географические особенности трансграничного туристско-рекреационного регионообразования в Латвии // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2019. № 15. С. 52–61.

¹³Манаков А. Г., Николаев В. В. Опыт классификации трансграничных регионов мезоуровня в Европе по географическим признакам // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2021. № 17. С. 21–34.

¹⁴Иванова Л. А. Динамика и география международного туристского обмена Великобританией в первые два десятилетия XXI в. // Псковский регионологический журнал. 2021. № 1 (45). С. 92–109.

используется методика, позволяющая изучать въездной туристский поток на уровне регионов государства. Традиционная в этом плане методика предполагает определение стран, лидирующих по числу туристов, посещающих конкретный регион страны. Также можно найти примеры совершенствования данной методики, когда на основании величины доли туристов, которые прибыли из стран лидирующей тройки, осуществляется классификация регионов, в дальнейшем используемая для типологического районирования территории страны. В частности, именно такая методика была апробирована в Финляндии¹⁵.

Однако на примере Великобритании в ранее обозначенной работе автором была предложена иная методика, которая позволила определить регионы страны, наиболее посещаемые туристами из конкретных стран. Для этого используется относительный показатель, называемый «степенью посещаемости» региона из конкретной страны. Данный показатель рассчитывается путём сравнения доли региона данного государства в посещении всеми иностранными туристами и туристами из конкретной страны. Например, если удельный вес посещений региона из конкретной страны сравнительно высокий, то такой же характеристикой обозначается и «степень посещаемости» данного региона. Аналогично, но в противоположную сторону, определяется «низкая» степень посещаемости. Промежуточные ступени обозначаются как «выше средней» и «ниже средней».

Также в географии туризма было предложено использовать показатель под названием «индекс разнообразия турпотока» (ИРТ). Он рассчитывается по той же формуле, что и индекс мозаичности Б. М. Эккеля¹⁶, часто используемый в этнической географии для изучения сложности национального состава населения определённой территории. Его можно также использовать и при рассмотрении разнообразия въездного турпотока, т. е. без

¹⁵Манаков А. Г., Кондратьева С. В., Иванов И. А. Структура и география распределения въездного туристского потока в Финляндии // Географический вестник = Geographical bulletin. 2020. № 1 (52). С. 165–176.

¹⁶Эккель Б.М. Определение индекса мозаичности национального состава республик, краёв и областей СССР // Советская этнография. 1976. № 2. С. 33–39.

учёта внутреннего туризма в конкретной стране. В таком случае показатель можно обозначить как «индекс разнообразия въездного турпотока» (ИРВТ).

Формула для расчёта этого показателя будет выглядеть следующим образом:

$$\text{ИРВТ} = 1 - \sum (T_i)^2,$$

где T_i – доля иностранных туристов из i -го государства ($i = 1, 2, \dots$) в общей величине въездного турпотока в страну.

Высокое значение показателя говорит об отсутствии доминирования одной или нескольких стран в структуре въездного туристского потока. Низкое значение ИРВТ свидетельствует о преобладании турпотока из одной или нескольких стран (т. е. об их высоком удельном весе по сравнению с остальными). Одним из преимуществ данного показателя является то, что его можно использовать для разных видов туристской статистики (пограничной и гостиничной). Структура въездного турпотока по разным данным, конечно, будет несколько отличаться, однако значения показателя обычно расходятся не столь значительно, как абсолютные значения прибытий. С помощью ИРВТ можно количественно оценить произошедшие изменения в структуре въездного турпотока в различных странах.

Выводы. При изучении географии въездного и выездного туристского потока государств и их регионов можно использовать различные методики, как применяемые в смежных направлениях географии, так и разработанные собственно в рамках географии туризма с учётом специфики туристской статистики. Среди обозначенных в данном разделе монографии методик особо можно выделить такие, как расчёт: *индекса туристского притяжения* (отношение числа прибывших туристов из определённой страны к её численности населения); *туристской нагрузки* (отношение количества туристов к численности населения, проживающего на территориях въезда этих туристов); *степени посещаемости* региона туристами из конкретной страны; *индекса разнообразия въездного турпотока* (аналог индекса мозаичности Б. М. Эккеля).

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТСКИЕ ПОТОКИ СТРАН ЕВРОПЫ

Пандемия COVID-19 в 2020–2021 гг. привела к беспрецедентному падению объёма мировых туристских потоков. Значительные ограничения в перемещении как между государствами, так и внутри многих стран, привели к многократному сокращению величины международного туристского обмена. Согласно данным ЮНВТО, уже в мае 2020 г. объём международных прибытий сократился на 98 %, т. е. туристская активность по большинству направлений практически полностью остановилась. Но глубина падения величины международного туристского потока сильно варьирует по странам Европы. Кроме институционального фактора, связанного с локальным введением и снятием санитарных ограничений, заметную роль в этом сыграл такой фактор, как сложившаяся к данному моменту в Европе география туристских потоков.

Кризисная динамика туристских потоков — процесс на данный момент сравнительно малоизученный. Гораздо чаще рассматривается обратный процесс — их рост. Поэтому произошедшие изменения дают богатый и интересный материал для анализа изменений в географии туристских потоков в Европе.

Материалы и методика исследования. Исследование опирается, в первую очередь, на национальную статистику 39 стран Европы с данными по туристским прибытиям и ночёвкам за 2019–2020 гг. Также использованы данные ЮНВТО за 2019 г.¹⁷ для стран, у которых такие сведения отсутствуют, но имеется пограничная статистика въезда. К этим странам относятся Украина, Андорра, Монако и Сан-Марино. Кроме того, в

¹⁷Yearbook of Tourism Statistics, Data 2015–2019, 2021 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid. 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422487> (дата обращения: 20.11.2021).

исследовании используются данные Евростата за 2019 г. (гостиничная статистика прибытий)¹⁸.

Изучение влияния пандемии COVID-19 на индустрию туризма

В настоящее время туристская сфера по доходности стоит в одном ряду с нефтедобывающей промышленностью и автомобилестроением. До объявления пандемии туризм давал значительную часть в росте мировой глобальной экономики. В последние годы эта отрасль развивалась значительно быстрее, чем мировая экономика в целом. Ввиду этого, исследования данной темы являются важными, особенно сказывается влияние последних событий в мире. От количества туристов, выезжающих из своей страны в другие государства, напрямую зависит весь мировой рынок туристских услуг. Очевидно то, что этот рынок особо чувствителен к любым, даже к малейшим колебаниям мобильности граждан в мире.

В 2020 г. туризм буквально «рухнул»: коронавирус отправил мировую индустрию туризма в жёстокий нокдаун. Ввиду вспышки COVID-19 многие страны полностью закрыли свои границы для туристов, а иногда даже были приостановлены внутренние передвижения. Резко сократилось количество путешествий, а десятки тысячи отелей и турфирм обанкротились. Таким образом, пандемия нанесла тяжелейший удар по мировой индустрии туризма и значительно перераспределила туристские потоки. Европа как крупнейший туристский макрорегион также понесла ощутимые потери.

Влиянию пандемии COVID-19 на туризм посвящено уже достаточно много исследований, в первую очередь, охватывающих мировой туризм¹⁹. Наиболее широкий круг публикаций,

¹⁸Statistics Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_ARNAT_custom_159133/default/table?lang=en (дата обращения: 20.11.2021).

¹⁹Буторов С. А. Пандемия COVID-19 и её влияние на мировую туристическую индустрию // Вестник Московского государственного университета культуры

связанных с влиянием пандемии COVID-19 на туризм, в настоящее время посвящён рассмотрению её последствий на развитии туристской индустрии (например, работы²⁰). Можно также отметить исследование азербайджанских учёных, рассматривающих влияние пандемии на индустрию туризма Италии, Испании и Турции²¹.

Но подавляющее большинство такого рода исследований касается туризма как отрасли экономики. Хотя в них внимание акцентируется на экономических аспектах влияния пандемии на туризм, но затрагиваются также и такие вопросы, как возможные изменения в сфере туризма в пандемийный и постпандемийный периоды. Так, перспективы адаптации туризма под воздействием пандемии и уже обозначившиеся новые тренды в развитии туризма рассмотрены в работах²². Также достаточно часто

и искусств. 2020. № 2 (94). С. 116–125; Оборин М. С. Последствия влияния пандемии COVID-19 на мировой туризм // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 1 (93). С. 47–58; Теличева Е. Г., Чернов В. А. Устойчивое развитие туризма: контент-обзор конъюнктуры туристского рынка в период пандемии // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2020. Т. 2. С. 136–140 и др.

²⁰Алгазина Е. И., Кацнель С. А. Влияние пандемии коронавируса на индустрию туризма // Омские социально-гуманитарные чтения – 2020. Материалы XIII Международной научно-практической конференции / Отв. ред. Л. А. Кудринская. Омск: Омский государственный технический университет, 2020. С. 191–194; Джанджугазова Е. А. Развитие туризма и гостеприимства: временная остановка или новый путь? // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021. Т. 7. № 1. С. 15–22; Каримова Л. С., Матвеев Г. В. Влияние пандемии COVID-19 на международную туристическую деятельность // Вестник ТИСБИ. 2021. № 1. С. 89–93; Макринова Е. И., Лысенко В. В., Рыбочкина Е. А. Формирование активной политики государства в сфере поддержки индустрии туризма в условиях кризиса // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2020. № 4 (83). С. 27–41; Симонян Г. А., Сарян А. А. О влиянии пандемии коронавируса на туризм // Современная научная мысль. 2020. № 2. С. 158–164; Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research // J. Bus. Res. 2020. No. 117. P. 312–321 и др.

²¹Акбулаев Н. Н., Мамедов И. М., Алиев В. З. Влияние COVID-19 на индустрию туризма (Испания, Италия и Турция) // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. Т. 223. № 3. С. 380–390.

предоставляются возможные пути трансформации мирового туризма вследствие пандемии²³.

Однако нужно отметить, что данный круг публикаций характеризует в первую очередь начальный этап пандемии COVID-19, когда была надежда на быстрый выход из кризиса в сфере туризма и достаточно скоротечный переход к его восстановлению. Так, например, в работе²⁴ представлена новая стратегия привлечения туристов (на примере Португалии), основанная на том, что туристские компании рекламируют отдых в этой стране именно в постпандемийный период.

Также на начальном этапе пандемии был проведён ряд исследований, посвящённых её первым последствиям в географии турпотоков на уровне отдельных стран, или же их регионов и городов. Такое исследование было проведено, например, в Польше²⁵. Там же было оценено влияние пандемии на планы польских туристов²⁶. Последствия распространения COVID-19 в

²²Воскресенский В. Ю. Современные тенденции в международном туризме // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 6. С. 33–39; Максанова Л. Б. Ж., Андреева А. М. Развитие туризма в условиях пандемии: новые тренды и антикризисные меры // Общество: политика, экономика, право. 2020. № 12 (89). С. 64–68; Халимбеков Х. З., Фастовец И. П., Шахбанова З. Р. Проблемы и перспективы адаптации туризма под воздействием глобальных вызовов // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2021. № 2. С. 5–14.

²³Brouder P. Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world // *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22. No. 3. P. 484–490; Gössling S., Scott D., Hall C.M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. 2020. Vol. 29. No. 1. P. 1–20; Niewiadomski P. COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? // *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22. No. 3. P. 651–656.

²⁴McTeigue C., Sanchez C., Santos E., Walter C. E., Au-Yong-Oliveira M. A Strategy for Tourism Growth, Rebound, and Revival: Promoting Portugal as a Destination Post-COVID-19 // *Sustainability*. 2021. No. 13, 12588.

²⁵Korinth B., Ranasinghe R. COVID-19 pandemic's impact on tourism in Poland in March 2020 // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2020. Vol. 31. No. 3. P. 987–990.

²⁶Korinth B. The impact of COVID-19 on foreign travel plans of Polish tourists // *Studia Periegetica*, 2020. Vol. 32. No. 4. P. 59–69.

различных туристских регионах Испании рассмотрены в публикации²⁷.

Кроме того, предпринимались попытки оценить перспективы развития туризма в конкретных регионах с учётом их туристской специализации. Например, такое исследование было проведено на уровне округа Сучава в Румынии²⁸. В выводах исследования отмечено, что воздействие пандемии COVID-19 повлечёт в перспективе к изменениям в структуре мест размещения туристов. Прогнозируется рост религиозного сельского туризма и экотуризма, а также уменьшение единиц размещения туристов, расширение сети агротуристских пансионатов, кемпингов и туристских шале.

В целом же в результате обзора данных публикаций можно сделать вывод, что пандемия коронавируса оказала тяжелейший удар по индустрии туризма во всём мире, отбросив отрасль по показателям развития на начало 90-х гг. XX в. При этом Европа как туристский макрорегион пострадала в меньшей степени относительно стран, специализирующихся на туризме, например, стран Карибского бассейна.

Изучение влияния пандемии COVID-19 на величину и направленность международных турпотоков

Пандемия COVID-19, начавшаяся в 2020 г., спровоцировала сильнейший кризис туризма в мире как минимум со времён Второй мировой войны. Ограничения перемещений как между странами, так и внутри большинства стран мира привели к повсеместному сокращению туристских потоков. Согласно данным ЮНВТО, среди туристских макрорегионов мира Европа —

²⁷Moreno-Luna L., Robina-Ramírez R., Sánchez M. S.-O., Castro-Serrano J. Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain // *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2021. No. 18, 1859.

²⁸Soare I. The Evolution of Tourist Flow and Accommodation Facilities in Suceava County and their Possible Reconfiguration due to the Covid-19 Pandemic // *Annals of Dunarea de Jos University. Fascicle I: Economics and Applied Informatics*. 2020. Vol. 26. No. 2. P. 180–188.

далеко не самый пострадавший от пандемии. Наиболее пострадавшим в этом плане оказался Азиатско-Тихоокеанский макрорегион, в котором велика роль китайского турпотока. При этом активно развивавшийся международный туризм был на некоторое время поставлен на паузу (рис. 4).

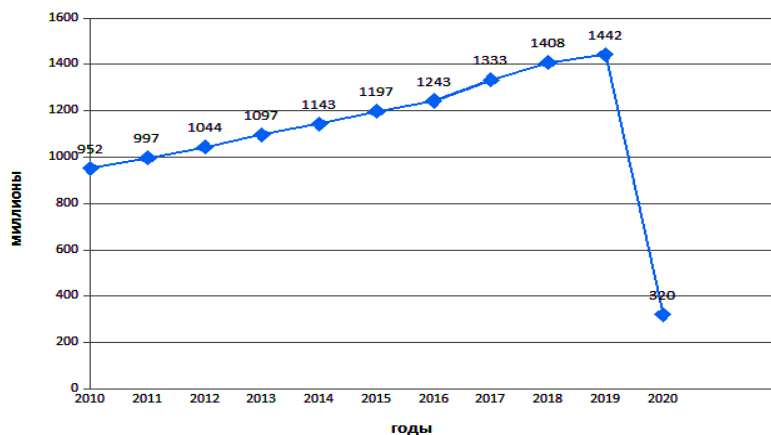


Рис. 4. Количество путешествующих за границу людей в мире в год (с 2010 по 2020 гг., млн чел.; источник²⁹).

Европа с конца 2020 г. являлась туристским макрорегионом, в котором действовали наиболее строгие ограничительные меры, связанные с пандемией COVID-19. В соответствии с Оксфордским индексом строгости ограничительных мер, которые принимаются правительствами разных стран в период пандемии COVID-19, индекс строгости ограничительных мер в Европе в начале 2021 г. примерно на 10 пунктов превышал аналогичный показатель в Северной Америке и на 20 пунктов — в Азиатско-Тихоокеанском макрорегионе (рис. 5).

²⁹ Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. World Tourism Organization (UNWTO). Updated 24 March 2020. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf> (дата обращения 06.12.2021).

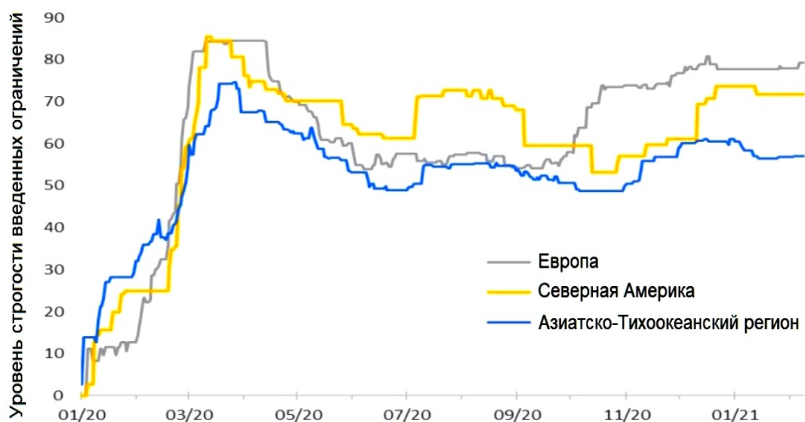


Рис. 5. Оксфордский индекс строгости ограничительных мер, которые принимаются правительствами стран трёх макрорегионов мира (Европейского, Североамериканского и Азиатско-Тихоокеанского) в связи с пандемией COVID-19³⁰

К тому же, в Европе были приняты наиболее строгие антиковидные правила и ограничения в сфере туризма. С одной стороны, это создаёт ограничения для въездного туристского потока, но, с другой стороны, является стимулом для развития внутреннего туризма как внутри самих стран, так и в пределах Евросоюза в целом. Но если изначально восстановление туризма в Европе прогнозировалось в 2021–2022 гг., то вероятнее всего, реальное его восстановление произойдёт только в 2023–2024 гг., причём только при условии достижения коллективного иммунитета к COVID-19 в странах Евросоюза.

Уже в 2020 г. появились первые работы, где были представлены статистические данные по падению величины мирового туристского потока (например, в публикации³¹). А в 2021 г. при анализе влияния пандемии на туризм в полной мере стала

³⁰ OXFORD COVID-19 Government Response Stringency index. URL: <https://data.humdata.org/dataset/oxford-covid-19-government-response-tracker> (дата обращения: 20.12.2021).

применяться статистика по сокращению величины мировых турпотоков в 2020 г. (например, в работах³²). Изменения в величине и структуре международных турпотоков вследствие пандемии стали рассматриваться и на уровне отдельных стран, например, в Молдове³³, Румынии³⁴, Великобритании³⁵, Швеции³⁶, Норвегии³⁷, на Фарерских островах и в Гренландии³⁸ и др.

Особо необходимо выделить исследование, где рассматривается влияние ограничений, связанных с пандемией COVID-19, на изменение общего объёма и структуры туристского потока в Финляндии и Эстонии. В данной работе анализ представлен по месяцам с января по август 2020 г.³⁹.

³¹Daniela M., Smaranda T. The International Tourism and the COVID-19 Pandemic – Present and Perspectives // “Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series. 2020. Vol. 20. No. 1. P. 433–438.

³²Дашян К. П. Мировая туристическая индустрия в период пандемии COVID-19 и пути выхода из неё // Вестник Академии знаний. 2021. № 3 (44). С. 86–92; Салеева Т. В. Трансформация мирового туризма под влиянием пандемии COVID-19 (по предварительным итогам 2020 года) // Sochi Journal of Economy. 2021. Т. 15. № 2. С. 183–191.

³³Кротенко И. Проблемы туризма в условиях коронавируса // Vector European: Revistă Științifico-Practică. 2021. № 1. С. 110–115.

³⁴Volkman C., Tokarski K. O., Dincă V. M., Bogdan A. The Impact of COVID-19 on Romanian Tourism. An Explorative Case Study on Prahova County, Romania // Amfiteatru Economic. 2021. Vol. 23. No. 56. P. 196–205.

³⁵Иванова Л. А. Динамика и география международного туристского обмена Великобритании в первые два десятилетия XXI в. // Псковский регионологический журнал. 2021. № 1 (45). С. 92–109.

³⁶Manakov A., Krasilnikova I., Ivanov I. Geography of inbound tourism and trans-boundary tourism-and-recreation region-building in Sweden // Baltic Region. 2021. Vol. 13. No. 1. P. 108–123.

³⁷Иванов И. А., Михайлов Б. С. Структура и география распределения въездного туристского потока в Норвегии // Псковский регионологический журнал. 2020. № 4 (44). С. 107–118.

³⁸Иванов И. А., Янчева К. Д. География въездного туризма в Гренландии и на Фарерских островах // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. 17. № 4. С. 97–110.

³⁹Иванов И. А., Голомидова Е. С., Теренина Н. К. Влияние пандемии COVID-19 на изменение объёма и пространственной структуры туристского потока в

С появлением статистики по туризму за 2020 г. изучение влияния пандемии на туристские потоки всё чаще стало опираться на математический аппарат. Так, в работе⁴⁰ был представлен прогноз восстановления туристского спроса на 2021 г. по двадцати направлениям по всему миру. С помощью математических методов была дана оценка влияния пандемии на внутренний туризм по регионам Турции⁴¹.

Оценка потерь стран Европы в сфере международного туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г.

Наибольший интерес с точки зрения задач исследования вызывают результаты анализа воздействия пандемии на въездной туризм в странах Европы, который был осуществлён с помощью индекса Перкала в работе польских авторов⁴². В данном исследовании использовались пять переменных показателей ЮНВТО и Евростата по тридцати европейским странам. Этими переменными являлись: данные о процентном изменении количества ночей, проведённых в заведениях по размещению туристов, процентном изменении количества прибытий иностранных туристов, процентном изменении поступлений от международного туризма, процентном изменении лиц, занятых в сфере ту-

Финляндии и Эстонии в 2020 г. // Региональные исследования. 2020. № 4 (70). С. 121–128; Ivanov I. A., Golomidova E. S., Terenina N. K. Influence of the COVID-19 Pandemic on the Change in Volume and Spatial Structure of the Tourist Flow in Finland and Estonia in 2020 // Regional Research of Russia, 2021. Vol. 11. No. 3. P. 361–366.

⁴⁰Liu A., Vici L., Ramos V., Giannoni S., Blake A. Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team // Annals of Tourism Research. 2021. No. 88, 103182.

⁴¹Altuntas F., Gok M. S. The effect of COVID-19 pandemic on domestic tourism: A DEMATEL method analysis on quarantine decisions. International Journal of Hospitality Management, 2021. No. 92.

⁴²Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

ризма, и процентном изменении занятости койко-мест в гостиницах и аналогичных помещениях. Отрицательные значения индекса Перкала свидетельствуют о наибольшей глубине кризиса. Индекс Перкала отличается прозрачностью и, прежде всего, небольшой потерей информации при агрегировании данных. Исследование польских авторов опиралось на пять показателей, используемых Организацией объединенных наций, Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) и Евростатом (статистическим офисом Европейского союза). Для данного анализа было выбрано 30 европейских стран. Большинство из них являются странами ЕС. Как отмечают авторы, этот выбор был продиктован доступностью данных (табл. 1).

Таблица 1

Переменные, используемые для построения индекса Перкала

	Изменение поступлений от международного туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г., %	Изменение заполняемости койко-мест в гостиницах в 2020 г. по сравнению с 2019 г., %	Изменение количества ночёвок туристов в 2020 г. по сравнению с 2019 г., %	Изменение количества занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г., %	Изменение прибытия международных туристов в 2020 г. по сравнению с 2019 г., %	Индекс Перкала за 2020 г.
Австрия	+29,7	-34	-44	-1,3	-48,3	1,0
Бельгия	+21,6	-40	-69	-0,6	-68,0	0,6
Болгария	+63,0	-39	-75	-3,4	-60,2	-1,0
Венгрия	-47,7	-48	-77	-1,1	-9,1	0,0
Германия	-43,6	-35	-64	-1,6	-66,5	-0,1
Греция	-76,3	-41	-77	-0,9	-76,8	-1,2
Дания	-50,6	-45	-63	-0,9	-69,2	0,1
Исландия	-70,3	-56	-79	-3,2	-79,9	-1,1
Испания	-76,1	-49	-80	-2,9	-76,9	-1,3
Италия	-58,1	-39	-70	-2,0	-58,1	-0,7
Кипр	-82,0	-62	-83	+0,2	-84,1	-0,9

Латвия	-53,6	-44	-61	-1,9	-70,1	-0,3
Литва	-66,7	-50	-73	-1,5	-70,1	-0,5
Люксембург	-21,9	-39	-52	+1,1	-51,6	1,5
Мальта	-78,1	-62	-75	+2,6	-75,2	0,0
Нидерланды	-45,5	-41	-59	0,0	-62	0,5
Норвегия	-71,1	-29	-69	-0,5	-76,1	-0,3
Польша	-41,6	-37	-65	-0,1	-16,1	1,0
Португалия	-55,8	-51	-74	-2,0	-75,2	-0,4
Румыния	-60,3	-44	-86	-1,8	-82,7	-1,1
Северная Македония	-41,5	-46	-84	-0,3	-84,4	-0,1
Сербия	-25,6	-35	-68	-0,2	-75,1	0,4
Словакия	-8,9	-32	-63	-2,0	-63,6	0,6
Словения	-60,4	-39	-71	-0,5	-73,1	-0,5
Финляндия	-59,9	21	-68	-1,5	-70,4	-0,2
Хорватия	+54,3	-57	-58	-1,3	-67,7	0,1
Чехия	-44,7	-37	-73	-1,3	-67,9	0,0
Швейцария	-50,1	-26	-66	-0,2	-70,1	0,2
Швеция	-52,9	-36	-71	-1,3	-73,6	-0,1
Эстония	-64,4	-41	-68	-2,2	-68,4	-0,4

Источник:⁴³.

Самый низкий индекс Перкала (PI) характеризует в основном страны со значительным въездным туристским потоком. Это, в первую очередь, Испания (PI = -1,3) и Греция (PI = -1,2).

⁴³Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 180–181.

Другие страны Средиземноморья получили средние значения индекса Перкала. В частности, это Португалия ($PI = -0,4$), Италия ($PI = -0,7$) и Хорватия ($PI = 0,1$). Согласно результатам исследования, Центральная и Западная Европа характеризовались меньшим воздействием пандемии на туризм. Минимальные потери в туристской сфере понесли Люксембург ($PI = 1,5$), Австрия ($PI = 1,0$), Польша ($PI = 1,0$) и Бельгия ($PI = 0,6$). Большинство других европейских стран характеризовалось средними значениями индекса Перкала, и, следовательно, влияние пандемии на туризм здесь было средним.

Опираясь на предложенную в таблице статистику, можно проследить влияние разных факторов на индекс Перкала. Первой переменной для расчёта индекса являются потери в поступлениях от международного туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. (рис. 6).

Несмотря на общий кризис в туризме, ряд европейских государств получил доход от международного туризма в 2020 г. больше, чем в 2019 г. В первую очередь, это Болгария (+63 %) и Хорватия (+54,3 %). Также доход от иностранного туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. вырос в Австрии (+29,7 %) и Бельгии (+21,6 %). В числе стран с небольшими потерями в доходе из-за пандемии оказались Словакия (-8,9 %), Люксембург (-21,9 %) и Сербия (-25,9 %). В категорию стран со средними потерями доходов (от 30 до 50 %) в сфере международного туризма попали преимущественно страны Центральной Европы (Польша, Чехия, Германия, Венгрия, Нидерланды). Потери в доходах выше среднего уровня (от 50 до 70 %) понесли страны Северной Европы и ряд государств Южной Европы.

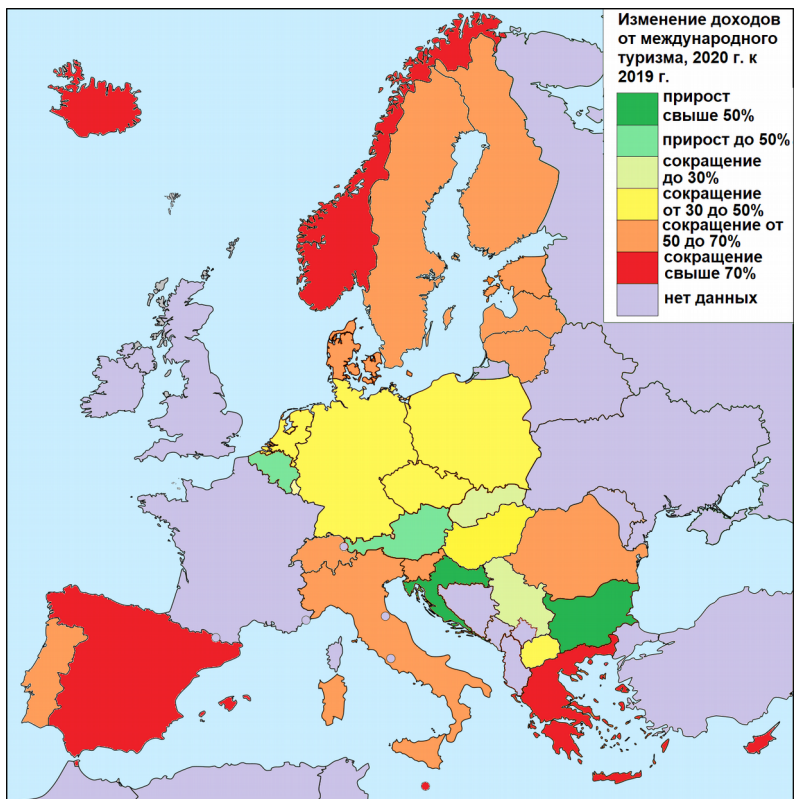


Рис. 6. Изменение поступлений от международного туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. (составлено авторами по⁴⁴)

При этом экономика туризма наиболее пострадала в 2020 г. в таких государствах Южной Европы, как Кипр (-82 %), Мальта (-78,1 %), Греция (-76,3 %), Испания (-76,1 %), а также в двух странах Северной Европы — Норвегии (-71,1 %) и Исландии (-70,3 %). Можно отметить следующие географические особенности названных стран, которые объясняют их попадание

⁴⁴Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

в эту группу. Это или островные государства (Кипр, Мальта, Исландия) или же полуостровные страны, находящиеся на окраине Европы (Норвегия, Испания, Греция). То есть это страны, которые в большей степени зависимы от въездного туризма из относительно удалённых государств, и где не может полноценно или вообще не может развиваться трансграничный туризм (обмен туристами с соседними странами).

Этим же объясняется не такая острая ситуация в странах Центральной Европы. Во-вторых, страны Южной Европы, специализирующиеся на рекреационном туризме (Испания, Греция, Кипр) до пандемии имели очень значительный въездной турпоток, и туристская сфера в них в наибольшей степени зависима от величины этого турпотока.

О резком сокращении величины турпотока в ряд стран Южной Европы свидетельствует уменьшение в 2020 г. по сравнению с 2019 г. количества ночёвок туристов в гостиницах и других аналогичных им помещениях (рис. 7). Наибольшее уменьшение количества ночёвок (на 80 % и более) произошло в таких странах, как Испания, Кипр, Румыния и Северная Македония. Также сильно пострадали в этом плане островные государства Исландия и Мальта, а также Болгария и Венгрия.

Наименьшее уменьшение количества ночёвок иностранных туристов с 2019 по 2020 гг. характеризовало такие страны, как Австрия, Люксембург, Нидерланды и Хорватия. В целом же сокращение данного показателя было несколько меньшим опять же в Центральной Европе, и более пострадали в этом плане страны Северной Европы, Южной и особенно Юго-Восточной Европы.

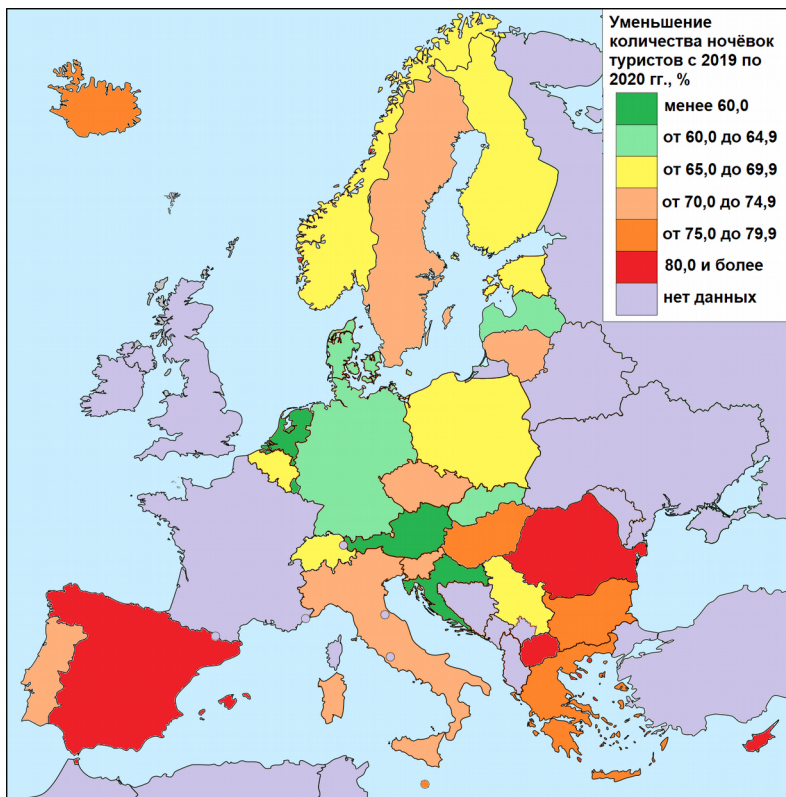


Рис. 7. Изменение количества ночёвок туристов в 2020 г. по сравнению с 2019 г. (составлено авторами по⁴⁵)

Нужно отметить, что, несмотря на резкое снижение в 2020 г. величины въездного турпотока и доходов от международного туризма, в Европе несколько государств сохранили или даже увеличили количество занятых в туристской сфере. Как ни странно, в число таких стран вошли Мальта и Кипр, и, что более закономерно, Нидерланды и Люксембург (рис. 8).

⁴⁵Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

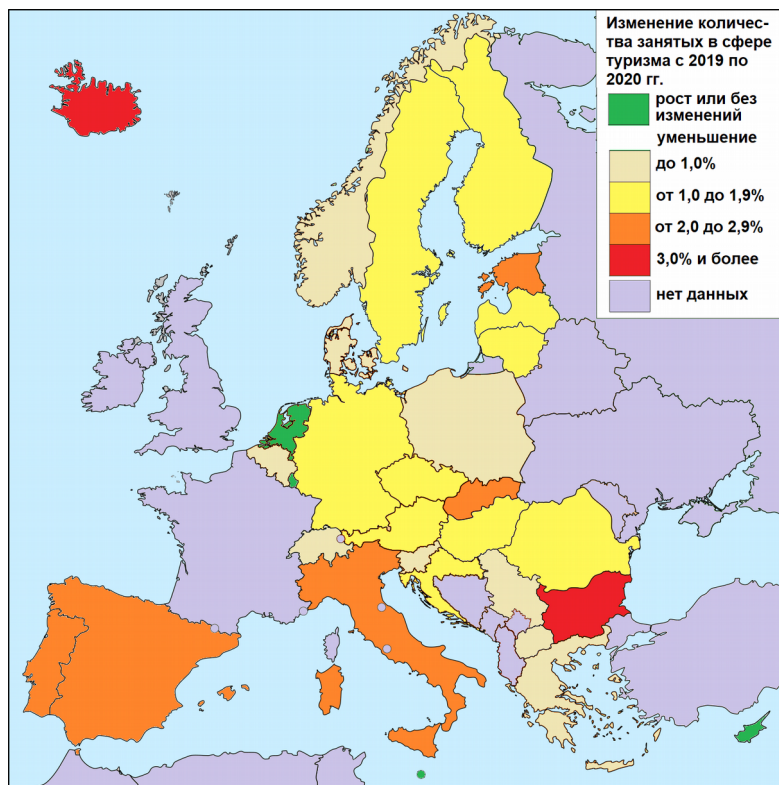


Рис. 8. Изменение количества занятых в сфере международного туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. (составлено по⁴⁶)

Максимальные потери в количестве занятых в сфере международного туризма понесли Болгария и Исландия. Также значительно сократилось число занятых в этой сфере в нескольких странах Южной Европы, а именно, в Испании, Португалии и Италии. В эту же категорию стран вошли Эстония и Словакия. И опять же, в относительно более выигрышной ситуации по этому показателю оказались страны Центральной Европы.

⁴⁶Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

И наконец, согласно данным польских исследователей, наименьшие потери в величине въездного туристского потока в 2020 г. по сравнению с 2019 г., понесли Венгрия, Польша и Австрия (рис. 9), что в значительной мере предопределило сравнительно высокие значения индекса Перкала у этих стран.

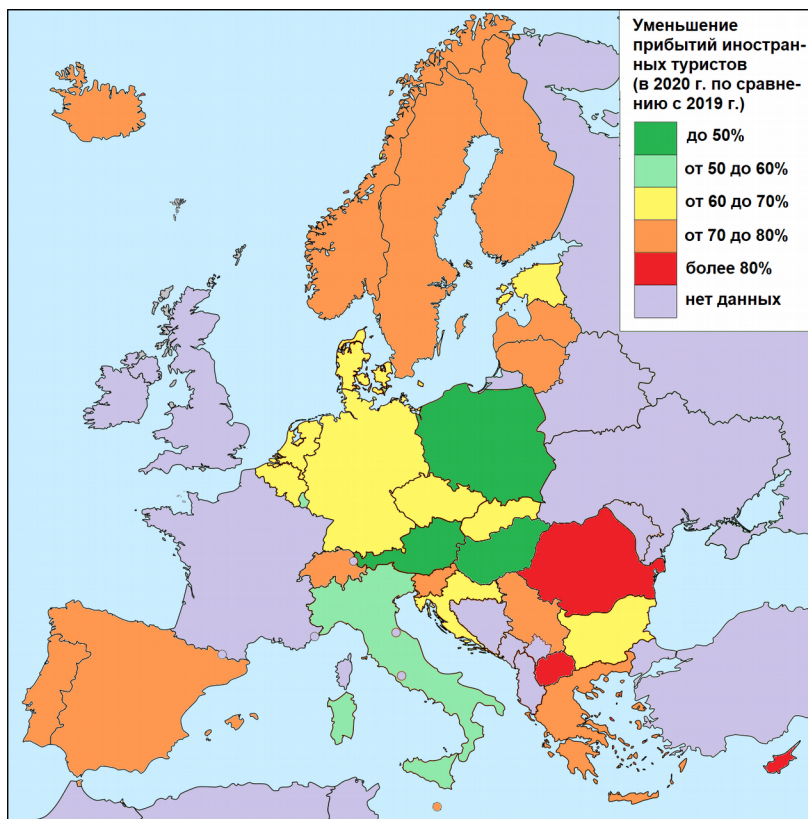


Рис. 9. Изменение прибытия международных туристов в 2020 г. по сравнению с 2019 г. (составлено авторами по⁴⁷⁾)

⁴⁷Korinith B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

Лидерами по снижению в 2020 г. приёма иностранных туристов стали Кипр, Румыния и Северная Македония, что отразилось на крайне низком значении индекса Перкала, особенно у двух первых стран. Дифференциация этого показателя по туристским мезорегионам Европы опять же позволяет выделить менее пострадавшую из-за пандемии Центральную Европу, и более пострадавшие Северную Европу и Средиземноморье (за исключением Италии).

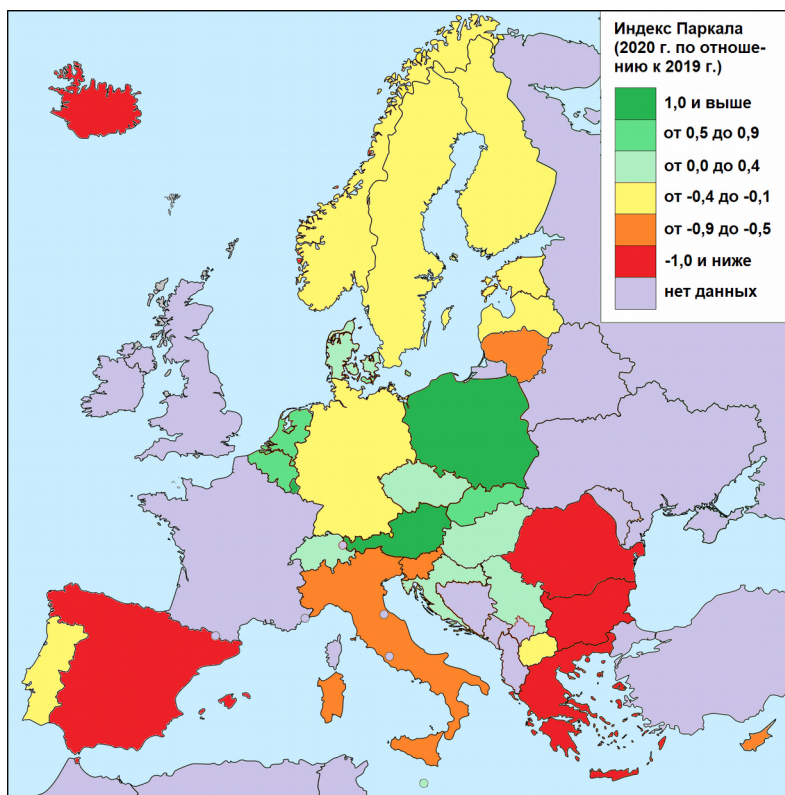


Рис. 10. Индекс Перкала в 2020 г. (составлено авторами по⁴⁸)

⁴⁸Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

Индекс Перкала, рассчитанный польскими исследователями (рис. 10), позволил сделать вывод, что в 2020 г. в большей степени кризис в сфере международного туризма затронул страны, расположенные в Средиземноморье (особенно Испанию и Грецию, в меньшей степени — Кипр и Италию, ещё меньше — Португалию и Мальту). С другой стороны, пандемия в меньшей степени затронула туризм в странах Бенилюкса, Центральной и Северной Европы, при этом минимально пострадал международный туризм в Австрии, Польше, Бельгии и Люксембурге.

Сокращение въездного туристского потока в страны Европы в 2020 г. по сравнению с 2019 г.

Показатели сокращения въездного туристского потока в странах Европы с 2019 по 2020 гг., рассчитанные по другим источникам, несколько отличаются от тех, которые были представлены в статье польских авторов⁴⁹, что, безусловно, сказывается и на общей картине потерь международного туризма в Европе из-за пандемии COVID-19.

В таблице 2 представлены показатели, рассчитанные по⁵⁰ и по данным национальной статистики европейских стран, отражающие изменение с 2019 по 2020 гг. объёма въездного туризма в страны Европы.

⁴⁹Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

⁵⁰Statistics Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_ARNAT_custom_159133/default/table?lang=en (дата обращения: 20.11.2021); Yearbook of Tourism Statistics, Data 2015–2019, 2021 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid. 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422487> (дата обращения: 20.11.2021).

Таблица 2

Объём въездного турпотока и степень его разнообразия в странах Европы в 2019 и 2020 гг., а также годовая динамика данных показателей*

	Прибытия иностранных туристов, млн чел.		Изменение величины въездного туристского потока в 2020 г. по сравнению с 2019 г., %
	2019 г.	2020 г.	
Австрия	31,88	15,09	-52,7
Албания	6,41	2,66	-58,5
Андорра	3,04	н/д	н/д
Беларусь	1,12	0,32	-71,3
Бельгия	9,34	2,58	-72,3
Болгария	4,07	1,18	-71,1
Босния и Герцеговина	1,20	0,20	-83,6
Великобритания	40,86	н/д	н/д
Венгрия	6,17	1,37	-77,8
Германия	36,99	11,70	-68,4
Греция	20,01	4,69	-76,6
Дания	5,53	1,62	-70,7
Ирландия	3,28	н/д	н/д
Исландия	4,53	1,04	-77,0
Испания	67,36	13,26	-80,3
Италия	65,01	16,51	-74,6
Кипр	3,98	0,63	-84,1
Косово	0,18	0,09	-52,0
Латвия	1,95	0,71	-63,3
Литва	1,94	0,51	-73,6
Лихтенштейн	0,10	0,06	-40,5
Люксембург	1,04	0,53	-49,6
Мальта	1,82	0,49	-73,3

Монако	0,38	н/д	н/д
Молдова	0,17	0,03	-83,5
Нидерланды	15,51	5,10	-67,1
Норвегия	4,12	1,39	-66,3
Польша	7,47	2,26	-69,7
Португалия	16,41	3,90	-76,2
Россия	10,86	2,16	-80,1
Румыния	2,68	0,45	-83,1
Сан-Марино	1,87	н/д	н/д
Северная Македония	0,76	0,12	-84,4
Сербия	1,85	0,45	-75,9
Словакия	2,48	0,85	-65,5
Словения	4,70	1,22	-74,1
Турция	44,71	12,71	-71,6
Украина	14,10	н/д	н/д
Финляндия	3,29	0,90	-72,8
Франция	51,58	н/д	н/д
Хорватия	17,35	5,54	-68,1
Черногория	1,17	0,18	-84,6
Чехия	10,89	2,78	-74,4
Швейцария	10,49	3,01	-71,3
Швеция	7,41	2,19	-70,4
Эстония	2,25	0,68	-70,0

*Примечания: н/д — нет данных; составлено по источникам⁵¹ и национальной статистке по туризму стран Европы.

⁵¹Statistics Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_ARNAT_custom_159133/default/table?lang=en (дата обращения: 20.11.2021); Yearbook of Tourism Statistics, Data 2015–2019, 2021 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid. 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422487> (дата обращения: 20.11.2021).

Сокращение въездного туристского потока в 2020 г. по сравнению с 2019 г. отражено на рисунке 11. К сожалению, даже в конце 2021 г. ещё не была открыта туристская статистика за 2020 г. в Великобритании, Ирландии, Франции и Украине, поэтому по этим странам не подсчитан показатель изменения въездного турпотока.

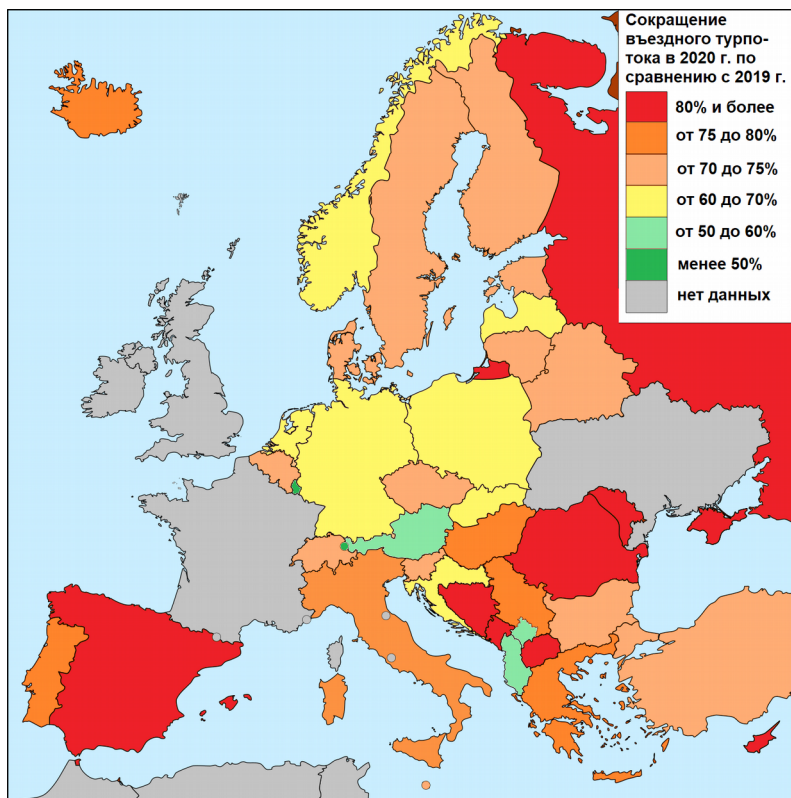


Рис. 11. Динамика сокращения въездного туристского потока в странах Европы в 2020 г. по сравнению с 2019 г. (составлено авторами по данным национальной статистики и по⁵²)

⁵²Statistics Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_ARNAT_custom_159133/default/table?lang=en (дата обращения: 20.11.2021); Yearbook of Tourism Statistics, Data 2015–2019, 2021 Edition. World

Лидерами по сокращению объёма въездного турпотока в 2020 г. по сравнению с 2019 г. в Европе стали: Босния и Герцеговина, Черногория, Северная Македония, Румыния, Молдова, Испания, Кипр и Россия. Большинство этих государств расположено в юго-восточной части Европы и характеризуется невысоким уровнем экономического развития. С другой стороны, наименьшее падение турпотока испытали два европейских микространства (Лихтенштейн и Люксембург), а также Австрия, Албания и самопровозглашённая республика Косово.

Наиболее заметны контрасты в падении въездного турпотока в 2020 г. на юго-востоке Европы: там есть как наименее пострадавшие страны (Албания и самопровозглашённая Республика Косово), так и наиболее пострадавшие (Румыния, Молдова, Черногория, Босния и Герцеговина, Северная Македония). Албанский случай объясняется относительно низкой зависимостью от турпотока из развитых стран Европы: между Албанией и Косово существует значительный взаимный турпоток, который в 2020 г. сократился всего лишь на 30 %). Также в числе наименее пострадавших находятся Австрия (за счёт привлечения туристов из Германии и упрощения въезда для них) и Люксембург (благодаря расположению в нём одной из неформальных столиц ЕС, где значительна доля «делового» туризма).

Величина падения въездного туристского потока в 2020 г. вследствие пандемии COVID-19 была сопоставлена с индексом Перкала, рассчитанным польскими исследователями⁵³ и свидетельствующем о глубине кризиса в туристской сфере европейских стран в том же 2020 г. Результаты сопоставления этих показателей свидетельствуют о том, что далеко не во всех странах глубина кризиса в туризме была связана напрямую с величиной сокращения въездного турпотока.

Tourism Organization (UNWTO), Madrid. 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422487> (дата обращения: 20.11.2021).

⁵³Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

Тем не менее, можно отметить две прямо противоположные категории стран, где данная связь является очевидной. Во-первых, это Испания, Румыния и Кипр, где отмечались одновременно наиболее значительное падение въездного турпотока и катастрофическая ситуация в туристской сфере. Во-вторых, это Австрия и Люксембург, испытавшие минимальные потери во въездном турпотоке и сохранившие относительно благополучную ситуацию в туристской сфере.

В категорию стран с достаточно значительным падением въездного турпотока и, вместе с тем, большими потерями в туристской сфере, попали Исландия, Дания, Литва, Словения, Италия и Португалия. С другой стороны, ряд стран, получивших высокие значения индекса Перкала (Бельгия, Нидерланды, Польша и Словакия), характеризовались сравнительно большим сокращением въездного турпотока, и тем самым, не укладывались в общую закономерность. К сожалению, польскими авторами не был рассчитан индекс Перкала по Лихтенштейну, Албании и самопровозглашённой Республике Косово, которые в 2020 г. оказались в числе территорий с крайне низкими показателями сокращения въездного турпотока.

Выводы. Пандемия COVID-19, объявленная ВОЗ в 2020 г., спровоцировала глубочайший мировой кризис туризма. Значительные ограничения в перемещении как между государствами, так и внутри многих стран, привели к многократному сокращению величины турпотоков. Размах кризиса превысил многие ожидания, однако страны Европы отреагировали на него по-разному: сокращение въездного туристского потока варьирует от 1,7 до 6,5 раз.

В Европе лидерами по сокращению въездного туристского потока в 2020 г. по сравнению с 2019 г. стали Испания, Кипр, Северная Македония, Черногория, Босния и Герцеговина, Румыния, Молдова и Россия. Большинство этих стран располагается на юго-востоке Европы и характеризуется относительно низким уровнем социально-экономического развития. Однако минимальное падение величины въездного турпотока характеризовало как небольшие государства с высоким уровнем доходов

(Люксембург, Лихтенштейн, Австрия), так и бедные страны и государственные образования (например, Албания и самопровозглашённая республика Косово).

В случае со странами, испытавшими наименьшее падение въездного турпотока в 2020 г., можно отметить следующую закономерность. В структуре прибытий иностранных туристов в эти страны увеличилась доля соседних стран, традиционно являющихся главными поставщиками туристов в них. При этом государства с наиболее развитым рекреационным туризмом, принимающие туристов из удалённых стран, испытали наибольшую глубину падения въездного турпотока.

ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ И СТРУКТУРЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИСТСКОГО ПОТОКА В 2020 Г. В ОТДЕЛЬНЫХ СТРАНАХ ЕВРОПЫ

Страны Балтии: Эстония и Латвия

В 2020 г. по сравнению с предыдущим годом общий объем турпотока в Эстонии и Латвии уменьшился почти в два раза (рис. 12). При этом внутренний туристский поток сократился менее, чем на пятую часть, а величина въездного турпотока — примерно на две трети.

Нужно также учесть, что первые два месяца 2020 г. не наблюдалось уменьшения величины турпотока в этих странах, и даже был небольшой рост по сравнению с 2019 г.⁵⁴ (рис. 13). Соответственно, глубина падения этого показателя могла бы быть ещё больше, если бы ограничения, связанные с пандемией COVID-19, были введены с самого начала 2020 г.

Но в целом количество иностранных туристов в Эстонии уменьшилось с 2,25 млн в 2019 г. до 0,68 млн в 2020 г., т. е. в 3,3 раза, а в Латвии в этот же период с 1,95 до 0,71 млн, т. е. в 2,75 раза (рис. 14). То есть в этом плане больше пострадала Эстония, что связано со структурой въездного турпотока в эту страну, более ориентированного на дальние страны. В Латвии же была изначально выше доля въездного турпотока из соседних стран Балтии — Эстонии и Литвы.

⁵⁴Иванов И. А., Голомидова Е. С., Теренина Н. К. Влияние пандемии COVID-19 на изменение объема и пространственной структуры туристского потока в Финляндии и Эстонии в 2020 г. // Региональные исследования. 2020. № 4 (70). С. 121–128.

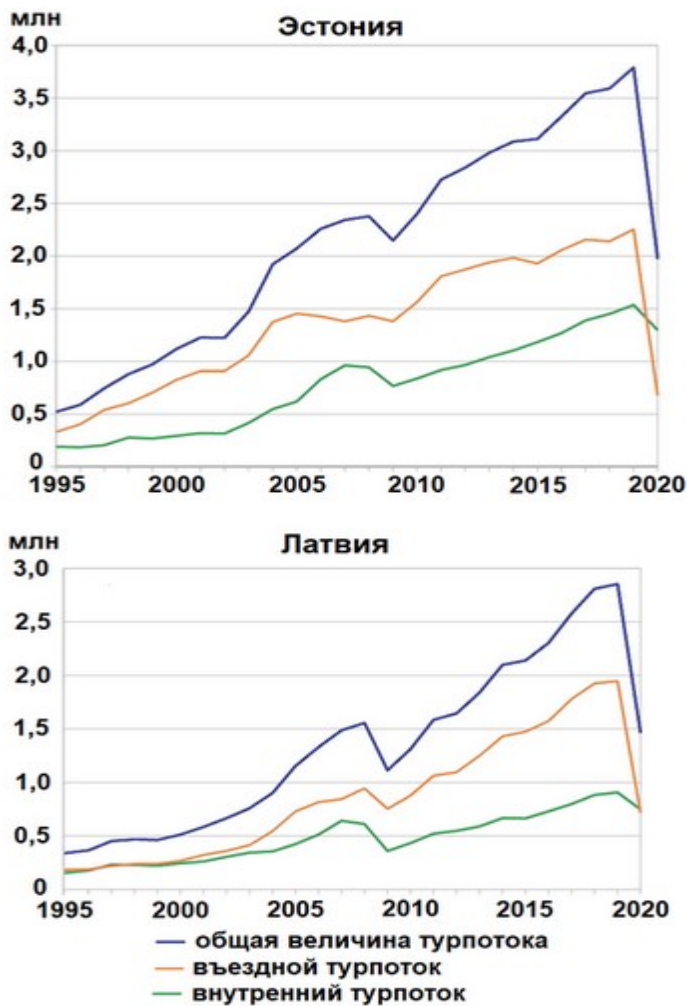


Рис. 12. Изменение величины и структура туристского потока в Эстонии и Латвии в период с 1995 по 2020 гг. (составлено по⁵⁵)

⁵⁵Statistics Estonia. Statistical database. URL: <https://andmed.stat.ee/en/stat> (дата обращения: 20.11.2020); Official statistics of Latvia. URL: <https://stat.gov.lv/en/search> (дата обращения: 20.11.2021).

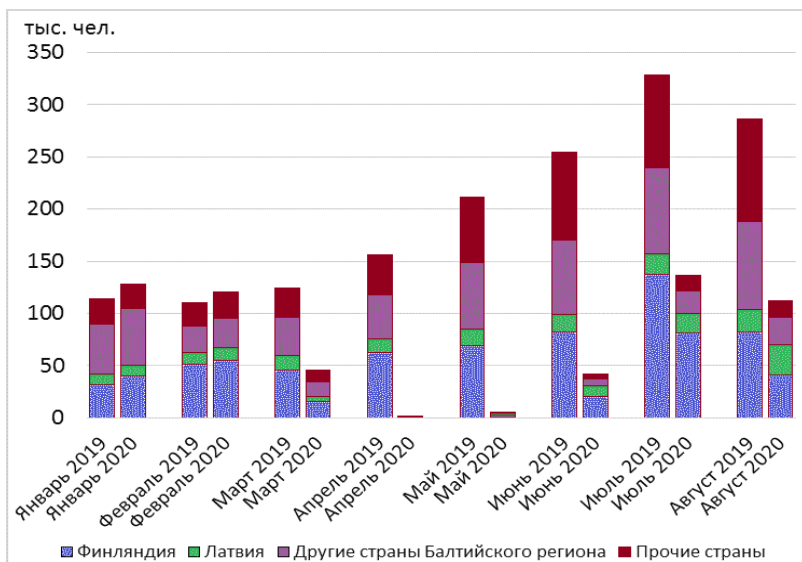


Рис. 13. Въездной турпоток в Эстонию по месяцам 2019 и 2020 гг. (составлено авторами по⁵⁶)

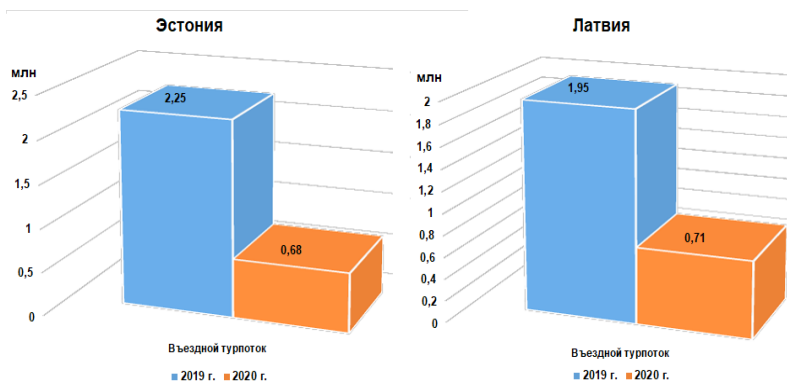


Рис. 14. Прибытия иностранных туристов в Эстонию и Латвию в 2019 и 2020 гг.

⁵⁶Statistics Estonia. Statistical database. URL: <https://andmed.stat.ee/en/stat> (дата обращения: 20.11.2020).

29 апреля 2020 г. премьер-министры стран Балтии объявили о создании «Балтийского туристического пузыря» (Baltic bubble), то есть свободном перемещении внутри трёх государств без необходимости самоизоляции. При этом сохранялись все ограничения по посещению стран Балтии гражданами соседних с ними Российской Федерации, Республики Беларусь и Польши, а также из более удалённых государств⁵⁷. Позже к «Балтийскому туристическому пузырю» подключились Финляндия и Польша.

Анализ туристской статистики Эстонии и Латвии за 2020 г. позволяет оценить, какой результат был получен благодаря созданию «Балтийского туристического пузыря». Для сравнения был выбран 2018 г., по которому имеется более полная туристская статистика, чем за 2019 г. (рис. 15, 16).

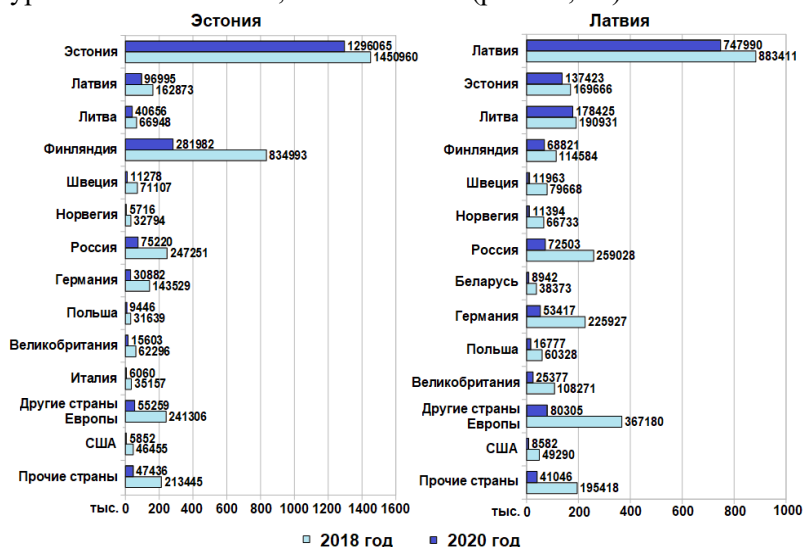


Рис. 15. Величина внутреннего туристского потока и основные страны въездного туризма в Эстонию и Латвию в 2018 и 2020 гг.

⁵⁷Эстония, Латвия и Литва создадут балтийский «Туристический пузырь» после ослабления карантина: как это будет выглядеть. URL: <https://fb.ru/post/travel-tips/2020/5/9/208710> (дата обращения: 29.05.2021).

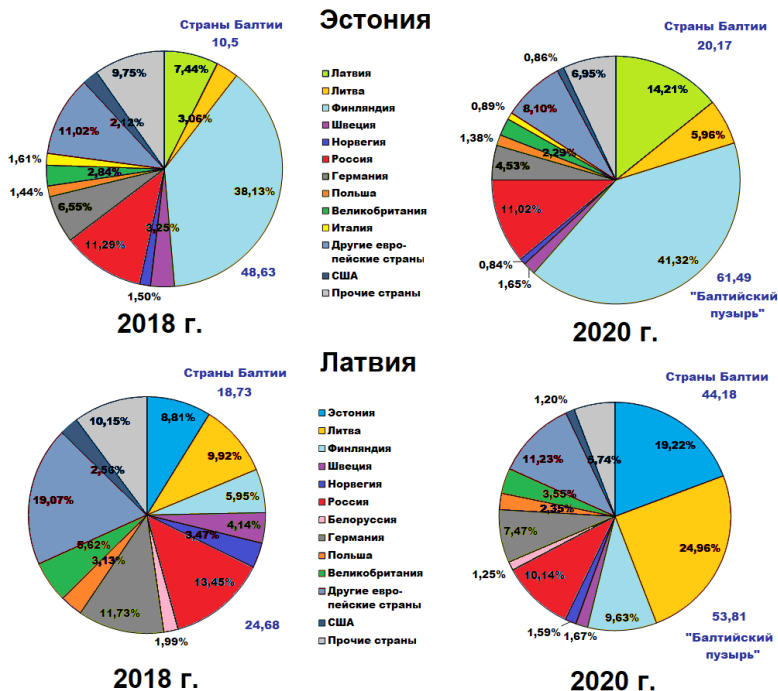


Рис. 16. Структура въездного туризма в Эстонию и Латвию в 2018 и 2020 гг. (составлено авторами по⁵⁸)

Общий объем турпотока в 2020 г. из двух других стран Балтии в Латвию уменьшился примерно в той же пропорции, что и внутренний туристский поток. В Эстонии данное падение было более значительным, но его компенсировало чуть меньшее на фоне других государств сокращение туристского потока из Финляндии.

В общей величине турпотока доля внутреннего туризма в Эстонии выросла с 40 до 65,5 %, а в Латвии — с 31,5 до 51 %. Доля въездного туристского потока из двух других стран Балтии

⁵⁸Statistics Estonia. Statistical database. URL: <https://andmed.stat.ee/en/stat> (дата обращения: 20.11.2020); Official statistics of Latvia. URL: <https://stat.gov.lv/en/search> (дата обращения: 20.11.2021).

увеличилась примерно вдвое в Эстонии (с 10,5 до 20 %), и ещё больше — в Латвии (с 19 до 44 %).

При этом во въездном турпотоке в Эстонию доля Финляндии, которая также подключилась к *Baltic bubble*, увеличилась с 38,1 до 41,3 %. В Латвии доля турпотока из Финляндии выросла с 6 до 10 %. Соответственно, в структуре въездного турпотока в Эстонию и Латвию резко уменьшилась доля других стран (Швеции, Германии, Польши, Великобритании, США и др.), но на этом фоне почти не изменилась доля турпотока из России, составляющая чуть более 10 % и в Эстонии, и в Латвии.

Хотя очевидным является уменьшение потерь в туристском потоке Эстонии и Латвии благодаря образованию в 2020 г. «Балтийского туристического пузыря», но все же нужно обратить внимание на то, что более половины турпотока в этих странах до пандемии COVID-19 приходилось на въездной туризм из других государств. Изменение структуры въездного турпотока в пользу соседних стран Балтии и Финляндии происходило на фоне сокращения не только всего въездного туристского потока, но также и турпотока из этих стран. Внутренний турпоток также не вырос, и потому не мог даже частично компенсировать потери от трёхкратного падения въездного турпотока.

В целом по итогам 2020 г. Эстония испытала несколько большие потери в поступлениях от международного туризма, чем Латвия (уменьшение доходов на 64,4 % и 53,6 % соответственно). Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. в Эстонии сократилось на 2,2 %, в Латвии — на 1,9 %⁵⁹. Причиной этого стало несколько большее падение в 2020 г. величины въездного турпотока в Эстонию, чем в Латвию, что объясняется ставкой Эстонии в допандемийный период на привлечение туристов из более удалённых стран. К тому же сказалось срединное положение Латвии среди стран Балтии, создавших в 2020 г. «Балтийский туристический пузырь».

⁵⁹Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

Северная Европа: Финляндия и Швеция

Количество иностранных туристов в Финляндии уменьшилось с 3,29 млн в 2019 г. до 0,9 млн в 2020 г. (рис. 17), т. е. в 3,65 раза.

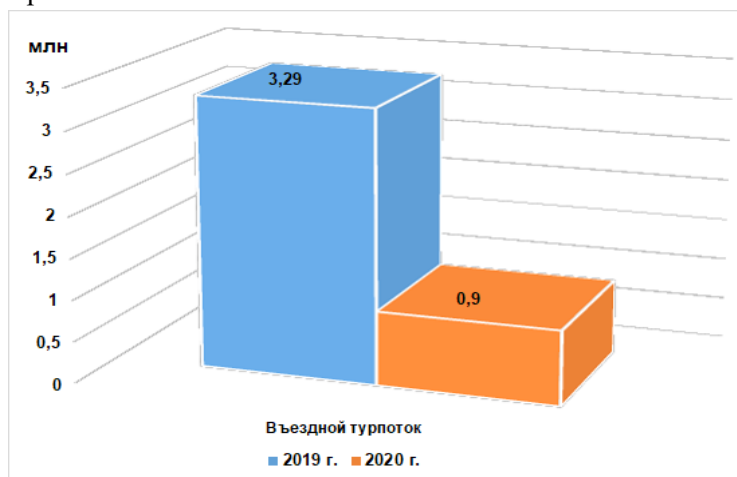


Рис. 17. Прибытия иностранных туристов в Финляндию в 2019 и 2020 гг.⁶⁰

На рисунке 18 показано изменение величины и структуры въездного туристского потока в Финляндию за первые восемь месяцев 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. Падение въездного туристского потока в июле составило 85 %, в августе его величина изменилась незначительно. Восстановление въездного турпотока в Финляндию после локдауна весны 2020 г. происходило очень медленно как по причине более жёстких ограничений на въезд (в т. ч. для граждан некоторых стран ЕС), так и из-за достаточно большого объёма туристского потока в 2019 г.

⁶⁰Visit Finland. Statistics Service Rudolf. URL: <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/en/VisitFinland/> (дата обращения: 25.09.2021).

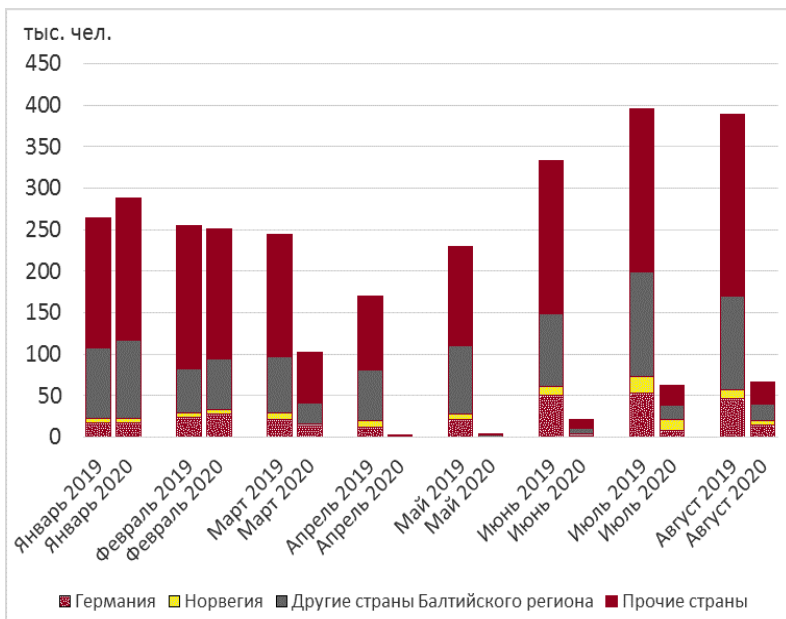


Рис. 18. Въездной турпоток в Финляндию по месяцам 2019 и 2020 гг.⁶¹

Самыми крупными поставщиками туристов в Финляндию в допандемийный период являлись Россия, Швеция, Германия, Китай и Норвегия⁶². В первую очередь сошёл почти на нет турпоток из Швеции, России и Китая. В июле 2020 г. начал восстанавливаться туристский поток из Норвегии, но в августе и он заметно снизился. Но к концу лета постепенно стал восстанавливаться турпоток из Германии.

В целом по итогам 2020 г. Финляндия оказалась в категории стран со средними потерями поступлений от международ-

⁶¹Visit Finland. Statistics Service Rudolf. URL: <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/rpxweb/en/VisitFinland/> (дата обращения: 25.09.2021).

⁶²Манаков А. Г., Кондратьева С. В., Иванов И. А. Структура и география распределения въездного туристского потока в Финляндии // Географический вестник = Geographical bulletin. 2020. № 1 (52). С. 165–176.

ного туризма (с уменьшением доходов на 60 %). Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократилось всего на 1,5 %⁶³.

Швеция с самого начала пандемии COVID-19 прославилась как страна-«Ковид-диссидент», т. к. отказалась вводить жёсткие ограничения, связанные с COVID-19. В дальнейшем стало понятно, что это не изменило принципиально характер течения пандемии. Также политика Швеции по отношению к пандемии COVID-19 не сказалась серьёзно на туристской сфере. Въездной турпоток в Швецию уменьшился примерно в тех же пропорциях, что и в соседних странах, введших жёсткие ограничения на пересечения границ. Количество иностранных туристов в Швеции уменьшилось с 7,41 млн в 2019 г. до 2,19 млн в 2020 г. (рис. 19), т. е. почти в 3,4 раза.

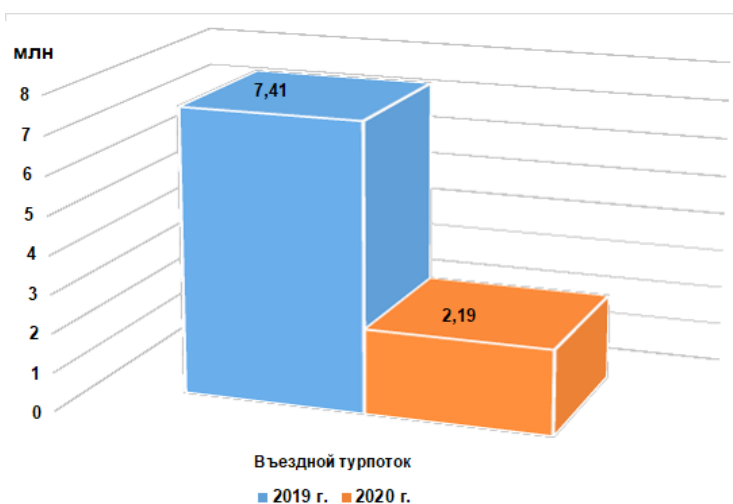


Рис. 19. Прибытия иностранных туристов в Швецию в 2019 и 2020 гг.⁶⁴

⁶³Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

⁶⁴Statistical database. Statistics Sweden. URL: <http://www.statistikdatabasen.scb.se/>

В допандемийный период основными поставщиками туристов в Швецию являлись соседние страны — Норвегия, Германия и Дания, но сравнительно быстро рос поток туристов из более удалённых стран (особенно из Великобритании, Швейцарии, Польши, США, Китая и Индии)⁶⁵. Несмотря на то, что Швеция не ввела весной 2020 г. на своей территории жёсткие ограничительные меры на перемещения, в связи с пандемией COVID-19 катастрофически сократился въездной туристский поток, т. к. были введены ограничения на выезд в тех странах, которые являются основными поставщиками туристов в Швецию (рис. 20).

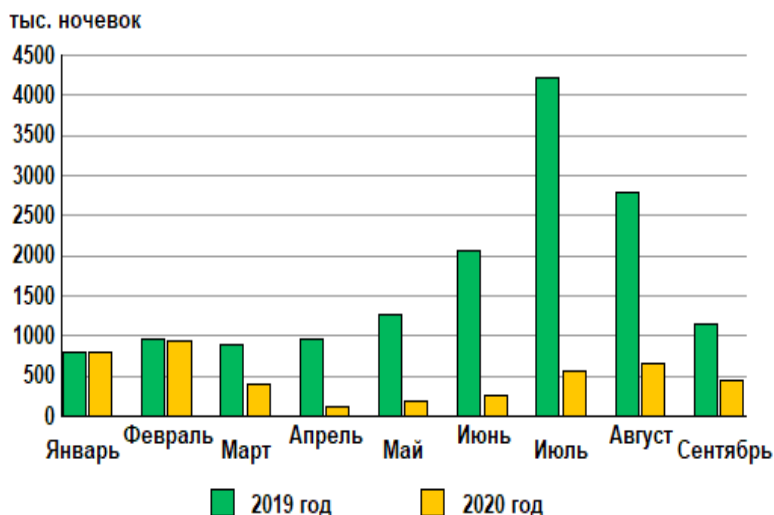


Рис. 20. Въездной турпоток в Швецию по месяцам 2019 и 2020 гг. (источник⁶⁶)

pxweb/en/ssd/ (дата обращения: 20.10.2021).

⁶⁵Manakov A., Krasilnikova I., Ivanov I. Geography of inbound tourism and trans-boundary tourism-and-recreation region-building in Sweden // Baltic Region. 2021. Vol. 13. No. 1. P. 108–123.

⁶⁶Statistical database. Statistics Sweden. URL: <http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/> (дата обращения: 20.10.2021).

Въездной туристский поток в июле 2020 г. был меньше на 87 %, чем в этом же месяце в 2019 г., в августе — на 77 %, в сентябре — на 61 %. В итоге туристская сфера Швеции в 2020 г. пережила такой же глубокий кризис, как и большинство европейских стран, хотя в ней отсутствовали жёсткие ограничительные меры, связанные с пандемией COVID-19⁶⁷.

По итогам 2020 г. Швеция оказалась в категории стран со средними потерями поступлений от международного туризма (с уменьшением доходов на 53 %). Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократилось лишь на 1,3 %⁶⁸.

Центральная Европа: Германия и Польша

В целом Центральная Европа характеризуется как мезорегион, в меньшей степени пострадавший от пандемии COVID-19 как с позиции здравоохранения, так и в туристской сфере. Небольшое на фоне других туристских мезорегионов Европы падение въездного турпотока связано не только с успехами в борьбе с пандемией, но и развитым деловым туризмом, а также наличием многочисленных соседей, что объясняется спецификой географического положения мезорегиона в Европе.

Количество иностранных туристов в Германии уменьшилось с 37 млн в 2019 г. до 11,7 млн в 2020 г., т. е. более, чем в 3 раза. На диаграмме ниже (рис. 21) наглядно отображено сравнение количества въездов в Германию в предпандемийном 2019 г. и 2020 г. — первом году пандемии.

⁶⁷Manakov A., Krasilnikova I., Ivanov I. Geography of inbound tourism and trans-boundary tourism-and-recreation region-building in Sweden // *Baltic Region*. 2021. Vol. 13. No. 1. P. 108–123.

⁶⁸Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

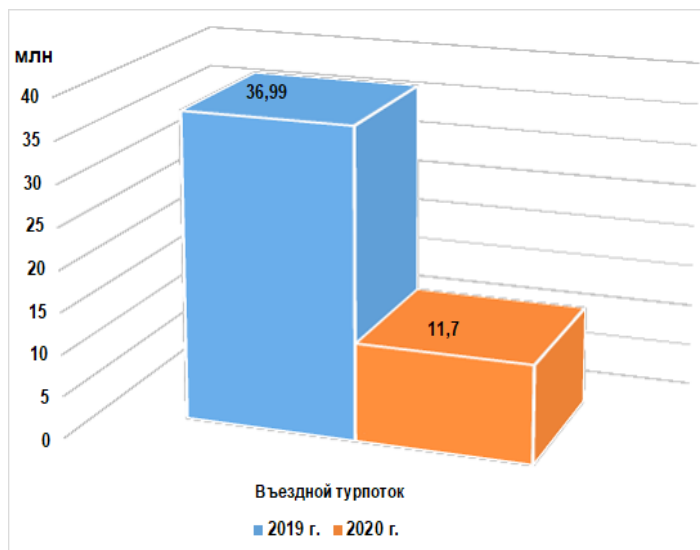


Рис. 21. Прибытия иностранных туристов в Германию в 2019 и 2020 гг.⁶⁹

По итогам 2020 г. Германия оказалась в категории стран с относительно небольшими потерями поступлений от международного туризма (с уменьшением доходов на 43,6 %). Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократилось на 1,6 %⁷⁰.

Польша по итогам 2020 г. оказалась в категории стран с относительно небольшими потерями поступлений от международного туризма (с уменьшением доходов на 41,6 %). При этом количество иностранных туристов в Польше уменьшилось с 7,47 млн в 2019 г. до 2,26 млн в 2020 г. (рис. 22), т. е. в 3,3 раза.

⁶⁹ Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben: Bundesländer, Jahre. Statistisches Bundesamt Deutschland GENESIS-Online. URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online> (дата обращения: 12.01.2021).

⁷⁰ Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

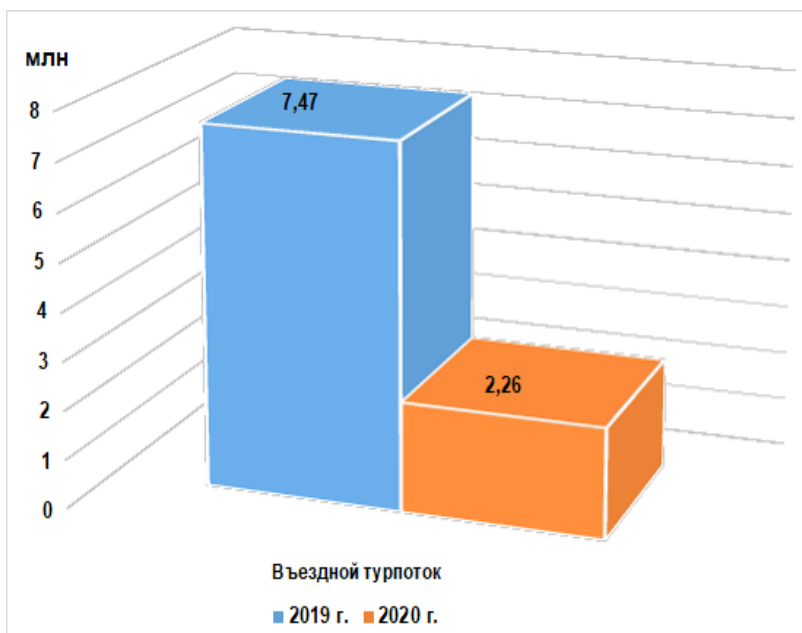


Рис. 22. Прибытия иностранных туристов в Польшу в 2019 и 2020 гг.

Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократилось всего лишь на 0,1 %. Однако внешне благополучные на фоне других стран Европы показатели развития туризма в Польше в 2020 г., рассчитанные польскими авторами⁷¹, находятся в некотором несоответствии с результатами наших расчётов по падению величины въездного турпотока, которые сдвигают Польшу в категорию стран, где международный туризм из-за пандемии пострадал в средней степени.

⁷¹Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

Южная Европа: Испания и Италия

В целом Южная Европа, будучи главной зоной рекреации в пределах Европейского туристского макрорегиона, в большей степени, чем другие европейские мезорегионы, пострадала как от пандемии COVID-19, так и от падения въездного туристского потока.

Испания также оказалась в числе лидеров в Европе по сокращению въездного туристского потока в 2020 г. Количество иностранных туристов в Испании уменьшилось с 67,36 млн в 2019 г. до 13,26 млн в 2020 г. (рис. 23), т. е. более, чем в 5 раз.

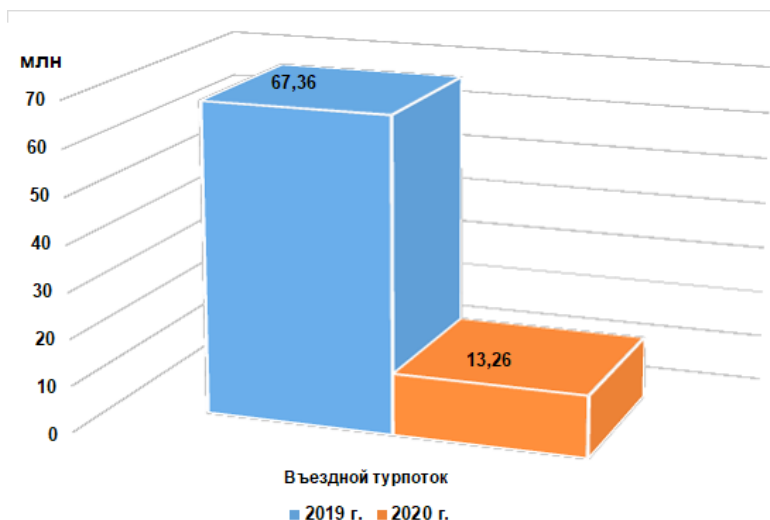


Рис. 23. Прибытия иностранных туристов в Испанию в 2019 и 2020 гг.

На рисунке 24 видно, что с начала локдаунов в странах Европы Испания пережила катастрофическое снижение прибытий иностранных туристов, с февраля по апрель 2020 г. вышедшее на нулевой уровень, продержавшийся вплоть до июля. Небольшое оживление международного туризма наблюдалось

только в июле и августе 2020 г., осенью же начался новый спад в приёме иностранных туристов, с очередным приближением к нулевой отметке в конце года.

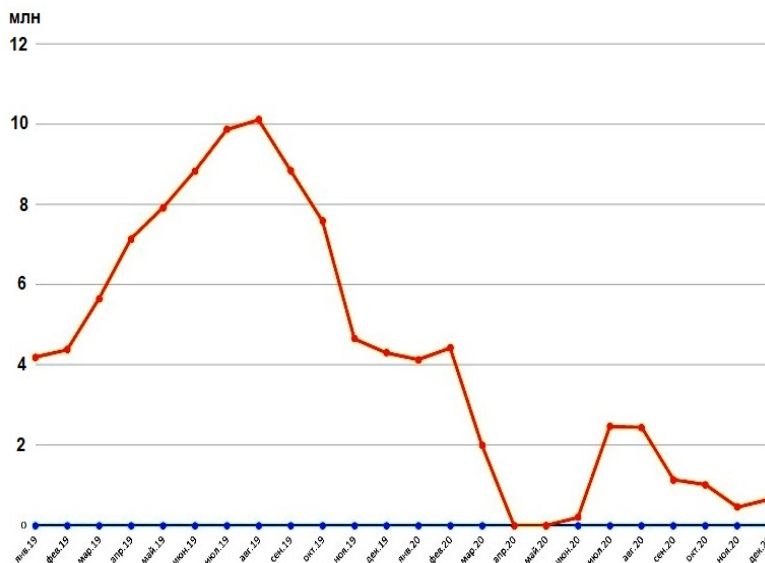


Рис. 24. Туристское движение на границах Испании по месяцам 2019 и 2020 гг., млн прибытий (составлено по источнику⁷²)

В целом по итогам 2020 г. Испания оказалась в категории стран с большими потерями поступлений от международного туризма (с уменьшением доходов на 76 %). Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократилось на 2,9 %⁷³. Таким образом, Испания оказалась среди европейских стран, где туристская сфера наиболее пострадала по причине катастрофического уменьшения въездного турпотока в 2020 г.

⁷²Movimientos Turísticos en Fronteras. URL: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10822> (дата обращения: 24.11.2021).

⁷³Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

Италия несколько меньше пострадала от потерь во въездном турпотокe по сравнению с тремя другими странами Средиземноморья — Испанией, Грецией и Кипром. Количество иностранных туристов в Италии уменьшилось с 65 млн в 2019 г. до 16,5 млн в 2020 г. (рис. 25), т. е. почти в 4 раза.

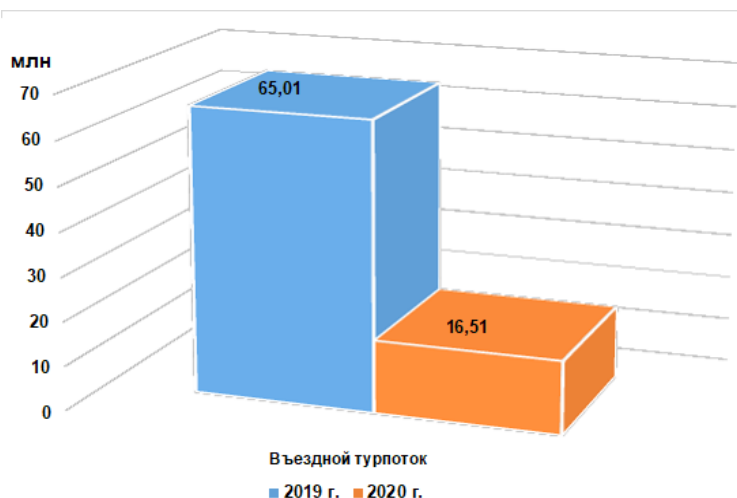


Рис. 25. Прибытия иностранных туристов в Италию в 2019 и 2020 гг.

Хотя Италия по итогам 2020 г. оказалась в категории стран со средними потерями поступлений от международного туризма (с уменьшением доходов на 58 %), тем не менее, страну едва ли можно считать избежавшей глубокого кризиса в туризме. Но на фоне некоторых других стран Южной Европы (особенно Испании и Кипра) Италия всё же характеризовалась относительно небольшим падением въездного туристского потока. Количество занятых в сфере туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократилось на 2 %⁷⁴.

⁷⁴Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.

ДИНАМИКА И ГЕОГРАФИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРПОТОКА В ШВЕЙЦАРИИ В 2010–2021 ГГ.

Швейцария — одна из самых красивых стран Европы. Туристов привлекает альпийский климат и живописные горные ландшафты Швейцарии. Основными видами туризма в Швейцарии являются горнолыжный, лечебно-оздоровительный, отдых на озёрах, а также познавательные экскурсии. Индустрия туризма является одним из важнейших секторов экономики Швейцарии, в котором занято около 4 % трудоспособного населения. Швейцария принадлежит к числу самых дорогих стран мира.

Наличие развитой туристской инфраструктуры, сети железных и автомобильных дорог в сочетании с живописной природой и выгодным географическим положением обеспечивает приток в страну значительного количества туристов, прежде всего немцев, американцев, японцев, а в последние годы также русских, индийцев, китайцев. 15 % национального дохода поступает за счёт туризма. Швейцарию ежегодно посещают свыше 10 млн иностранных туристов.

Курорты, старинные города, замки и другие памятники культуры и истории Швейцарии позволяют организовывать различные туры: курортные, городские, автобусные, круизные, горные, пешеходные и автомобильные. В Швейцарии широко распространён зимний туризм — горные и беговые лыжи, сноубординг и другие виды спорта. Высокий сезон в стране приходится не только на лето, Рождество и Новый год, но и на период с середины февраля до конца марта⁷⁵.

В комплексе культурно-исторических ресурсов Швейцарии особое место занимают музеи, памятники архитектуры и фольклор, представляющие собой достояние прошлых веков.

⁷⁵Самохвалова Н. А Особенности развития туризма в Швейцарии // Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты. Материалы Всероссийской молодёжной научно-практической конференции. Иркутск, 2021. С. 143–147.

Это государство позволяет ознакомиться сразу с несколькими развитыми европейскими культурами — немецкой, французской, итальянской и ретороманской. Приблизительно 900 музеев расположено на небольшой территории Швейцарии. Все они отличаются огромными коллекциями, которые хранятся в их фондах. Например, это музей Кунстхаус, швейцарский национальный музей, анатомический музей университета Безеля, дом-музей Эйнштейна.

Также национальным достоянием страны являются памятники архитектуры. Свой вклад в архитектуру Швейцарии внесли государства-соседи. Примером может служить Замок Шильон на берегу Женевского озера, Церковь Гроссмюнстер в Цюрихе, Аббатство Святого Галла⁷⁶.

Центральное размещение государства в Европе способствует масштабному притоку туристов из многих стран, а благодаря тому, что горы занимают две трети страны, Швейцария — это рай для альпинизма и горнолыжного курорта. Предоставляемый сервис и комфорт здесь находятся на высшем уровне. Трассы являются эталонными во всем мире, а количество подъемников исключает очередь на них. Горнолыжные курорты функционируют в Швейцарии даже летом. Из более чем двухсот горнолыжных курортов, самыми популярными считаются: «4 долины», Вербье, Цермат, Давос, Лекенбард, Интерлакен и Сант-Мориц⁷⁷.

Будучи штаб-квартирой многих интернациональных спортивных ассоциаций, а также Международного олимпийского комитета, Швейцария — идеальное место для организации крупных спортивных мероприятий. Кроме того, здесь проводятся многочисленные медицинские конгрессы.

⁷⁶Егорова С. А., Беркасова Л. В. Культурно-исторические ресурсы Швейцарии // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства. Материалы 7-й Межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 105-летию РГУ имени С. А. Есенина, 2020. С. 107–110.

⁷⁷Ибрагимов Э. Э., Меметова Н. Т. Проблематика развития горнолыжного туризма в Швейцарии // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. Материалы II Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. 2019. С. 386–390.

Самые известные события — ежегодный экономический форум в Давосе, международный автосалон в Женеве, часовая выставка «Арт-Базель» и джазовый фестиваль в Монтре⁷⁸.

Швейцария — одна из немногих стран в мире, которая смогла справиться с последствиями пандемии COVID-19. В качестве меры предосторожности федеральное правительство разработало детальные планы защиты, чтобы приспособиться к потребностям текущей ситуации. Восстановление туристской деятельности очень важно для правительства Швейцарии, так как она приносит доходы почти в 45 миллиардов швейцарских франков ежегодно⁷⁹.

Целью работы является освещение особенностей динамики и географии въездного туризма Швейцарии с 2010 по 2021 гг., т. е. включая период пандемии COVID-19.

В качестве информационной базы исследования выступает статистика по туризму, представленная на национальных сайтах Федеральной службы статистики Швейцарии⁸⁰ и Swissinfo.ch⁸¹, а также на сайте UNWTO⁸².

В данном исследовании использована методика, разработанная в работе Л. А. Ивановой и В. К. Крыстевой, где рассмотрена динамика и география въездного туризма в Ирландию в период с 2006 по 2022 гг.⁸³.

⁷⁸Шпырня О. В. Обзор развития европейского рынка инсентив туризма // Научный вестник Южного института менеджмента. 2020. № 1. С. 79–82.

⁷⁹Фаронова Ю. В., Усманова А. Р. Швейцария и пандемия коронавируса: постковидная политика развития туризма // Сборник научных трудов. Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал), Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского. Симферополь, 2020. С. 421–424.

⁸⁰Federal Statistical Office. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home.html> (дата обращения: 25.03.2022).

⁸¹Swissinfo.ch. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.swissinfo.ch/rus> (дата обращения: 10.04.2022).

⁸²UNWTO. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.unwto.org/tourism-flows-source-markets-and-destinations> (дата обращения: 02.04.2022).

⁸³Иванова Л. А., Крыстев В. К. Динамика и география въездного туристского потока в Ирландию // Псковский регионологический журнал. 2022. Т. 18. № 2. С. 108–125. DOI: 10.37490/S221979310020086-7.

Анализ динамики величины въездного турпотока в Швейцарию в период с 2010 по 2021 гг. (рис. 26) свидетельствует, что ежегодный туристский поток в этот период увеличивался достаточно высокими темпами, испытав лишь незначительное замедление роста в 2016 г. Но в 2017 г. в Швейцарии произошёл новый «туристский бум» за счёт увеличения количества внутренних туристов и визитов иностранных гостей.

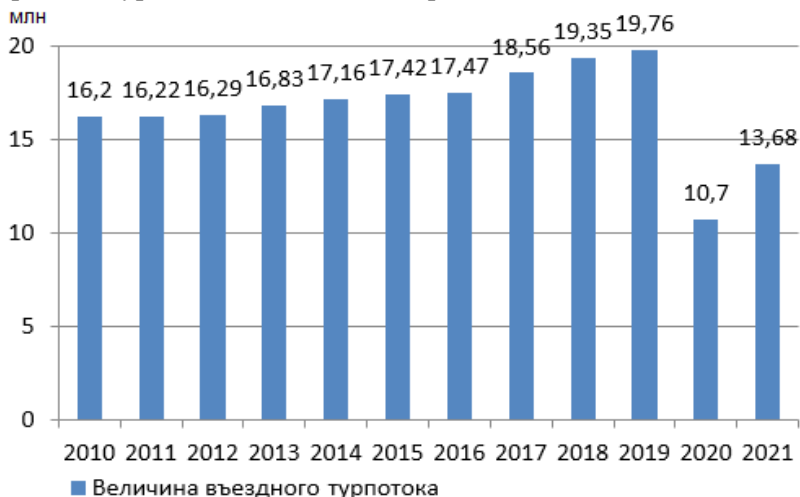


Рис. 26. Динамика прибытий иностранных туристов в Швейцарию в 2010–2021 гг.

Но в 2020 г. туристский поток снизился почти в два раза, что было связано с пандемией COVID-19. Пострадала туристская индустрия Швейцарии. В 2020–2021 гг. общая величина турпотока в стране поддерживалась в основном за счёт внутреннего туризма.

Если рассмотреть структуру турпотока в Швейцарию по странам выезда в 2018–2021 гг. (рис. 27), то можно видеть, что лидерами по количеству иностранных туристов в эти годы стабильно являлись Германия и Франция. Также в предпандемийный период (2018–2019 гг.) прибывало много туристов из США, Китая и Великобритании.

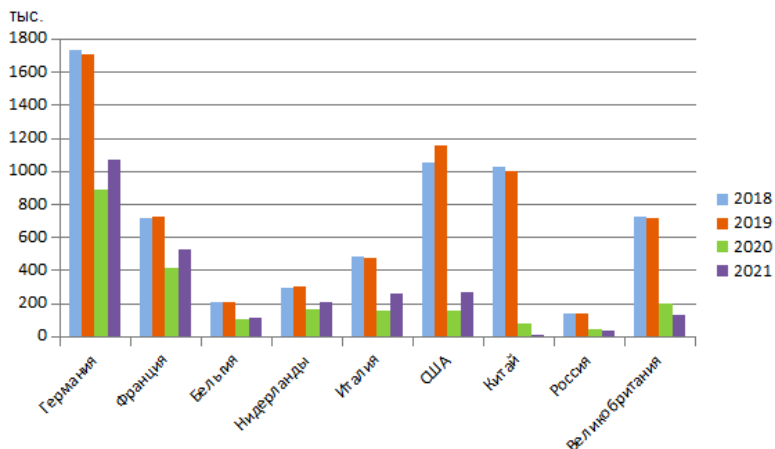


Рис. 27. Структура въездного туристского потока в Швейцарию по странам в 2018–2021 гг.

Рассмотрим географию въездного турпотока в Швейцарию по статистике 2021 г. В первую по посещаемости туристами пятёрку кантонов страны (свыше 10 % прибытий от всего въездного турпотока) вошли Берн, Граубюнден, Вале (Валлис), Цюрих и Люцерн (табл. 3, рис. 28).

Таблица 3

Посещения иностранными туристами кантонов и полукантонов Швейцарии в 2021 г.

Кантоны и полукантоны	млн чел.	доля региона, %
1. Берн	2	14,7
2. Граубюнден	1,86	13,6
3. Вале (Валлис)	1,5	11,1
4. Цюрих	1,4	10,5
5. Люцерн	1,3	10
6. Тичино	1,2	8,8
7. Во	1	7,7
8. Женева	0,72	5,3
9. Базель-Штадт	0,44	3,2
10. Санкт-Галлен	0,4	3

11. Юра	0,3	2,3
12. Швиц	0,27	2
13. Ааргау	0,25	1,8
14. Фрибур	0,23	1,7
15. Тургау	0,19	1,4
16. Золотурн	0,18	1,3
17. Обвальден	0,17	1,3
18. Невшатель	0,15	1,1
19. Ури	0,14	1,1
20. Нидвальден	0,13	0,9
21. Базель-Ланд	0,09	0,7
22. Аппенцель Иннерроден	0,09	0,7
23. Аппенцель Ауссерроден	0,07	0,5
24. Шаффхаузен	0,07	0,5
25. Гларус	0,05	0,5

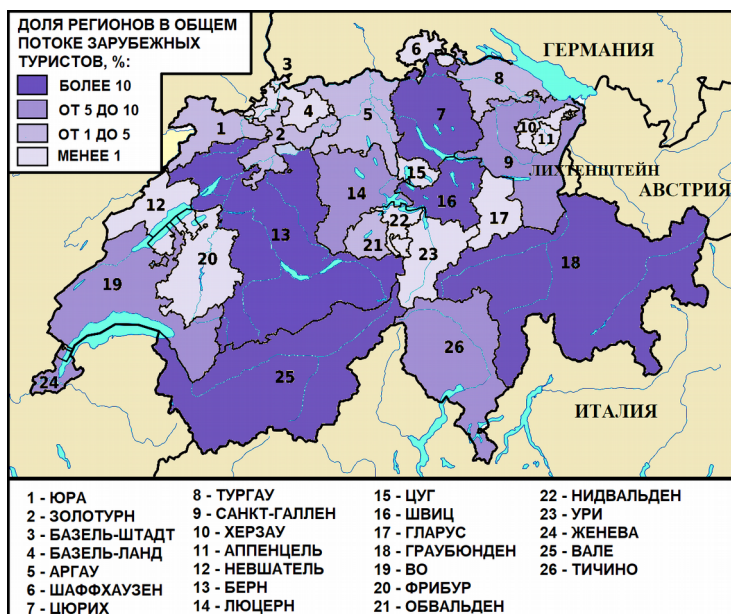


Рис. 28. Доля кантонов и полукантонов Швейцарии в общей величине туристского потока за 2021 г.

Ещё в двух кантонах количество посещений иностранными туристами превысило 1 млн: Тичино и Во. Восьмую позицию по величине въездного туристского потока в 2021 г. заняла Женева. В этих кантонах сосредоточены наиболее известные культурно-исторические достопримечательности и лучшие курорты страны.

Для удобства анализа географии посещения территории страны туристами из разных стран маленькие кантоны и полукантоны Швейцарии были включены в несколько относительно крупных регионов, рассматриваемых наравне с большими кантонами страны, и по ним была подсчитано суммарное количество туристов из конкретных стран.

Исследованием охвачен турпоток из стран, традиционно являющихся основными поставщиками туристов в Швейцарию. В первую очередь, в их число входят соседние с Швейцарией государства: Германия, Франция и Италия. К этой тройке добавлены ещё три государства, которые ранее также характеризовались заметным турпотоком в эту страну: США, Великобритания и Россия.

Методика исследования предполагает оценку степени посещаемости каждого из регионов Швейцарии туристами из конкретных стран. Для этого сначала рассчитывается структура посещений регионов туристами из определённой страны, а затем эти показатели сравниваются с общей посещаемостью регионов туристами из всех стран. В случае значительного превышения показателя над средним по региону (для всех туристов) ***степень посещаемости региона*** туристами из определённой страны оценивается как *высокая*, небольшого превышения — как *выше средней*. Если показатель немного ниже средней величины, то степень посещаемости региона оценивается как *ниже средней*, а если значительно меньше — как *низкая*.

В таблице 4 представлены результаты оценки степени посещаемости регионов Швейцарии туристами из Германии, Франции, Италии, США, Великобритании и России согласно туристской статистике за 2021 г.

Таблица 4

Распределение посещений кантонов и регионов Швейцарии туристами из Германии, Франции, Италии, США, Великобритании и России в 2021 г.*

Кантоны и регионы	Всего	Германия	Франция	Италия	США	Великобритания	Россия
Количество посещений туристами, чел.							
	13,7 млн	1071148	523455	254307	266193	129070	30495
Доля, %							
1. Берн	14,7	11,2	8,7	6,3	13,2	11	6,3
2. Граубюнден	13,6	15,7	2,7	10,5	4,1	5,2	6,5
3. Цюрих	10,5	21	8,3	15,6	30,4	24,7	24,4
4. Вале (Валлис)	11,1	6,5	14,6	6,9	9,5	10,5	6,6
5. Люцерн	10	10,8	4,4	6,4	10,3	6,3	7,8
6. Тичино	8,8	6,6	3,1	21,1	3,8	3,1	6
7. Во (Ваадт)	7,7	3,3	20,9	7,8	7	7,9	10,6
8. Восточная Швейцария	7,2	8,4	1,4	3,4	1,3	1,4	4,3
9. Женева	5,3	3	23,3	10,3	13,3	21,8	21,4
10. Базель	3,9	7,2	4,3	5,5	5,4	5,9	4,1
11. Ааргау и Золотурн	3,1	4,3	1,3	3	0,8	1,1	1,1
12. Юра	2,3	1,1	3,9	1,8	0,5	0,7	0,4
13. Фрибур	1,7	0,9	3,1	1,4	0,4	0,4	0,5
Всего	100	100	100	100	100	100	100

*Степень посещаемости региона туристами из обозначенной страны: **24,4** — высокая; **12,2** — выше средней; 10,3 — ниже средней; 4 — низкая.

Наибольший поток иностранных туристов в Швейцарию в 2021 г. прибыл из Германии. Поэтому анализ географии турист-

ских потоков из зарубежных государств лучше начать именно с этой страны (рис. 29).



Рис. 29. Степень посещаемости регионов Швейцарии туристами из Германии

География посещения туристами из Германии регионов Швейцарии напрямую связана с соседским положением этих стран. Наиболее посещаемыми туристами из Германии являются приграничные с этой страной кантоны Швейцарии. В первую очередь, это кантоны Цюрих и Базель. Во вторую очередь, это кантоны северной и восточной частей Швейцарии, прилегающие к границе или на небольшом от неё отдалении (включая кантоны Золотурн, Люцерн и Граубюнден). Третий по посещаемости туристов из Германии пояс образуют ещё более отдалённые кантоны: Юра, Фрибур, Берн, Тичино и др. Несмотря на

свою ещё большую отдалённость, в эту же категорию попадает и кантон Женева, который у туристов из других стран пользуется намного большей популярностью.

И, наконец, самыми мало посещаемыми туристами из Германии являются кантоны Во и Вале (Валлис). Это частично объяснимо полным или частичным франкоязычием населения этих кантонов, но, скорее всего, более значимым в данном случае является фактор наибольшей географической удалённости этих кантонов от границы с Германией.

Но в целом география посещений туристами из Германии кантонов Швейцарии всё-таки в значительной степени отражает этническую географию страны — основная масса посещений приходится именно на германоязычную часть Швейцарии, и намного меньше — на франкоязычную западную (кантоны Во, Женева, Вале) и италияязычную (кантон Тичино) части страны. Этнический фактор здесь трудно отделить от фактора географической удалённости, т. к. германоязычные кантоны Швейцарии расположены на севере и востоке страны, на небольшом удалении или собственно на границе с Германией.

В равной степени факторы языковой и географической удалённости от границы характеризуют въездной турпоток из Франции (рис. 30). Самыми посещаемыми кантонами Швейцарии туристами из этой страны являются Женева, Во, Фрибур и Юра, т. е. приграничные с Францией и одновременно преимущественно франкоязычные. Во второй пояс попадают также примыкающие к границе с Францией кантоны Базель (германоязычный) и Вале (франко- и германоязычный). Из остальных кантонов Швейцарии по посещаемости французскими туристами выделяется только Цюрих, остальные же регионы страны не пользуются популярностью у туристов из Франции.

Возможно, что как и в случае с Германией, частые поездки совершаются в случае наличия в определённых кантонах и городах Швейцарии родственников, друзей и знакомых, что и предопределяет характер географии посещения туристами из этих государств частей Швейцарии, одновременно обладающих

языковым сходством и небольшой удалённостью от границ страны выезда туристов.

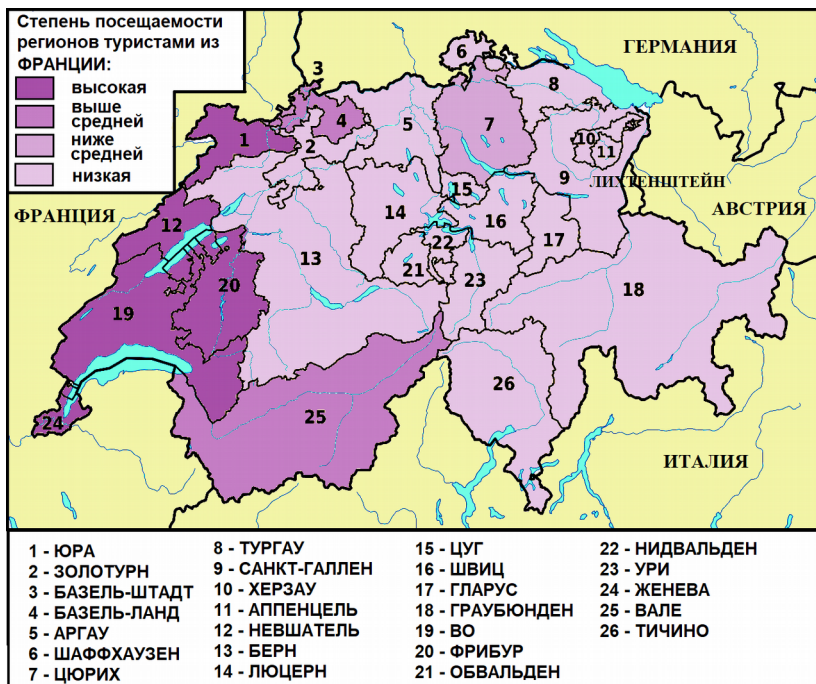


Рис. 30. Степень посещаемости регионов Швейцарии туристами из Франции

Несколько отличается от двух рассмотренных случаев география въездного туризма из Италии, которая также является страной, пограничной с Швейцарией. С одной стороны, наиболее популярным для посещения туристов из Италии является италияязычный кантон Тичино (рис. 31), который расположен у югу от Альп и фактически вклинивается в территорию соседней страны. Но, кроме этого кантона, популярностью пользуются также несколько кантонов, расположенных на некотором удалении от границ с Италией — германоязычные кантоны Цюрих и Базель, а также франкоязычные кантоны Женева и Во.

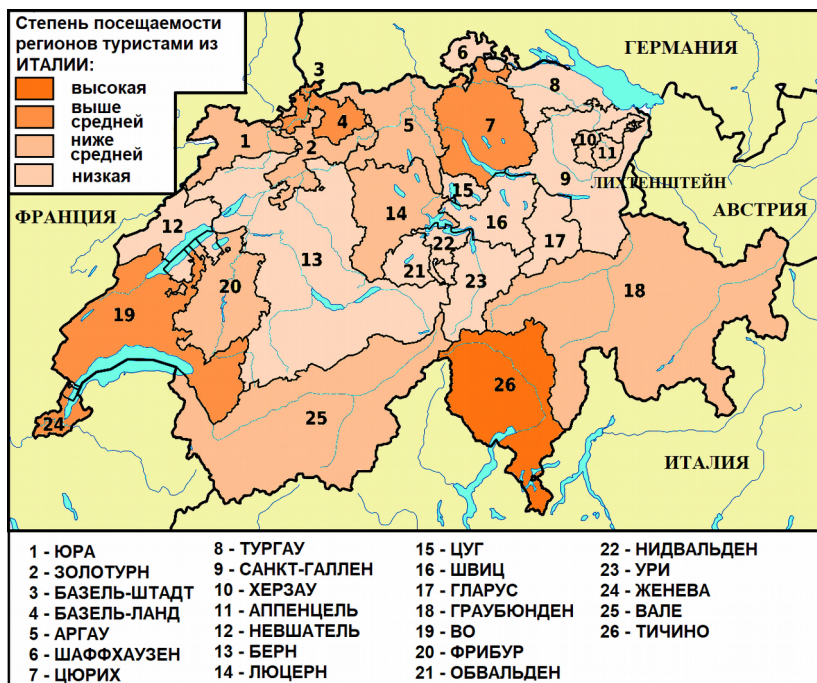


Рис. 31. Степень посещаемости регионов Швейцарии туристами из Италии

Хотя в целом германоязычные кантоны пользуются меньшей популярностью для туристов из Италии, чем франкоязычные, но эта закономерность не столь ярко выражена, как, например, в рассмотренных выше случаях с туристами из Германии и Франции. Также в меньшей степени проявляется закономерность, связанная с удалённостью наименее популярных для туристов из Италии кантонов Швейцарии от границ с этой страной. То есть проявляется поведение туристов, более характерное для гостей из более удалённых стран, например, из США, Великобритании и России.

Так, наиболее популярным в Швейцарии для туристов из США является кантон Цюрих, ему несколько уступают по посе-

щаемости кантоны Люцерн, Базель и Женева (рис 32). То есть, проявляется интерес туристов из США, в первую очередь, ко всемирно известным городам Швейцарии.

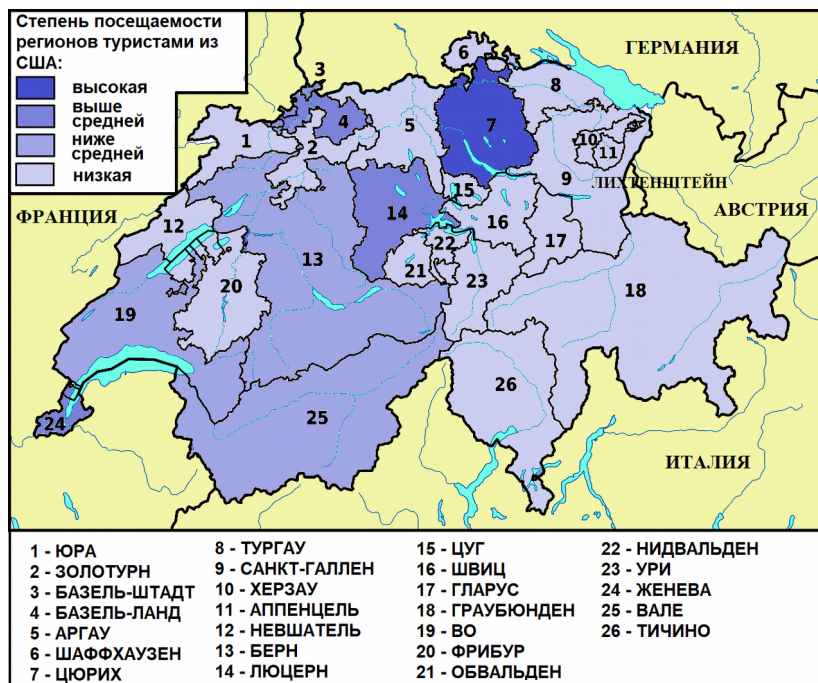


Рис. 32. Степень посещаемости регионов Швейцарии туристами из США

Несколько менее популярны туристам из США большие кантоны, которые обладают не только известным культурно-историческим наследием, но и живописными (горными и озёрными) ландшафтами: Берн, Вале (Валлис) и Во. При этом не прослеживается чёткой связи с основными языками в кантонах, например, низкой посещаемостью характеризуется восточная германоязычная и юго-восточная италияязычная части Швейцарии, в то время как основные «островки» интереса туристов из США сконцентрированы в северной германоязычной и западной

франкоязычных частях страны. В данном случае в большей степени сказывается привязка туристов из США к крупным центрам, хорошо известным за пределами Швейцарии. Также посещаются туристами регионы страны, расположенные между этими центрами.

Схожая география наблюдается и в посещении регионов Швейцарии туристами из Великобритании (рис. 33). В данном случае явными лидерами по посещаемости являются Цюрих и Женева, им немного уступают кантоны Базель и Во (с городами Лозанна, Монтрё и Веве). Ещё несколько менее популярны кантоны Берн, Люцерн и Вале (Валлис). Как и в случае с туристами из США, у туристов из Великобритании фактически не вызывают интерес кантоны восточной части Швейцарии.

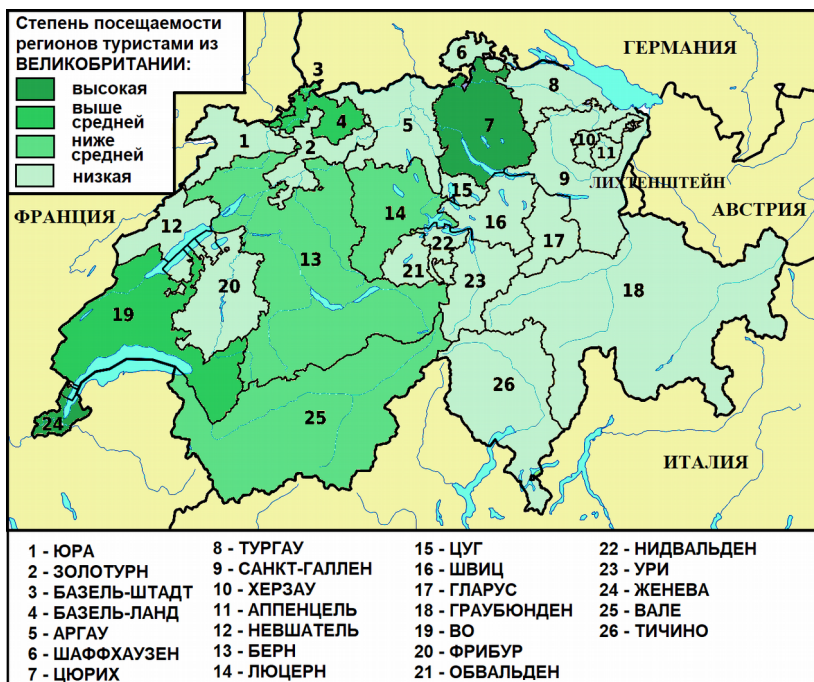


Рис. 33. Степень посещаемости регионов Швейцарии туристами из Великобритании

Схожую закономерность можно наблюдать и в географии распределения в Швейцарии туристского потока из России (рис. 34).

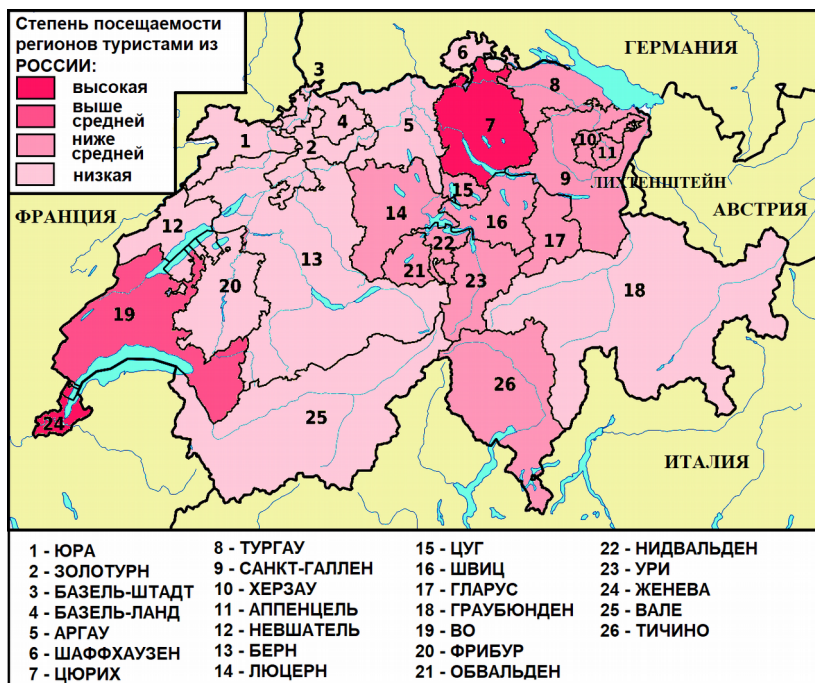


Рис. 34. Степень посещаемости регионов Швейцарии туристами из России

Явными лидерами по посещаемости туристов из России являются Цюрих и Женева, а также интерес вызывают кантоны, расположенные на небольшом расстоянии от этих известных туристских центров — кантон Во на западе страны и целый ряд кантонов в окружении Цюриха. Можно также отметить в числе относительно часто посещаемых туристами из России кантоны Люцерн и Тичино, задающих южный «выплеск» турпотока россиян из Цюриха.

Выводы. Таким образом, в географии въездного потока туристов из разных стран наблюдаются следующие закономерности. Во-первых, сильно отличается география турпотока из соседних с Швейцарией стран и более удалённых государств, т. е. не имеющей с ней общих границ.

В географии туропотока из соседних стран наблюдается следующая закономерность — наиболее посещаемыми туристами из смежных стран являются части государства, примыкающие к границам со страной выезда. В случае со Швейцарией добавляется и второй фактор, способствующий созданию именно такой географии въездного турпотока — это этноязыковая география страны, связанная с историей формирования государства. Так, к Германии примыкают германоязычные северные и восточные регионы Швейцарии, к Франции — франкоязычные западные кантоны Женева, Во, Юра, а также частично франкоязычный кантон Вале (Валлис), а в территорию Италии вклинивается италияязычный кантон Тичино.

Иная закономерность характеризует географию распределения въездного потока туристов из стран, не имеющих с Швейцарией общей границы. В данном исследовании была изучена география посещаемости территории Швейцарии туристами из США, Великобритании и России. Во всех трёх случаях в качестве главного центра притяжения туристов выступал Цюрих, что можно объяснить прибытием туристов в международный аэропорт этого города. Вторым центром притяжения туристов из удалённых от Швейцарии стран является Женева. Также заметной популярностью пользуются города Люцерн и Базель (второй — не для туристов из России). Обычно эти города связываются туристами в единый маршрут, что повышает посещаемость регионов Швейцарии, расположенных между ними.

В случае с туристами из России не образуется единого пояса кантонов повышенной посещаемости на севере Швейцарии, и в итоге наблюдается два разорванных ареала повышенной туристской посещаемости — на западе (кантоны Женева и Во) и в восточной части страны (Цюрих — Люцерн — Тичино).

ДИНАМИКА И ГЕОГРАФИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРПОТОКА В АВСТРИИ В 2011–2022 ГГ.

Австрию нередко называют идеальной страной для туризма, обладающей большим разнообразием и уникальным сочетанием туристских ресурсов⁸⁴. В Европе Австрия является одной из самых посещаемых иностранными туристами стран. В Австрии представлены и пользуются популярностью самые разные виды туризма: культурный, лечебный, спортивный, экологический туризм и др. Австрия — страна, располагающая большим разнообразием ландшафтов, являющихся важным туристским ресурсом. Живописность ландшафтов страны и привлекательность их для туристов обязана гряде альпийских гор, зелёным долинам, альпийским лугам, прозрачным озёрам и др.

Австрия, расположенная в Центральной Европе, не имеет выхода к морю. Страна граничит с Германией и Чехией на севере, Словакией и Венгрией на востоке, Словенией и Италией на юге, Швейцарией и Лихтенштейном на западе. И хотя с началом пандемии 2020 г. туристская отрасль стран Европы и всего мира в целом получила сильный удар, Австрия на фоне других европейских стран, пострадала в наименьшей степени.

Целью исследования является выявление особенностей динамики и географии въездного туризма Австрии с 2011 по 2021 гг. В качестве информационной базы выступает статистика по туризму, представленная на национальном сайте Statistics

⁸⁴Васильева Н. В. Австрия — идеальная страна для туризма // Конкурентоспособность территорий. Материалы XX Всероссийского экономического форума молодых учёных и студентов. 2017. С. 131–135; Ботавина Е. Б., Чурзина Е. Ю. Туристический потенциал Австрии // Вестник университета. 2020. № 6. С. 70–76. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-6-70-76; Монахова Г. Н. Зуева Е. П. Проблемы и тенденции развития туризма в Австрии // Туризм как фактор регионального развития. Материалы VII Международной научно-практической конференции. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2017. С. 84–86.

Austria⁸⁵, а также на сайтах Eurostat⁸⁶ и UNWTO (Всемирной туристской организации)⁸⁷.

Рассмотренные показатели туристского потока в Австрию за период с 2011 по 2021 гг. показывают, что его величина первую половину периода оставалась примерно на одном уровне, лишь с 2016 г. начинается видимый рост турпотока в страну, который продолжался вплоть до 2019 г. В 2019 г. турпоток достиг своего пика, но в 2020 г. произошёл сильный спад, который был связан с началом пандемии (рис. 35).

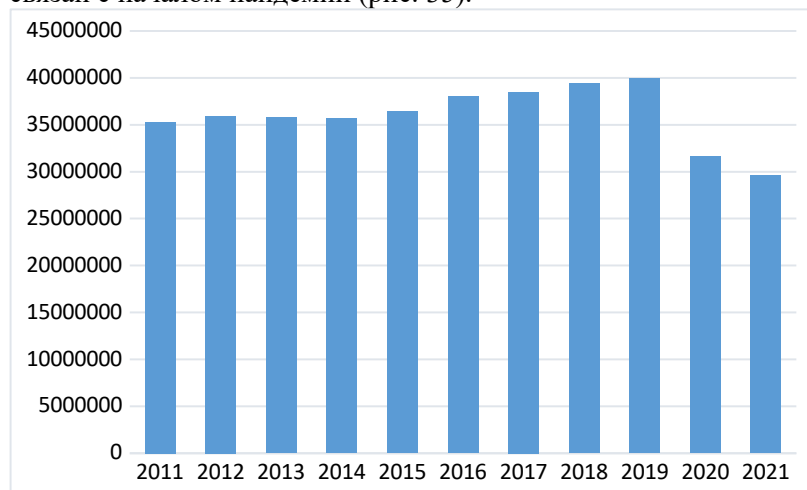


Рис. 35. Динамика прибытий иностранных туристов в Австрию в период с 2011 по 2021 гг.

⁸⁵Statistics Austria — STATcube — Statistical Database. [Электронный ресурс]: URL: https://www.statistik.at/web_en/publications_services/statcube/index.html (дата обращения: 07.04.2022).

⁸⁶Eurostat regional yearbook 2020. [Электронный ресурс]: URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistical-atlas/gis/viewer/?config=REF-GRID.json&mids=BKGCNT,C10M03,CNTOVL&o=1,1,0.7&ch=C01,ECO,C10&enter=53.30385,-1.58478,5&lci=C10M03&> (дата обращения 02.04.2022).

⁸⁷A compilation of data on tourism flows between source markets and destinations, powered by Telefonica / UNWTO. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.unwto.org/tourism-flows-source-markets-and-destinations> (дата обращения: 02.04.2022).

Так, Австрия была первой страной в ЕС, которая ввела локдаун, чтобы предотвратить дальнейшее распространение COVID-19. В 2021 г. турпоток всё ещё продолжал уменьшаться, но в целом его падение было не столь значительным, как в большинстве европейских стран. Если сравнивать динамику въездного туризма в 2019 г. и в 2021 г., то можно увидеть существенную разницу в количестве въезжающих иностранных туристов (рис. 36). Из диаграммы видно, что основной поток туристов из зарубежных стран в 2019 г. был из Италии, Китая и США. В 2021 г. туристы из Италии продолжали лидировать в общем рейтинге посещений Австрии. Но в число лидеров вошли также Бельгия и Венгрия. При этом почти незаметным стал поток туристов из Китая. В целом же сохранение достаточно большой величины турпотока из зарубежных стран в Австрию было обязано туристам из соседней Германии.

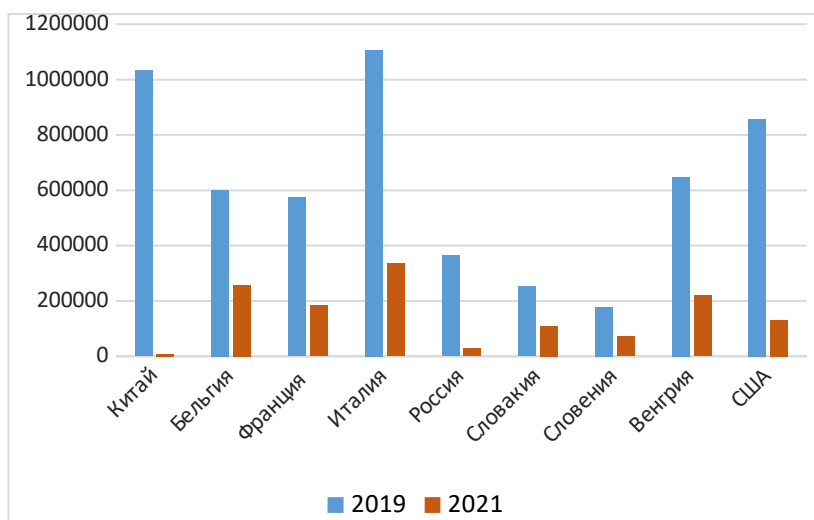


Рис. 36. Структура въездного туризма в Австрию по странам мира в 2019 и 2021 гг.

Австрия в 2021 г. вошла в топ-20 самых посещаемых стран мира. Она находится на 12-м месте, во второй десятке

уступая лишь Японии и Великобритании. При этом Австрия сместилась на одно место ниже по сравнению с 2019 г. Если брать в расчёт только страны Европы, то Австрия в 2021 г. заняла 6-е место среди самых посещаемых стран.

По данным на начало 2022 г. видно, что основной поток туристов в Австрию прибывает из стран Европы, особенно из соседней Германии. Ежемесячный турпоток из Германии на начало 2022 г. приближался к 1 млрд. А вот турпоток из стран Америки, Азии и Африки продолжал снижаться, что является последствием ограничений, связанных с пандемией COVID-19 (табл. 6).

Таблица 6

Прибытие туристов из других стран в Австрию в январе 2022 г.

Страны	млн чел./ ежемесячно	Поток туристов (снизи- лась или увеличилась)
Африка	1,112	↓
Бразилия	1,113	↑
Канада	1,187	↓
США	11,739	↓
Арабские государства	1,177	↓
Китай	0,887	↓
Индия	0,469	↓
Япония	0,502	↓
Турция	2	↑
ОАЭ	1,926	↓
Хорватия	9,759	↑
Бельгия	46,91	↑
Чехия	54,094	↑
Дания	35,385	↑
Франция	13,367	↑
Германия	968,625	↑
Нидерланды	151,121	↑
Венгрия	36,202	↑

Въездной туризм оказывает сильное влияние на состояние туристской сферы в стране. Австрия располагает разнообразными туристскими ресурсами, включая природные, климатические, культурно-исторические, экологические и иные ресурсы и достопримечательности, которые могут быть использованы для развития въездного туризма.

Согласно статистическим данным, туристы приезжают в Австрию в основном с целью посещения родственников и друзей, а также для занятия активными видами отдыха. Основным видом активного отдыха в этой республике является горнолыжный туризм. На сегодняшний день Австрия считается одним из лидеров по приёму горнолыжников и сноубордистов.

Нужно отметить, что Австрия имеет высокий уровень развития сферы услуг, получившей мировое признание. Считается, что в стране один из лучших уровней подготовки специалистов в сфере услуг, поэтому многие туристы предпочитают Австрию из-за качества предоставляемых услуг.

По данным за 2021 г. видно, что наибольшей популярностью среди иностранных туристов пользуется Тироль. Также в тройку попадают федеральные земли Зальцбург и Вена (табл. 7, рис. 37).

Таблица 7

Распределение посещений иностранных туристов по регионам Австрии в 2021 г.

Регион	Всего	
	тыс. чел.	Доля региона, %
Штирия	800,345	6,29
Нижняя Австрия	545,620	4,29
Каринтия	1036,354	8,14
Зальцбург	2341,085	18,39
Верхняя Австрия	676,568	5,32
Бургенланд	123,600	0,97
Тироль	4808,052	37,78
Вена	1399,343	10,99
Форарльберг	997,053	7,83
Итого по регионам Австрии:	12728,02	100%



Рис. 37. Доля федеральных земель Австрии в общей величине турпотока за 2021 г.

Как известно, Вена, бывшая столица Священной Римской империи и династии Габсбургов, привлекает любителей культурно-исторического туризма. Если столица Австрии обладает всемирной известностью, то нужно ещё отметить, что центральная часть города Зальцбург (столицы одноимённой федеральной земли) внесена в список ЮНЕСКО как исторически значимое место.

Вторую тройку по посещаемости зарубежными туристами составляют Каринтия, Форарльберг и Штирия. Эти федеральные земли, как и Тироль, располагают максимальным разнообразием туристских ресурсов, в число которых входят горнолыжные и термальные курорты, озёра, монастыри, замки и многое другое. Все эти регионы привлекают своими красивыми альпийскими пейзажами, а местные курорты достаточно часто используют для отдыха и сами австрийцы.

Однако федеральные земли Австрии пользуются неодинаковой популярностью среди туристов из разных стран. Для исследования географии туристских потоков по регионам Австрии нам были отобраны восемь стран, дающих основную часть зару-

бежного турпотока. В первую очередь, это соседние с Австрией Германия, Италия, Венгрия, Словения и Словакия, а также три страны, не имеющие общих с Австрией границ — США, Великобритания и Франция (табл. 8).

Таблица 8

Распределение по федеральным землям Австрии посещений туристов из Великобритании, Италии, США, Франции, Германии, Словакии, Венгрии и Словении

Регион	Всего	Вели- кобри- тания	Фран- ция	США	Ита- лия	Гер- ма- ния	Сло- вакия	Вен- грия	Слове- ния
	Доля региона, %								
Штирия	6,29	9	4,8	4,29	6,09	5,38	13,42	18,26	13,2
Нижняя Австрия	4,29	7,51	6,13	6,54	4,13	2,45	19,76	14,02	12,61
Каринтия	8,14	2,8	3,53	2,06	15,78	8,6	10,02	10,78	17,07
Зальцбург	18,39	13,69	12,04	19,77	10,75	19,38	13,12	13,76	13,16
Верхняя Австрия	5,32	5,76	5,88	4,71	4,53	4,86	11,68	11,87	8,49
Бургенланд	0,97	0,6	0,51	0,29	0,58	0,82	4,36	3,51	1,91
Тироль	37,78	21,14	31,26	15,02	35,8	43,37	12,94	11,29	14,03
Вена	10,99	35,9	27,55	43,49	19,71	5,79	13,11	15,23	17,52
Форарльберг	7,83	3,6	8,3	3,83	2,63	9,35	1,59	1,28	2,01

*Степень посещаемости региона туристами из обозначенной страны: **21,14** — высокая; **10,75** — выше средней; 9 — ниже средней; 2,06 — низкая.

Среди туристов из Великобритании наибольшей популярностью пользуется столица Австрии, а также федеральные земли Штирия, Нижняя и Верхняя Австрия (рис. 38). Чаще всего, впервые посещая новую страну, туристы едут именно в столицу. Наименее посещаемыми туристами из Великобритании федеральными землями Австрии являются Бургенланд, Каринтия и Форарльберг.



Рис. 38. Степень посещаемости регионов Австрии туристами из Великобритании и Франции

Туристы из Франции также отдают приоритет посещению Вены, Нижней и Верхней Австрии. Но, в отличие от подданных британской королевы, они чаще посещают Форарльберг, что можно объяснить близостью этой федеральной земли к Франции. Наименее посещаемыми туристами из Франции являются Каринтия, Штирия и Бургенланд, что также объяснимо их рас-

положением как относительно Франции, так и столицы Австрии.

Среди туристов из США наибольшей популярностью пользуются города Вена и Зальцбург. Кроме того, они посещают федеральные земли, расположенные между Веной и Зальцбургом — Нижняя и Верхняя Австрия (рис. 39). Остальную часть Австрии американцы практически не посещают.

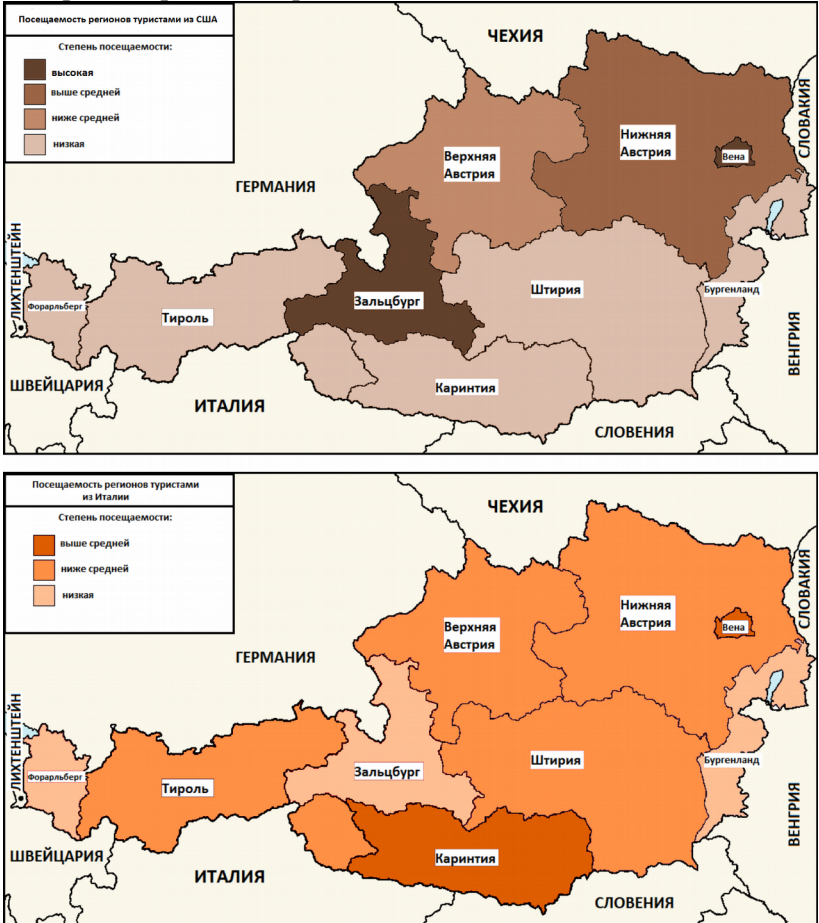


Рис. 39. Степень посещаемости регионов Австрии туристами из США и Италии

Туристы из Италии отдают предпочтение как Вене, так и соседней с их страной Каринтии. При этом они очень редко посещают Форарльберг, Зальцбург и Бургенланд, расположенные на удалении от Италии или столицы Австрии.

Германия — главный поставщик туристов в Австрию. Именно благодаря стабильному взаимобмену туристов между этими двумя странами пандемия не смогла нанести огромный урон сфере туризма в Австрии. Так, туристы из Германии чаще всего посещают Тироль, Форальберг и Зальцбург, т. е. приграничные территории (рис. 40). Они намного менее заинтересованы в посещении других регионов Австрии, в том числе и столицы страны.

Другой сосед Австрии — Словения. Население этой страны отдаёт предпочтение посещению Каринтии, которая примыкает к границе со Словенией. Другие регионы туристы из Словении посещают более равномерно, кроме наиболее удалённых от их страны восточных регионов, таких как Тироль и Форарльберг.

Схожую географию посещения регионов Австрии имеют туристы из Словакии. Наиболее посещаемыми ими регионами являются соседние с их страной Нижняя и Верхняя Австрия, также Бургенланд (рис. 41). Наименее они заинтересованы в посещении отдалённых от Словакии федеральных земель Австрии — Тироле и Форарльберге.

В целом можно отметить аналогичную закономерность в географии турпотока из Венгрии. Однако, лидерами по посещению в данном случае являются не приграничные с Венгрией регионы Австрии (Бургенланд и Нижняя Австрия), а несколько удалённые — Штирия и Верхняя Австрия. Но, как и для туристов из Словакии, наименее посещают туристы из Венгрии западные федеральные земли Австрии.

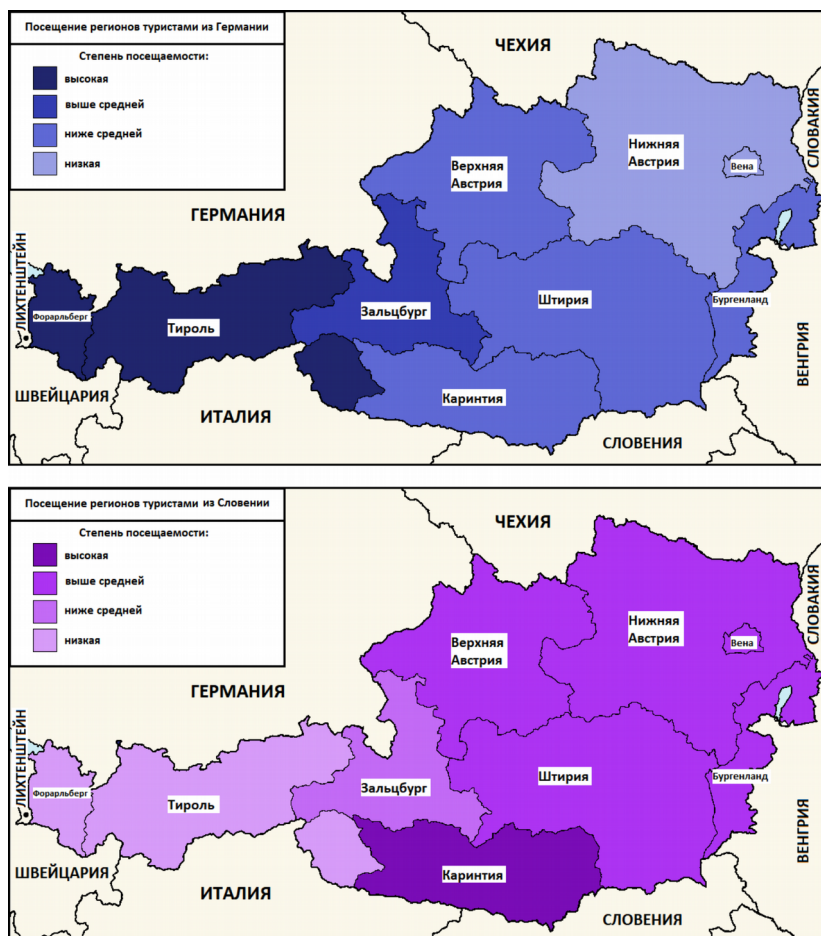


Рис. 40. Степень посещаемости регионов Австрии туристами из Германии и Словении

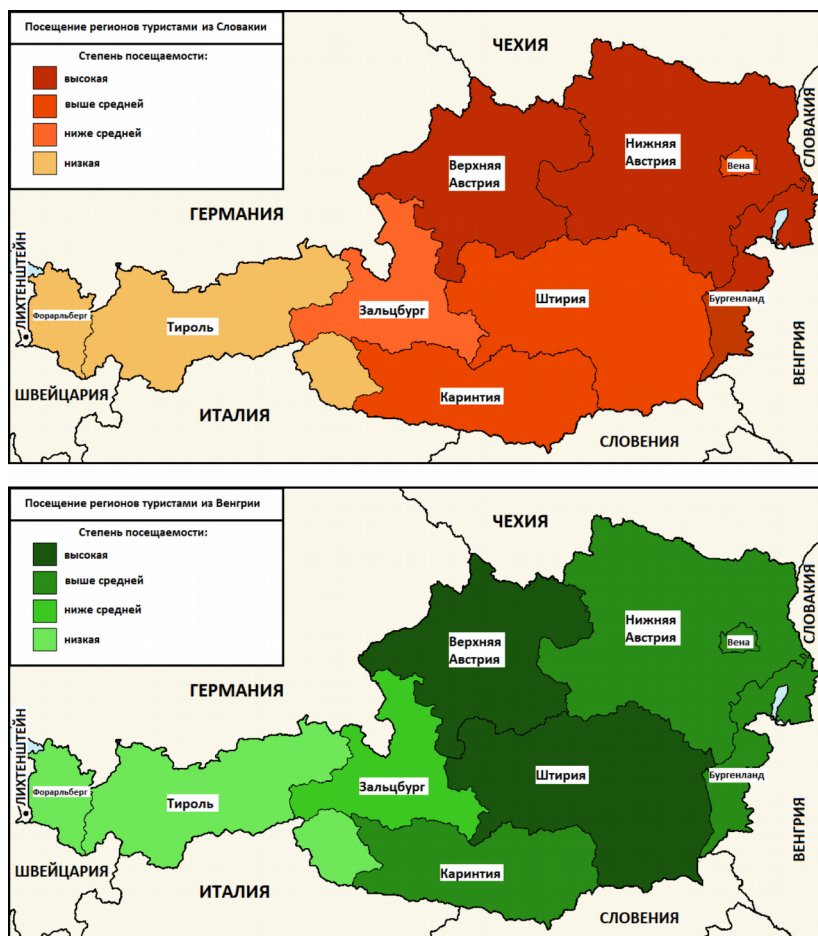


Рис. 41. Степень посещаемости регионов Австрии туристами из Словакии и Венгрии

Выводы. Австрия в период пандемии COVID-19 испытала заметно меньшее падение въездного туристского потока на фоне других стран Европы, что объясняется сохранением почти без изменений колоссального туристского обмена с Германией.

Также исследование позволило проследить географию въездного потока в Австрию туристов из других стран. Можно отметить следующие закономерности в географии въездного турпотока по федеральным землям Австрии. Туристы из стран, не имеющих с Австрией общие границы (США, Великобритания, Франция), обычно начинают знакомство со страной с её столицы — Вены, и также посещают город Зальцбург и расположенные между Веной и Зальцбургом федеральные земли (Нижняя и Верхняя Австрия). Также Вена присутствует в числе наиболее популярных для посещения федеральных земель Австрии для туристов из Италии. В целом же такая география турпотоков объясняется преобладанием культурно-познавательного туризма в целях посещения Австрии туристами из этих стран.

В географии турпотоков из соседних с Австрией стран (Германии, Словакии, Венгрии, Словении и др.) наблюдается иная закономерность, а именно, наибольшая посещаемость смежных с этими государствами федеральных земель Австрии. На этом фоне обычно туристы из соседних стран (кроме Италии), проявляют минимальный интерес к посещению столицы Австрии. Это объясняется большой частотой поездок в Австрию туристов из соседних стран, и значит, их больше привлекает не культурно-познавательный туризм, а посещение родственников, знакомых, шопинг и некоторые виды туризма, наиболее распространённые в горных регионах страны (особенно в Тироле).

ВЪЕЗДНОЙ И ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В КАЗАХСТАНЕ В 2000–2020 ГГ.

В Республике Казахстан развиты практически все существующие виды туризма: культурно-познавательный, развлекательный, деловой, оздоровительный, спортивный, экстремальный, экологический, детский и социальный. В качестве наиболее перспективных направлений чаще всего называют экологический и научный виды туризма. Что касается работы по развитию международного туризма, то, начиная с 2001 г. в Казахстане ежегодно организуются информационные туры, раскрывающие богатый туристский потенциал страны. Также с 2001 г. ежегодно проводится Казахстанская международная туристская выставка KITF, а с 2003 г. — выставка «Отдых — Astana Leisure». Обе выставки включены в Календарь международных мероприятий Всемирной туристской организации (ЮНВТО)⁸⁸.

Развитию туризма в Казахстане посвящено достаточно много исследований. В ряде статей рассмотрен туристско-рекреационный потенциал Республики Казахстан⁸⁹. Также достаточно много публикаций посвящено анализу современного состояния, проблем и перспектив развития туризма в республике⁹⁰. Вместе

⁸⁸Никитинский Е. С. 20 лет независимости Казахстана на пути устойчивого развития туристской индустрии // Вестник университета Туран, 2011. № 4 (52). С. 52–57.

⁸⁹Баубекова Г. К., Сабигина А. У., Ахметова Э. Б. Туристско-рекреационный потенциал Республики Казахстан // Познание стран мира: история, культура, достижения. 2013. № 2. С. 32–36; Дуйсембекова Г. Р., Сабадина А. К., Абилгазиева Ж. Е. Оценка туристско-рекреационного потенциала Республики Казахстан // Вестник университета Туран. 2019. № 3 (83). С. 129–135; Тикунова И. Н., Судакова А. Е. Туристский потенциал стран Шёлкового пути // Наука, инновация технологии, 2018. № 1. С. 161–180.

⁹⁰Каирова А. А., Статистический обзор развития Казахстанского туризма // Вестник университета Туран, 2017. № 4 (76). С. 154–158; Игенов А. Т., Туяков Р. С., Омарова К. А., Мусина К. П. Туризм в Республике Казахстан: проблемы и перспективы развития // Институты и механизмы инновационного

с тем, уделяется внимание рассмотрению туризма в зеркале интеграционных процессов между странами ЕАЭС⁹¹, в частности, как фактора развития казахстанско-российских отношений⁹².

При этом особо нужно отметить работы, посвящённые разным видам туризма в Казахстане. Например, в статье О. В. Кубаевой⁹³ рассмотрены вопросы современного состояния и перспектив развития в республике экологического туризма, в публикации И. В. Закирова и Е. Е. Жалгас⁹⁴ — познавательного туризма, в работе А. А. Куралбаева⁹⁵ — культурно-историческо-

развития: мировой опыт и российская практика. Сборник научных статей 7-й Международной научно-практической конференции. Курск: ЗАО «Университетская книга», 2017. С. 22–26; Каирова А. А. Анализ развития туризма Казахстана // Вестник КАЗЭУ, 2013. № 6 (96). С. 57–66; Муханова А. Е., Смагулова Ж. Б. Анализ развитие туризма в Республике Казахстан // Актуальные вопросы экономических наук. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2017. С. 176–180; Нургалиева А. Ш. Перспективы развития туризма в Казахстане // European Researcher. 2014. Vol. 84. No. 10–1. P. 1765–1775; Шалбаева А. Р., Хан И. Ю. Оценка современного развития туризма в республике Казахстан // Физическая культура, спорт, туризм, двигательная рекреация. 2016. Т. 1. № 2. С. 52–56.

⁹¹Дуйсембаев А. А., Подсухина О. В., Кобетаев Б. Н. Перспективы развития туризма в Республике Казахстан в условиях усиления интеграционных процессов между странами ЕАЭС // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. № 39-1. С. 133–139.

⁹²Исабаев Н. Ж. Туризм как фактор развития казахстанско-российских отношений (1991–2012 гг.) // Современные проблемы сервиса и туризма, 2013. № 4. С. 51–62.

⁹³Кубаева О. В., Современное состояние туризма и перспективы развития эко-туризма в Республике Казахстан // Вестник Казахской академии транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева, 2008. № 6 (55). С. 238–241.

⁹⁴Закиров И. В., Жалгас Е. Е. Проблемы и перспективы развития культурно познавательного туризма в Казахстане // Сохранение и рациональное использование культурного наследие в сфере туризма. Материалы Международной научно-практической конференции. Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2016. С. 129–134.

⁹⁵Куралбаев А. А., Культурно-исторический туризм Южно- Казахстанского региона как ресурс международного туризма // Проблемы современной экономики. Сборник материалов XXXVI Международной научно-практической конференции. Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества»,

го туризма. Развитие экологического туризма в Казахстане обычно связывается с разнообразием климатических поясов и с необычайно живописными природными ландшафтами. С юга, запада и востока республика обрамляется горами Тянь-Шань, Алатау, Тарбагатай, Алтай. На западе Казахстана раскинулось Каспийское море, в степях Сарыарки находится уникальное озеро Балхаш, восточная часть которого пресноводная, а в западной части вода является солёной. Известны своей красотой озёра Алаколь, Маркаколь, Тенгиз и Зайсан. Жемчужиной Казахстана называют санаторно-курортную зону в сосновых лесах Кокшетау с многочисленными озёрами⁹⁶.

Однако, как отмечает А. А. Каирова⁹⁷, индустрия туризма в Казахстане пока что остаётся неконкурентоспособной и непривлекательной для своих жителей и иностранных туристов. Количество зарубежных гостей растёт достаточно низкими темпами. Последние проявляют к Казахстану прежде всего деловой интерес. Сами казахстанцы предпочитают выбирать для туристских поездок и отдыха другие страны.

В качестве информационной базы изучения динамики и структуры въездного и выездного туристского потока в Казахстане выступают данные Комитета статистики МНЭ Республики Казахстан, представленные на сайтах stat.gov.kz и informburo.kz. Характерной чертой туризма в Казахстане является преобладание выездного туризма над въездным и внутренним. В 2016 г. доля выездного туризма составила 47 %, въездного — 31 %, внутреннего — 22 %⁹⁸.

2017. С. 78–87.

⁹⁶Баубекова Г. К., Сабигина А. У., Ахметова Э. Б. Туристско-рекреационный потенциал Республики Казахстан // *Познание стран мира: история, культура, достижения*. 2013. № 2. С. 32–36.

⁹⁷Каирова А. А., Статистический обзор развития казахстанского туризма // *Вестник университета Туран*, 2017. № 4 (76). С. 154–158.

⁹⁸О деятельности мест размещения в Республике Казахстан. Статистика туризма. Серия 13. Астана: Агентство Республики Казахстан по статистике, 2016. Январь-декабрь, с. 7.

В период с 2000 по 2010 гг. объём въездного туристского потока в Казахстан вырос с 1,7 до 4,7 млн чел., т. е. в 2,8 раза (рис. 42). Наиболее динамичный рост в первом десятилетии XXI в. наблюдался в выездном туризме. С 2000 по 2010 гг. объём выездного турпотока из Казахстана вырос с 1,25 до 7,4 млн чел., т. е. почти в 6 раз.

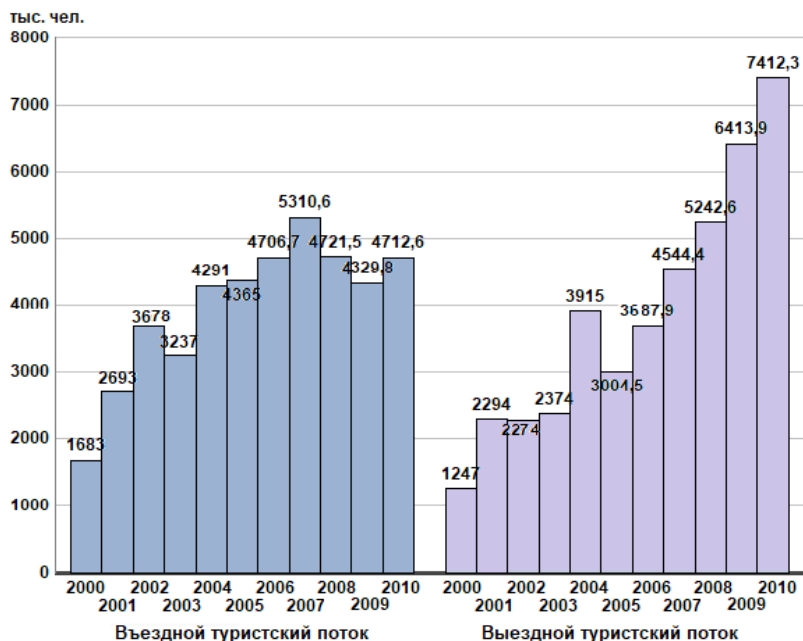


Рис. 42. Объём въездного и выездного туристского потока в Казахстане с 2000 по 2010 гг. (составлено по⁹⁹)

Во въездном туризме наиболее значительный рост наблюдался в самом начале 2000-х гг., но к середине первого десятилетия XXI в. обозначилась стабилизация в величине въездного турпотока, при этом пик этого показателя пришёлся на 2007 г.

⁹⁹Никитинский Е. С. 20 лет независимости Казахстана на пути устойчивого развития туристской индустрии // Вестник университета Туран, 2011. № 4 (52), с. 55.

В отличие от въездного туристского потока, выездной турпоток рос высокими темпами на протяжении большей части этого периода, что свидетельствует о достаточно быстром росте благосостояния населения государства. Из общего тренда динамики выездного турпотока выбивается только временный пик 2004 г., после которого произошло небольшое падение, которое, тем не менее, не изменило ранее обозначившийся тренд на быстрый рост этого показателя.

Во втором десятилетии, а точнее, в период с 2011 по 2019 гг. в целом продолжился рост количества туристов, ежегодно прибывающих в Казахстан. В 2011 г. Казахстан посетило 5,7 млн туристов, 2019 г. — 8,51 млн, т. е. выросло почти в 1,5 раза (рис. 43).

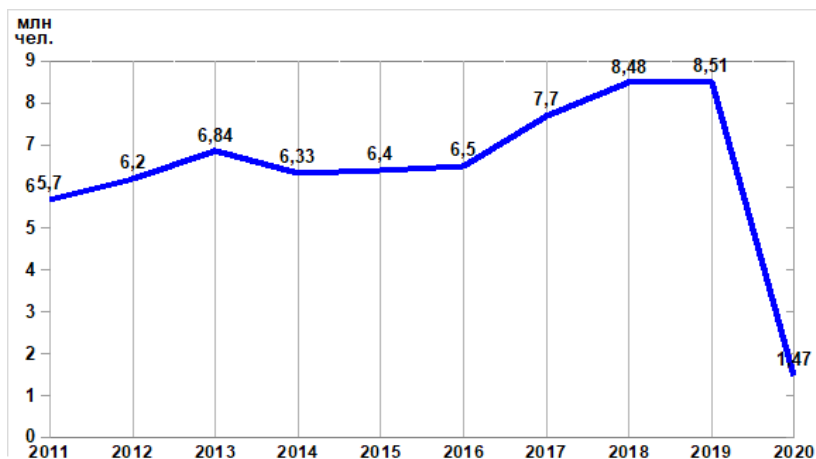


Рис. 43. Объём въездного туристского потока в Республику Казахстан с 2011 до 2020 гг.

Правда, в 2014 г. произошло небольшое падение (на 8 %) величины въездного турпотока, связанное с экономическим кризисом, и вплоть до 2016 г. данный показатель рос крайне незначительно. Новый пик въездного туризма пришёлся на 2018–2019 гг. (рост на 31 % по сравнению с 2016 г.), но в 2020 г. из-за

пандемии COVID-19 объём въездного турпотока уменьшился до 1,47 млн чел., т. е. в 5,8 раза по сравнению с 2019 г.

В структуре въездного туристского потока по цели посещения Республики Казахстан на первом месте стоят частные поездки, т. е. посещения родственников и знакомых, на втором — деловые и профессиональные поездки, на третьем месте — транзит, и только на четвёртом — собственно туризм, доля которого в общей величине въездного потока составляет примерно 1 % (рис. 44).

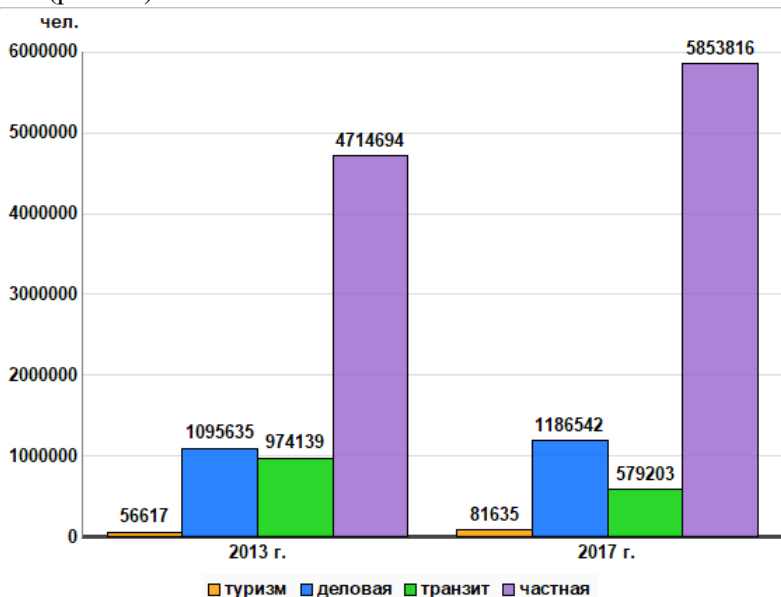


Рис. 44. Цели посещения Республики Казахстан в 2013 и 2017 гг.

Преобладание во въездном потоке частных поездок напрямую связано со структурой турпотока по странам выбытия, в которой явно доминируют соседние государства. В сумме граждане стран СНГ составляли подавляющую часть въездного турпотока в Казахстан в период с 2013 по 2017 гг. Максимум этой категории въезжающих пришёлся на 2017 г. — 91,7 %, а минимум

на 2014 г. — 89,3 %. При этом в данный период не наблюдалось явного роста количества туристов из стран дальнего зарубежья, ежегодно их прибывало 620 ± 50 тыс. чел. (рис. 45).

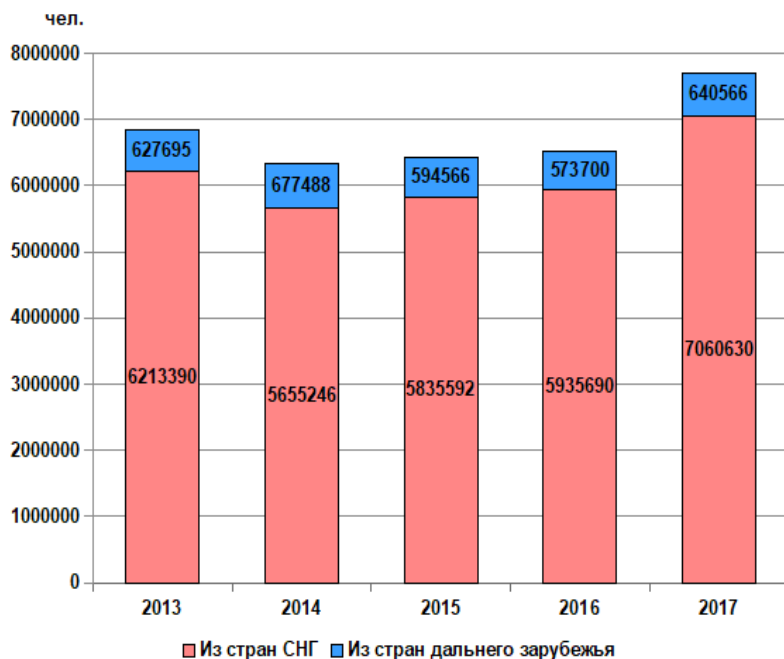


Рис. 45. Величина въездного туристского потока из стран СНГ и дальнего зарубежья с 2013 по 2017 гг.

Наиболее значительным в этот период был въезд в Казахстан граждан из трёх соседних стран: Узбекистана, Российской Федерации и Кыргызстана. На четвёртой и пятой позиции в середине второго десятилетия XXI в. по числу въехавших в республику, но со значительным отставанием, были граждане Азербайджана и Германии (рис. 46, 47). Следует обратить внимание на то, что рост въездного турпотока в Казахстан произошёл почти исключительно за счёт граждан Узбекистана.

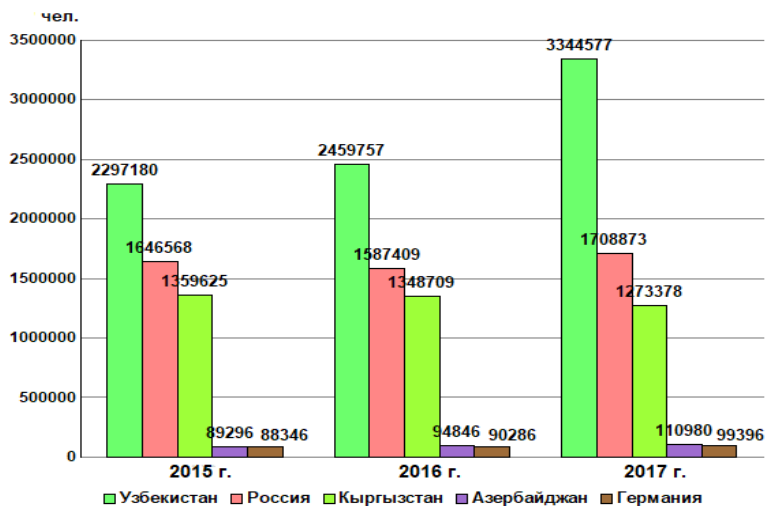


Рис. 46. Первая пятёрка стран по объёму въездного туризма в Казахстан в 2015, 2016 и 2017 гг.

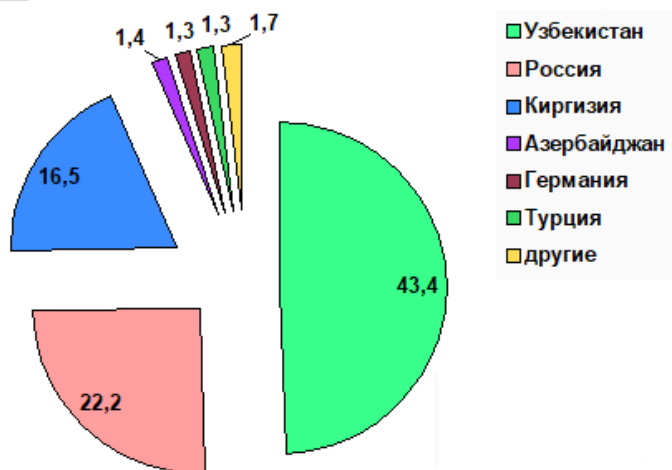


Рис. 47. Структура (по странам выезда) въездного турпотока в Казахстан в 2017 г., в %

В сумме турпоток в Казахстан из трёх соседних стран (Узбекистана, Российской Федерации и Кыргызстана) составил 82 % от всего въездного туристского потока. Причиной значительного въездного потока граждан соседних стран является тесные родственно-дружеские связи жителей приграничных территорий. Так, в Ташкентской области Узбекистана проживает многочисленная группа этнических казахов, которые посещают родственников и знакомых в соседнем Казахстане. Также на значительном протяжении Казахстан граничит с Российской Федерацией, и в приграничных регионах России проживают казахи, которые приезжают с этой же целью. Из северной части Кыргызстана направлен турпоток в Жамбыльскую область Казахстана, в которой расселены достаточно многочисленные группы киргизов.

Согласно данным, представленным на сайте informburo.kz, величина въездного турпотока в Казахстан выросла в 2018 г. до 8,5 млн чел., а в 2019 г. — до 8,7 млн чел. Вследствие объявленной в 2020 г. пандемии COVID-19 величина въездного турпотока в Казахстан в 2020 г. уменьшилась почти в пять раз по сравнению с 2019 г. (рис. 48).

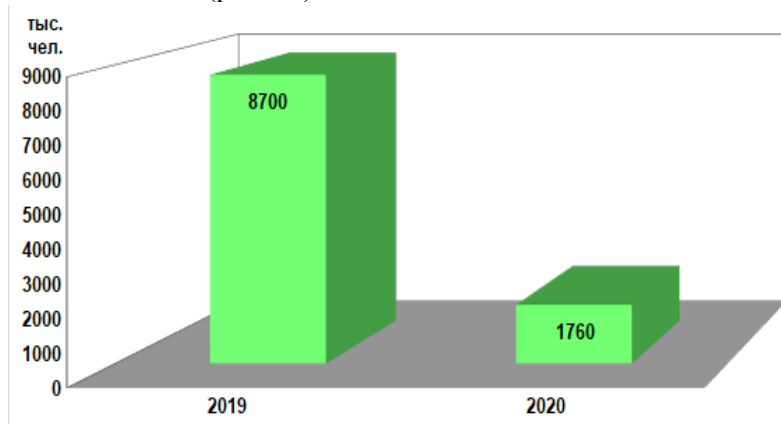


Рис. 48. Объём въездного туристского потока в Казахстан в 2019 и 2020 гг.

В выездном туризме из Казахстана с 2013 по 2015 гг. наблюдался стабильный рост, но в 2016 г. произошло заметное падение — на 13,7 % (рис. 49). Причиной этого стало обесценивание национальной валюты (тенге) в 2015 г., а также нестабильная политическая ситуация в мире, что привело снижению покупательской способности населения республики. В 2017 г. количество выезжающих туристов увеличилось на 5,2 % по сравнению с предыдущим годом, но это позволило лишь немного пре-
взойти уровень 2013 г.

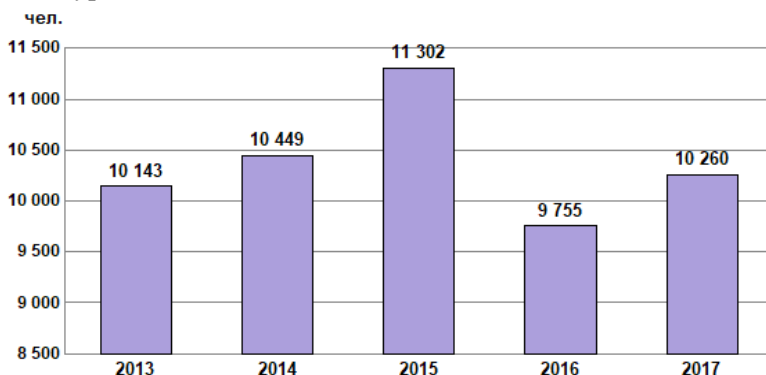


Рис. 49. Объём выездного туристского потока из Республики Казахстан с 2013 до 2017 гг.

Выезд граждан Казахстана в страны дальнего зарубежья в этот период составлял 8–10 % от всего выездного турпотока, но минимум был достигнут в 2014 г., когда его доля вследствие экономического кризиса упала до 1 %, а в абсолютных значениях выезд в эти страны уменьшился в 10,3 раза (рис. 50). Но в то время почти полный отказ граждан Казахстана выезжать в страны дальнего зарубежья был полностью компенсирован их поездками в страны СНГ. Ещё один кризис выездного туризма пришёлся на 2016 г., и он характеризовался не очень большим падением (менее 20 %) величины туристского потока как в страны СНГ, так и дальнего зарубежья.

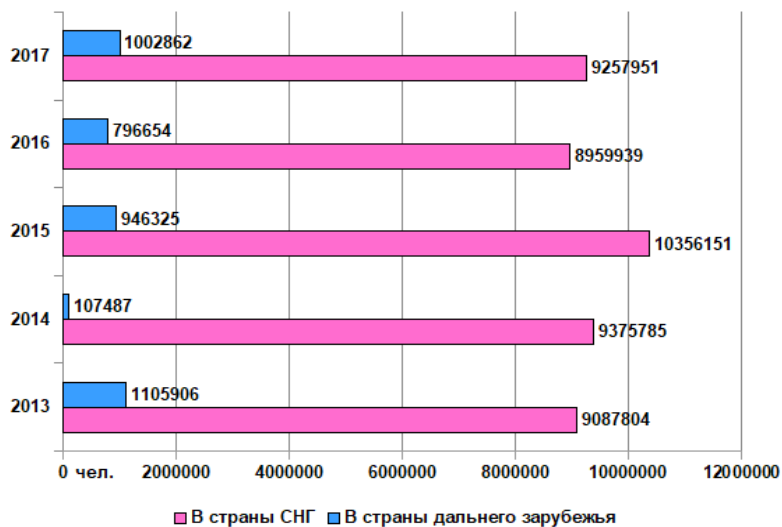


Рис. 50. Величина выездного туристского потока из Казахстана в страны СНГ и дальнее зарубежье с 2013 по 2017 гг.

Из-за пандемии COVID-19 объём выездного туристского потока из Казахстана в 2020 г. уменьшился в 3,4 раза по сравнению с 2019 г. (рис. 51).

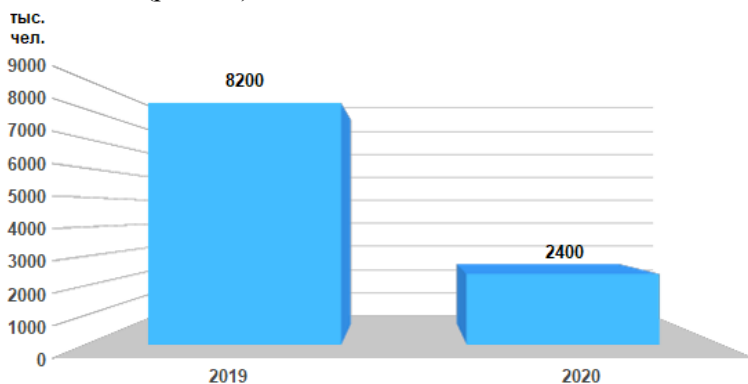


Рис. 51. Объём выездного туристского потока в Казахстан в 2019 и 2020 гг.

Однако, по сравнению с 2017 г., величина выездного турпотока сократилась в 4,3 раза, что вполне сопоставимо с глубиной падения въездного туризма, вызванного ограничениями в пересечении границ, связанными с коронавирусом.

Выводы. Въездной и выездной, а также внутренний туризм в Казахстане в первые два десятилетия XXI в. имели в целом устойчивую динамику развития, даже несмотря на небольшие падения турпотока вследствие экономического кризиса 2014 г. Но наибольший урон был нанесён в 2020 г. ограничениями в пересечении границ, ставшими следствием объявленной пандемии COVID-19. В первом же году пандемии величина въездного турпотока в Казахстан уменьшилась сразу в 5 раз, а выездного турпотока — в 3,4 раза.

Четыре пятых въездного турпотока в Казахстан оставляют граждане Узбекистана, Российской Федерации и Кыргызстана. Это связано со спецификой въездного потока, подавляющая часть которого приходится на граждан соседних государств, целью пересечения границ которых является посещение родственников и знакомых в приграничных регионах. Поездки в Казахстан с целью туризма пока что крайне незначительны и доля собственно туристов в величине въездного потока составляет примерно 1 %.

Доля стран дальнего зарубежья в объёме въездного турпотока составляла в разные годы от 8 до 10 %, а в выезде граждан Казахстана доля стран дальнего зарубежья также редко превышала 10 %. При этом реальный кризис выездного туризма, кроме 2020–2021 гг., пришёлся также на 2014 г., когда выезд граждан Казахстана в страны дальнего зарубежья по сравнению с 2013 г. уменьшился в 10,3 раза.

ВЪЕЗДНОЙ И ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ В 2010–2021 ГГ.

Узбекистан обладает богатым историко-культурным наследием и интересными природными объектами. Это и древние города Хива, Бухара, Самарканд, высыхающее Аральское озеро-море и множество достопримечательностей, которые могут выступать как объекты осмотра со стороны иностранных туристов. При этом Республика Узбекистан входит в СНГ и сохраняет хорошие отношения с Российской Федерацией. К тому же, с декабря 2020 г. Узбекистан является государством-наблюдателем Евразийского экономического союза.

Несколько лет назад было принято решение о развитии международного туризма в Узбекистане. Пока что очень маленьким является туристский обмен Республики Узбекистан с Российской Федерацией. Тем не менее, Узбекистан может быть интересен для российских туристов, и не только по причине своих старинных городов, которые обладают достаточно необычной для России древней восточной архитектурой. Важно ещё и то, что в Узбекистане значительная часть населения ещё не успела полностью утратить знание русского языка.

Информационной базой исследования являются статистические данные, представленные на сайтах Госкомитета Республики Узбекистан по статистике и Госкомитета Республики Узбекистан по развитию туризма¹⁰⁰.

¹⁰⁰Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. Туризм. URL: <https://stat.uz/ru/component/search/?searchword=туризм&searchphrase=all> (дата обращения 12.11.2021); Туризм в Узбекистане в цифрах. URL: <https://uzbekistan.travel/ru/o/turizm-v-uzbekistane-v-cifrah/> (дата обращения 12.12.2021); O'zbekiston Respublikasi. Davlat Statistika Qo'mitasi. URL: <https://stat.uz/uz/>.

Въездной туризм в Узбекистане до 2018 года

Узбекистан располагает самыми разнообразными туристскими ресурсами, и в целом значительным потенциалом для развития туризма. К числу уникальных туристских ресурсов относятся как удивительной красоты средневековые города, так и памятники древнего зодчества, шедевры узбекской национальной культуры, которые привлекают в Узбекистан сотни тысяч туристов со многих стран мира¹⁰¹.

Узбекистан имеет более 4000 архитектурных памятников, а также более 7000 исторических памятников¹⁰². Когда слова «туризм» и «Узбекистан» произносятся вместе, то у большинства людей возникают образы городов, которые во всём мире считаются «жемчужинами Востока»: Самарканд, Шахрисабз, Бухара, Хива и др. (рис. 52).



Рис. 52. Наиболее значимые туристские объекты и самые известные города, являющиеся туристскими центрами Узбекистана

¹⁰¹ Исмагуллаев Ф. О. Развитие международных связей Узбекистана в области туризма // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 4–8 (60). С. 139–143.

¹⁰² Абдурахманова З. Ю. К. Взаимосвязь Узбекистана с Китаем и США посредством туризма // Наука, техника и образование. 2020. № 7 (71). С. 42–44.

Города Бухара, Самарканд и Хива существуют уже более 2000 лет, и в этих городах хорошо сохранилась историческая часть, где туристы могут испытать незабываемые ощущения, будто они попали в средневековье. Эти города манят к себе туристов. В список Всемирного наследия ЮНЕСКО включены исторические центры городов Самарканда, Бухары и Шахрисабза, а также комплекс Ичан-Кала в Хиве. Эти города с уникальными памятниками истории и культуры сыграли значительную роль в истории страны¹⁰³.

Результаты анализа статистики по международным туристским прибытиям в Республику Узбекистан до 2018 г. представлены в работе¹⁰⁴. В статье отмечено, что в 2015 г. Узбекистан посетило более 2 млн туристов, прибывших из 70 стран, при этом объём экспорта услуг в туристской сфере превзошёл 1 млрд американских долларов, а в 2018 г. объём услуг в сфере туризма вырос ещё на 15,9 %, а их экспорт увеличился на 12,9 %¹⁰⁵.

В этой же работе отмечено, что к числу факторов, повлиявших на двукратное увеличение числа прибывших зарубежных туристов в 2018 г., относятся такие, как облегчение получения визы, более простые правила пребывания в Республике Узбекистан, совершенствование инфраструктуры в туристской сфере. Например, в 2018 г. для 9 новых стран был принят безвизовый режим (число таких стран выросло до 18), с 12 до 50 выросло количество государств, к гражданам которых стали применять режим упрощённого получения въездных виз. Вместе с тем, с 15 июля 2018 г. стала работать система по оформлению и

¹⁰³ Аширова Э. А. К. Текущее положение и перспективы развития въездного туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан). 2021. № 1. С. 36–42.

¹⁰⁴ Хетагурова В. Ш. Открываем Центральную Азию: перспективы развития туризма по тропам Великого Шёлкового Пути // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 6 (76). С. 15–31.

¹⁰⁵ Тухлиев И. С., Аблакулов А. А. Современные тенденции развития рынка туристских услуг Узбекистана // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2018. Т. 13. № 5. С. 6.

выдаче электронных въездных виз, а также был введен порядок по безвизовому въезду, временному пребыванию и выезду из Узбекистана через пункты пропуска гражданам из 101 государства, следующим транзитом через территорию Республики Узбекистан¹⁰⁶.

В работе¹⁰⁷, в соответствии с данными Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан и расчетами авторов представлен прогноз роста численности въездного турпотока в Узбекистан вплоть до 2021 г. (рис. 53).

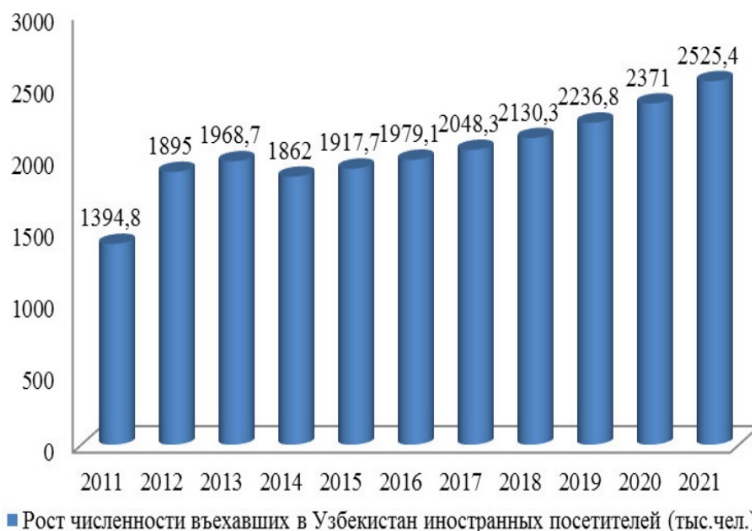


Рис. 53. Прогноз роста въездного потока иностранных граждан в Узбекистан на период до 2021 г. (тыс. чел.)¹⁰⁸

¹⁰⁶Тухлиев И. С., Аблакулов А. А. Современные тенденции развития рынка туристских услуг Узбекистана // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2018. Т. 13. № 5. С. 7.

¹⁰⁷Абдуллаева Д. К., Нарзуллаева Д. К. Анализ тенденций развития делового туризма в Узбекистане // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2016. № 3 (25). С. 66–71.

¹⁰⁸Абдуллаева Д. К., Нарзуллаева Д. К. Анализ тенденций развития делового туризма в Узбекистане // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2016. № 3 (25). С. 7.

Как отмечается в статье¹⁰⁹, за 2016–2018 гг. туристская отрасль в стране как одно из основных направлений реформ и экономического роста выросла в пять раз. В то время как в 2016 г. Узбекистан посетило около 1 млн туристов, в 2017 г. — 2,7 млн, в 2018 г. — более 5,3 млн. Был дан прогноз, что к 2025 г. количество иностранных туристов в Узбекистане возрастёт до 7 млн, а ежегодные поступления в иностранной валюте от иностранных посетителей должны будут достигнуть 2 млрд долларов.

В исследовании, посвящённом развитию делового туризма в Узбекистане¹¹⁰, была проанализирована структура целей визитов иностранных граждан, въезжающих на территорию республики с 2010 по 2015 гг. (рис. 54).

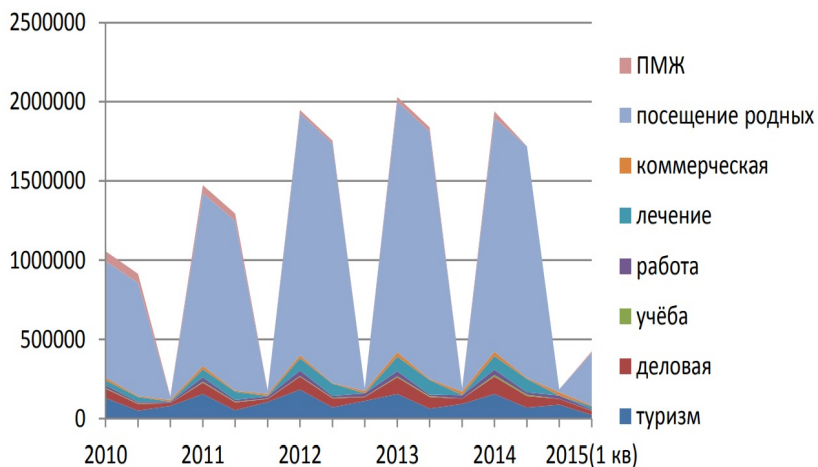


Рис. 54. Цели визитов иностранных лиц, въехавших в Республику Узбекистан с 2010 по 2015 гг.

¹⁰⁹ Абдурахманова З. Ю. К. Взаимосвязь Узбекистана с Китаем и США посредством туризма // Наука, техника и образование. 2020. № 7 (71). С. 42–44.

¹¹⁰ Абдуллаева Д. К., Нарзуллаева Д. К. Анализ тенденций развития делового туризма в Узбекистане // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2016. № 3 (25). С. 66–71.

В публикации¹¹¹ подчёркивается, что значительный потенциал Узбекистана в сфере туризма ранее не мог использоваться полноценно и эффективно, потому что не было создано благоприятных организационно-правовых и хозяйственных условий для развития сферы туризма. Перелом в комплексное продвижение туристского бренда государства внёс Указ от 2 декабря 2016 г., подписанный Президентом Узбекистана Ш. М. Мирзиёевым, «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан», в котором туризм определён в качестве одной из стратегических отраслей экономики государства. Постановление Президента от 16 августа 2017 г. дало начало Программе первоочередных мер по развитию международного туризма на 2018–2019 гг.

Динамика и структура въездного туристского потока в Узбекистан в 2018–2021 гг.

Как отмечалось выше, с 2016 по 2019 гг. был рост въездного туристского потока в Узбекистан. Если в 2016 г. в республику въехало 2 млн туристов, то в 2019 г. — уже около 6 млн, то есть почти в три раза больше. Но в 2020 г., из-за пандемии COVID-19, число туристов уменьшилось до 1,5 млн, т. е. почти в четыре раза по сравнению с предыдущим годом. И туристов стало даже меньше, чем в 2016 г. (рис. 55).

¹¹¹Исламов Б. А., Исламов Д. Б. О пиар инструментах продвижения туристического, торгового и инвестиционного брендов Узбекистана // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвящённой 55-летию учебного заведения. Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. С. 432–437.

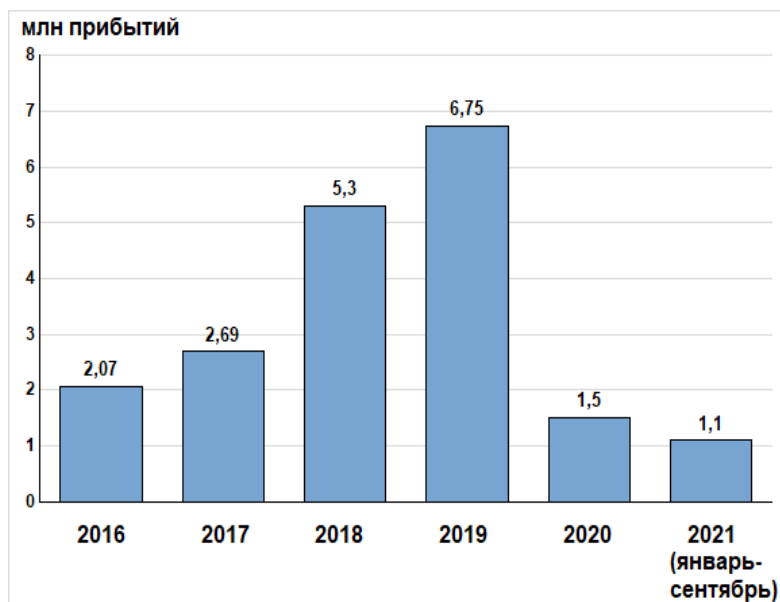


Рис. 55. Количество туристов, посетивших Республику Узбекистан с 2016 по 2021 гг., млн чел.

Причина такого быстрого роста количества туристов до начала пандемии COVID-19, особенно с 2017 г., следующая. Раньше Узбекистан был достаточно закрытой страной для иностранных туристов. И только с 2017 г. было открыто много погранично-таможенных пропускных пунктов, что и привело к очень быстрому росту количества иностранных туристов — их число увеличилось примерно вдвое с 2017 по 2018 гг.

Нужно отметить, что в 1-м квартале 2020 г. въездной туристский поток в Узбекистан был даже больше, чем в тот же период 2019 г. (рис. 56).

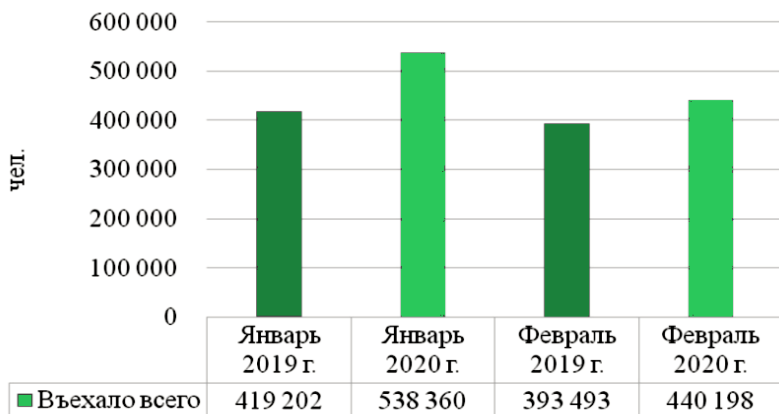


Рис. 56. Количество иностранных туристов в Узбекистане в январе-феврале 2019 и 2020 гг.¹¹²

В структуре въездного потока в Республику Узбекистан по цели поездки на первом месте стоит посещение знакомых и родственников (рис. 57). Эту цель отметили 88 % въехавших в Узбекистан. На втором месте стоит собственно туризм и рекреация, т. е. путешествия, отдых, проведение отпуска, досуга. Эту цель отметили около 9 % прибывших в республику. Остальные цели посещения обозначили чуть более 3 % въехавших в Узбекистан. Это деловые и лечебно-оздоровительные поездки, совершение покупок.

¹¹²Аширова Э. А. К. Текущее положение и перспективы развития въездного туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан). 2021. № 1. С. 38.

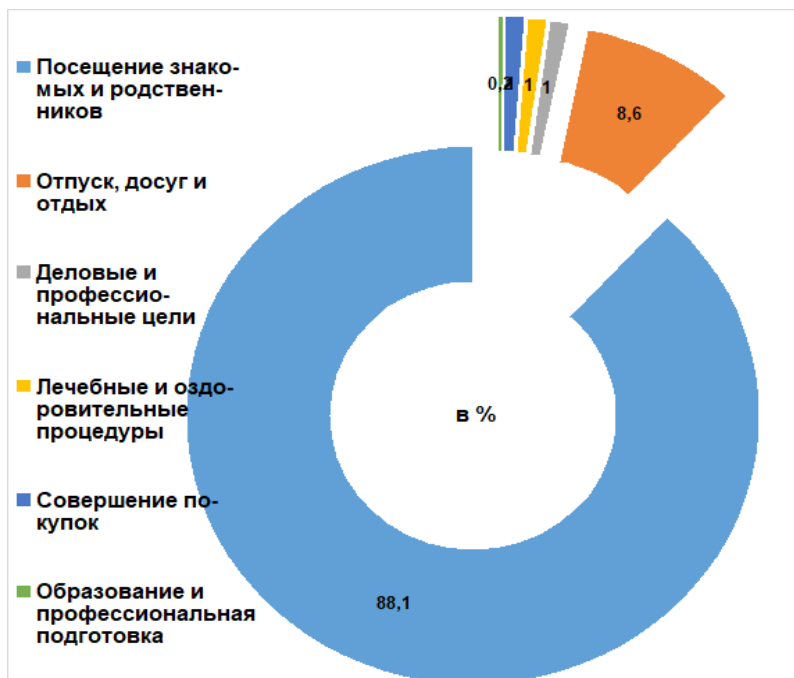


Рис. 57. Основные цели посещения Узбекистана иностранными гражданами в 2019 г., %

Лидерами по потокам иностранных туристов в Узбекистан являются страны Центральной Азии, которым сильно уступают другие страны СНГ и государства дальнего зарубежья (рис. 58). Важно отметить, что Узбекистан расположен в самой сердцевине Центральной Азии, и граничит со всеми странами этого региона. Так что все государства Центральной Азии являются соседями Узбекистана, что сказывается и на величине туристского обмена с ними (рис. 59).

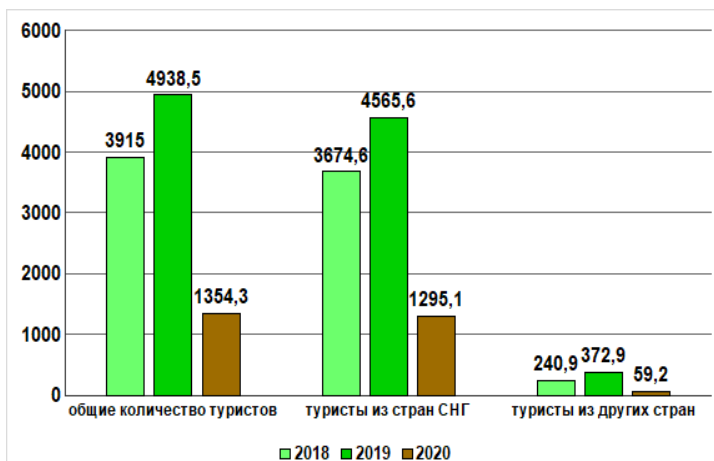


Рис. 58. Иностранные граждане, въехавшие в Узбекистан с туристской целью (в январе-сентябре 2018–2020 гг.), тыс. чел.

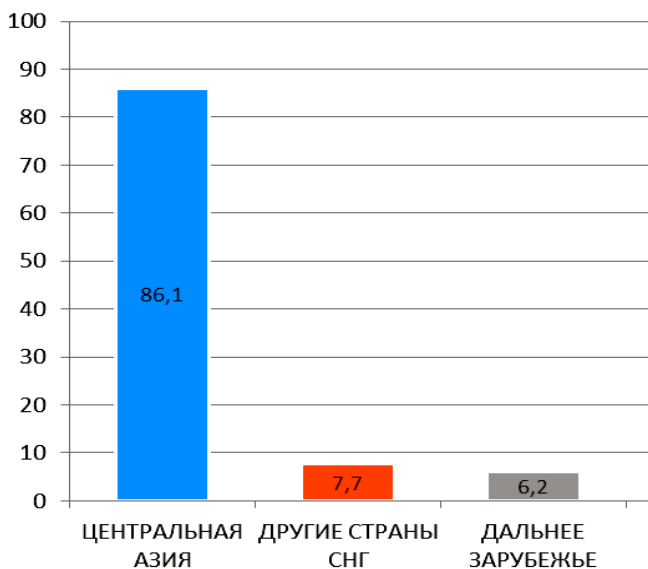


Рис. 59. Регионы, из которых направлены основные потоки иностранных туристов в Узбекистан, 2019 г. %

Благодаря реализации государственных программ по развитию туризма в Узбекистане начался быстрый рост потока зарубежных туристов в республику из более удалённых стран. Значительную долю туристов из государств за пределами Центральной Азии, посетивших Узбекистан в 2019 г., составили граждане Российской Федерации (22,4 %). Также был весомым поток иностранных туристов, прибывших из таких стран, как Южная Корея (8,2 %), Германия (3,8 %) и Франция (3,6 %). В целом же наиболее заметным был поток зарубежных туристов, представляющих государства, расположенные в таких туристских регионах мира, как Западная Европа и Юго-Восточная Азия¹¹³.

В первом квартале 2020 г. въездной туристский поток в Узбекистан уменьшился на 12 %. За первые три месяца 2020 г. (январь-март), пока не был введён карантин из-за COVID-19, в республике успели побывать 1,2 млн иностранных туристов. Подавляющее большинство прибывших в республику в первом квартале 2020 г. (95,6 % или же 1,1 млн чел.), представляли страны СНГ, остальные 4,4 % (или 53,6 тыс. чел.) — государства дальнего зарубежья.

Первое место по въездному туризму в Узбекистан в 2020 г. занимал Кыргызстан, дающий около трети въездного туристского потока (рис. 60). Ему немного уступал Казахстан, который лидировал по въездному туристскому потоку в 2019 г. Третье место занимал Таджикистан, откуда прибыла примерно четверть иностранных туристов. Четвёртое место занимала Россия, дающая чуть более 5 % въездного туристского потока. Ей немного уступал Туркменистан, который дал примерно 4,5 % потока иностранных туристов.

¹¹³ Шаипов Р. Х., Пасько О. В., Горяинов К. С. Потенциал устойчивого развития туризма участка маршрута великого шелкового пути в республике Узбекистан // Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма и гостеприимства в условиях межкультурной коммуникации. Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В. П. Соловьёва, О. Т. Ергунова, О. Л. Соколова. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2020. С. 71–77.

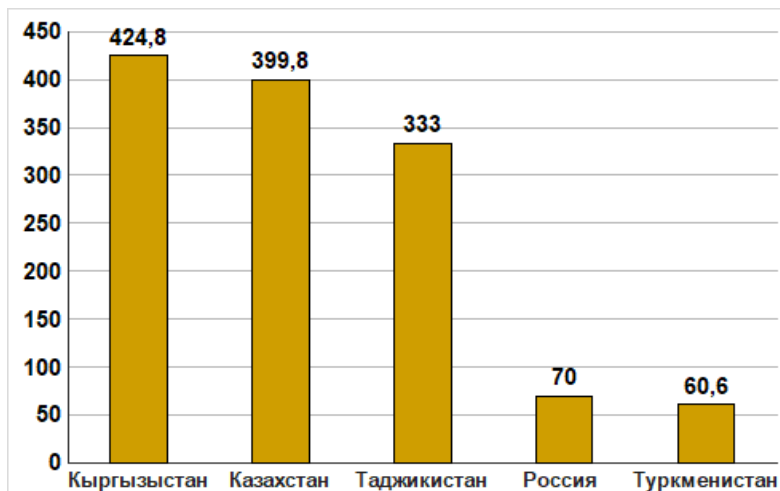


Рис. 60. Количество иностранных туристов, прибывших в Республику Узбекистан из некоторых стран ближнего зарубежья в январе-сентябре 2020 г., тыс. чел.

Как было отмечено выше, целью поездки в республику большинство въезжающих называет посещение своих родственников. Так, например, в Ферганскую долину, где проживает 10 млн чел., приезжает много туристов из Кыргызстана. Объясняется это тем, что в южной части Кыргызстана проживают этнические узбеки. В Ташкент приезжает много туристов из Казахстана, потому что в столице Узбекистана проживает много казахов. А в находящихся по соседству Туркестанской области и городе Чимкент живёт много узбеков, которые также посещают своих родственников за границей. С этой же целью приезжает много туристов из Таджикистана в Самарканд, Кашкадар и Сурхондар, а из Туркменистана — в Хорезм.

В первом квартале 2020 г. в туристском потоке из стран дальнего зарубежья лидировали туристы, представляющие Турцию (13,5 тыс. чел. или 1,1 % от общей величины турпотока), Южную Корею (5,2 тыс. чел. или 0,4 %), а также Китай (3,7 тыс. чел. или 0,3 %) (рис. 61).

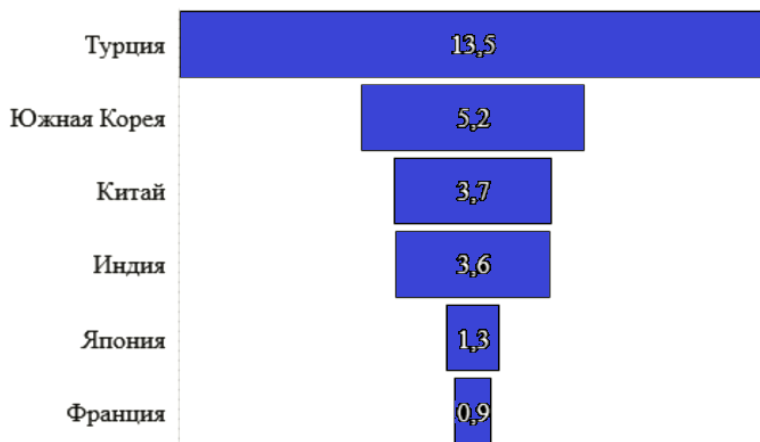


Рис. 61. Величина въездного турпотока из государств дальнего зарубежья в первом квартале 2020 г., тыс. чел.¹¹⁴

Динамика и структура выездного туристского потока из Узбекистана в 2018–2021 гг.

В динамике выездного туристского потока из Республики Узбекистан в период с 2018 по 2020 гг. отмечается необычная особенность. Так, в 2019 г. выезд из Узбекистана стал немного меньше, чем в 2018 г. (рис. 62). Объясняется это тем, что 2018 г. был первым, когда было максимально облегчено пересечение границы Узбекистана, и потому в этом году было очень много желающих посетить своих родственников за границей после длительной разлуки. В 2019 г. этот ажиотаж несколько спал. Ну а в 2020 г. границы были снова закрыты, но уже по причине пандемии COVID-19. Выезд граждан Узбекистана за границу в 2020 г. уменьшился почти в четыре раза в сравнении с 2019 г.

¹¹⁴ Аширова Э. А. К. Текущее положение и перспективы развития въездного туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан). 2021. № 1. С. 40.

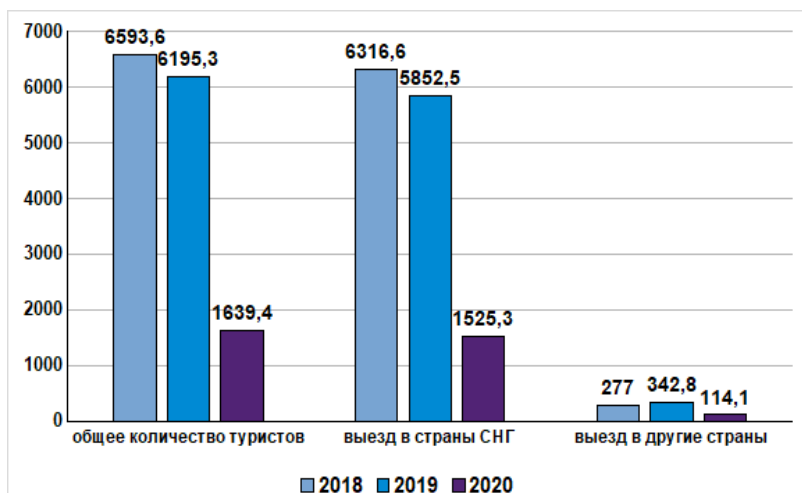


Рис. 62. Граждане Республики Узбекистан, выехавшие за её пределы с туристской целью в январе-сентябре 2018–2020 гг., тыс. чел.

По выездному туризму граждан Узбекистана в 2019 г. с большим отрывом лидировали две соседние страны — Кыргызстан и Казахстан (рис. 63). Более чем вдвое им уступал Таджикистан. Четвёртую позицию занимала Российская Федерация, пятое — Турция. Выезд из Узбекистана в другие страны был незначительным.

Количество граждан Узбекистана, которые выехали за пределы страны с туристскими целями в период с января по март 2020 г., составляло 1 435,3 тыс. чел. По сравнению с аналогичным периодом предыдущего года данный показатель уменьшился на 16,7 % ¹¹⁵.

¹¹⁵ Аширова Э. А. К. Текущее положение и перспективы развития въездного туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан). 2021. № 1. С. 36–42.

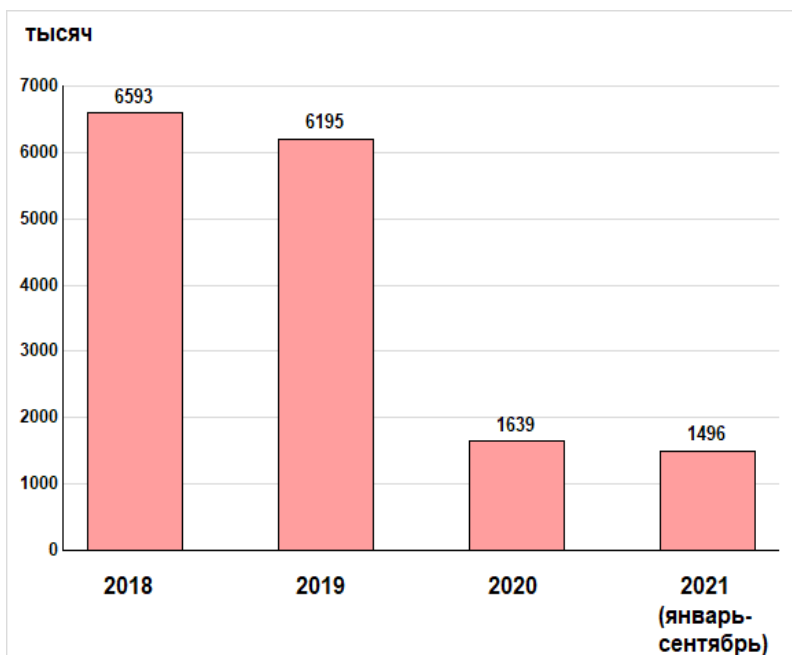


Рис. 63. Граждане Республики Узбекистан, выехавшие за её пределы с туристской целью 2018–2021 гг., тыс. чел.

Выводы. В настоящее время изучению международного туризма в Узбекистане пока что уделяется недостаточное внимание. Причиной этого является то, что только совсем недавно был взят курс на развитие международного туризма в этом государстве Центральной Азии. Долгое время Узбекистан был достаточно закрытой страной для иностранных туристов.

В 2017 г. было открыто много погранично-таможенных пропускных пунктов, что и привело к очень быстрому росту числа иностранных туристов. С 2016 по 2019 гг. въездной туристский поток в Узбекистан увеличился примерно в три раза (с 2 до 6 млн туристов). Но в 2020 г., из-за пандемии COVID-19, число туристов уменьшилось почти в четыре раза по сравнению с предыдущим годом.

Лидерами по туристскому обмену с Узбекистаном являются Кыргызстан, Казахстан и Таджикистан, что связано с соседским положением этих республик, а также тесными семейными и родственными связями населения всех этих государств Центральной Азии.

Выездной туристский поток из Узбекистана в 2019 г. стал немного меньше, чем в 2018 г. Объясняется это тем, что именно в 2018 г. было максимально облегчено пересечение границы Узбекистана, и потому в этом году было очень много желающих посетить своих родственников за границей после длительной разлуки.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ ЕВРОПЕЙСКОГО СЕВЕРА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Раздел подготовлен в рамках выполнения государственного задания Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального исследовательского центра «Карельский научный центр Российской академии наук».

Европейский Север объединяет шесть российских регионов, представляющих дестинации с уникальным туристско-рекреационным потенциалом, хрупкими экосистемами, с сохранённой самобытной культурой и гостеприимством местного населения. Вместе с тем, удалённость от экономического центра Российской Федерации, наряду с комплексом факторов оказывают сдерживающие влияние на развитие туристско-рекреационной сферы деятельности. Ограничения, вызванные пандемией COVID-19, явились современным вызовом развитию внутреннего и международного туризма. Учитывая перспективность и/или приоритетность развития туристско-рекреационной сферы деятельности для регионов Европейского Севера РФ, согласно стратегическим документам федерального¹¹⁶ и регионального¹¹⁷ уровней, представляется значимой попытка осмыс-

¹¹⁶ Стратегия социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года (Распоряжением Правительства РФ от 18.11.2011 г. N 2074-р); Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» (Распоряжение Правительства РФ 05.05.2018 г. N 872-р).

¹¹⁷ Стратегия социально-экономического развития Республики Карелия на период до 2030 года. Распоряжение Правительства Республики Карелия от 29.12.2018 г. N 899р-П; Стратегия социально-экономического развития Архангельской области до 2035 года, утвержденная областным законом от 18 февраля 2019 года № 57-5-ОЗ; Концепция развития туризма в Архангельской области. Утверждена постановлением Правительства Архангельской области от 19 января 2021 г. № 1-пп; Стратегия развития туристско-рекреационного кластера

ления влияния пандемии на туристское развитие данных дестинаций.

Исследование проведено на примере шести российских регионов, принадлежащих территориально Европейскому Северу, включая Республики Карелия и Коми, Архангельскую, Вологодскую и Мурманскую области, а также Ненецкий автономный округ. Для анализа влияния пандемии COVID-19 на туристское развитие регионов применён метод сопоставления рядов данных по ряду основных показателей развития туристско-рекреационной сферы деятельности за период 2016–2021 гг.

Предложенный подход на основе сопоставления показателей в региональном разрезе за 2016–2019 гг. (до пандемии COVID-19) и их сопоставление со значениями в период ограничений (2020 и 2021 гг.) позволяет сформировать представление о влиянии пандемии COVID-19, выявить количественные изменения развития туристской сферы деятельности регионов Европейского Севера под влиянием ограничений.

Исследование проведено на основе сопоставления следующих девяти основных показателей в региональном разрезе:

- уровень развития туристской инфраструктуры за период 2016–2021 гг., включая число коллективных средств размещения, число турфирм, число ресторанов, кафе, баров;
- численность размещённых лиц в коллективных средствах размещения за период 2019–2021 гг.;
- динамика организованного международного туристского потока в регионах Европейского Севера за период 2019–2020 гг., включая въездной и выездной турпоток;

Мурманской области на 2021–2025 годы. Распоряжение Правительства Мурманской области от 21.04.2021 г. № 72-РП; Стратегия социально-экономического развития Республики Коми на период до 2035 года. Постановление Правительства Республики Коми от 11.01.2019 г. N 185; Стратегии развития туристско-рекреационного кластера Ненецкого автономного округа на период до 2022 года. Постановление Губернатора Ненецкого автономного округа от 15.12.2017 г. № 105-пг; Программа развития территориального туристского кластера Вологодской области. Постановление Правительства Вологодской области от 28.03.2016 г. № 265.

- объём платных услуг населению в сфере туризма и рекреации в период 2017–2020 гг., включая: услуги гостиниц и аналогичные услуги по предоставлению временного жилья, услуги туристических агентств, туроператоров и прочие услуги по бронированию и сопутствующие им услуги;

- привлекательность регионов Европейского Севера на основе открытых данных Национального туристического рейтинга за период 2016–2021 гг.

В работе применены доступные данные федеральной службы государственной статистики, достаточные и значимые показатели, позволяющие оценить развитие туризма в региональном разрезе. Анализ привлекательности дестинаций регионов Европейского Севера РФ основывается на открытых данных Национального туристического рейтинга за период 2016–2021 гг., рассчитанного Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России». Комплексность Национального туристического рейтинга определяется следующими критериями развития туристской сферы деятельности, позволяющими оценить туристскую привлекательность и потенциал территорий: уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры; значимость туристской отрасли в экономике региона; доходность отрасли туризма и гостеприимства региона; популярность региона у туристов, приезжающих на несколько дней; популярность региона у иностранцев; туристская уникальность; уровень преступности; интерес к региону в интернете как к месту отдыха; продвижение туристского потенциала региона в информационном пространстве. Хотя в течение времени методология расчета рейтинга претерпевает некоторые изменения, это не имеет критического значения при сопоставлении данных разных лет.

В работе имеются ограничения, связанные с отсутствием некоторых статистических данных в отдельные годы. Однако данное ограничение не является решающим в силу выявления общих тенденций влияния пандемии COVID-19 на развитие туризма на Европейском Севере РФ.

Проблематика развития туристско-рекреационной сферы деятельности регионов Европейского Севера, функционирования отдельных её элементов¹¹⁸, туристского рейтингования дестинаций представлена в работах российских учёных¹¹⁹. Рост интереса к арктическим (северным) территориям материализуется в возрастающем числе научных работ, направленных на осмысление возможностей развития специфического арктического вида туризма, сохранение хрупких экосистем на основе экологического туризма¹²⁰. Проблематика воспроизводства цело-

¹¹⁸Селякова С. А., Дубиничева Л. В., Марков К. В. Состояние и перспективы развития туристской индустрии в Вологодской области // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2009. № 1 (5). С. 80–88; Величкина А. В. Проблемы развития туристской инфраструктуры региона (на примере Вологодской области) // Проблемы развития территории. 2013. № 4 (66). С. 40–48; Щенявский В. А. Оценка эффективности внутренней туристско-рекреационной деятельности на сельских территориях Республики Коми // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 5 (56). С. 43–55; Lebedeva E. A. Tourism in Pinezhye, Arkhangelsk region // Sciff. Questions of Students Science. 2019. No. 8 (36). P. 191–193; Желнина З. Ю. Туризм Мурманской области как драйвер развития территории // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 9. С. 65–75; Орлова В. С. Потенциал сферы туризма и рекреации Европейского Севера: оценка и направления развития в условиях освоения Арктики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т. 14. № 1. С. 141–153; Мякшин В. Н., Шапаров А. Е., Тиханова Д. В. Совершенствование оценки туристского потенциала субъектов Арктической зоны РФ // Экономика региона. 2021. Т. 17. Вып. 1. С. 235–248; Кондратьева С. В. Развитие туризма в регионах Европейского Севера // Арктика и Север. 2022. № 47.

¹¹⁹Лукин Ю. Ф. Арктический туризм: рейтинг регионов, возможности и угрозы // Арктика и Север. 2016б. № 23. С. 96–123; Кондратьева С. В. Национальный туристический рейтинг российских регионов: типологическое разнообразие // Вестник РУДН. Серия Экономика. 2022. № 1.

¹²⁰Pashkevich A., Lamers M. Short-circuiting cruise tourism practices along the Russian Barents Sea coast? The case of Arkhangelsk // Current Issues in Tourism. 2015; Лукин Ю. Ф. Арктический туризм в России // Арктика и Север. 2016. № 25. С. 211–216; Жагина С. Н., Топорина В. А. Национальные парки Европейского Севера России (Архангельской, Вологодской областей, Республики Карелия) как объекты рекреации и туризма // Проблемы региональной экологии. 2016. № 6. С. 127–131; Севастьянов Д. В. Арктический туризм и рекреационное природопользование — новый вектор развития северных территорий // Россия в глобальном мире. 2017. № 10 (33). С. 75–88; Яковчук А. А. Пробле-

веческого капитала¹²¹ на основе восстановления физических и эмоциональных сил человека туристско-рекреационной деятельностью, а также доступности туризма, проведения досуга и отдыха населению регионов Европейского Севера¹²² представляется значимой в контексте роли Арктики и Севера в пространственном развитии РФ¹²³. В фокусе исследования особого внимания заслуживают работы, раскрывающие различные аспекты современного вызова пандемии COVID19 и его влияния на

мы развития туристской отрасли в регионах арктической зоны Российской Федерации // Арктика и Север. 2020. № 38. С. 55–72.

¹²¹Симакова А. В. Миграционные намерения молодежи (пост)промышленных моногородов Арктической зоны России: остаться или уехать? // Социальная политика и социология. 2019. Т. 18. № 2 (131). С. 134–144; Волков А. Д., Тишков С. В., Каргинова-Губинова В. В., Щербак А. П. Экологические проблемы Арктического региона: состояние и динамика в восприятии населения (результаты социологического опроса на территории карельской Арктики) // Регион: Экономика и Социология. 2021. № 3 (111). С. 203–239; Дмитриева Т. Е., Фомина В. Ф. Эколого-экономическая оценка здоровья населения Республики Коми // Арктика: экология и экономика. 2021. Т. 11. № 3. С. 436–448; Смиренникова Е. В., Уханова А. В., Воронина Л. В. Оценка демографического потенциала арктических регионов Российской Федерации в контексте инновационного развития // Арктика: экология и экономика. 2021. Т. 11. № 1. С. 19–29.

¹²²Морозова Т. В., Мурина С. Г., Белая Р. В. Рекреационная мобильность как элемент качества жизни: измерение типологического разнообразия // Труды Карельского научного центра. 2012. № 6. С. 58–67; Сидоровская Т. В., Воловик О. А. Исследование потребительских предпочтений молодежи в сфере регионального туризма // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2019. Т. 10. № 4. С. 342–356.; Сидоровская Т. В., Воловик О. А., Сидорук А. Ю. Внутренний туризм: исследование предпочтений жителей северных территорий // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2019. № 2. С. 38–50; Кондратьева С. В., Морошкина М. В. Туризм и отдых населения арктических регионов России: возможности и ограничения // Арктика и Север. 2021. № 45. С. 113–126; Цветков А. Ю. Логистические основы организации отдыха выходного дня для населения Архангельской городской агломерации // Арктика и Север. 2021. № 43. С. 215–228.

¹²³Лаженцев В. Н. Социально-экономическое пространство и территориальное развитие Севера и Арктики России // Экономика региона. 2018. Т. 14. №. 2. С. 353–365; Лаженцев В. Н. Арктика и Север в контексте пространственного развития России // Экономика региона. 2021. Т. 17. №. 3. С. 737–754.

развитие туристско-рекреационной сферы деятельности в регионах Европейского Севера¹²⁴.

Европейский Север России — привлекательная дестинация. Регионы Европейского Севера, обладая уникальным туристско-рекреационным потенциалом природного (табл. 9) и антропогенного генезиса, раскрывают возможности для развития различных направлений туризма и рекреации. Так, как отмечено в Концепции развития туризма в Архангельской области¹²⁵, на территории региона расположено порядка 10 тыс. памятников истории и культуры, включая 1,4 тыс. объектов культурного наследия федерального значения.

Следует заметить, что Европейский Север является самым большим экономическим районом европейской части Российской Федерации, занимающий площадь порядка 1,5 тыс. кв. км., что составляет около 9 % от общей площади государства. Вместе с тем, по сравнению с центральными регионами государства, транспортная сеть развита достаточно слабо, имеется значительная региональная дифференциация, что представляется одним из сдерживающих факторов развития туристско-рекреационной сферы деятельности.

¹²⁴Елисеева Н. В. Перспективные направления туризма в период пандемии в северных регионах России // Вестник Академии знаний. 2020. № 4 (39). С. 187–191. Леонидова Е. Г. Проблемы туризма как фактора развития региона в контексте влияния пандемии COVID-19 // Актуальные проблемы экономики и права. 2020. Т. 14. № 3. С. 24–637; Конышев Е. В., Лутошкина А. К. Экономические последствия влияния COVID-19 на развитие туризма в арктических регионах России // Арктика: экология и экономика. 2021. Т. 11. № 4. С. 504–518; Леонидова Е. Г. Оценка влияния пандемии COVID-19 на туристский сектор региона // Проблемы развития территории. 2021. Т. 25. № 5. С. 37–51.

¹²⁵Концепция развития туризма в Архангельской области. Утверждена постановлением Правительства Архангельской области от 19 января 2021 г. № 1-пп.

Таблица 9

Туристско-рекреационный потенциал регионов Европейского Севера

№	Регион, общая численность населения, тыс. чел*.	Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО и год внесения в список	ООПТ регионов	
			Название, год создания	Количество, в т. ч. федерального значения
1	Республика Карелия, 614,1	Архитектурный ансамбль Кижского погоста (1990) Петроглифы Онежского озера и Белого моря (2021)	Заповедник Кивач (1931) Кандалакшский заповедник (1932) Костомукшский заповедник (1983) Водлозерский НП (1991) Паанаярви НП (1992) Калевальский НП (2006) Ладожские шхеры НП (2017)	153 / 8
2	Республика Коми, 820,5	Девственные леса Коми (1995)	Печоро-Илычский биосферный заповедник (1930) Югид Ва (1994) Койгородский НП (2019)	234 / 4
3	Ненецкий авт. округ, 44,1		Ненецкий заповедник (1997)	14 / 2
4	Архангельская обл. (без АО), 1092,4	Культурный и исторический ансамбль «Соловецкие острова» (1992)	Пинежский заповедник (1974) Водлозерский НП (1991) Кенозерский НП (1991) Русская Арктика НП (2009) Онежское Поморье НП (2013)	112 / 7
5	Вологодская область, 1 160,4	Ансамбль Ферапонтова монастыря (2000)	Дарвинский биосферный заповедник (1945) Русский Север НП (1992)	193 / 2
6	Мурманская область, 741,4		Лапландский биосферный заповедник (1930) Кандалакшский заповедник (1932) Заповедник Пасвик (1992) Хибины НП (2018)	75 / 13

* по состоянию на 01.01.2020 г

При этом, на основе расчёта географической, транспортной (включая временную и стоимостную характеристики) и инфраструктурной компоненты, комплексно оценивающих региональную доступность субъектов СЗФО в развитии туристского направления, выделена неоднородность исследуемых регионов. Так, наилучшая позиция наблюдается у Республики Карелия и Вологодской области, относящихся к типологической группе полуцентральных регионов, характеризующихся благоприятной доступностью для развития туризма, что определяется не столько возможностями размещения, сколько выгодной транспортной доступностью. Половина исследуемых дестинаций относится к полупериферийным регионам, обладающих недостаточной региональной доступностью, в связи с чем привлечение туристов требует сравнительно больших усилий и затрат для туристского бизнеса.

Мурманская область характеризуется периферийным положением, что требует дополнительных усилий со стороны туристского бизнеса по привлечению потенциальных туристов и удержанию туристского потока на основе разработки новых уникальных туристских продуктов (включая трансграничные), развития и совершенствованию туристской инфраструктуры регионов (включая инфраструктуру размещения, питания, досуга и отдыха), развития и продвижения перспективных и уникальных для территории видов туризма и пр. Именно уникальность предлагаемых туристских услуг, природного и культурно-исторического потенциала способна при правильном продвижении и организации туристской деятельности нивелировать затруднения доступности, возникающие у туристов¹²⁶.

В интернет-пространстве продвижение туристско-рекреационного потенциала регионов осуществляется посредством туристических порталов, позволяющих потенциальным туристам сформировать комплексное представление об уникальных природных и культурно-исторических возможностях территорий, виртуально познакомиться с самобытной культурой и традиция-

¹²⁶Морошкина М. В., Кондратьева С. В. Региональная доступность как фактор развития туристского направления // Регионология. 2021. Т. 29. № 1. С. 60–81.

ми выбираемых дестинаций, составить собственный маршрут посещения или воспользоваться услугами туристических компаний регионов, а также возможностей Национального туристического портала Russia travel¹²⁷. Кроме того, следует обозначить участие в крупнейших международных туристских выставках РФ и за рубежом.

Результаты исследования. Туристская инфраструктура является одним из ключевых элементов эффективного функционирования туристско-рекреационной сферы деятельности, предоставления спектра конкурентоспособных туристских услуг в условиях усиливающейся конкуренции за туристские потоки и инвестиции. Ключевая роль уровня развития туристско-рекреационной сферы подтверждается непрерывно растущим числом научных работ, посвящённых проблематике осмысления проблем состояния, оценки, совершенствования как её отдельных компонентов, так и всего комплекса¹²⁸. В данном разделе для формирования представления о влиянии ограничений пандемии COVID-19 на развитие туризма в регионах Европейского Севера на основе указанных работ российских и зарубежных исследователей последовательно рассмотрены следующие показатели (табл. 10).

В качестве достаточного для анализа инфраструктуры размещения выбрано число коллективных средств размещения в динамике за 2016–2020 г. в региональном разрезе. Большинство исследуемых регионов сохранили наметившиеся до 2020 г. тен-

¹²⁷Национальный туристический портал. RUSSIA.TRAVEL. URL: <https://russia.travel/>.

¹²⁸Seetannah B., Juwaheer T. D., Lamport M. J., Rojidi S., Sannasse R. V. Does Infrastructure Matter In Tourism Development? // University of Mauritius research journal. 2011. No. 17. P. 89–108; Величина А. В. Проблемы развития туристской инфраструктуры региона (на примере Вологодской области) // Проблемы развития территории. 2013. № 4 (66). С. 40–48; Степанова С. В. Общие тенденции и особенности развития инфраструктуры туризма российских регионов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2016. № 3. С. 68–84; Stepanova S. V., Shulepov V. I., Way to assess the development of municipal tourism infrastructure // Journal of Applied Engineering Science. 2019. Vol. 17. No. 1. P. 87–92.

денции развития (Республика Карелия, Ненецкий автономный округ) или спада (Республика Коми, Вологодская область). Архангельская и Мурманская области продемонстрировали противоположные тенденции: на фоне спада резкий рост числа КСР или наоборот. При этом число объектов инфраструктуры размещения в Республике Карелия и Мурманской области превысило в 2020 г. значения 2019 г.

Таблица 10

Сравнительная характеристика уровня развития туристской инфраструктуры регионов Европейского Севера, 2020 г.

№	Регион	2016	2017	2018	2019	2020
<i>число коллективных средств размещения, ед.</i>						
1	Республика Карелия	198	213	238	240	243
2	Республика Коми	134	139	131	128	116
3	Ненецкий автономный округ	7	5	7	8	8
4	Архангельская область (кроме АО)	145	145	166	178	163
5	Вологодская область	210	266	291	274	260
6	Мурманская область	117	197	179	163	184
<i>число турфирм, ед.</i>						
1	Республика Карелия	171	140	176	165	133
2	Республика Коми	110	114	108	105	99
3	Ненецкий автономный округ	3	4	2	2	3
4	Архангельская область (кроме АО)	129	153	177	165	167
5	Вологодская область	103	116	141	128	131
6	Мурманская область	71	87	85	79	87
<i>число ресторанов, кафе, баров, ед.</i>						
1	Республика Карелия	386	386	423	433	—
2	Республика Коми	425	424	429	423	—
3	Ненецкий автономный округ	31	30	30	34	—
4	Архангельская область (кроме АО)	813	815	831	875	—
5	Вологодская область	738	764	779	799	—
6	Мурманская область	495	519	564	638	—

Интересной представляется специфика развития инфраструктуры досуга и отдыха, представленная в данном исследовании числом турфирм. Так, три области Европейского Севера сохранили тенденцию роста числа туристских компаний (при некотором снижении показателя в 2019 г.). При этом Ненецкий автономный округ при наблюдаемой тенденции спада в предыдущие годы продемонстрировал рост показателя. В двух республиках Европейского Севера продолжился спад числа организаций. По причине отсутствия официальных данных по числу ресторанов, кафе и баров не представляется возможным оценить влияние пандемии COVID-19 на развитие инфраструктуры питания. Вместе с тем, можно констатировать, что в период до начала действия ограничений (2016–2019 гг.) обозначилась тенденция роста показателя, характерная для всех шести исследуемых регионов Европейского Севера.

Сопоставление периодов показывает, что под влиянием пандемии COVID-19 регионы Европейского Севера в 2020 г. совокупно потеряли треть (32 %) или порядка 597 тыс. чел. от численности размещённых граждан в коллективных средствах размещения в 2019 г. (табл. 11). В региональном разрезе наибольшие потери ощутила Вологодская (- 195 тыс. чел.) и Архангельская области (-150,5 тыс. чел.), наименьшие — Мурманская область и Ненецкий автономный округ. Однако следует заметить рост числа воспользовавшихся услугами данных учреждений граждан в 2021 г., характерный для всех исследуемых субъектов РФ. Так, по предварительным данным Ростуризма, совокупные показатели 2021 г. (январь-декабрь) лишь на 15,4 % ниже значений 2019 г. (до пандемии) или в количественных величинах 84,6 тыс. чел. Указанное, в условиях ограничений международного въездного потока, выявляет активизацию внутреннего туризма, раскрывая потенциал социально-экономического развития регионов РФ на основе туристско-рекреационной сферы деятельности.

Таблица 11

Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения за период 2019–2021 гг., чел.

№	регион	2019	2020	2020/ 2019	2021*
1	Республика Карелия	482 817	388 054	0,8	484 187
2	Республика Коми	233 373	143 713	0,62	159 331
3	Ненецкий автономный округ	13 018	8 331	0,64	10 416
4	Архангельская область (кроме АО)	346 776	196 198	0,57	271 723
5	Вологодская область	477 128	282 159	0,59	410 671
6	Мурманская область	319 580	257 260	0,8	248 747

* период январь-декабрь

Так, пандемия COVID-19 остановила организованный въездной поток иностранных туристов в регионы Европейского Севера. Исключение составляет лишь Мурманская область, наоборот, обслужившая в 2020 г в сравнении с 2019 г., согласно данным Росстата, больше иностранных туристов. Организованный международный поток российских граждан за рубеж с туристскими целями значительно сократился (табл. 12).

Таблица 12

Динамика организованного международного туристского потока в регионах Европейского Севера, 2019–2020 гг., чел.

№	регион	въездной турпоток			выездной турпоток		
		2019	2020	2020/ 2019	2019	2020	2020/ 2019
1	Республика Карелия	8 569	611	0,07	71500	49293	0,7
2	Республика Коми	18	2	0,11	41038	8032	0,2
3	Ненецкий автон. округ	25	0	0	2015	285	0,14
4	Архангельская область (без АО)	57	0	0	54907	12449	0,23
5	Вологодская область	0	0	0	29502	6265	0,2
6	Мурманская область	3 174	3 744	1,18	27797	9912	0,4

Среди регионов Европейского Севера наилучшая позиция по спаду выездного организованного туристского потока за рубеж наблюдается у Республики Карелия.

Значимыми в фокусе исследования представляются показатели объёма платных услуг в сфере туристско-рекреационной деятельности. За исключением Республики Карелия, продемонстрировавшей сохранение тенденции роста услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья за период 2016–2020 гг., остальные пять регионов ощутили негативное воздействие пандемии COVID-19 (табл. 13).

Таблица 13

Динамика объёма платных услуг населению в сфере туризма,
2017–2020 гг., тыс. руб.

№	Регион	2017	2018	2019	2020
<i>услуги гостиниц и аналогичные услуги по предоставлению временного жилья</i>					
1	Республика Карелия	581 610,3	634 250	675 423,7	738 018,4
2	Республика Коми	554 644,9	582 233,6	565 861,7	377 549,7
3	Ненецкий автономный округ	63 519	69 835,9	90 172,4	83 039,9
4	Архангельская обл. (без АО)	1 276 317,8	1 308 566,7	1 283 009,8	988 853,1
5	Вологодская область	775 042,3	832 778,7	837 393,5	582 629,5
6	Мурманская область	877 109,2	1 120 642,5	1 216 461,1	1 013 671,5
<i>услуги туристических агентств, туроператоров и прочие услуги по бронированию и сопутствующие им услуги</i>					
1	Республика Карелия	840 211,5	844 232,7	872 506,5	627 822,8
2	Республика Коми	1 506 105	1 692 891,2	2 014 282,1	537 358,9
3	Ненецкий автономный округ	89 686,2	127 859,9	143 964,9	52 494,1
4	Архангельская обл. (без АО)	1 790 150,1	1 841 878	1 878 637,5	659 333,7
5	Вологодская область	1 863 762,4	1 937 365,7	2 002 748,5	1 282 261,8
6	Мурманская область	1 149 734,9	1 041 995	1 068 692,4	581 756,2

Резкое сокращение объёмов услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопровождающих им услуг в 2020 г., характерное для все регионов Европейского Севера РФ, на фоне предыдущего роста данного сектора в период 2017–2019 гг. достаточно показательно. Наибольший спад произошёл в Республике Коми (в 3,7 раза), Архангельской области (в 2,8 раза).

Таким образом, совокупно под влиянием ограничений пандемии COVID-19 регионы Европейского Севера в 2020 г. потеряли половину услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопровождающих им услуг в сравнении с данными 2019 г., а также пятую часть услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья

Туристическое рейтингование регионов представляется одним из инструментов оценки функционирования туристско-рекреационной сферы деятельности, выявления лидеров и аутсайдеров развития внутреннего и международного туризма в РФ, дополнительно формируя предпочтения российских граждан о возможностях проведения досуга и отдыха, активизирует внутренний туризм¹²⁹.

Исходя из позиций рейтинга за исследуемый период 2016–2021 гг., туристская привлекательность исследуемых регионов снижается от Республики Карелия и Вологодской области, к Мурманской и Архангельской областям, Республике Коми, замыкающим в рейтинге становится Ненецкий автономный округ. Сопоставление значений Национального туристического рейтинга за период 2016–2019 гг. и значений в период действия ограничений (2020 и 2021 гг.) показывает разновекторность влияния пандемии COVID-19 на туристскую привлекательность дестинаций Европейского Севера РФ (табл. 14). Так, половина исследуемых регионов сохранила свои позиции в рейтинге. Усиление позиций наблюдается у Республики Карелия и Вологодской области, при этом последняя демонстрирует стреми-

¹²⁹ Кондратьева С. В. Национальный туристический рейтинг российских регионов: типологическое разнообразие // Вестник РУДН. Серия Экономика. 2022. № 1. С. 45–56.

тельное их упрочение. Мурманская область демонстрирует тенденцию снижения привлекательности сферы туризма за исследуемый период 2016–2021 гг.

Таблица 14

Регионы Европейского Севера в Национальном туристическом рейтинге за период 2016–2021 гг.

№	Регион	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Республика Карелия	22	35	38	29	31	28
2	Вологодская область	29	49	47	37	34	31
3	Мурманская область	26	46	46	48	53	45
4	Архангельская область	31	47	49	54	38	47
5	Республика Коми	61	74	68	68	69	67
6	Ненецкий авт. округ	81	84	83	85	83	84

В качестве факторов, негативно влияющих на развитие дестинаций регионов Европейского Севера, следует обозначить экономические, инфраструктурные, экологические, институциональные, демографические и пр.¹³⁰.

Выводы. Резюмируя вышеизложенное, необходимо обозначить выраженную разнородность исследуемых шести регионов РФ как по туристско-рекреационному потенциалу, так и по уровню развития туристской сферы деятельности.

Пандемия COVID-19 оказала значительное негативное влияние на развитие туристско-рекреационной деятельности: туризм значится в перечне сфер экономической деятельности, наиболее пострадавших от ограничений новой коронавирусной инфекции. Регионы Европейского Севера также не явились исключением. Так, ограничения, вызванные новой коронавирусной инфекцией, оказали существенное сдерживающее влияние на развитие всех исследуемых дестинаций. Вместе с тем следует указать, что наблюдаемые в ряде российских регионов снижение туристской активности и привлекательности дестинаций

¹³⁰Кондратьева С. В. Развитие туризма в регионах Европейского Севера // Арктика и Север. 2022. № 47.

под влиянием пандемии COVID-19 лишь усилило наметившийся спад туристско-рекреационной деятельности. Для нивелирования наметившейся негативной тенденции требуется проведение комплекса отдельных мероприятий и выработка мер поддержки. Наряду с этим, необходимо показать перспективы развития туристско-рекреационной сферы деятельности в связи с рядом инициатив федерального уровня: принятие национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на период 2021–2023 гг. (с планируемым бюджетом порядка 629 млрд руб.); Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 г. Высокое значение в период ограничений пандемии COVID-19 приобретает государственная программа туристического кэшбэка, стимулирующая внутренний туризм возмещением части стоимости расходов за счёт субсидий федерального бюджета¹³¹.

Дальнейшее развитие, успешное функционирование туристско-рекреационной сферы деятельности в будущем во многом будет зависеть от преодоления как современных вызовов, так и нивелирования имеющихся сдерживающих факторов. В этой связи туристско-рекреационная сфера требует переосмысления направлений развития и векторов сосредоточения усилий. Необходима ориентация на потребности в отдыхе и туризме местного населения регионов Европейского Севера в условиях современных вызовов при значительном сужении в выборе туристских дестинаций. Необходимо подчеркнуть высокую значимость в этом процессе объединения усилий триады власть-бизнес-общество.

¹³¹Шпилько С. П., Степуренко О. А. Субсидии в виде кэшбэка как форма поддержки спроса в сфере внутреннего туризма // Вестник РМАТ. 2020. № 4. С. 24–30; Условия Программы. Официальный сайт Государственной программы туристического кэшбэка. URL: <https://xn--blafakdgpzinidi6e.xn--p1ai/> (дата обращения: 17.08.2021).

ВИДЫ ТУРИЗМА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

И. А. Иванов

ПЛЯЖНО-КУПАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В СРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ

Приморские территории обладают большой аттрактивностью благодаря развитию различных видов туризма. Большую часть турпотока обеспечивает пляжный туризм, особенно на территориях с тёплым климатом. Достаточно сравнить страны мира по объёму турпотока — и в первой десятке будут, конечно, тёплые приморские страны с развитым пляжным отдыхом. Наиболее дорогие сегменты приморского отдыха — яхтенный и круизный, также неразрывно связаны с морем, а развитость этих видов — неременный атрибут самых престижных курортов (например, Лазурного берега).

Но на приморских территориях могут развиваться не только виды туризма, непосредственно связанные с морем. Морское побережье может служить отличным дополнением к центрам культурно-познавательного туризма в качестве ландшафтного аттрактора. В приморских ООПТ возможен экологический туризм. Крупные города, обычно являющиеся центрами делового туризма, часто расположены у моря, так как выросли вокруг портовой гавани. В деловом туризме море (даже один только его вид с небоскрёба) может служить «разгрузочным» элементом обстановки после напряжённой работы. В целом, приморское положение можно считать выгодным для практически любого вида туризма.

Средиземноморье — один из важнейших туристских регионов. Географическое положение — одно из лучших в мире. С физико-географической точки зрения, климатические условия

близки к наиболее комфортным для человека (продолжительное сухое тёплое лето). Агроклиматические условия способствовали становлению средиземноморской кухни, которая популярна среди сторонников здорового образа жизни. С экономико-географической точки зрения, выгода обусловлена находящимися рядом крупнейшими развитыми странами Европы, которые являются лидерами по количеству отправок туристов.

Однако есть и минусы. В первую очередь, это вопрос безопасности: через регион проходят основные потоки нелегальной миграции из стран Африки и Ближнего Востока в Европу. Существует несколько очагов геополитической напряжённости: Ливия, Сектор Газа, Сирия. Нельзя не упомянуть и про природный фактор: в Средиземноморье существует несколько устойчивых ветров, имеющих свои названия. Наиболее неприятным считается ветер, дующий из Северной Африки (в Италии его называют сирокко): он приносит не только сильную жару, но и огромное количество пыли, иногда вызывает шторма на море. Другой ветер, который переносит холодные воздушные массы через горы к тёплому побережью — бора, приводит к резкому похолоданию и иногда даже заморозкам.

Исследование опирается на статистические данные 14 государств и непризнанной Турецкой Республики Северного Кипра¹³².

¹³²Spanish Statistical Office. URL: <https://www.ine.es/en/index.htm> (дата обращения: 01.02.2022); Insee — National Institute of Statistics and Economic Studies. URL: <https://www.insee.fr/en/accueil> (дата обращения: 01.02.2022); IMSEE — Monaco Statistics. URL: <https://www.monacostatistics.mc/> (дата обращения: 01.02.2022); Istat. URL: <https://www.istat.it/en/> (дата обращения: 01.02.2022); SURS. Republic of Slovenia Statistical Office. URL: <https://www.stat.si/statweb/en> (дата обращения: 01.02.2022); Croatian Bureau of Statistics. URL: <https://www.dzs.hr/> (дата обращения: 01.02.2022); MONSTAT. Statistical Office of Montenegro. URL: <https://www.monstat.org/eng/> (дата обращения: 01.02.2022); INSTAT — Institute of Statistics. URL: <http://www.instat.gov.al/en/home.aspx> (дата обращения: 01.02.2022); Hellenic Statistical Authority. URL: <https://www.statistics.gr/en/home> (дата обращения: 01.02.2022); CYSTAT Statistical Service. URL: <https://www.cystat.gov.cy/en/default> (дата обращения:

Достаточно много работ посвящено туризму в Средиземноморском регионе. Это неудивительно, учитывая его мировую значимость. Существуют работы, посвящённые как региону в целом¹³³, так и отдельным странам¹³⁴ и видам туризма¹³⁵. Появляются и работы, где оценивается влияние пандемии COVID-19 в данном регионе¹³⁶.

01.02.2022); National Statistics Office. Malta. URL: <https://nso.gov.mt/en/Pages/NSO-Home.aspx> (дата обращения: 01.02.2022); Turkish Statistical Institute. Regional Statistics. URL: <https://biruni.tuik.gov.tr/bolge-selistatistik/anaSayfa.do?dil=en> (дата обращения: 01.02.2022); Turizm Planlama Dairesi. URL: <http://turizmplanlama.gov.ct.tr/> (дата обращения: 01.02.2022); Central Bureau of Statistics CBS. URL: <https://www.cbs.gov.il/en/Pages/default.aspx> (дата обращения: 01.02.2022); Site Institutionnel du Haut-Commissariat au Plan du Royaume du Maroc. URL: <https://www.hcp.ma/> (дата обращения: 01.02.2022).

¹³³ Бингель З. М. Анализ экономики развития туризма Средиземноморья // Российское предпринимательство. 2013. № 12 (234). С. 115–121; Добровольская Е. С. Пространственно-временные аспекты иностранного туризма в странах Средиземноморья: специальность 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география»: диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук. М., 2009. 181 с.; Зуева А. А. Туризм в Большом Средиземноморье // Потемкинские чтения: Сборник материалов V Международной научной конференции, Севастополь, 24–26 марта 2021 года / Под ред. Г. В. Косова, Е. Е. Бойцовой, В. В. Хапаева [и др.]. Севастополь: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Севастопольский государственный университет», 2021. С. 164–165; Махновский Д. Е. Тенденции развития приморских регионов Европы в начале XXI века // Известия Русского географического общества. 2018. Т. 150. № 4. С. 1–15.

¹³⁴ Ашугатоян С. Г. Трансформация территориальной структуры въездного и внутреннего туризма в Турции // Географический вестник. 2017. № 4 (43). С. 153–161. DOI 10.17072/2079-7877-2017-4-153-161; Погорелов А. М. Природно-климатические условия Турции как важный фактор развития туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2013. № 2 (26). С. 47–49; Радулович Н. Современное состояние и перспективы развития туризма в Черногории // Цивилизация знаний: российские реалии: Труды Девятнадцатой Международной научной конференции, Москва, 20–21 апреля 2018 года. М.: Российский новый университет, 2018. С. 413–421; Ушакова А. О. Анализ современного опыта развития сферы туризма и гостеприимства на примере Испании // Вест-

Под Средиземноморским регионом мы подразумеваем территорию морского побережья, ограниченную Гибралтарским проливом на западе, проливом Босфор на северо-востоке и Суэцким каналом на юго-востоке. Таким образом, к нему относится 21 страна. По географическому положению нами предложено разделить их на три группы.

В *первую группу* включены страны, значительная часть территории которых тяготеет к средиземноморскому побережью. Виды туризма, связанные с морем, в этих странах, как правило, наиболее развиты. Исключение составляют страны и территории с нестабильной внутривнутриполитической ситуацией. В эту группу стран включены Монако, Италия, Мальта, Хорватия, Черногория, Албания, Греция, Кипр, Сирия, Ливан, Ливия, Тунис, Алжир.

Отдельно в этой группе можно выделить небольшие средиземноморские территории с особым статусом: британские суверенные военные базы Акротири и Декелия на Кипре, заморская территория Гибралтар (также принадлежащая Великобритании), Сектор Газа (формально находящийся под управлением Палестины) и Северный Кипр (находящийся под контролем признанной Турцией Турецкой Республики Северного Кипра). Значимыми в туристском плане являются только Гибралтар и Северный Кипр.

Ко *второй группе* отнесены страны с выраженным преобладанием средиземноморского побережья над альтернативными побережьями: Испания и Турция. Причина прежде всего клима-

ник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 1. С. 97–104.

¹³⁵Нездойминов С. Г. Современный потенциал региональных рынков морских круизов // Экономика, предпринимательство и право. 2016. Т. 6. № 2. С. 135–146. DOI 10.18334/err.6.2.35308.

¹³⁶Акбулаев Н. Н., Мамедов И. М., Алиев В. З. Влияние COVID-19 на индустрию туризма (Испания, Италия и Турция) // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. Т. 223. № 3. С. 380–390. DOI 10.38197/2072-2060-2020-223-3-380-390.

тическая — для средиземноморского побережья этих стран характерно более тёплое и сухое лето.

Третью группу составили страны, в которых средиземноморское побережье в структуре турпотока не имеет преимущества перед другими: Франция, Израиль, Египет, Марокко. Во Франции средиземноморское побережье несколько уступает западному и северному в сумме, однако обладает наибольшей пространственной концентрацией туристов (особенно в районе Лазурного берега). Турпоток в Израиле между двумя морскими побережьями (красноморским и средиземноморским) распределён примерно поровну — в 2019 г. на каждое приходилось чуть более 2 млн прибытий, хотя концентрация туристов в красноморском районе в разы выше, так как весь турпоток сосредоточен у небольшой прибрежной полосы города Эйлат. Стоит отметить, что внутри страны на районы двух других значимых гидрологических объектов — Мёртвого моря и Тивериадского озера, приходится ещё примерно по 1 млн прибытий на каждый. В Египте подавляющее большинство курортов расположено на красноморском побережье (ещё более жарком и сухом), а в Марокко район Средиземноморья в структуре туризма проигрывает как приатлантическому, так и внутренним районам страны.

Отдельно выделены две страны со сравнительно небольшой ролью средиземноморского побережья ввиду его короткой протяжённости: Босния и Герцеговина и Словения. В первой к морю выходит лишь небольшой город Неум, расположенный на трассе, соединяющей Дубровник с остальной частью Хорватии. До пандемии город посещали в основном транзитные туристы, т. к. в нём цены на товары были ниже, чем в Хорватии. В 2022 г. планируется открыть Пелешацкий мост, соединяющий Дубровницко-Неретвинскую жупанию с основной территорией Хорватии, что, вероятно, значительно уменьшит турпоток, проходящий через боснийский город. Словенское побережье — довольно развитый с туристской точки зрения район, однако ввиду небольшой площади и сильной конкуренции как

со стороны соседних стран (в плане приморского туризма), так и со стороны внутренних районов страны, он не имеет существенного значения в структуре турпотоков страны (на него в 2019 г. приходилось около 15 % всего турпотока страны).

В данном исследовании мы ограничимся только теми странами и территориями, по которым есть статистика туризма в достаточном объёме. Таким образом, охват исследования — все страны Европы средиземноморского региона, а также Кипр (в т. ч. Северный Кипр) и Турция. Из рассмотрения выпадают страны Африки и Леванта.

Статистика представлена по следующим административно-территориальным единицам стран, имеющих выход к Средиземноморью:

- 12 провинций Испании;
- 9 департаментов Франции;
- 54 провинции Италии;
- 4 общины Словении (на картах и в расчётах объединены в одну единицу АТД по причине малой площади);
- 7 жупаний Хорватии;
- 1 муниципалитет Боснии и Герцеговины (Неум);
- 6 общин Черногории (на картах и в расчётах объединены в две единицы АТД по причине малой площади: 3 общины на западе (Херцег-Нови, Тиват и Котор) и 3 общины на востоке (Будва, Бар и Улцинь));
- 6 областей Албании (объединены в одну единицу АТД, так как по ним нет статистики по отдельности);
- 64 периферийные единицы Греции (13 периферийных единиц, расположенных на островах, объединены в две, соответствующих архипелагам Киклады и Додеканес, а 4 периферийные единицы Афин объединены в одну);
- 15 илов (областей) Турции.

Целиком как единая АТЕ представлены Монако и Мальта. Кипр разделён на две части: Северный Кипр (находящийся под контролем признанной Турцией Турецкой Республики Северно-

го Кипра) и Южный Кипр (находящийся под контролем Республики Кипр). Также следует отметить, что в Монако ко внутреннему турпотoku относят не только подданных княжества, но и граждан Франции.

На рисунке 64 отражена роль средиземноморского побережья в структуре турпотокa страны (въездного и внутреннего). На диаграмме не отображены небольшие страны (Мальта, Кипр и Монако), т. к. у них доля туристского потока Средиземноморья была бы 100 %.

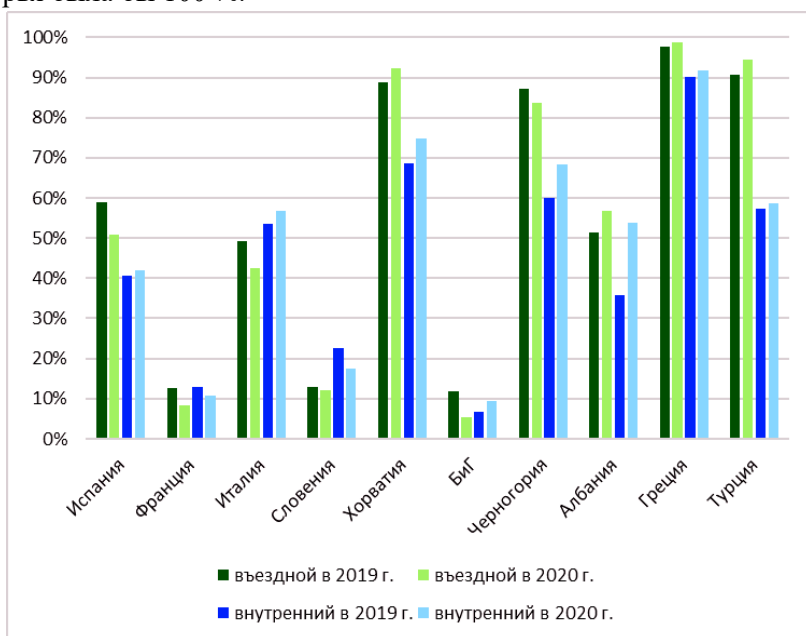


Рис. 64. Доля средиземноморского побережья в структуре туризма стран Средиземноморского региона

В структуре въездного туризма роль Средиземноморья в 2020 г. уменьшилась в Испании, Франции, Италии, Словении, Боснии и Герцеговине и Черногории, выросла в Хорватии, Албании, Греции и Турции. Столь неоднозначная динамика связа-

на с сильным сокращением объёма въездного турпотока, произошедшего в 2020 г. во всех странах региона.

В отличие от въездного туризма, во внутреннем туризме изменения 2020 г. более однонаправленные. В структуре внутреннего туризма роль Средиземноморья в 2020 г. увеличилась во всех странах, кроме Франции и Словении. Наибольшее влияние на изменение внутреннего турпотока, вероятно, оказало закрытие относительно свободного перемещения через границы, что подорвало выездной туризм, в первую очередь на более дешёвые курорты Юго-Восточной Азии и Карибского региона. Невозможность выбора альтернативы вынудила граждан отдыхать на территории своей страны.

На рисунке 65 приведена классификация присредиземноморских административно-территориальных единиц (АТЕ) по величине и структуре турпотока. Принцип классификации такой: сначала в отдельную группу были выделены АТЕ с низким суммарным турпотоком (менее 200 тыс. прибытий в 2019 г.) и с высоким въездным турпотоком (более 1 млн прибытий в 2019 г.). Внутри группы с высоким въездным турпотоком были выделены несколько АТЕ с наиболее высоким въездным турпотоком (более 5 млн прибытий в 2019 г.). Оставшиеся АТЕ (с суммарным турпотоком более 200 тыс. и въездным турпотоком менее 1 млн) были сгруппированы по удельному весу въездного турпотока в три группы: менее 33 % (АТЕ, ориентированные на внутренний туризм), от 33 % до 66 % (АТЕ со смешанным турпотоком) и более 66 % (АТЕ, ориентированные на въездной туризм). Данная классификация позволяет оценить территориальное распределение разных турпотоков в разных странах.



Рис. 65. Классификация присредиземноморских АТЕ по величине турпотока

На рисунке 66 показана классификация присредиземноморских административно-территориальных единиц (АТЕ) по плотности турпотока (суммарных прибытий туристов на 1 км²) в 2019 г. Эта карта дополняет предыдущую и позволяет сравнить величины турпотока для АТЕ, заметно различающихся по пло-

щади. Поскольку использовано годовое количество прибытий, этот показатель не отражает фактическую плотность турпотока в то или иное время, но вполне удовлетворителен для данного исследования, т. к. во всех странах выраженный пик прибытий приходится на летние месяцы.



Рис. 66. Классификация присредиземноморских АТЕ по плотности турпотока

В Испании практически все средиземноморские провинции ориентированы на въездной туризм, причём обслуживают турпотоки довольно большого объёма (наиболее высокая плот-

ность турпотока в Каталонии и на Балеарских островах). Непременное условие для этого — наличие международных аэропортов, гостиничной инфраструктуры и персонала, способного говорить на разных языках (как минимум, английском).

Во Франции только один средиземноморский департамент в 2019 г. имел въездной турпоток более 1 млн прибытий — Приморские Альпы (ядро Лазурного берега). По плотности турпотока выделяется Монако, где в 2019 г. на 2 км² площади княжества приходится 377 тыс. туристов. Во французской части по плотности турпотока, помимо Приморских Альп, выделяется департамент Буш-дю-Рон (с центром в Марселе). Другие департаменты также в целом ориентированы на въездной туризм, но не столь популярны.

В Италии же достаточно большое количество средиземноморских провинций ориентированы на внутренний туризм, а провинций, специализирующихся на въездном туризме, не так уж много. Они сконцентрированы в Северной Италии (Генуя, Массса-Каррара, Гроссето, Витербо, Рим, Римини, Феррара, Венеция), а в Южной Италии они имеют очаговый характер — Неаполь является главным туристским центром, второй по значимости район — провинция Лечче в Апулии. Таким образом, в туризме также проявляется традиционный контраст между Севером и Югом страны.

Прибрежные территории стран восточного побережья Адриатического моря (Словении, Хорватии, Боснии и Герцеговины и Черногории) характеризуются как высокой плотностью турпотока, так и высокой долей въездного турпотока. Исключением являются Албания (туризм в которой развит довольно слабо) и Ликско-Сеньская жупания Хорватии (которая также является одной из наименее плотнонаселённых в стране, на её территории находятся крупные нацпарки «Плитвицкие озёра» и «Северный Велебит»).

Греция, пожалуй, наиболее контрастная страна Средиземноморья. Основными центрами туризма являются Афины,

острова Крит и Керкира (Корфу) и архипелаги Киклады и Додеканес. В материковой части страны, помимо Афин, единственный значимый туристский центр — полуостров Халкидики с прилегающим городом Салоники — вторым по численности населения в Греции. Половина периферийных единиц и вовсе отличается низким турпотоком.

В турецкой части Средиземноморья находятся два крупнейших центра туризма — Анталья и Стамбул (расположенный на стыке с черноморским регионом). Также крупными центрами являются илы (области), расположенные в юго-восточной части Эгейского моря (Мугла, Айдын и Измир). В Мраморном море туризм развит значительно слабее.

Мальта и Кипр — небольшие островные государства, в которых туризм имеет высокий удельный вес в структуре экономики. Поэтому они отличаются высокими значениями как въездного турпотока, так и его плотности.

На рисунке 67 показана степень сокращения въездного турпотока в присредиземноморских АТЕ в 2020 г. Наиболее сильно пострадали страны, которые вводили жёсткие ограничения по въезду, связанные с пандемией COVID-19: Испания, Италия, Черногория и Греция. Наименьший спад произошёл в Турции (хотя в областях, расположенных на берегу Эгейского моря, спад зафиксирован довольно значительный), Хорватии и Албании (в которой значительный удельный вес в структуре въезда имеют жители самопровозглашённой Республики Косово). Однако в единственном боснийском муниципалитете Неум, имеющем выход к Адриатике, въездной турпоток значительно упал из-за ограничения трансграничных перемещений туристов в 2020 г. В целом, существенных различий между различными странами и регионами нет — во всех наблюдался очень сильный спад въездного туризма.



Рис. 67. Степень сокращения въездного турпотока в присредиземноморских АТЕ в 2020 г.

На рисунке 68 показана степень сокращения внутреннего турпотока в присредиземноморских АТЕ в 2020 г. Внутренний турпоток восстанавливается быстрее, чем въездной, т. к. этому способствуют «закрытые границы», маркетинговые кампании «отдыхай дома» и сохраняющийся спрос на отдых несмотря на эпидемиологические риски. Поэтому в некоторых регионах (прежде всего в приморской части Албании, а также на Мальте) наблюдается даже прирост внутреннего турпотока по сравнению с 2019 г.

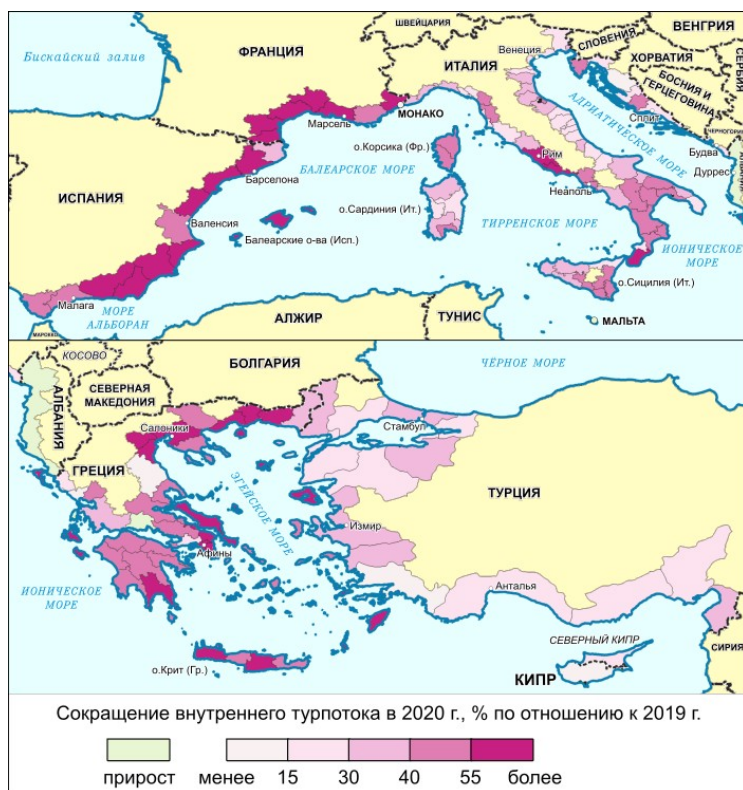


Рис. 68. Степень сокращения внутреннего турпотока в присредиземноморских АТЕ в 2020 г.

В странах с наиболее жёсткими ограничениями (Испания, Франция) внутренний турпоток в присредиземноморских регионах в 2020 г. восстанавливался очень медленно. В Италии, несмотря на это, достаточно много провинций в основном на Адриатическом побережье, где внутренний турпоток восстановился заметно быстрее, хотя и не дотянул до уровня 2019 г. Стоит отметить, что в 2019 г. в этих провинциях преобладал внутренний турпоток. К этой же группе можно отнести и Грецию, где во всех основных регионах наблюдалось значительное снижение

внутреннего турпотока. Однако в некоторых регионах с невысоким суммарным числом прибытий в 2019 г. снижение было незначительным или даже наблюдался небольшой прирост, что связано с эффектом низкой базы.

Несколько лучше ситуация в Хорватии и Турции, где снижение внутреннего турпотока, хотя и наблюдалось во всех при-средиземноморских регионах, оказалось не столь сильным.

Выводы. Подводя итоги, необходимо отметить внутреннюю неоднородность Средиземноморья как по прибытиям, так и по динамике изменений в 2019–2020 гг. Наиболее стабильной оказалась Турция: имея значительный туристский поток, ей удалось лучше других стран сохранить его в 2020 г. Также к наиболее стабильным странам можно отнести Албанию, которая является одной из беднейших стран Европы и наименее привлекательной для иностранных туристов в Средиземноморье: высокий удельный вес внутреннего турпотока позволил ей восстановиться быстрее других стран. Успех этих стран может быть объяснён и не столь жёсткими антиковидными ограничениями, в т. ч. в плане допуска иностранных туристов в страну.

Крупные страны Южной Европы, а также Словения, образуют группу со средним снижением турпотока (туда же входит и Монако). Из них наименьшее снижение турпотока в 2020 г. наблюдалось в Италии, хотя разница между другими странами не столь велика. Малые «страны-квартиросдатчики» Средиземноморья, а также Черногория, испытали самое сильное снижение турпотока, т. к. в них внутренний турпоток незначителен ввиду низкой численности населения. Сильнее всего турпоток снизился в Черногории, где фактически был закрыт въезд в страну на протяжении всего периода с марта по декабрь 2020 г. К этой же группе может быть отнесена Босния и Герцеговина.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

Во многих странах мира медицинский туризм и его основная составляющая — лечебно-оздоровительный туризм — имеет высокое значение в развитии экономики, в т. ч. в создании рабочих мест, в развитии транспортной сети, связи и др. К настоящему моменту рынок международного медицинского туризма (в т. ч. лечебно-оздоровительного) активно развивается и очень востребован, особенно в таких государствах, как Германия, Франция, Швейцария, Израиль, Италия, Венгрия, Болгария, Польша, США, Вьетнам и др.

Санаторно-курортная система в настоящее время переживает сложные времена, что вызвано недостаточной популяризацией оздоровительного туризма. Санаторно-курортное лечение перестало быть частью культуры населения, как это было в прошлом. Государство прекратило поддержку санаторно-курортных комплексов, что привело к повышению цен на услуги. Также свою роль сыграло и открытие границ (после распада СССР) и появление относительно недорогих курортов в таких странах, как Египет, Тунис, Турция, отели которых также предлагают как СПА-процедуры, так и санаторно-курортное лечение по более менее доступным ценам. Тем не менее, в настоящее время в России наблюдается заметное развитие санаторно-курортного комплекса¹³⁷.

Среди особенностей лечебно-оздоровительного туризма нужно отметить: длительность пребывания на курорте, высокая стоимость пребывания и лечения на курорте¹³⁸. На территории

¹³⁷ Архипов А. Е. Новая парадигма разработки коммуникационного комплекса санаторно-курортного предприятия // *European Social Science Journal*. 2011. № 3 (6). С. 336–342.

¹³⁸ Жиленко В. Ю. Проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России // *Социально-экономические аспекты качества жизни. Материалы II Международной научно-практической конференции*. ФГБОУ

Российской Федерации находятся курорты всех типов, в т. ч. бальнеологические, бальнеогрязевые, грязевые, климатические. Помимо использования в курортном деле природно-лечебных факторов активно внедряются физические факторы, такие как физиотерапия¹³⁹.

Вопросы развития санаторно-курортного комплекса за последние десятилетия на уровне Российской Федерации были рассмотрены Обориным М. С. и Трясциным М. М.¹⁴⁰, Жиленко В. Ю.¹⁴¹, Микояном Д. С.¹⁴², Аслановым Д. И.¹⁴³, Отто О. В. и Редькиным А. Г.¹⁴⁴, на уровне отдельных федеральных округов и субъектов РФ — Мезенцевой О. В. и Грушевой Е. В. (на приме-

ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», Пермский институт (филиал). Пермь: Издательство «МиГ», 2017. С. 96–105.

¹³⁹Ветитнев А. М., Журавлева Л. Б. Курортное дело: учебное пособие. М: КноРус, 2006. 528 с.

¹⁴⁰Оборин М. С. Социально-экономическая роль развития санаторно-курортной деятельности в федеральных округах России: основные направления и динамика // Вестник АГТУ. Сер. «Экономика». 2014. № 2. С. 70–77; Оборин М. С., Трясцин М. М. Основные направления развития рынка лечебно-оздоровительного туризма России: динамика и тенденции // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 6 (50). С. 225–227.

¹⁴¹Жиленко В. Ю. Проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России // Социально-экономические аспекты качества жизни. Материалы II Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», Пермский институт (филиал). Пермь: Издательство «МиГ», 2017. С. 96–105.

¹⁴²Микоян Д. С. Современное состояние, проблемы и перспективы развития санаторно-курортного комплекса страны // Российское предпринимательство. 2008. № 5 (110). С. 125–128

¹⁴³Асланов Д. И. Развитие теоретико-методологических основ трансформации санаторно-курортного комплекса региона: автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. Екатеринбург, 2013. 46 с.

¹⁴⁴Отто О. В., Редькин А. Г. Динамика основных показателей развития санаторно-курортной отрасли Российской Федерации // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. № 12. С. 36–45.

ре Омской области)¹⁴⁵, Обориным М. С. (на примере ряда федеральных округов)¹⁴⁶ и др.

Для количественной оценки санаторно-курортной отрасли России были использованы три показателя: число коллективных средств размещения, число санаторно-курортных организаций и число мест в санаторно-курортных организациях. В статье использовались статистические сведения с сайта ЕМИСС (Единая межведомственная информационно-статистическая система) за 2002–2020 гг.¹⁴⁷. Опираясь на статистические данные по трём показателям санаторно-курортной отрасли, был проведён анализ развития лечебно-оздоровительного туризма в Российской Федерации в период 2002–2020 гг.

Особый интерес представляет динамика изменения количества коллективных средств размещения (КСР), основу которых составляют организации санаторно-курортного комплекса. Санаторно-курортный комплекс включает совокупность санаторно-курортных предприятий и средств размещения, которые предоставляют лечебные, профилактические и другие рекреационные услуги санаторно-курортной деятельности¹⁴⁸. Развитие коллективных средств размещения способствовало увеличению

¹⁴⁵Мезенцева О. В., Грушевая Е. В. География рекреаций и лечебно-оздоровительного туризма в Омской области // Омский научный вестник. 2014. № 2 (124). С. 255–259.

¹⁴⁶Оборин М. С. Маркетинговые технологии исследования факторов развития санаторно-курортного комплекса регионов России // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3. № 3. С. 91–101; Оборин М. С. Особенности развития рынка санаторно-курортных услуг регионов в современных социально-экономических условиях // Учёные записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2017. Т. 3 (69). № 2. С. 75–89; Оборин М. С. Социально-экономическая среда развития курортного дела Северо-Западного федерального округа // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2014. № 21 (192). С. 70–78.

¹⁴⁷Число коллективных средств размещения. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31579> (дата обращения: 20.10.2021); Число мест в санаторно-курортных организациях. URL: <https://fedstat.ru/indicator/42104> (дата обращения: 21.10.2021); Число санаторно-курортных организаций. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/42106> (дата обращения: 20.10.2021).

рабочих мест, привлечению инвестиций. В период с 2002 по 2020 гг. в РФ наблюдался их заметный рост — более чем в 3 раза (табл. 15). Этому процессу способствовал ряд крупных мероприятий международного уровня, проведённых в России. Это привело к развитию данного сектора не только локально, но и по всем крупным субъектам РФ. В связи с этим развитие туристской и гостиничной сети приобрело государственный масштаб, что выражалось в разработке различных региональных программ развития туризма в субъектах РФ, приведшие к активному росту въездного и выездного туризма.

Таблица 15

Динамика числа коллективных средств размещения
в федеральных округах РФ*

	2002	2005	2010	2015	2020	2002–2020
Российская Федерация	8581	9269	12585	20135	27328	3,18471
Северо-Западный ФО	837	948	1454	1942	2731	3,262843
Центральный ФО	1599	1632	2067	3498	4617	2,88743
Южный ФО	1449	1663	2106	5463	8198	5,657695
Северо-Кавказский ФО	315	332	455	711	992	3,149206
Уральский ФО	839	837	1303	1378	1701	2,027414
Сибирский ФО	1008	1085	1597	2252	2806	2,78373
Дальневосточный ФО	735	856	1244	1655	2114	2,87619
Приволжский ФО	1799	1916	2359	3236	4169	2,317399

*границы федеральных округов даны по состоянию на 2021 г.

В 2020 г. список федеральных округов (ФО) по количеству в порядке убывания КСР выглядел следующим образом: Южный, Центральный, Приволжский, Сибирский, Северо-Западный, Дальневосточный, Уральский и Северо-Кавказский.

Наибольшие темпы прироста коллективных средств размещения наблюдаются в Южном федеральном округе, что связано с территориальными изменениями округа. В 2016 г. Крым-

¹⁴⁸Наводничий Р. М. Управление развитием сферы лечебно-оздоровительных услуг в России. М.: Феникс, 2011. 26 с.

ский федеральный округ с 1330 объектами был присоединён к Южному, что значительно отразилось на динамике КСР. В 2010 г. был образован Северо-Кавказский ФО, отделившийся от Южного ФО. Этот факт также сказался на статистике КСР. Повышение роли курортов черноморского и азовского побережий Краснодарского края, в т. ч. за счёт проведения крупных мероприятий (Олимпиада в Сочи в 2014 г.) позволило более чем в 5 раз повысить количество КСР. Южные приморские территории РФ давно пользуются популярностью как центры туристского отдыха, лечения и оздоровления. Постоянное увеличение турпотока в эти районы идёт прямо пропорционально росту количества КСР.

Северо-Западный ФО находится на втором месте по динамике роста количества КСР. В данном случае этот рост был обусловлен строительством и восстановлением гостиничных комплексов пригородного типа и созданием небольших оздоровительных центров санаторно-курортного типа¹⁴⁹. Северо-Западный ФО известен большим разнообразием рекреационных ресурсов, в т. ч. природных, историко-культурных, образовательных, этнографических и др. объектов. Это позволяет создавать благоприятные условия для развития как курортного, так и лечебно-оздоровительного туризма.

Существенный рост КСР на Дальнем Востоке стал наблюдаться в период подготовки к международному политическому и экономическому форуму лидеров стран АТЭС с 2007–2008 гг., что привело к строительству новых и реконструкции старых гостиничных объектов, объектов общественного питания, лечебно-оздоровительных центров и благоустройства прибрежных территорий.

Северо-Кавказский ФО характеризуется устойчивым ростом КСР за счёт большого разнообразия рекреационных ресурсов, чем славится регион. Достаточно упомянуть уникальный

¹⁴⁹Оборин М. С., Трясцин М. М. Основные направления развития рынка лечебно-оздоровительного туризма России: динамика и тенденции // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 6 (50). С. 225–227.

санаторно-курортный комплекс Кавказские Минеральные Воды, куда входят Пятигорск, Ессентуки, Кисловодск и Железноводск. В сфере курортного лечения и туризма здесь по-прежнему создаются благоприятные условия для устойчивого развития курортного дела¹⁵⁰. Значительный рост КСР демонстрируют республики Северного Кавказа, долгое время терявшие потенциальных туристов из-за военно-политических событий в данном регионе.

Примерно треть всех туристов посещает Центральный ФО, в т. ч. с оздоровительными целями. Расположение в регионе столицы страны является преимуществом для его развития. Данный регион характеризуется наличием различных видов природно-рекреационных и культурно-исторических ресурсов, что позволяет развивать разные виды туризма, включая и лечебно-оздоровительный туризм. По динамике КСР Центральный ФО выделяется за счёт значительного роста КСР в г. Москве (более, чем в 6 раз).

Количество санаторно-курортных учреждений (СКУ) является основным показателем государственного учёта в системе санаторно-курортных услуг. Санаторно-курортные организации неоднородны по виду, численности персонала и количеству обслуживаемых клиентов. За период 2002–2020 гг. развитие санаторно-курортной сети РФ отличалась разнонаправленной динамикой изменения СКУ и количества мест размещения, в т. ч. в зависимости от социально-экономического развития, спроса на санаторно-курортные услуги и географического расположения.

За последние 18 лет по федеральным округам наблюдается отрицательная динамика в развитии санаторно-курортного комплекса, выражаемая в общем сокращении количества СКО. Данное сокращение имело место с момента распада СССР и продолжается до сих пор. Общее количество санаториев и курортов в России в период 2002–2020 гг. сократилось с 2347 до

¹⁵⁰Оборин М. С., Трясцин М. М. Основные направления развития рынка лечебно-оздоровительного туризма России: динамика и тенденции // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 6 (50). С. 225–227.

1752, т. е. на 25,4 %. Это вызвано сокращением спроса на санаторно-курортное лечение, что связано с резким повышением цен на услуги, особенно в сравнении с аналогичными центрами в Центральной и Восточной Европе. На данный момент максимальным количеством учреждений санаторно-курортного комплекса характеризуются Приволжский, Южный и Центральный федеральные округа (табл. 16).

Таблица 16

Динамика числа санаторно-курортных организаций в федеральных округах РФ*

	2002	2005	2010	2015	2020	2002–2020
Российская Федерация	2347	2173	1945	1878	1752	0,746485
Северо-Западный ФО	199	171	160	144	123	0,61809
Центральный ФО	458	420	373	331	287	0,626638
Южный ФО	288	301	286	381	360	1,25
Северо-Кавказский ФО	154	161	161	156	171	1,11039
Уральский ФО	248	213	171	156	144	0,580645
Сибирский ФО	294	272	233	206	205	0,697279
Дальневосточный ФО	166	143	113	105	85	0,512048
Приволжский ФО	540	492	448	399	377	0,698148

*границы федеральных округов даны по состоянию на 2021 г.

Наименьшее количество учреждений санаторно-курортного комплекса наблюдалось в Дальневосточном и Северо-Западном ФО. Наибольший прирост санаторно-курортных организаций в период 2002–2020 гг. пришёлся на Южный и Северо-Кавказский ФО. Присоединение Крыма к ЮФО отразилось на динамике санаторно-курортных организаций региона. Крымский полуостров обладает значительной санаторно-курортной сетью, лечебными природными ресурсами (в первую очередь, климатолечебными). Природные ресурсы Крыма обладают терапевтическим действием. К примеру, хвойные леса, которыми покрыты Крымские горы, благоприятно влияют на больных, страдающих

заболеваниями органов дыхательной, кровеносно-сердечной и нервной системы¹⁵¹.

Изменение количества санаторно-курортных организаций привело не к снижению количества мест в них, а их росту. В период с 2002 по 2020 гг. общее количество мест увеличилось на 2,8 % и составило к 2020 г. почти 439 тыс., преимущественно за счёт южных регионов. Однако максимум был достигнут в 2015 г. и с того времени наблюдалось незначительное снижение. В 2020 г. список федеральных округов по количеству мест в санаторно-курортных организациях в порядке убывания выглядел следующим образом: Южный, Приволжский, Центральный, Северо-Кавказский, Сибирский, Уральский, Северо-Западный и Дальневосточный. Среди субъектов РФ абсолютными лидерами считались Краснодарский край (около 100 тыс. мест), Республика Крым (44,2 тыс. мест) и Ставропольский край (30,8 тыс. мест)¹⁵². Положительная динамика роста числа мест в санаторно-курортных организациях наблюдалась в Южном и Северо-Кавказском ФО. Наибольшее сокращение наблюдалось в Северо-Западном, Дальневосточном и Центральном ФО (табл. 17).

¹⁵¹Жиленко В. Ю. Проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России // Социально-экономические аспекты качества жизни. Материалы II Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», Пермский институт (филиал). Пермь: Издательство «МиГ», 2017. С. 96–105; Обороин М. С., Трясцин М. М. Основные направления развития рынка лечебно-оздоровительного туризма России: динамика и тенденции // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 6 (50). С. 225–227.

¹⁵²Число мест в санаторно-курортных организациях. URL: <https://fedstat.ru/indicator/42104> (дата обращения: 21.10.2021).

Таблица 17

Динамика числа мест в санаторно-курортных организациях в федеральных округах РФ (составлено по источникам¹⁵³)*

	2002	2005	2010	2015	2020	2002–2020
Российская Федерация	427059	431695	422886	447035	438929	1,027795
Северо-Западный ФО	33777	27813	28766	28636	23837	0,705717
Центральный ФО	81021	79010	76420	73181	62557	0,772108
Южный ФО	103105	111192	109494	150367	156700	1,51981
Северо-Кавказский ФО	31052	35153	40183	39430	42055	1,354341
Уральский ФО	32024	35737	28439	26462	26109	0,815295
Сибирский ФО	43751	43797	42039	40391	39849	0,910813
Дальневосточный ФО	22118	20480	18227	16804	15905	0,719098
Приволжский ФО	80211	78513	79318	71764	71917	0,896598

*Границы федеральных округов даны по состоянию на 2021 г.

Выводы. Россия обладает значительными курортно-рекреационными ресурсами, которые далеко не полностью используются в курортно-санаторном комплексе. В условиях демографических проблем и пандемии COVID-19 необходимо больше уделять внимание данному вопросу, в т. ч. расширению и развитию курортной сети разных уровней. Из всех федеральных округов в современных экономических условиях санаторно-курортный комплекс наиболее развит в Южном и Северо-Кавказском ФО, где на протяжении многих десятилетий активно развивается данная отрасль. Эти регионы способны проводить политику по долгосрочному развитию отрасли и успешной её реализации.

Санаторно-курортный комплекс Российской Федерации по-прежнему сохраняет своё социальное значение, в т. ч. в вопросе сохранения и укрепления национального здоровья. За последние десятилетия в стране наблюдалось стабильное сокраще-

¹⁵³Число мест в санаторно-курортных организациях. URL: <https://fedstat.ru/indicator/42104> (дата обращения: 21.10.2021).

ние количества санаторно-курортных организаций, но при этом произошло их укрупнение за счёт увеличения числа мест.

В последние десятилетия, после распада СССР, система курортологии была нарушена, утрачены связи между санаторно-курортными организациями с больницами и поликлиниками. Соответственно, развитие лечебно-оздоровительного туризма в России переживает кризис и его развитие сдерживается по ряду причин, в т. ч. из-за отсутствия развитой инфраструктуры, средств размещения для лечения, оздоровления и проживания, а также сопутствующей инфраструктуры (досуговых центров, системы общепита, объектов туристского показа и др.). Тем не менее, популярность санаторно-курортного лечения ежегодно растёт. Особенно это заметно в динамике увеличения численности размещенных лиц в санаторно-курортных организациях.

*А. В. Фёдорова, И. Н. Красильникова,
Т. В. Васильева, И. В. Кривуля*

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД РЕГИОНА: ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ В ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Гастрономический туризм — это путешествие с целью ознакомления с особенностями кухни определённой территории, производства и приготовления продуктов и блюд¹⁵⁴. Для Псковской области это сравнительно новый вид туризма, имеющий большие перспективы развития. Однако для привлечения туристов на какую-либо территорию необходимо, чтобы она была символично узнаваема, активно представлена в средствах массовой информации, наиболее доступных для большого числа пользователей. Для этого создаётся образ-символ или бренд. Бренд территории — это уникальный эмоционально-позитивный образ, обусловленный природными, историческими, производственными, социально-культурными особенностями территории, ставший широко известным общественности. Бренд формируется в процессе брендинга и продвигается в результате брендинга территории¹⁵⁵.

Для развития гастрономического туризма необходимо создать и соответствующий бренд. Гастрономический бренд — это продукт, напиток или блюдо, которое встречается только на определённой территории, обладает особой уникальностью и является основой формирования лица туристской территории¹⁵⁶.

В России гастрономический брендинг пока не получил должного распространения. Тем не менее, уже существует ряд

¹⁵⁴ Визгалов Д. В. Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. 110 с.

¹⁵⁵ Исаченко Т. Е., Постникова Е. А. Географический подход при создании бренда региона и проектировании туристических кластеров // Вестник СПбГУ. Сер. 7. 2015. № 4. С. 124–135.

¹⁵⁶ Похлёбкин В. В. Национальные кухни наших народов. М.: Центрполиграф, 2010. 439 с.

сформировавшихся и укрепившихся брендов. Это и гастрономические территории (например, гастрономическая столица России — Казань), и отдельные гастрономические бренды (к примеру, «тульский пряник», «астраханский арбуз» и др.)¹⁵⁷.

Целью исследования является оценка развития гастрономического туризма в Псковской области и выявление гастрономических брендов в регионе с помощью опроса населения.

Для анализа уровня информированности и изучения общественного мнения по вопросам развития гастрономического туризма в Псковской области был разработан и проведён опрос населения. Общее число респондентов составило 100 чел., из них 50 мужчин и 50 женщин разных возрастных категорий. Чуть больше половины опрошенных (52 %) не знают, что такое гастрономический бренд территории. Такой ответ чаще всего давали люди в возрастных группах 14–18 лет и старше 55 лет, больше из них было мужчин (32 чел.). Интересно, что на вопрос «Знаете ли Вы, что такое гастрономический туризм?» было дано больше положительных ответов — 69. В этом вопросе большинство отрицательных ответов также получено от людей возрастной группы старше 55 (15 чел. из 20 опрошенных этого возраста).

76 % респондентов не бывали в гастрономических поездках, однако среди них были люди, участвовавшие в мастер-классах по приготовлению чего-либо (3 %). География посещённых респондентами гастрономических туров включает довольно много регионов — от Архангельска и Карелии до Краснодарского края и Алтая. Наиболее часто в ответах встречались: Ленинградская область (5 %), Московская и Псковская области (по 3 % каждая), и по 2 % набрали Краснодарский край, Тула и Крым.

Наибольшему количеству опрошенных известны такие псковские продукты, товары или места, как: «Бебешкино» (65 %), Изборский пряник (56 %), Столбушенский продукт (40 %). Меньшему количеству известны сыроварня «Сырная за-

¹⁵⁷Гордин В. Э., Трабская Ю. Г. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. СПб.: Левша — Санкт-Петербург, 2014. 208 с.

става» (20 %), «Душевный хутор» (18 %). Следом за вопросом об известных товарах/продуктах/ местах выяснялось, откуда люди знают о них. Наиболее популярным стал ответ «от знакомых» (61 %). Это значит, что «сарафанное радио» в регионе работает хорошо, но и на современные средства связи необходимо обращать внимание. Наименьшее количество голосов набрал пункт «на туристическом портале области» (12 %). Были и дополнительные формулировки ответов — «лично бывал» (2 %) и «покупаю эту продукцию в магазине» (1 %).

Жители Псковской области считают, что для развития гастрономического туризма в регионе наиболее действенным будет проведение таких мероприятий, как гастрономические туры (55 %). Вероятнее всего, под гастрономическим туром они подразумевают небольшое семейное путешествие, а не поездку на 20–40 чел.

Кроме того, респондентами были предложены свои очень интересные варианты продвижения гастрономических брендов в регионе:

- увеличение количества блюд псковской кухни в кафе и ресторанах;
- ярмарки с соседними регионами;
- конкурсы среди предполагаемых брендов;
- международные мероприятия по обмену знаниями и опытом;
- создание гастрономических карт с указанием производителей и мест, где блюда можно попробовать.

83 % опрошенных хотели бы принять участие в гастрономическом туре по Псковской области, и лишь 17 % — «нет» (среди них большую часть составляют люди в возрасте старше 55 лет — 10 чел.). Большей части респондентов интересна эта тема, они хотят как можно больше узнать о традициях кухни региона. Кроме того, среди опрошенных были люди, которые хотят попробовать блюда псковской кухни. Встречались и те, кому эта тема не интересна или они не могут отправиться в тур из-за возраста или нехватки времени.

В качестве гастрономического бренда Псковской области респонденты предлагали следующие варианты: 10 % — сметок, 7 % — Изборский пряник, 5 % — Столбушенский продукт. 11 % опрошенных ответили, что не надо создавать новые, а необходимо продвижение уже имеющихся брендов. Ответ «не знаю» последовал от 24 % опрошенных. Были и другие, «несерьёзные» ответы (29 %). Среди них: плов, чай, тирамису, шаверма и т. д. Это можно объяснить двумя причинами: люди, отвечавшие на вопросы, не задумываются о происхождении блюд в целом, либо отнеслись к опросу несерьёзно, следовательно, для получения каких-либо более достоверных результатов только опросов недостаточно, нужно использовать целый комплекс методов.

На основе анализа литературных материалов была разработана картосхема, отражающая специфику хозяйства районов области. Северная часть региона с давних пор славится рыболовством. Средняя и крайняя южная части в прошлом специализировались на льноводстве, а южная — на выращивании овощей. Кроме того, на картосхеме были отмечены неповторимые «гастрономические» места Псковской области, встречающиеся лишь в определённых районах.

Псковская область может предложить разноплановый продукт на любой вкус и платёжеспособность. Это наиболее известные, разрекламированные на различных туристских мероприятиях не только российского, но и международного уровня, объекты и процессы, постепенно становящиеся или уже ставшие культовыми, значимыми в плане развития туризма в Псковской области.

На территории региона действует большое количество крупных и малых предприятий туриндустрии, предлагающих самые разнообразные турпродукты — от поездок за пределы страны до посещения пригородных территорий. Проведённый мониторинг сайтов региональных турагентств показал, что совсем немногие представители турбизнеса предлагают своим клиентам поездки с гастрономическими целями или с использованием гастрономических элементов региона.

Полученная при анализе сайтов турфирм информация легла в основу картосхемы, которая показывает, какие территории Псковской области наиболее активно задействованы в гастрономическом туризме (или с использованием его элементов). Эти территории имеют уже сформировавшийся гастрономический продукт, который становится или уже является брендом, визитной карточкой региона¹⁵⁸.

Единственным районом, где у турфирм было выявлено множество предложений (10 туров), стал Печорский. От 3 до 5 туров предлагается в Пушкиногорском, Псковском и Гдовском районах, по 1 туру — в Порховском, Себежском и Новоржевском районах. Для остальных районов Псковской области гастрономических туров и экскурсий от турфирм (по информации с официальных сайтов) не предлагалось.

Выводы. Результаты опроса населения региона показывают, что потенциальные туристы с большим желанием примут участие в гастрономических турах по региону, если таковые будут им предложены, либо хотели бы, чтобы в поездках по своему региону обязательно присутствовали элементы гастрономического туризма (дегустация блюд и продукции местного производства, мастер-классы и другие формы деятельности).

В районах Псковской области имеются предприятия пищевой отрасли, производящие продукцию, известную не только в регионе, но и далеко за его пределами. Каждый из этих видов продукции может стать местным, а при тщательном брендинге — и региональным гастрономическим продуктом, представляющим гастрономический туризм территории. Некоторые брендовые продукты уже активно используются турфирмами

¹⁵⁸Официальный сайт турфирмы «Атмосфера путешествий». URL: <https://pskovatmosfera.ru/> (дата обращения 30.10.2021); Официальный сайт турфирмы «Глобус». URL: <http://globuspskov.ru/> (дата обращения 30.10.2021); Официальный сайт турфирмы «Континент». URL: <http://www.pskovcontinent.ru> (дата обращения 30.10.2021); Официальный сайт турфирмы «Славянский тур». URL: <http://slavtour.ru> (дата обращения 30.10.2021); Туристский информационный центр Псковской области. URL: <https://vk.com/infopunktpskov> (дата обращения 30.10.2021).

региона для формирования турмаршрутов и привлечения туристов.

Однако анализ деятельности предприятий сферы туризма Псковской области показывает, что только единицы из них включают в свои предложения элементы гастрономического туризма, причём используют одни и те же территории, объекты и события. Вовлечение новых территорий в туристскую сферу региона положительно скажется как на развитии гастрономического туризма, так и на росте экономики региона, занятости местного населения.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ ИЗ ГОСУДАРСТВ СРЕДНЕЙ АЗИИ В XXI ВЕКЕ

Образовательный туризм является в настоящее время одним из самых динамично развивающихся направлений туристской отрасли, включая в себя как краткосрочные поездки в ознакомительные туры с посещением вузов и образовательных комплексов, стажировки и летние лагеря, так и длительные пребывания в принимающих вузах в рамках программ академической мобильности, сетевого обучения или же традиционного поступления в вуз на полный курс. Все эти, сильно различающиеся по продолжительности, поездки играют большое значение в социально-культурном обмене, в реализации геополитических парадигм принимающих государств, распространении их культурного влияния, решении вопросов восполнения демографического потенциала и др.

В большинстве современных российских исследований образовательный туризм государств Средней Азии рассматривается по большей части лишь в контексте миграционного обмена с Россией, что явно не раскрывает реальной картины динамики выбора вуза, поступления и обучения молодёжи в этом макро-регионе Азии. Процессы образовательной миграции молодёжи в государствах Средней Азии имеют не только российский вектор, но и в значительной степени определяются геополитическим влиянием и социально-экономическим взаимодействием государств самого Среднеазиатского региона.

При этом Турция, Россия, Китай, страны ЕС рассматриваются молодёжью из республик Средней Азии как наиболее перспективные направления как для длительного обучения в рамках получения высшего образования, так и при выборе краткосрочных программ посещения профстажировок, молодёжных образовательных площадок разных форматов и научно-практических конференций и семинаров. Акцент на молодёжи делает практически все формы образовательного туризма в долгосроч-

ной перспективе условием формирования устойчивых миграционных потоков для восполнения трудовых ресурсов в регионах въезда и успешной социальной адаптации мигрантов в принимающих регионах.

В настоящее время в разных странах делают различные акценты при реализации маркетинговых мероприятий по повышению привлекательности предложений образовательного туризма, вовлекая вузы в реализацию всё новых проектов поддержки академической мобильности, организации летних лагерей и открытие международных сетевых образовательных программ.

Создание уникального привлекательного образовательного продукта — важнейшее маркетинговое преимущество в борьбе за привлечение образовательных мигрантов, в первую очередь молодёжи, внутри региона и вовне его. Возрастная структура населения и её динамика в большинстве регионов Средней Азии таковы, что вузам приходится одновременно решать задачи как по удержанию молодёжи в регионе проживания, так и по возвращению её после прохождения обучения в зарубежных странах. Эффективность образовательной политики государства как раз и оценивается, прежде всего, по решению этих двух задач, а также в максимальном для образовательных и иных ресурсных возможностей привлечении потребителей платных образовательных услуг различного содержания и повышении экономического эффекта от развития программ образовательного туризма.

Целью исследования является определение тенденций и особенностей образовательного туризма и связанной с ним образовательной миграции, в первую очередь молодёжи, в зависимости от меняющихся социально-экономических и геополитических факторов.

Исследование опирается как на анализ демографических показателей, так и на эмпирические методы выявления причин, по которым эти показатели исторически меняются, а также затрагивают мотивационную и маркетинговую составляющую образовательного туризма.

Степень разработанности проблемы достаточно высокая по отдельным аспектам: демографические показатели, связанные с процессами образовательной миграции, например, освещены в публикациях Боржаса Ж., Бойда М., Бхагвати Дж., Гиденса А., Зелинского В., Злотника А., Ли Е., Массея Д., Равенштейна Е. Г., Старка О., Саймона Д., Тапиноса Г. Ф., Сови А., Эпплеярда Р., Ягельского А., Роджерса А. и др. Акцент на образовательную иммиграцию молодёжи делается в очень небольшом количестве работ, хотя данная тематика исследования интересна как для принимающей страны, желающей привлечь студентов в вузы, так и для страны — источника мигрантов, молодёжь которой заинтересована в выборе оптимальной образовательной стратегии. В отечественных публикациях по тематике, связанной с образовательным маркетингом, хорошо освещены подходы различных маркетинговых бизнес-школ применительно к программам основного и дополнительного образования, в т. ч. реализуемого различными образовательными организациями совместно (Е. Д. Гредасова¹⁵⁹, В. А. Рогова¹⁶⁰), подчёркивается потенциал соединения методов и подходов маркетинга образовательных услуг и некоммерческого маркетинга (И. В. Захарова¹⁶¹, Т. А. Ожерельева¹⁶²).

В последние два десятилетия в Средней Азии быстрыми темпами происходят социально-экономические преобразования, нашедшие отражение, среди прочего, в повышении академической мобильности, спроса на ознакомительные образовательные

¹⁵⁹ Гредасова Е. Д., Плужникова И. И. Использование маркетинга в продвижении образовательных услуг // Интеллектуальный потенциал XXI века: сб. статей Международной научно-практической конференции. Уфа: ООО «Омега Сайнс», 2018. С. 13–16.

¹⁶⁰ Рогова В. А. Маркетинговые технологии продвижения как инструмент повышения результативности профессиональной ориентации // Вестник СевКавГТИ. 2019. № 1 (36). С. 51–57.

¹⁶¹ Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг. Ульяновск: УлГТУ, 2008. 170 с.

¹⁶² Ожерельева Т. А. Особенности развития маркетинга образовательных услуг // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 3. С. 113–115.

туры и организацию обучения различной продолжительности за рубежом.

Почти 25 лет после распада Советского Союза государства Средней Азии в той или иной степени испытывали экономические сложности, которые в значительной степени определялись недостаточностью доходов от экспорта сырьевых товаров, которые финансировали импортозамещающую индустриализацию. С распадом Советского Союза и разрушением выстроенных связей экономика всех этих республик, кроме, пожалуй, Казахстана, стала не способна обеспечить устойчивый рост производительности перерабатывающих и тем более наукоёмких отраслей и создание новых рабочих мест, необходимых для удовлетворения потребностей растущей доли молодого населения.

Каждая из стран попыталась найти свой выход из сложившейся ситуации. Например, правительство Узбекистана приступило к реализации амбициозной программы модернизации образовательной сферы, причём реформы позиционировались во многом как ориентированные на повышение как маркетинговой привлекательности, так и научно-методического потенциала образовательных программ, реализуемых вузами. В других странах региона также была переосмыслена образовательная политика, в которой быстрорастущее молодое население всего среднеазиатского региона рассматривается как важнейший социально-экономический ресурс.

Значение образовательного туризма и молодёжной образовательной мобильности для государств Среднеазиатского региона. Образование в государствах Средней Азии понимается как движущая сила преобразований в обществе и экономике, и реформы образования направлены на расширение привлекательности образовательных программ и проектов различного уровня в том числе. Однако доступ молодёжи и их возможности приобрести образовательный турпродукт или оплатить обучение остаётся проблемой в этих странах, т. к. платёжеспособность значительной части населения недостаточна для существенного рывка в развитии данной туристской отрасли, в то

время как количество потенциальных абитуриентов и в целом молодёжи, заинтересованной в получении бесплатного образования за рубежом, растёт. В этом плане особенно привлекательными являются российские вузы: по программе приёма на бюджетные места соотечественников они предоставляют гражданам Средней Азии фактически те же возможности бесплатного высшего образования, что и гражданам России. Статус соотечественника получить довольно просто: достаточно предоставить документы о том, что его родители являлись гражданами СССР (родились на территории этих же республик, но входящих на тот момент в состав СССР).

Анализируя внутрирегиональные различия социальных и экономических процессов, можно отметить следующие особенности: все эти страны характеризуются довольно высокими темпами естественного воспроизводства населения, в значительной степени — за счёт стабильно высокой рождаемости. При этом Таджикистан — страна с самой высокой рождаемостью в Средней Азии (каждые 10 лет население увеличивается почти на четверть), а Казахстан — страна с самой низкой в регионе рождаемостью¹⁶³.

Систематизированные данные по образовательной миграции из стран Средней Азии основаны на фиксации объёмов и направлений миграции лиц, обучающихся за рубежом за счёт средств национального бюджета или (в отношении России) по программам обучения соотечественников за счёт бюджетных средств принимающей российской стороны. Однако значительная часть граждан стран Средней Азии обучается за рубежом за счёт своих личных средств или международных стипендий, что, соответственно, не находит отражения в национальной статистике. Таким образом, для определения приблизительного числа граждан стран Центральной Азии, обучающихся за рубежом, целесообразно использовать совокупные данные их министерств и

¹⁶³ Манаков А. Г., Хохрин А. Г. Трансформация этнического пространства Казахстана и Средней Азии между переписями населения 1970 и 1989 гг. // Псковский регионологический журнал. 2020. № 2 (42). С. 55–70.

ведомств, а также стран, в которых объёмы образовательной миграции из стран Средней Азии являются наиболее значимыми.

Основным направлением образовательного туризма и связанной с ним миграции из стран Средней Азии является Российская Федерация. Более того, для всех стран региона фиксируется тенденция к росту числа лиц, выезжающих в Российскую Федерацию с образовательными целями. Исключение — Кыргызстан, где объём образовательной миграции в Российскую Федерацию в 2016–2018 гг. стабилизировался на уровне 4,9–5,2 тыс. чел.¹⁶⁴.

По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, число граждан стран Центральной Азии, обучающихся в Российской Федерации по образовательным программам высшего образования в очной форме, имеет устойчивую тенденцию к росту.

Оценивая социально-экономические условия роста объёма спроса на внутренний образовательный туризм молодёжи среднеазиатских государств, следует отметить, что внутри региона тоже есть ВУЗы, которые принимают достаточно большое количество обучающихся на краткосрочные, среднесрочные программы и полное профессиональное обучение, но ограничен платёжеспособностью населения, т. к. спрос на получение бесплатного образования всех ступеней и форм намного превышает количество бюджетных мест. Например, согласно данным Министерства высшего и среднего образования Узбекистана, в настоящее время количество мест, на которые можно поступить без оплаты обучения, и численность абитуриентов всё более расходятся. Год от года количество желающих поступить всё больше, а количество бюджетных мест в вузах, хоть и колеблется по годам, но радикально не увеличивается¹⁶⁵.

¹⁶⁴ Sagynbekova L. International labour migration in the context of the Eurasian Economic Union: issues and challenges of Kyrgyz migrants in Russia. Institute of Public Policy and Administration, Working paper 39, 2017. P. 47–57.

¹⁶⁵ Лобарёв Д. С., Калыкова Ч. И. Современные тенденции образовательной миграции в государствах Центральной Азии // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. 17. № 3. С. 92–102.

Внешняя молодёжная образовательная миграция из стран Средней Азии существенно влияет на общую ситуацию в странах региона и на формирование трендов социально-демографического, экономического и политического характера. В условиях стран Средней Азии молодёжная миграция, с одной стороны, способствует появлению новых возможностей для развития, а с другой — генерирует риски и вызовы для стабильного развития обществ и государств данного региона.

Маркетинговая политика стран Средней Азии в области продвижения образовательного туризма. Рассмотрение общих и частных моделей продвижения проектов образовательного туризма и привлечения молодёжи в вузы стран Средней Азии предполагает предварительный анализ ключевых характеристик, на которые делают упор образовательные организации в рамках проводимых маркетинговых кампаний.

Для первичного маркетингового позиционирования проектов образовательной направленности и последующего привлечения обучающихся в качестве потенциальных абитуриентов образовательные организации делают упор на следующие характеристики образовательного продукта:

- возможности самореализации обучающихся посредством участия в образовательных проектах и долгосрочных программах обучения;
- гибкая ценовая политика;
- качественные основные и вспомогательные услуги;
- высокие показатели кадрового обеспечения программ;
- конкретный результат по окончании обучения, основания для повышения шансов успешного трудоустройства сразу на выпуске.

Вышеперечисленные характеристики образовательных программ во многом определили и выбор модели выхода их на рынок региона инновационных проектов в сфере образовательных услуг.

В государствах Средней Азии ведётся политика поощрения образовательной миграции. Так, например, Казахстан проводит активную политику маркетинговой поддержки образова-

тельных программ, как по линии академической мобильности в рамках Болонского процесса, так и через собственные поддерживающие стипендиальные программы. Аналогичную политику проводит и Узбекистан¹⁶⁶.

Важной составной частью образовательной миграции является мобильность между странами Центральной Азии. Например, в Казахстане в 2018–2019 учебном году обучалось 1 085 граждан Кыргызстана (в 2017 г. — 1 026), 703 граждан Таджикистана и 9 680 узбекистанцев (в 2017 г. — 3 539). В Кыргызстане — 459 граждан Таджикистана и 3 311 граждан Узбекистана (в 2017 г. — 323). В Таджикистане обучаются 2 068 чел. из Узбекистана. Ожидается, что количество узбекских студентов в Казахстане может значительно вырасти, если будет реализована программа предоставления 10 тыс. грантов, объявленная экс-президентом Казахстана Н. Назарбаевым в рамках Года Узбекистана¹⁶⁷.

Получение качественного образования во всех странах Центральной Азии остается самым эффективным социальным лифтом, а также способом решения экономических вопросов: получить достойную и высокооплачиваемую работу, гарантировать стабильное обеспеченное будущее. Поэтому маркетинговые программы продвижения образовательных программ, прежде всего, ориентируются на это содержание рекламных материалов и ориентируется, соответственно, на семьи со средним достатком.

Расширяются организационные формы образовательного туризма, становясь всё более многообразными. Часть вузов вводит системы краткосрочных стажировок, всё более востребованными являются летние научно-образовательные форумы и лагеря, тренинговые мероприятия и экскурсионные туры по вузам.

¹⁶⁶ Морозова Н. М., Рудакова Е. К. Миграция в Россию из Таджикистана и Узбекистана демографические и экономические аспекты // Научно-аналитический журнал Обозреватель — Observer. 2020. № 8 (367). С. 76–87.

¹⁶⁷ Внешняя молодёжная миграция в странах Центральной Азии: анализ рисков и минимизация негативных последствий. [Электронный ресурс]: URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/external_youth_migration_ru.pdf.

Образовательный туризм и миграционные процессы.

Как уже подчёркивалось выше, образовательная мобильность в целом оказывает значительное влияние на социально-экономическую ситуацию в среднеазиатских государствах, а образовательный туризм является формой продвижения образовательных услуг и привлечения потенциальных абитуриентов.

Наиболее серьёзное влияние образовательной молодёжной мобильности — это отток абитуриентов в зарубежные страны, «утечка мозгов», когда часть молодёжи для реализации своих возможностей предпочитает эмиграцию. Также серьёзное влияние оказывают социальный пессимизм и материальная нужда, широко распространённые среди молодёжи — значительная её часть стремится найти и получить работу с высокой заработной платой за рубежом или переехать на постоянное место жительства за пределы страны.

1. Социально-демографические последствия. Социально-демографическое воздействие невозвратной молодёжной образовательной миграции в странах Центральной Азии носит крайне ограниченный характер. Так, в Казахстане относительный объём однозначно невозвратной молодёжной миграции (молодые люди, выехавшие из Казахстана на постоянное место жительства) колеблется в пределах от 0,15 до 0,2 % от общего количества молодых людей. Аналогичные выводы можно сделать практически по всем странам Средней Азии¹⁶⁸.

2. Экономические последствия. Все страны Центральной Азии имеют повышенную долю молодёжи, а выбранные и реализуемые в них модели экономического развития не способны обеспечить рост числа рабочих мест, который смог бы абсорбировать рост трудовых ресурсов. Оценить экономические потери, связанные с выездом из стран Средней Азии молодых людей, в т. ч. через системы профстажировок, культурного обмена, академической мобильности и поступления в вузы других стран, в полном объёме практически нереально. Вместе с тем, есть воз-

¹⁶⁸ Козина В. В. Миграция населения центрального Казахстана: виды выездной деятельности и образовательный уровень мигрантов // Экономика образования. 2019. № 6 (7). С. 53–56.

возможность оценить воздействие миграции на отдельные сектора экономики. Негативное влияние на экономику преобладает в отдельных секторах, например, инженерно-технологическом. Эта проблема чётко проявляется в странах Средней Азии в связи с взятым страной курсом на модернизацию и индустриализацию — «утечка мозгов и рук» сужает внутренний рынок кадров, который может стать источником подготовки и получения квалифицированных и высококвалифицированных специалистов для местных и инвестирующих в экономику среднеазиатских государств иностранных инновационных компаний. Более того, например, в Узбекистане начинает ощущаться нехватка дешёвых трудовых ресурсов, особенно в регионах. В сельской местности нередки ситуации, когда локальный рынок труда испытывает дефицит рабочей силы, поскольку большая часть мужского населения находится в трудовой миграции. Позитивное влияние оказывает и «циркуляционные» образовательные миграционные процессы, когда молодёжь получает за рубежом знания и навыки, возвращается и применяет их в родной стране. В немалой степени такому сценарию способствует продвижение краткосрочных образовательных программ и проектов, обеспечивающих быстрое возвращение в страну проживания.

3. Политические последствия. Образовательный туризм способствует культурному обмену и реализации просветительской и гуманитарной миссии стран в их взаимодействии друг с другом, однако он также усиливает геополитические связи стран Средней Азии с принимающими странами, в первую очередь — с Российской Федерацией (для Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана — в существенно меньшей степени и от Казахстана). Образовательный маркетинг во всех практически его формах стал мощным рычагом влияния на молодёжь стран Средней Азии со стороны её более сильных партнёров, не только России; усилилось конкуренция стран в данном секторе образовательной политики и рынка соответствующих услуг. Пророссийские настроения очень высоки во всех регионах Кыргызстана и Таджикистана, т. к. простое население ассоциирует свои возможности экономического благополучия с Российской Федерацией.

Геополитическое влияние Турции в регионе нарастает, а внешняя политика Турции ориентирована на интеграцию тюркоязычных государств, куда, кроме республик Средней Азии, входит ещё и Азербайджан¹⁶⁹. Турция активно стимулирует деловые связи, образовательные программы, привлекает трудовые ресурсы на те места, где не так важна высокая квалификация, но важна коммуникация — турецкий язык выходцами из тюркоязычных стран Средней Азии, конечно, учится быстрее. Существуют программы господдержки, например, в приёме студентов в турецкие вузы¹⁷⁰.

Также усиливается китайский вектор миграции: Китай в последнее время активно заявляет о себе, как о стране не только растущей экономики, но и конкурентоспособного сектора образовательных услуг. Китай привлекает не столько рабочая сила из Средней Азии, сколько взаимодействия в разных сферах — от использования ресурсов (в т. ч. минеральных ресурсов), до расширения сферы культурного и геополитического влияния. Средняя Азия очень интересуется китайские компании как региональный ресурс привлечения молодёжи в китайскую сферу экономического влияния через образовательный сектор.

Социально-культурные последствия. Связь образовательной миграции и повышение образовательной мобильности молодёжи в целом с человеческим капиталом и технологическим развитием страны, при успешном возвращении данной категории мигрантов, несомненно, положительная. В целом, образовательный туризм и возвратная миграция с целью получения образования дают возможность приобрести новые знания и навыки, а также реализовать свой потенциал. Однако остаётся открытым вопрос — насколько это востребовано на родине. Так, неоднозначна ситуация с навыками, приобретёнными во время

¹⁶⁹ Манаков А. Г., Теренина Н. К., Хохрин А. Г. Оценка перспектив этнодемографической трансформации Центральной Азии в соответствии с геополитическими сценариями развития // Известия Русского географического общества. 2022. Т. 154. № 1. С. 17–27.

¹⁷⁰ Внешняя молодёжная миграция в странах Центральной Азии: анализ рисков и минимизация негативных последствий. [Электронный ресурс]: URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/external_youth_migration_ru.pdf.

мобильности, и их пользой для технологического развития страны. Основной вектор позитивного воздействия связан с расширением профессионального кругозора специалистов в рамках краткосрочных стажировок, участия в научно-практических конференциях и форумах — их возвращением с возросшим человеческим капиталом. Этот фактор стал ключевым при принятии решений о необходимости поддержки образовательного туризма в рамках госпрограмм. Таким образом, стремление к социальному благополучию как на уровне государственной политики, так и в рамках побуждений личностной мотивации является одним из важнейших условий успешного развития образовательной мобильности граждан.

Выводы. Роль образовательной миграции из государств Средней Азии в Россию имеет решающее значение. Повышение привлекательности образовательного сектора позволяет привлечь молодёжь, ориентированную на саморазвитие, профессиональный рост, толерантно или даже с интересом относящуюся к российской культуре. Современная образовательная и миграционная политика Российской Федерации, направленная на привлечение молодёжи из стран Средней Азии для реализации целей образования и саморазвития, опирается на понятие «соотечественник»: оно фиксирует правовой статус, регулируемый Федеральным законом «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом». В законе закреплено следующее определение термина «соотечественники»: «соотечественниками являются лица, родившиеся в одном государстве, либо проживавшие в нём и обладающие признаками общности языка, религии, культурного наследия, традиций и обычаев, а также потомки указанных лиц по прямой нисходящей линии». Закон также определяет понятие «соотечественники за рубежом», под которыми подразумеваются:

- граждане Российской Федерации, постоянно проживающие за её пределами;
- лица и их потомки, проживающие за пределами территории Российской Федерации и относящиеся, как правило, к народам, исторически проживающим на территории Российской Фе-

дерации, а также сделавшие свободный выбор в пользу духовной, культурной и правовой связи с Российской Федерацией лица, чьи родственники по прямой восходящей линии ранее проживали на территории Российской Федерации, в том числе¹⁷¹.

Государственные программы поддержки образовательного туризма и мобильности могут стать инструментом культурного воссоединения соотечественников, проживающих за рубежом, что хорошо согласуется с потребностями развития российских регионов, как культурного, так и демографического. При этом важно, чтобы программы образовательного туризма были ориентированы на маркетинговую поддержку и продвижение, в первую очередь, на стратегически важных территориях, нуждающихся в укреплении демографического потенциала, т. к. образовательный туризм влечёт за собой и переезд на постоянное место жительства с целью обучения в понравившийся регион. Таким образом, содействие развитию всех форм образовательной мобильности является одним из направлений решения в как в странах Средней Азии, так и в России (при эффективном взаимодействии с ними в образовательной сфере) целого ряда гуманитарных и экономических задач.

¹⁷¹ Дудин М. Н., Лясников Н. В., Сидоренко В. Н. Оптимизация демографических процессов в рамках миграционной политики и обеспечения экономической безопасности регионов страны // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. № 21. С. 4–14.

ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ

С. М. Токарчук, Е. Л. Бойко

СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОГО ГЕОПОРТАЛА (НА ПРИМЕРЕ КОБРИНСКОГО РАЙОНА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

Кобринский район обладает довольно большим количеством рекреационных ресурсов. Ввиду ряда причин (недостаток финансирования, отсутствие плана описи и т. д.) информация о многих объектах или отсутствует, или разбросана малыми частями на страницах отдельных ресурсов. Таким образом, значительную актуальность приобретают исследования, направленные на инвентаризацию и визуализацию туристско-рекреационных ресурсов.

Цель исследования — разработать и апробировать на примере Кобринского района методики инвентаризации и веб-картографирования туристско-рекреационных ресурсов.

Данная цель достигается путём выполнения картографических веб-приложений и объединения их в рамках туристско-краеведческого геопортала Кобринского района на основе данных, собранных из различных источников для развития туризма на территории района, а также научно-исследовательских целей. Таким образом, основным инструментом доступа к пространственной информации в данном исследовании является геоportal.

Геоportal — это тип веб-портала, используемый для поиска и доступа к географической (геопро пространственной) информации и связанных с ней географических веб-сервисов через Интернет.

Геоportалы важны для эффективного использования геоинформационных систем (ГИС) и являются ключевым элемен-

том инфраструктуры пространственных данных. Портал представляет информацию из различных источников в едином виде. Геопорталы делятся на виды: национальные, региональные, локальные¹⁷².

Разработка и использование геопорталов имеет ряд преимуществ:

1) возможность сочетания различных видов информации (картографической, графической, текстовой, фотографической и др.);

2) возможность быстрого и своевременного обновления информации (в т. ч. без изменения местоположения и «электронного адреса» сайта), что делает их постоянно актуальными;

3) быстрое и удобное распространение;

4) неограниченный объём представляемой информации¹⁷³.

Цель разработки геопортала Кобринского района заключается в объединении накопленного в ходе реализации научного исследования по изучению природных, историко-культурных и иных достопримечательностей Кобринского района материала и обеспечении общего доступа к нему. Создание туристского геопортала с использованием конструкторов сайтов может способствовать продвижению туристской и краеведческой информации, ознакомлению разных организаций с основными особенностями района, развитию рекреации и др.

Для создания туристического геопортала Кобринского района был использован конструктор сайтов WIX.com. Выбор данного конструктора связан со следующими его особенностями:

– бесплатность, что позволяет легко публиковать выполненный сайт в сети Интернет;

¹⁷² Алеева В. А., Мочалова Ю. Д. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. № 3. С. 3–6.

¹⁷³ Алексеев О. А. Картографическое обеспечение управления туризмом в Краснодарском крае: Автореферат дисс. ... канд. геогр. наук. Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. М., 2010. 26 с.

- широкий функционал конструктора (большой выбор шаблонов, виджетов, настроек);
- простота освоения, управления и использования;
- широкие возможности дизайна; возможность встраивания мультифункционального блога, панелей соцсетей и др.;
- широкая специализация платформы в создании сайта.

Стоит отметить, что подготовительным этапом разработки портала стала разработка его структуры (были разработаны необходимые страницы и разделы, продуман порядок их расположения).

В основу портала был положен готовый шаблон «Студия дизайна интерьера «Хорошая обстановка» из набора шаблонов WIX.com, который впоследствии редактировался и дополнялся необходимым функционалом (фотоподложки, кнопки перехода, блог и др.).

Важным этапом реализации портала являлось также его стилистическое оформление, которое заключалось в решении ряда оформительских моментов. Во-первых, в выборе вариантов подложек, на которых будет представлена информация, что стало возможным благодаря широкому функционалу программы, позволяющему выбирать как готовые подложки, так и использовать в качестве их авторский фотографический материал. Кроме того, осуществлялось добавление картографического, гипертекстового, фотографического материала. Разрабатывались тематические разделы сайта.

Методика разработки портала представлена в таблице 18. Она включает восемь основных этапов, которые различаются по продолжительности, типу работ, временным и трудовым затратам.

Разработанный портал объединил в себе различные типы представления информации: текстовую, фотографическую, картографические веб-приложения и интерактивные веб-карты.

Картографические веб-приложения являются основным наполнением геопортала и несут базовую смысловую нагрузку, а также отличают создаваемый продукт от других туристических сайтов и Интернет-порталов. Следует отметить, что для

территории Кобринского района существует сайт «Туристический Кобрин», в пределах которого собрана значительная информация о туристических ресурсах района, однако основное содержание сайта — фотографический и описательный материал, с данного сайта можно узнать про многие объекты района, но увидеть их местоположение не представляется возможным.

Таблица 18

**Этапы разработки и создания туристско-рекреационного
геопортала**

Но- мер этапа	Основное содержание
1	Определение цели и задач реализации электронного туристско-краеведческого геопортала
2	Анализ возможностей создания и практического использования геопортала
3	Накопление данных
4	Создание базовых элементов туристического портала (интерактивных каталогов, электронных атласов, информационно-справочных систем и др.)
5	Разработка структуры и стилистического оформления геопортала
6	Верстка туристско-рекреационного геопортала Кобринского района
7	Публикация разработанного портала в сети Интернет и его тестирование
8	Эксплуатация портала

Геопортал содержит разные виды картографических веб-приложений: веб-каталоги, электронные атласы, виртуальные экскурсии. Картографические веб-приложения выполнены с использованием разных шаблонов облачной платформы картографирования ArcGIS Online. В большинстве случаев данные веб-приложения состоят из двух частей (панелей): основная панель содержит интерактивную карту с нанесёнными на неё объекта-

ми и настроенными всплывающими окнами; дополнительная панель включает фотографический, иллюстративный, описательный и иной материал (гиперссылки и др.).

Структура и содержание геопортала. Разработанный туристский портал Кобринского района характеризуется сложной многоуровневой структурой. Для него можно выделить две составные части: вспомогательную и основную.



Рис. 69. Структура туристского геопортала Кобринского района

Вспомогательная часть включает два раздела.

Основу *главной страницы* составляет две 3D-карусели. Верхняя содержит фотографии района, нижняя — скриншоты веб-приложений, выполненных для туристско-рекреационных ресурсов района. Между каруселями находится краткое описание района. В нижней части страницы размещены иконки с социальными сетями, кликнув на которые посетитель сайта перейдёт на страницу разработчика. В верхней части главной страницы представлена панель содержания геопортала.

Блог встраивался на портал дополнительно и размещён в отдельной вкладке. На этой странице пользователи могут познакомиться с авторскими мини-путешествиями по родному краю, наиболее интересными природными объектами района и др. Новости включают текстовые впечатления и фотографии.

Основная часть портала состоит из 4 разделов: «*Природа*», «*Инфраструктура*», «*История и культура*» и «*Виртуальные экскурсии*».

Каждая базовая страница разделов включает 9 блоков. В них представлена более подробная информация. Все страницы имеют однотипное строение: блоки располагаются квадратом 3*3 и имеют свою иллюстрацию, которая характеризует содержание блока (рис. 70).

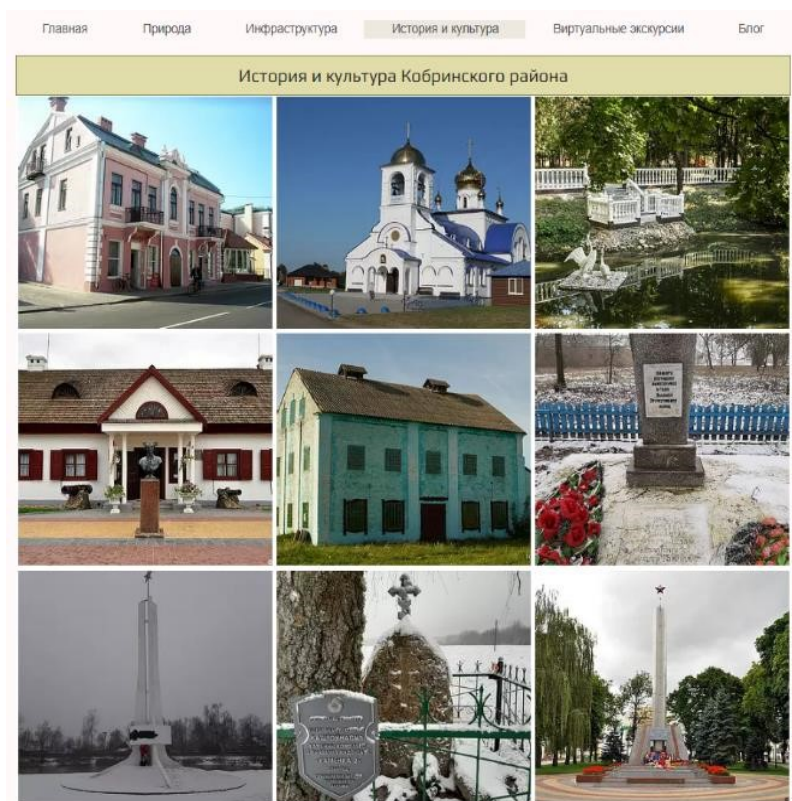


Рис. 70. Внешний вид страницы «История и культура Кобринского района»

Кроме того, при наведении курсора на каждую из иллюстраций появляются текстовые характеристики подраздела: (1) название (жёлтым цветом); (2) небольшой пояснительный

текст, описывающий особенности данных ресурсов или объектов в Кобринском районе и почему их необходимо увидеть (белым цветом) (рис. 71).

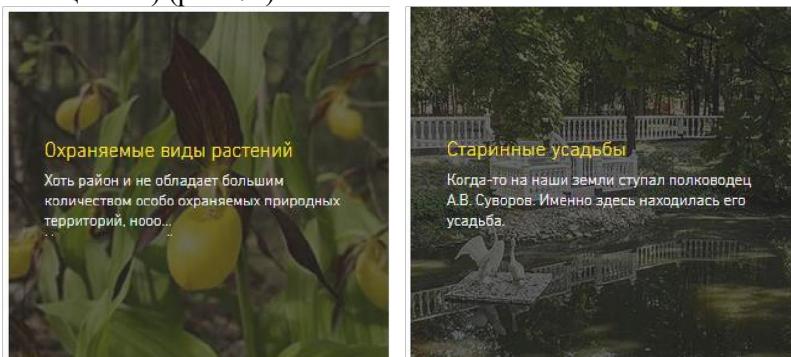


Рис. 71. Оформление текстовых подсказок

При нажатии на картинку осуществляется переход на отдельную страницу содержания. Структура данных страниц для всех разделов является однотипной. Она включает галерею фотографий объектов, краткое описание и встроенное картографическое веб-приложение или несколько приложений.

Таким образом, все разделы разработанного Интернет-портала связаны между собой единым стилем оформления. В целом, характерными особенностями разработанного портала являются возможность обновлять информацию; бесплатное тиражирование и свободное распространение в сети Интернет; возможность сочетания текстовой информации с фотографической и видео информацией; интерактивность.

СОСТАВЛЕНИЕ МЕНТАЛЬНЫХ КАРТ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА Г. БРЕСТА

В последние годы можно отметить рост туристского интереса к г. Бресту, на это повлияла рекламная кампания города на различных мероприятиях, празднование тысячелетия города в 2019 г., безвизовый въезд в город для граждан 80-ти стран, развитие туристской инфраструктуры¹⁷⁴. В то же время, следует подчеркнуть, что для грамотного развития туризма в городе необходима поддержка горожан и их мнение должно учитываться при составлении городских туристских маршрутов, при нанесении важных городских объектов на туристские карты и др., т. к. именно местным жителям больше известно об интересных местах города. Основным туристским объектом Бреста чаще всего называют Брестскую крепость, однако интересными будут являться экскурсии по городским улицам и проспектам, историческим местам, кованым фонарям, арт-объектам и разнообразным памятникам, атмосферным внутриквартальным дворикам, многочисленным зелёным зонам и старым домам разнообразной архитектуры. Таким образом, значительную актуальность приобретают исследования, направленные на изучение ментального образа города для целей развития его туристского потенциала.

Цель исследования — обобщить и апробировать с использованием информационных технологий методики изучения туристского образа города Бреста.

Исследование проводилось в несколько этапов и во многом базировалось на работе С. К. Волкова¹⁷⁵. Первоначально

¹⁷⁴ Брест. 1000. Истоки, судьба, наследие / А. М. Суворов, В. В. Байковский и др. Брест: Полиграфика, 2019. 320 с.; Брест. Брэст. Brest. 1000 / Сост. А. Н. Вабищевич. Минск: Беларуская энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2019. 546 с.

¹⁷⁵ Волков С. К. Анализ туристской привлекательности г. Волгограда с точки зрения теории Джона Урри // Известия Волгоградского государственного

были определены и реализованы несколько основных направлений изучения туристского образа города. В частности, на основании проведённого анкетирования было изучено восприятие туристского образа города местными жителями и гостями города. На втором этапе исследования были составлены ментальные карты для изучения туристского образа Бреста.

Ментальное восприятие туристского образа города рассматривалось для разных категорий людей:

1) жители Бреста (проживающие в городе не менее 10 лет);

2) люди, проживающие в городе недавно либо не местные жители, часто посещающие город и хорошо его знающие;

3) люди, которые никогда не были в Бресте.

Исследование проводилось с использованием метода анкетирования. Для достижения данной цели был проведён онлайн-опрос. Целевым группам было задано три открытых вопроса, на который они сами писали ответы:

1) Какие объекты (места и сооружения) приходят вам на ум при упоминании города?

2) Какие регулярные мероприятия, проводимые в городе, вам известны?

3) Каких известных брестчан вы знаете?

На вопрос относительно объектов и мест, *которые первые приходят у респондентов на ум при упоминании города*, лидирующую позицию заняла Брестская крепость. Она является наиболее узнаваемым объектом города как по мнению горожан, так и по мнению туристов и людей, не посещавших Брест. Лишь 32 % горожан указали крепость как значимый объект, в то время как среди туристов этот показатель выше и составляет 46 % у гостей города и 80 % у людей, никогда не бывавших в Бресте. Также стоит отметить, что оставшиеся 20 % людей, не посещавших город, и вовсе затруднились в ответе. Таким образом, подчёркивается туристская значимость крепости у потенциальных посетителей города. Второе место по значимости заняла улица Советская, её выделили 19 % горожан и 24 % туристов. Для гостей го-

рода она является более важным туристским объектом, в первую очередь из-за значительного количества торговых объектов разных типов и достопримечательностей, которые чаще посещаются туристами.

Далее ответы на вопросы существенно отличались в зависимости от категории респондентов. Среди горожан третью строчку заняла Набережная Франциска Скорины, её выделили 10 % опрошенных, в то время как у туристов и людей, живущих в городе недавно, этот показатель составил всего 1,5 %. Кроме улицы Советской, более популярной у туристов оказалась и улица Гоголя, на которой расположена аллея кованых фонарей (её выделили 8 % туристов и лишь 6 % горожан).

Кроме того, туристы охотнее выделяли городские зелёные зоны (городской сад, парк культуры и отдыха), в то время как горожане отдали большее предпочтение спортивным объектам (Ледовый дворец, СК «Виктория», стадион «Брестский»).

Далее участникам предлагалось ответить на вопрос *какие регулярные мероприятия, проводимые в городе, им известны*.

В данной части опроса, при анализе результатов не было определено явного доминирующего ответа ни у одной из групп опрошенных. 75 % людей, не посещавших Брест, вообще не смогли ответить на этот вопрос. Оставшиеся 25 % смогли в качестве мероприятий отметить лишь День города. Треть туристов и людей, проживающих в городе недавно (35 %), также испытывали сложности с ответом на данный вопрос. День города выделили 36 % из них. Среди горожан празднование Дня города выделили лишь 25 % опрошенных. Данный ответ также является наиболее популярным среди брестчан.

Вторым по значимости мероприятием у жителей города является проводимый в рамках празднований Дня города музыкальный фестиваль «Город Света». Его выделили 19 % горожан и 9 % туристов. Также было отмечено и праздничное шествие в рамках Дня Победы, его выделили 17 % горожан и 14 % туристов. В то же время реконструкцию «Первые часы войны», проводимую в Брестской крепости 22 июня, туристы не отметили вовсе, однако её отметили 15 % горожан. Кроме того, 14 % горо-

жан и 7 % туристов выделили международный театральный фестиваль «Белая вежа», проводимый традиционно в сентябре Брестским драматическим театром. Наиболее редкими ответами было упоминание таких мероприятий, как фестиваль «Облака Молока», Байкер-Фест и Ночь музеев. Из единичных ответов можно выделить футбольные матчи.

В последнем вопросе опрашиваемым предлагалось *указать имена известных уроженцев Бреста, о которых они слышали* и которые могут также выступать в качестве привлекательных персон для развития туристского потенциала города. Здесь наблюдается значительное различие ответов разных категорий опрашиваемых.

Среди людей, никогда не посещавших город, 52 % вообще не смогли ответить на этот вопрос, остальные 48 % опрошенных смогли указать лишь Елену Воробей и Игоря Корнелюка. Среди гостей города и людей, живущих здесь сравнительно недавно, 42 % затруднились с ответом, лидерами по количеству упоминаний известных людей в данной группе респондентов также являются Елена Воробей (22 %) и Игорь Корнелюк (15 %), ещё 13 % гостей города сумели вспомнить олимпийскую чемпионку Юлию Нестеренко и израильского политика Менахема Бегина (8 %). Брестчане в своих ответах упоминали в основном тех же самых персон, однако явное лидерство среди упоминаний одержала Юлия Нестеренко (40 %), за ней последовали Игорь Корнелюк (18 %), Елена Воробей (15 %) и Менахем Бегин (13 %). 14 % горожан не смогли ответить на этот вопрос. В ответах брестчан также встречались такие единичные ответы, как Эдуард Ханок, Дмитрий Гвишиани, Владимир Карват.

Разработка и составление ментальных карт для изучения туристского образа Бреста. Ментальные карты — это способ визуализации субъективных представлений об окружающей действительности. Данные карты удобно использовать для подробного изучения городской среды или её отдельных компонентов. Уникальность ментальных карт заключается в том, что они основаны на индивидуальном восприятии человеком города, которое достаточно редко совпадает с общепринятыми схе-

мами и концепциями. Для составления корректного представления об особенностях территории нельзя делать выводы, основываясь на мнении одного человека либо нескольких людей. Для подобных исследований необходимо проведение масштабного опроса (анкетирования). И только совпадение множества индивидуальных представлений, актуализированное посредством масштабного социологического исследования, и позволяет создать ментальную карту города¹⁷⁶.

В данной части работы приводится опыт составления ментальных карт г. Бреста для целей изучения его туристского образа, а также развития его туристского потенциала не только за счёт посещения «традиционных» мест в городе, но и уникальных территорий и объектов, которые являются значимыми туристскими объектами по мнению жителей города. Описанные в работе ментальные карты были созданы с использованием картографического веб-шаблона Story Map Crowdsourсe. Основная функция созданных в данном шаблоне веб-приложений — сбор данных посредством краудсорсинга.

Приложение Story Map Crowdsourсe представляет собой карту, на которую каждый желающий может наносить различного рода информацию. Желающие могут поставить точку на карту, написать небольшое описание отмеченного объекта и загрузить его фотоснимок. Для участия в краудсорсинге даже не требуется регистрация.

Положительной чертой приложения является его чёткая конструкция и максимальная простота использования, даже для лиц, не интересующихся ГИС-технологиями. Процесс внесения данных прост и не требует специальной подготовки, а исследование полученной карты очень удобно, несложно и наглядно. Любой желающий нажимает на снимок интересующего его

¹⁷⁶Веселкова Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 2–29; Шепелина О. С., Ванина О. Е. Ментальные карты: способы анализа, погрешность и пространственная метрика // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 8. С. 248–254.

объекта и получает данные о его особенностях и местонахождении.

В рамках проводимого нами исследования по изучению ментального восприятия города Бреста была создана серия из четырёх ментальных веб-карт, объединённых в единую атласную систему «Атлас Брестского значимого». Атлас содержит четыре раздела, каждый из которых раскрывает различные стороны привлекательности города.

Первый раздел называется «*Мои любимые места на карте Бреста*» и предлагает всем желающим указать на карте наиболее значимые для них места. Это могут быть различные зелёные зоны, места общепита и досуга, любимые магазины, лавочки и др.

Анализ выполненной на настоящий момент карты показал, что почти все любимые места горожан расположены в центральной части города (рис. 72), исключение составляют лишь несколько объектов: гребной канал, ледовый дворец, которые отмечали преимущественно любители активного отдыха.

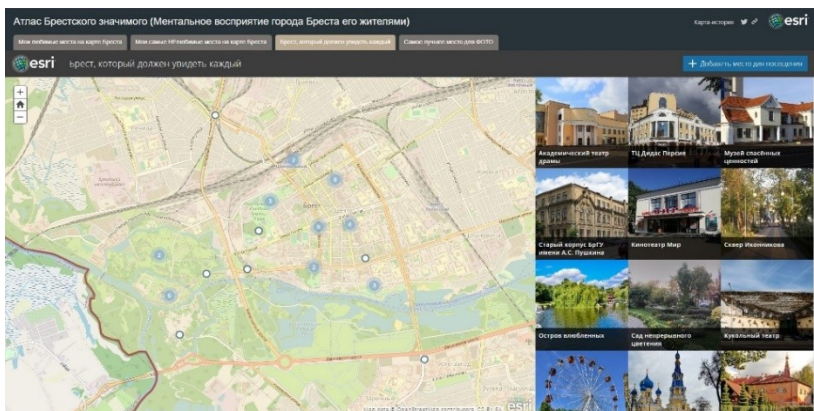


Рис. 72. Раздел атласа «Мои любимые места на карте Бреста» (центральная часть города)

Также упоминались Западный обход и карьеры в микрорайоне Красный двор, которые нравятся людям, предпочитаю-

щим отдых вне городской среды. В центральной части города брестчане отдают приоритет не достопримечательностям, а общественным заведениям. В основном это объекты общественного питания, где преобладают кофейни и небольшие магазины одежды. Половина отмеченных на карте заведений находится на улице Советской. Также горожане любят посещать Набережную и Парк культуры и отдыха.

Второй раздел Атласа носит название *«Мои самые нелюбимые места на карте Бреста»*, он предлагает всем желающим нанести на карту города места, которые они предпочитают не посещать сами и не советовали бы использовать как туристические объекты. Свои нелюбимые места горожане отмечали менее охотно, многие аргументировали это их отсутствием. Однако среди отмеченных мест можно выделить Заводской район на улице Янки Купалы, старые торговые центры в восточном районе города. Можно отметить, что часто нелюбимыми местами называли то, что сохранилось с советской эпохи. В то же время многие участники заполнения атласа отмечали в нелюбимых местах и современные объекты. Например, значительному количеству респондентов не нравится архитектурный стиль нового автовокзала, а также некоторые другие новые, с нестандартным видом здания. Также некоторые участники проекта в список нелюбимых мест включали улицу Советскую, аргументируя это большим скоплением людей.

Третий раздел называется *«Брест, который должен увидеть каждый»* (рис. 73), он предлагает горожанам и туристам, посетившим город, нанести на карту наиболее значимые туристские объекты города, которые горожане показывают туристам в первую очередь. Это не только культовые сооружения и достопримечательности, но и места досуга и общественного питания. В этой части Атласа также преобладает центральный микрорайон, в особенности улица Советская. Однако многие отметили Брестскую крепость как главный туристский объект, но реже крепость отмечалась как любимое место горожан.

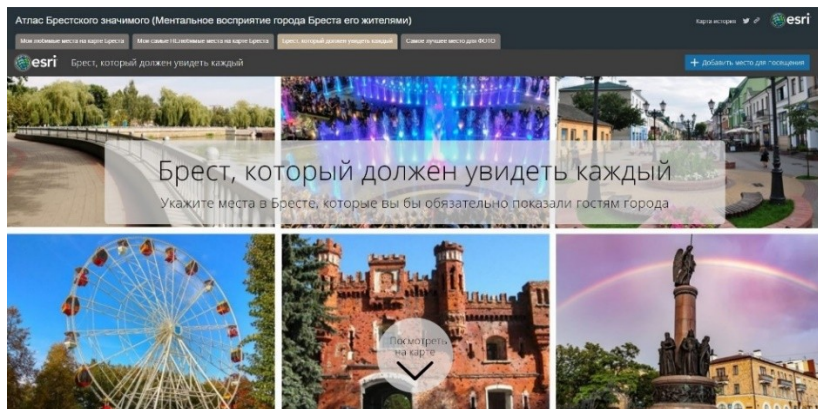


Рис. 73. Раздел атласа «Брест, который должен увидеть каждый» (титульная страница)

Также стоит отметить, что у многих туристов Брест ассоциируется с Беловежской пушей, которую по значимости приравнивали к Брестской крепости, хотя она и находится на значительном расстоянии от города. В список значимых объектов для туристов попали почти все зелёные зоны города, включая парк Воинов-интернационалистов и парк Мира в восточной части города и новый парк Тысячелетия. Без внимания не остались транспортные узлы и спортивные объекты, многие горожане повели бы туристов на футбол (стадион «Брестский») и на гандбол (СК «Виктория»), некоторые считают, что туристам необходимо посетить Ледовый дворец.

Однако больше всего в данной части Атласа отмечались достопримечательности и уникальные для Республики Беларусь и города сооружения. В частности участники проекта считают, что необходимо показать туристам улицы с сохранившимися зданиями польской и имперской застройки, аллею кованых фонарей и аллею керосиновых фонарей. В данной части Атласа места общепита и магазины почти не встречаются (исключение представляют новый Макдональдс и Центральный универмаг), зато были выделены новые современные отели, такие как «Хилтон» и «Эрмитаж».

Последний раздел *«Самое лучшее место для фото»* предлагает желающим нанести на карту их любимые фотоснимки и обозначить лучшие места для фото в городе.

Наиболее часто горожане делают снимки в центральной части города: на улице Советской, на площади Ленина, на улице Гоголя (на фоне аллеи кованых фонарей) а также в районах концентрации исторической застройки. Также достаточно популярным местом для фото как у туристов, так и у горожан является Брестская крепость — как главный туристский объект города. Популярность набирают и «новые» рекреационные зоны, которые активно начали развиваться к празднованию тысячелетия города — это городской сад и набережная реки Мухавец.

В остальных частях города при проведении фотосессий часто выбирают новые спальные районы города с современными кварталами и тематические микрорайоны с декоративно оформленными панельными жилыми домами. К ним можно отнести микрорайоны: Вулька (новый центр притяжения горожан), Юго-Западный район (с тематическими домами, посвящёнными тематике времён года) и микрорайон Малиновка (с современными таунхаусами).

Выводы. Интерактивный «Атлас Брестского значимого» достаточно полно раскрывает различные стороны города и может быть полезен в различных сферах жизни горожан и ведения бизнеса. Любой желающий может открыть атлас и узнать, где можно получить наиболее удачные снимки в городе, где жители города любят проводить время, где больше концентрируется туристов и др.

На данный момент в краудсорсинге приняли участие более двухсот человек, желающие могли наносить точки в любой из разделов, однако наибольшей популярностью пользовались приложения: «Мои любимые места на карте Бреста» и «Брест, который должен увидеть каждый».

Полученные результаты могут быть востребованы на локальном уровне для развития туризма, апробированные методики исследования могут быть перенесены на другие объекты.

Литература

1. Абдуллаева Д. К., Нарзуллаева Д. К. Анализ тенденций развития делового туризма в Узбекистане // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2016. № 3 (25). С. 66–71.
2. Абдурахманова З. Ю. К. Взаимосвязь Узбекистана с Китаем и США посредством туризма // Наука, техника и образование. 2020. № 7 (71). С. 42–44.
3. Алгазина Е. И., Кацнель С. А. Влияние пандемии коронавируса на индустрию туризма // Омские социально-гуманитарные чтения — 2020. Материалы XIII Международной научно-практической конференции / Отв. ред. Л. А. Кудринская. Омск: Омский государственный технический университет, 2020. С. 191–194.
4. Акбулаев Н. Н., Мамедов И. М., Алиев В. З. Влияние COVID-19 на индустрию туризма (Испания, Италия и Турция) // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. Т. 223. № 3. С. 380–390.
5. Алеева В. А., Мочалова Ю. Д. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. № 3. С. 3–6.
6. Александрова А. Ю. Статистика международного туризма: современное состояние, проблемы и перспективы развития // Инициативы XXI века. 2013. № 2. С. 26–30.
7. Алексеенко О. А. Картографическое обеспечение управления туризмом в Краснодарском крае: Автореферат дисс... канд. геогр. наук / Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. М., 2010. 26 с.
8. Архипов А. Е. Новая парадигма разработки коммуникационного комплекса санаторно-курортного предприятия // European Social Science Journal. 2011. № 3 (6). С. 336–342.
9. Асланов Д. И. Развитие теоретико-методологических основ трансформации санаторно-курортного комплекса

- региона: автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. Екатеринбург, 2013. 46 с.
10. Аширова Э. А. К. Текущее положение и перспективы развития въездного туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан). 2021. № 1. С. 36–42.
 11. Ашугатоян С. Г. Трансформация территориальной структуры въездного и внутреннего туризма в Турции // Географический вестник. 2017. № 4 (43). С. 153–161.
 12. Баубекова Г. К., Сабигина А. У., Ахметова Э. Б. Туристско-рекреационный потенциал Республики Казахстан // Познание стран мира: история, культура, достижения. 2013. № 2. С. 32–36.
 13. Бингель З. М. Анализ экономики развития туризма Средиземноморья // Российское предпринимательство. 2013. № 12 (234). С. 115–121.
 14. Ботавина Е. Б., Чурзина Е. Ю. Туристический потенциал Австрии // Вестник университета. 2020. № 6. С. 70–76. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-6-70-76.
 15. Буторов С. А. Пандемия COVID-19 и её влияние на мировую туристическую индустрию // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 2 (94). С. 116–125.
 16. Васильева Н. В. Австрия — идеальная страна для туризма // Конкурентоспособность территорий. Материалы XX Всероссийского экономического форума молодых учёных и студентов. 2017. С. 131–135.
 17. Величкина А. В. Проблемы развития туристской инфраструктуры региона (на примере Вологодской области) // Проблемы развития территории. 2013. №. 4 (66). С. 40–48.
 18. Веселкова Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 2–29.
 19. Ветитнев А. М., Журавлева Л. Б. Курортное дело: учебное пособие. М: Кнорус, 2006. 528 с.

20. Визгалов Д. В. Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. 110 с.
21. Волков А. Д., Тишков С. В., Каргинова-Губинова В. В., Щербак А. П. Экологические проблемы Арктического региона: состояние и динамика в восприятии населения (результаты социологического опроса на территории карельской Арктики) // Регион: Экономика и Социология. 2021. № 3 (111). С. 203–239.
22. Волков С. К. Анализ туристской привлекательности г. Волгограда с точки зрения теории Джона Урри // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2013. № 17 (120). С. 113–118.
23. Воскресенский В. Ю. Современные тенденции в международном туризме // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 6. С. 33–39.
24. Голомидова Е. С., Манаков А. Г., Васильев Р. А. Динамика и география выездного туризма граждан России в 2006–2017 гг. // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки». 2018. № 12. С. 27–40.
25. Гордин В. Э., Трабская Ю. Г. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. СПб.: Левша — Санкт-Петербург, 2014. 208 с.
26. Гредасова Е. Д., Плужникова И. И. Использование маркетинга в продвижении образовательных услуг // Интеллектуальный потенциал XXI века: сб. статей Международной научно-практической конференции. Уфа: ООО «Омега Сайнс», 2018. С. 13–16.
27. Дашян К. П. Мировая туристическая индустрия в период пандемии COVID-19 и пути выхода из неё // Вестник Академии знаний. 2021. № 3 (44). С. 86–92.
28. Джанджугазова Е. А. Развитие туризма и гостеприимства: временная остановка или новый путь? // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021. Т. 7. № 1. С. 15–22.

29. Дмитриева Т. Е., Фомина В. Ф. Эколого-экономическая оценка здоровья населения Республики Коми // Арктика: экология и экономика. 2021. Т. 11. № 3. С. 436–448. DOI: 10.25283/2223-4594-2021-3-436-448.
30. Добровольская Е. С. Пространственно-временные аспекты иностранного туризма в странах Средиземноморья: специальность 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география»: диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук. М., 2009. 181 с.
31. Дудин М. Н., Лясников Н. В., Сидоренко В. Н. Оптимизация демографических процессов в рамках миграционной политики и обеспечения экономической безопасности регионов страны // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. № 21. С. 4–14.
32. Дуйсембаев А. А., Подсухина О. В., Кобетаев Б. Н. Перспективы развития туризма в Республике Казахстан в условиях усиления интеграционных процессов между странами ЕАЭС // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. № 39–1. С. 133–139.
33. Дуйсембекова Г. Р., Сабдалина А. К., Абилгазиева Ж. Е. Оценка туристско-рекреационного потенциала Республики Казахстан // Вестник университета Туран. 2019. № 3 (83). С. 129–135.
34. Егорова С. А., Беркасова Л. В. Культурно-исторические ресурсы Швейцарии // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства. Материалы 7-й Межрегиональной научно-практической конференции, посвящённой 105-летию РГУ имени С. А. Есенина, 2020. С. 107–110.
35. Елисеева Н. В. Перспективные направления туризма в период пандемии в северных регионах России // Вестник Академии знаний. 2020. № 4 (39). С. 187–191.
36. Жагина С. Н., Топорина В. А. Национальные парки Европейского Севера России (Архангельской, Вологодской областей, Республики Карелия) как объекты ре-

- креации и туризма // Проблемы региональной экологии. 2016. № 6. С. 127–131.
37. Желнина З. Ю. Туризм Мурманской области как драйвер развития территории // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 9. С. 65–75. DOI: 10.24158/per.2021.9.11.
38. Жиленко В. Ю. Проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России // Социально-экономические аспекты качества жизни. Материалы II Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», Пермский институт (филиал). Пермь: Издательство «МиГ», 2017. С. 96–105.
39. Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг. Ульяновск: УлГТУ, 2008. 170 с.
40. Закиров И. В., Жалгас Е. Е. Проблемы и перспективы развития культурно познавательного туризма в Казахстане // Сохранение и рациональное использование культурного наследие в сфере туризма. Материалы Международной научно-практической конференции. Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2016. С. 129–134.
41. Зуева А. А. Туризм в Большом Средиземноморье // Потемкинские чтения: Сборник материалов V Международной научной конференции, Севастополь, 24–26 марта 2021 года / Под ред. Г. В. Косова, Е. Е. Бойцовой, В. В. Хапаева [и др.]. Севастополь: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Севастопольский государственный университет», 2021. С. 164–165.
42. Ибрагимов Э. Э., Меметова Н. Т. Проблематика развития горнолыжного туризма в Швейцарии // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. Материалы II Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. 2019. С. 386–390.

43. Иванова Л. А. Динамика и география международного туристского обмена Великобритании в первые два десятилетия XXI в. // Псковский регионологический журнал. 2021. № 1 (45). С. 92–109.
44. Иванова Л. А., Крыстев В. К. Динамика и география въездного туристского потока в Ирландию // Псковский регионологический журнал. 2022. Т. 18. № 2. С. 108–125. DOI: 10.37490/S221979310020086-7.
45. Иванов И. А., Голомидова Е. С., Теренина Н. К. Влияние пандемии COVID-19 на изменение объема и пространственной структуры туристского потока в Финляндии и Эстонии в 2020 г. // Региональные исследования. 2020. № 4 (70). С. 121–128.
46. Иванов И. А., Михайлов Б. С. Структура и география распределения въездного туристского потока в Норвегии // Псковский регионологический журнал. 2020. № 4 (44). С. 107–118.
47. Иванов И. А. Региональные и сезонные особенности въездного туризма в Исландию // Географический вестник = Geographical bulletin. 2021. № 3 (58). С. 169–179.
48. Иванов И. А., Янчева К. Д. География въездного туризма в Гренландии и на Фарерских островах // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. 17. № 4. С. 97–110.
49. Игенов А. Т., Туяков Р.С., Омарова К. А., Мусина К. П. Туризм в Республике Казахстан: проблемы и перспективы развития // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. Сборник научных статей 7-й Международной научно-практической конференции. Курск: ЗАО «Университетская книга», 2017. С. 22–26.
50. Исабаев Н. Ж. Туризм как фактор развития казахстанско-российских отношений (1991–2012 гг.) // Современные проблемы сервиса и туризма, 2013. № 4. С. 51–62.
51. Исаченко Т. Е., Постникова Е. А. Географический подход при создании бренда региона и проектировании ту-

- ристических кластеров // Вестник СПбГУ. Сер. 7. 2015. № 4. С. 124–135.
52. Исламов Б. А., Исламов Д. Б. О пиар инструментах продвижения туристического, торгового и инвестиционного брендов Узбекистана // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвящённой 55-летию учебного заведения. Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. С. 432–437.
53. Исмагуллаев Ф. О. Развитие международных связей Узбекистана в области туризма // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 4–8 (60). С. 139–143.
54. Каирова А. А. Анализ развития туризма Казахстана // Вестник КАЗЭУ, 2013. № 6 (96). С. 57–66.
55. Каирова А. А., Статистический обзор развития казахстанского туризма // Вестник университета Туран, 2017. № 4 (76). С. 154–158.
56. Каримова Л. С., Матвеев Г. В. Влияние пандемии COVID-19 на международную туристическую деятельность // Вестник ТИСБИ. 2021. № 1. С. 89–93.
57. Козина В. В. Миграция населения центрального Казахстана: виды выездной деятельности и образовательный уровень мигрантов // Экономика образования. 2019. № 6 (7). С. 53–56.
58. Кондратьева С. В., Морошкина М. В. Туризм и отдых населения арктических регионов России: возможности и ограничения // Арктика и Север. 2021. № 45. С. 113–126. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2021.45.113.
59. Кондратьева С. В. Национальный туристический рейтинг российских регионов: типологическое разнообразие // Вестник РУДН. Серия Экономика. 2022. № 1. С. 45–56.
60. Кондратьева С. В. Развитие туризма в регионах Европейского Севера // Арктика и Север. 2022. № 47.

61. Коньшев Е. В., Лутошкина А. К. Экономические последствия влияния COVID-19 на развитие туризма в арктических регионах России // Арктика: экология и экономика. 2021. Т. 11. № 4. С. 504–518. DOI: 10.25283/2223-4594-2021-4-504-518.
62. Кротенко И. Проблемы туризма в условиях коронавируса // Vector European: Revistă Științifico-Practică. 2021. № 1. С. 110–115.
63. Кубаева О. В., Современное состояние туризма и перспективы развития экотуризма в Республике Казахстан // Вестник Казахской академии транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева, 2008. № 6 (55). С. 238–241.
64. Куралбаев А. А., Культурно-исторический туризм Южно-Казахстанского региона как ресурс международного туризма // Проблемы современной экономики. Сборник материалов XXXVI Международной научно-практической конференции. Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2017. С. 78–87.
65. Лаженцев В. Н. Арктика и Север в контексте пространственного развития России // Экономика региона. 2021. Т. 17. №. 3. С. 737–754.
66. Леонидова Е. Г. Оценка влияния пандемии COVID-19 на туристский сектор региона // Проблемы развития территории. 2021. Т. 25. № 5. С. 37–51. DOI: 10.15838/ptd.2021.5.115.3.
67. Леонидова Е. Г. Проблемы туризма как фактора развития региона в контексте влияния пандемии COVID-19 // Актуальные проблемы экономики и права. 2020. Т. 14. № 3. С. 624–637. DOI: <http://dx.doi.org/10.21202/1993-047X.14.2020.3.624-637>.
68. Лобарёв Д. С., Калыкова Ч. И. Современные тенденции образовательной миграции в государствах Центральной Азии // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. 17. № 3. С. 92–102.

69. Лукин Ю. Ф. Арктический туризм в России // Арктика и Север. 2016. № 25. С. 211–216. DOI: 10.17238/issn2221-2698.2016.25.211.
70. Лукин Ю. Ф. Арктический туризм: рейтинг регионов, возможности и угрозы // Арктика и Север. 2016. № 23. С. 96–123. DOI: 10.17238/issn2221-2698.2016.23.96.
71. Макринова Е. И., Лысенко В. В., Рыбочкина Е. А. Формирование активной политики государства в сфере поддержки индустрии туризма в условиях кризиса // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2020. № 4 (83). С. 27–41.
72. Максанова Л. Б. Ж., Андреева А. М. Развитие туризма в условиях пандемии: новые тренды и антикризисные меры // Общество: политика, экономика, право. 2020. № 12 (89). С. 64–68.
73. Манаков А. Г., Голомидова Е. С., Иванов И. А. Оценка величины туристского потока в пределах трансграничных туристско-рекреационных регионов на северо-западном побережье России // Известия Русского географического общества. 2019. Т. 151, вып. 5. С. 18–31.
74. Манаков А. Г., Иванов И. А. Динамика туристского обмена России с соседними странами Северной Европы в 2004–2018 гг. // Псковский регионологический журнал. 2019. № 3 (39). С. 128–144.
75. Манаков А. Г., Иванов И. А., Чученкова О. А. Географические особенности трансграничного туристско-рекреационного регионообразования в Латвии // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2019. № 15. С. 52–61.
76. Манаков А. Г., Кондратьева С. В., Иванов И. А. Структура и география распределения въездного туристского потока в Финляндии // Географический вестник = Geographical bulletin. 2020. № 1 (52). С. 165–176.
77. Манаков А. Г., Николаев В. В. Опыт классификации трансграничных регионов мезоуровня в Европе по гео-

- графическим признакам // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2021. № 17. С. 21–34.
78. Манаков А. Г., Теренина Н. К., Хохрин А. Г. Оценка перспектив этнодемографической трансформации Центральной Азии в соответствии с геополитическими сценариями развития // Известия Русского географического общества. 2022. Т. 154. № 1. С. 17–27.
79. Манаков А. Г., Хохрин А. Г. Трансформация этнического пространства Казахстана и Средней Азии между переписями населения 1970 и 1989 гг. // Псковский регионологический журнал. 2020. № 2 (42). С. 55–70.
80. Махновский Д. Е. Тенденции развития приморских регионов Европы в начале XXI века // Известия Русского географического общества. 2018. Т. 150. № 4. С. 1–15.
81. Мезенцева О. В., Грушечная Е. В. География рекреаций и лечебно-оздоровительного туризма в Омской области // Омский научный вестник. 2014. № 2 (124). С. 255–259.
82. Мекшенева Ж. В. К проблеме развития статистики туризма: региональный аспект // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. Т. 2. № 11. С. 259–262.
83. Монахова Г. Н., Зуева Е. П. Проблемы и тенденции развития туризма в Австрии // Туризм как фактор регионального развития. Материалы VII Международной научно-практической конференции. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2017. С. 84–86.
84. Морозова Н. М., Рудакова Е. К. Миграция в Россию из Таджикистана и Узбекистана демографические и экономические аспекты // Научно-аналитический журнал Обозреватель — Observer. 2020. № 8 (367). С. 76–87.
85. Морозова Т. В., Мурина С. Г., Белая Р. В. Рекреационная мобильность как элемент качества жизни: измерение типологического разнообразия // Труды Карельского научного центра. 2012. № 6. С. 58–67.

86. Морошкина М. В., Кондратьева С. В. Региональная доступность как фактор развития туристского направления // Регионология. 2021. Т. 29. № 1. С. 60–81. DOI: 10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081.
87. Мякшин В. Н., Шапаров А. Е., Тиханова Д. В. Совершенствование оценки туристского потенциала субъектов Арктической зоны РФ // Экономика региона. 2021. Т. 17. № 1. С. 235–248. DOI: 10.17059/ekon. Reg.2021-1-18.
88. Микоян Д. С. Современное состояние, проблемы и перспективы развития санаторно-курортного комплекса страны // Российское предпринимательство. 2008. № 5 (110). С. 125–128.
89. Муханова А. Е., Смагулова Ж. Б. Анализ развитие туризма в Республике Казахстан // Актуальные вопросы экономических наук. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2017. С. 176–180.
90. Наводничий Р. М. Управление развитием сферы лечебно-оздоровительных услуг в России. М.: Феникс, 2011. 26 с.
91. Нездойминов С. Г. Современный потенциал региональных рынков морских круизов // Экономика, предпринимательство и право. 2016. Т. 6. № 2. С. 135–146.
92. Никитинский Е. С. 20 лет независимости Казахстана на пути устойчивого развития туристской индустрии // Вестник университета Туран, 2011. № 4 (52). С. 52–57.
93. Нургалиева А. Ш. Перспективы развития туризма в Казахстане // European Researcher. 2014. Vol. 84. No. 10–1. P. 1765–1775.
94. Оборин М. С. Маркетинговые технологии исследования факторов развития санаторно-курортного комплекса регионов России // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3. № 3. С. 91–101.
95. Оборин М. С. Особенности развития рынка санаторно-курортных услуг регионов в современных социально-

- экономических условиях // Учёные записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2017. Т. 3 (69). № 2. С. 75–89.
96. Оборин М. С. Последствия влияния пандемии COVID-19 на мировой туризм // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 1 (93). С. 47–58.
97. Оборин М. С. Социально-экономическая роль развития санаторно-курортной деятельности в федеральных округах России: основные направления и динамика // Вестник АГТУ. Сер. «Экономика». 2014. № 2. С. 70–77.
98. Оборин М. С. Социально-экономическая среда развития курортного дела Северо-Западного федерального округа // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2014. № 21 (192). С. 70–78.
99. Оборин М. С., Трящин М. М. Основные направления развития рынка лечебно-оздоровительного туризма России: динамика и тенденции // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 6 (50). С. 225–227.
100. Ожерельева Т. А. Особенности развития маркетинга образовательных услуг // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 3. С. 113–115.
101. Орлова В. С. Потенциал сферы туризма и рекреации Европейского Севера: оценка и направления развития в условиях освоения Арктики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т. 14. № 1. С. 141–153. DOI: 10.15838/esc.2021.1.73.10.
102. Отто О. В., Редькин А. Г. Динамика основных показателей развития санаторно-курортной отрасли Российской Федерации // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. № 12. С. 36–45.
103. Погорелов А. М. Природно-климатические условия Турции как важный фактор развития туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2013. № 2 (26). С. 47–49.

104. Похлёбкин В. В. Национальные кухни наших народов. М.: Центрполиграф, 2010. 439 с.
105. Радулович Н. Современное состояние и перспективы развития туризма в Черногории // Цивилизация знаний: российские реалии: Труды Девятнадцатой Международной научной конференции, Москва, 20–21 апреля 2018 г. М.: Российский новый университет, 2018. С. 413–421.
106. Рогова В. А. Маркетинговые технологии продвижения как инструмент повышения результативности профессиональной ориентации // Вестник СевКавГТИ. 2019. № 1 (36). С. 51–57.
107. Салеева Т. В. Трансформация мирового туризма под влиянием пандемии COVID-19 (по предварительным итогам 2020 года) // Sochi Journal of Economy. 2021. Т. 15. № 2. С. 183–191. Севастьянов Д. В. Арктический туризм и рекреационное природопользование — новый вектор развития северных территорий // Россия в глобальном мире. 2017. № 10 (33). С. 75–88.
108. Самохвалова Н. А Особенности развития туризма в Швейцарии // Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты. Материалы Всероссийской молодёжной научно-практической конференции. Иркутск, 2021. С. 143–147.
109. Селякова С. А., Дубиничева Л. В., Марков К. В. Состояние и перспективы развития туристской индустрии в Вологодской области // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2009. № 1 (5). С. 80–88.
110. Сидоровская Т. В., Воловик О. А. Исследование потребительских предпочтений молодежи в сфере регионального туризма // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2019. Т. 10. № 4. С. 342–356.
111. Сидоровская Т. В., Воловик О. А., Сидорук А. Ю. Внутренний туризм: исследование предпочтений жителей северных территорий // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник

- Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2019. № 2. С. 38–50.
112. Симакова А. В. Миграционные намерения молодежи (пост)промышленных моногородов Арктической зоны России: остаться или уехать? // Социальная политика и социология. 2019. Т. 18. № 2 (131). С. 134–144. DOI: 10.17922/2071-3665-2019-18-2-134-144.
 113. Симонян Г. А., Сарян А. А. О влиянии пандемии коронавируса на туризм // Современная научная мысль. 2020. № 2. С. 158–164.
 114. Смиренникова Е. В., Уханова А. В., Воронина Л. В. Оценка демографического потенциала арктических регионов Российской Федерации в контексте инновационного развития // Арктика: экология и экономика. 2021. Т. 11. № 1. С. 19–29. DOI: 10.25283/2223-4594-2021-1-19-29.
 115. Статистика туризма: учебник / Под ред. А. Ю. Александровой. М.: Федеральное агентство по туризму. 2014. 464 с.
 116. Степанова С. В. Общие тенденции и особенности развития инфраструктуры туризма российских регионов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2016. № 3. С. 68–84.
 117. Телепченкова Н. В. Основные направления совершенствования статистики международного туризма // Материалы Афанасьевских чтений. 2013. № 11. С. 234–240.
 118. Теличева Е. Г., Чернов В. А. Устойчивое развитие туризма: контент-обзор конъюнктуры туристского рынка в период пандемии // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2020. Т. 2. С. 136–140.
 119. Тикунова И. Н., Судакова А. Е. Туристский потенциал стран Шёлкового пути // Наука, инновация технологии, 2018. № 1. С. 161–180.

120. Тухлиев И. С., Аблакулов А. А. Современные тенденции развития рынка туристских услуг Узбекистана // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2018. Т. 13. № 5. С. 126–131.
121. Ушакова А. О. Анализ современного опыта развития сферы туризма и гостеприимства на примере Испании // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 1. С. 97–104.
122. Фаронова Ю. В., Усманова А. Р. Швейцария и пандемия коронавируса: послековидная политика развития туризма // Сборник научных трудов. Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал), Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского. Симферополь, 2020. С. 421–424.
123. Халимбеков Х. З., Фастовец И. П., Шахбанова З. Р. Проблемы и перспективы адаптации туризма под воздействием глобальных вызовов // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2021. № 2. С. 5–14.
124. Хетагурова В. Ш. Открываем Центральную Азию: перспективы развития туризма по тропам Великого Шёлкового Пути // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 6 (76). С. 15–31.
125. Цветков А. Ю. Логистические основы организации отдыха выходного дня для населения Архангельской городской агломерации // Арктика и Север. 2021. № 43. С. 215–228. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2021.43.215.
126. Чученкова О. А. География потоков международного въездного туризма в Эстонии в 2004–2018 гг. // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2019. № 14. С. 55–66.
127. Чученкова О. А. Динамика выездного туристского потока из Эстонии и Латвии во втором десятилетии XXI века // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Естественные и физико-математические науки. 2021. № 17. С. 50–60.

128. Шаипов Р. Х., Пасько О. В., Горяинов К. С. Потенциал устойчивого развития туризма участка маршрута великого шелкового пути в республике Узбекистан // Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма и гостеприимства в условиях межкультурной коммуникации. Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В. П. Соловьева, О. Т. Ергунова, О. Л. Соколова. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2020. С. 71–77.
129. Шалбаева А. Р., Хан И. Ю. Оценка современного развития туризма в республике Казахстан // Физическая культура, спорт, туризм, двигательная рекреация. 2016. Т. 1. № 2. С. 52–56.
130. Шепелина О. С., Ванина О. Е. Ментальные карты: способы анализа, погрешность и пространственная метрика // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 8. С. 248–254.
131. Щенявский В. А. Оценка эффективности внутренней туристско-рекреационной деятельности на сельских территориях Республики Коми // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 5 (56). С. 43–55.
132. Шпилько С. П., Степуренко О. А. Субсидии в виде кэш-бэка как форма поддержки спроса в сфере внутреннего туризма // Вестник РМАТ. 2020. № 4. С. 24–30.
133. Шпырня О. В. Обзор развития европейского рынка инсентив туризма // Научный вестник Южного института менеджмента. 2020. № 1. С. 79–82.
134. Эккель Б.М. Определение индекса мозаичности национального состава республик, краёв и областей СССР // Советская этнография. 1976. № 2. С. 33–39.
135. Яковчук А. А. Проблемы развития туристской отрасли в регионах арктической зоны Российской Федерации // Арктика и Север. 2020. № 38. С. 55–72. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2020.38.56 56.

136. Altuntas F., Gok M. S. The effect of COVID-19 pandemic on domestic tourism: A DEMATEL method analysis on quarantine decisions. *International Journal of Hospitality Management*, 2021. No. 92.
137. Baldigara T., Mamula M. Tourism Statistics in Croatia: Present Status and Future Challenges // *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2012. Vol. 44. P. 53–61.
138. Brouder P. Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world // *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22. No. 3. P. 484–490.
139. Daniela M., Smaranda T. The International Tourism and the COVID-19 Pandemic — Present and Perspectives // “Ovidius” *University Annals, Economic Sciences Series*. 2020. Vol. 20. No. 1. P. 433–438.
140. Gössling S., Scott D., Hall C.M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. 2020. Vol. 29. No. 1. P. 1–20.
141. Ivanov I. A., Golomidova E. S., Terenina N. K. Influence of the COVID-19 Pandemic on the Change in Volume and Spatial Structure of the Tourist Flow in Finland and Estonia in 2020 // *Regional Research of Russia*, 2021. Vol. 11. No. 3. P. 361–366.
142. Korinth B., Ranasinghe R. COVID-19 pandemic’s impact on tourism in Poland in March 2020 // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2020. Vol. 31. No. 3. P. 987–990.
143. Korinth B. The impact of COVID-19 on foreign travel plans of Polish tourists // *Studia Periegetica*, 2020. Vol. 32. No. 4. P. 59–69.
144. Korinth B., Wendt J. A. The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries // *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*. 2021. Vol. 35. No. 3. P. 186–204.
145. Lebedeva E. A. Tourism in Pinezhye, Arkhangelsk region // *Sciff. Questions of Students Science*. 2019. No. 8 (36). P. 191–193.

146. Liu A., Vici L., Ramos V., Giannoni S., Blake A. Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team // *Annals of Tourism Research*. 2021. No. 88, 103182.
147. Manakov A. G., Kondrateva S. V., Terenina N. K. Development of cross-border tourist and recreational regions on the Karelian section of the Russian-Finnish border // *Baltic Region*. 2020. Vol. 12. № 2. P. 140–152.
148. Manakov A., Krasilnikova I., Ivanov I. Geography of inbound tourism and transboundary tourism-and-recreation region-building in Sweden // *Baltic Region*. 2021. Vol. 13. No. 1. P. 108–123.
149. McTeigue C., Sanchez C., Santos E., Walter C. E., Au-Yong-Oliveira M. A Strategy for Tourism Growth, Rebound, and Revival: Promoting Portugal as a Destination Post-COVID-19 // *Sustainability*. 2021. No. 13, 12588.
150. Moreno-Luna L., Robina-Ramírez R., Sánchez M. S.-O., Castro-Serrano J. Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain // *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2021. No. 18, 1859.
151. Niewiadomski P. COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? // *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22. No. 3. P. 651–656.
152. Pashkevich A., Lamers M. Short-circuiting cruise tourism practices along the Russian Barents Sea coast? The case of Arkhangelsk // *Current Issues in Tourism*. 2015. DOI: 10/1080/13683500.2015.1092947.
153. Sagynbekova L. International labour migration in the context of the Eurasian Economic Union: issues and challenges of Kyrgyz migrants in Russia. Institute of Public Policy and Administration, Working paper 39, 2017. P. 47–57.
154. Seetanah B., Juwaheer T. D., Lamport M. J., Rojidi S., Sannasee R V (2011). Does Infrastructure Matter In Tourism Development? // *University of Mauritius research journal*. No. 17. P. 89–108.

155. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research // J. Bus. Res. 2020. No. 117. P. 312–321.
156. Soare I. The Evolution of Tourist Flow and Accommodation Facilities in Suceava County and their Possible Reconfiguration due to the Covid-19 Pandemic // Annals of Dunarea de Jos University. Fascicle I: Economics and Applied Informatics. 2020. Vol. 26. No. 2. P. 180–188.
157. Stepanova S. V., Shulepov V. I., Way to assess the development of municipal tourism infrastructure // Journal of Applied Engineering Science. 2019. Vol. 17. No. 1. P. 87–92. DOI: 10.5937/jaes17-17073.
158. Volkmann C., Tokarski K. O., Dincă V. M, Bogdan A. The Impact of COVID-19 on Romanian Tourism. An Explorative Case Study on Prahova County, Romania // Amfiteatru Economic. 2021. Vol. 23. No. 56. P. 196–205.

Авторы коллективной монографии

Азимбаева Вазира Дарканбай кизи, бакалавр туризма (г. Газалкент, Узбекистан). E-mail: vaziko.1998@mail.ru.

Бойко Екатерина Леонидовна, студентка кафедры географии и природопользования, Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина (г. Брест, Республика Беларусь). E-mail: catusha.boiko@yandex.ru.

Васильева Татьяна Владимировна, кандидат географических наук, доцент кафедры географии, институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: tatyana_korotche@mail.ru.

Гаврилов Алексей Алексеевич, старший преподаватель кафедры прикладной информатики и моделирования, начальник отдела развития образовательных программ и качества образования, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: alexg.pskov@gmail.com.

Дементьев Виталий Сергеевич, кандидат географических наук, преподаватель Института среднего профессионального образования, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (С.-Петербург, Россия). E-mail: dementjew.vitaly2011@yandex.ru.

Евдокимов Сергей Игоревич, кандидат географических наук, доцент кафедры географии, институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: serenia-8178@yandex.ru

Иванов Иван Андреевич, аспирант кафедры географии, естественно-географический факультет, институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: ii60@bk.ru.

Кондратьева Светлана Викторовна, кандидат экономических наук, научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр «Карельский научный центр РАН» (г. Петрозаводск, Россия). E-mail: svkorka@mail.ru.

Красильникова Ирина Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой географии,

институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: mulia777@mail.ru.

Кривуля Ирина Владимировна, старший преподаватель кафедры географии, институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: krivulyaa@mail.ru.

Лобарёв Дмитрий Сергеевич, старший преподаватель кафедры математики и теории игр, начальник управления коммуникаций в сфере общего образования и организации приёма обучающихся, начальник отдела по приёму в университет, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: lds1979@mail.ru.

Мамасодиков Давронбек Махсуд угли, магистр географии (г. Наманган, Узбекистан). E-mail: davronbek_3353@mail.ru.

Манакوف Андрей Геннадьевич, доктор географических наук, профессор кафедры географии, институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: region-psk@yandex.ru.

Менжинская Ада Викторовна, магистр географии, менеджер по продажам, ООО Знак-Плюс (г. Псков, Россия). E-mail: menzhinskaya.ada@yandex.ru.

Николаева Алина Вячеславовна, студентка по направлению подготовки «Туризм», институт среднего профессионального образования, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (С.-Петербург, Россия). E-mail: alina9213802950@gmail.com.

Петрова Ксения Валерьевна, студентка по направлению подготовки «Туризм», институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: KseniaP100514@yandex.ru.

Смирнова Кристина Романовна, студентка по направлению подготовки «Туризм», институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: b4536364@gmail.ru.

Теренина Наталья Константиновна, кандидат географических наук, доцент кафедры географии, институт медицины и экспериментальной биологии, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: brazelon@yandex.ru.

Токарчук Светлана Михайловна, кандидат географических наук, доцент кафедры географии и природопользования, Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина (г. Брест, Республика Беларусь). E-mail: svetlana.m.tokarchuk@mail.ru.

Фёдорова Алёна Валерьевна, магистрант направления «Педагогическое образование», секретарь проректора по работе с молодёжью, Псковский государственный университет (г. Псков, Россия). E-mail: alena199969@gmail.com.

Содержание

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ГЕОГРАФИЮ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ.....3

Статистика туризма в мире: основные способы учёта
и география охвата.....3

Основные показатели, используемые при анализе
въездного и выездного туристского потока.....9

Географические аспекты влияния пандемии COVID-19
на туристские потоки стран Европы.....15

*Изучение влияния пандемии COVID-19 на индустрию
туризма.....16*

*Изучение влияния пандемии COVID-19 на величину и
направленность международных турпотоков.....19*

*Оценка потерь стран Европы в сфере международного
туризма в 2020 г. по сравнению с 2019 г.....23*

*Сокращение въездного туристского потока в страны
Европы в 2020 г. по сравнению с 2019 г.....33*

Изменение величины и структуры въездного туристского
потока в 2020 г. в отдельных странах Европы.....40

Страны Балтии: Эстония и Латвия.....40

Северная Европа: Финляндия и Швеция.....46

<i>Центральная Европа: Германия и Польша.....</i>	<i>50</i>
<i>Южная Европа: Испания и Италия.....</i>	<i>53</i>
Динамика и география въездного турпотока в Швейцарии в 2010–2021 гг.....	56
Динамика и география въездного турпотока в Австрии в 2011–2022 гг.....	72
Въездной и выездной туризм в Казахстане в 2000–2020 гг.....	85
Въездной и выездной туризм в Узбекистане в 2010–2021 гг.....	97
Влияние пандемии COVID-19 на туристское развитие регионов Европейского Севера Российской Федерации.....	113
ВИДЫ ТУРИЗМА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	129
Пляжно-купальный туризм в Средиземноморье.....	129
Проблемы развития санаторно-курортного комплекса России.....	144
Гастрономический бренд региона: формирование и продвижение в туризме (на примере Псковской области).....	154
Образовательный туризм из государств Средней Азии в XXI веке.....	160

**ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ.....173**

Создание туристско-краеведческого геопортала
(на примере Кобринского района Брестской области
Республики Беларусь).....173

Составление ментальных карт для изучения туристского
образа г. Бреста.....180

Литература.....189

Авторы коллективной монографии.....208

Научное издание

ВИДЫ ТУРИЗМА И ГЕОГРАФИЯ ТУРПОТОКОВ В
ЗЕРКАЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

Монография

Технический редактор: Манаков А. Г.
Компьютерная вёрстка: Манаков А. Г.
Корректор: Манаков А. Г., Шморага К. А.

Подписано в печать 24.06.2022. Формат 60х90/16.
Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. л. 13,375.
Тираж 350 экз. Заказ № 6055.

Отпечатано на Versant 2100.

Адрес издательства:
Россия, 180000, г. Псков, ул. Л. Толстого, д. 4а, корп. 3а.
Псковский государственный университет