

Гусарова М.Е.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: gusarova.m@mail.ru*

### **Современный туризм в Российской Федерации: состояние и тенденции**

В современных условиях туризм является массовым общественным явлением и неотъемлемой частью жизни многих жителей планеты. Прежде чем характеризовать состояние туризма в России, приведем статистические показатели по развитию мирового туризма за последние годы. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WWTC) доля туризма в 2019 г. составляла 10,3% от мирового ВВП, в 2020 г. из-за пандемии коронавируса она сократилась до 5,3% (падение составило более 50%), а в 2021 г. увеличилась до 6,1% (рост составил около 22%). Еще одним показателем, характеризующем сектор туризма, является число занятых в этой сфере. В 2019 г. в туризме было занято 333 млн. человек. В 2020 г. потери составили 18,6% (62 млн. человек), в 2021 г. было восстановлено 18,2 млн. рабочих мест, что составило 6,7% роста [2].

В РФ доля туризма в объеме ВВП в 2019 г. составляла 5%, в пандемийный год она сократилась до 2,9%, а в 2021 г. выросла до 3,7%. Если посмотреть в относительных показателях, то в РФ по сравнению с мировыми данными падение было меньшим (42,7% против 50,4%), а рост большим (32,8% по сравнению с 21,7%). Что касается рабочих мест, то в 2019 г. в туристской сфере было занято 4,03 млн. человек (5,6% от общего количества рабочих мест). В 2020 г. их количество сократилось на 7,2% и составило 3,74 млн. человек. В 2021 г. рост составил всего 0,9% (это значительно меньше по сравнению с мировыми показателями). Также произошли изменения в соотношении расходов между внутренними и иностранными туристами. В 2019 г. оно составляло 73% к 27%, то в 2021 г. соответственно 87% и 13% [2]. Сокращение числа иностранных туристов в РФ подтверждается и данными Росстата: в 2019 г. в РФ въехало 24419 тыс. чел., 2021 – только 7079,8 тысяч [3].

На наш взгляд, во многом такие изменения в развитии внутреннего туризма были связаны с принятием в 2021 г. и реализацией национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», рассчитанного до 2030 г.

В 2022 году (с января по ноябрь) по территории РФ было совершено 133 386 289 поездок как российскими, так и иностранными гражданами. Среди субъектов РФ лидерами стали Краснодарский край (19 183 999), Московская область (14 631 457), Ленинградская область (14 630 478), Санкт-Петербург (7 620 600). По территории Владимирской области было совершено более 1,5 млн. поездок [3].

В 2019 году в сфере туризма функционировало 111874 предприятия.<sup>1</sup> Из них 85062 были прибыльными. Это составило 76%. В 2021 г. общее количество увеличилось до 114041 предприятий. Относительное количество прибыльных предприятий осталось практически таким же (75,4%). Прибыль этих организаций в 2019 г. составляла 353,6 млрд. руб., а в 2021 г. – 483 млрд. руб. [3].

Анализ современного туризма, в том числе в России, позволяет выделить определенные тенденции. Охарактеризуем некоторые из них подробнее.

Во-первых, ориентация спроса на внутренний туризм. Об этом свидетельствуют следующие данные: в 2019 г. из РФ в зарубежные страны выехало 45330 тысяч, а в 2021 – 19199,1 тысяч. Данную тенденцию можно подтвердить и сведениями о проданных турпакетах гражданам России как по территории РФ, так и в зарубежные страны: в 2021 г. их количество составляло 2586 и 1973 (60% и 40%), в 2019 г. – 2111 и 2911 (42% и 58%), а в далеком 2013 г. – 969 и 4240 (19% и 81%) [3].

---

<sup>1</sup> Без учета индивидуальных предпринимателей

Во-вторых, устойчивый рост цен на отечественном рынке. В 2019 г. турпакет, реализованный туристскими фирмами по территории России, в среднем стоил 32 тыс. руб., в 2020 – почти 34 тыс. руб., в 2021 – 40 тыс. руб. [3]

В-третьих, реализация в регионах крупных, статусных и имиджевых проектов и создание национальных туристских маршрутов, характеризующихся востребованностью, конкурентоспособностью, доступностью и глобальностью. Среди них «Ивановские манеры» ((Шуя, Палех, Иваново), «Город мастеров» (Кострома, Нерехта), «Повесть временных лет» (Валдай, Великий Новгород, Старая Русса) и другие [1].

В-четвертых, продвижение турпродуктов и территорий через амбассадоров. Амбассадоринг в туризме – это формирование и продвижение образа территории с опорой на харизму и репутацию конкретной личности. Посол территории является носителем культуры и менталитета, характерных для нее. Он может через эффект «сарафанного радио» влиять на других и формировать позитивное отношение к туристской дестинации, повышать ее узнаваемость и осведомленность о ней [4]. Такими «послами территорий» могут стать известные медийные личности, представители культуры, спорта, лидеры мнений и другие. Так первым амбассадором Москвы стал знаменитый хоккеист посол по туризму Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) Вячеслав Фетисов. Амбассадоры успешно используются и в деловом туризме, в частности в Санкт-Петербурге.

Это неполный перечень тенденций, характерных для современного туризма, в первую очередь российского. Хотя амбассадоринг уже доказал свою эффективность за рубежом. Характеристика других тенденций будет являться предметом следующей статьи.

### Литература

1. Ассоциация Туроператоров. Режим доступа: [https://www.atorus.ru/rest\\_in\\_russia/routes](https://www.atorus.ru/rest_in_russia/routes).
2. Всемирный совет по путешествиям и туризму. Режим доступа: <https://wttc.org/research/economic-impact>.
3. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>
4. Федорова М.С. Амбассадоринг как механизм продвижения территории на рынке туризма // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – № 3-1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ambassadoring-kak-mehanizm-prodvizheniya-territorii-na-rynke-turizma>