

УДК 338.2

DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003

Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»**Пьянкова Светлана Григорьевна**

Доктор экономических наук,
профессор кафедры региональной, муниципальной экономики и управления,
Уральский государственный экономический университет,
620144, Российская Федерация, Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45;
e-mail: silen_06@list.ru

Ергунова Ольга Титовна

Кандидат экономических наук,
заведующий кафедрой туристического бизнеса и гостеприимства,
Уральский государственный экономический университет,
620000, Российская Федерация, Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45;
e-mail: ergunova-olga@yandex.ru

Митрофанова Инна Васильевна

Доктор экономических наук, профессор,
главный научный сотрудник,
Лаборатория региональной экономики,
Федеральный исследовательский центр
Южный научный центр РАН;
344006, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, просп. Чехова, 41;
профессор кафедры экономической теории, мировой
и региональной экономики,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: mitrofanova@volsu.ru

Глазкова Наталья Георгиевна

Кандидат экономических наук, доцент, директор
Института международного образования,
доцент кафедры экономической теории, мировой и региональной экономики,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: gng_07@inbox.ru

Аннотация

В основе формирования оптимального социально-экономического развития региона лежит эффективное использование его потенциала и соответствие с приоритетами реализации национальных проектов. В условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-2019 все регионы РФ столкнулись с рядом вызовов, однако наиболее пострадавшей отраслью стал рынок туристических услуг, что особо актуальными стали меры по восстановлению и развитию внутреннего туристских рынков страны в условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», направленного на увеличение социальной и экономической роли туризма в развитии Российской Федерации. Гипотеза исследования основана на предположении о том, что развитию внутреннего туризма в регионах России будет способствовать реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В статье проведено исследование теоретико-методологических аспектов формирования механизма развития внутреннего туризма в регионах, рассмотрены основные тенденции развития региональных рынков туристских услуг с учетом оценки эффективности межорганизационных отношений в региональной туристско-рекреационной сети. Результатом исследования стало формирование модели взаимодействия стейкхолдеров на уровне региона в условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Для цитирования в научных исследованиях

Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Митрофанова И.В., Глазкова Н.Г. Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 9А. С. 34-50. DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003

Ключевые слова

Туризм, национальный проект, регион, территория, инфраструктура, туристская дестинация, индустрия гостеприимства.

Введение

Индустрия туризма являясь важным сектором региональной экономики, до пандемии коронавирусной инфекции COVID-2019 обладала высокими темпами развития и характеризовалась по данным 2019 года следующими показателями: 65 млн. внутренних поездок, 2,5 млн. рабочих мест, экспорт туристических услуг составлял 11 млрд долл. США, при этом доля туристической отрасли в общем ВВП оценивалась в 4,36 трлн рублей или 4–4,2% ВВП России. Влияние пандемии оказало значительное негативное влияние на сферу туризма в регионах РФ, трансформировав сами подходы к ведению бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства в гибридном формате. В условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», рассчитанного на десять лет, включающего в себя меры государственной поддержки, связанные с развитием инфраструктуры туризма, поддержкой спроса на туристические услуги, нормативно-правовым и кадровым обеспечением, существует возможность скорого восстановления туристической отрасли в субъектах РФ. Изучение данного направления является важным для понимания современных инновационных принципов организации в рассматриваемой индустрии, а также специфики влияния новых приоритетов

государственной и региональной политики.

В глобальном масштабе путешествия и туризм вносят значительный вклад в ведущий сектор создания рабочих мест, социально-экономического и культурного развития во всем мире [McCabe, Qiao, 2020; Iorember, Jelilovet, Usman, Işık, 2020]. Во многих городах, регионах и странах туризм играет важнейшую роль в качестве стратегической основы ВВП экономики. Путешествия и туризм вносят существенный вклад в бизнес-операции и в конечном итоге вносят вклад в национальную экономику. Индустрия туризма и отдыха играет жизненно важную роль в экономической деятельности и удовлетворении потребностей клиентов, но она также стала наиболее уязвимым участником отрасли [Ma, de Jong, Sun, Bao, 2020]. Эта отрасль всегда испытывает самые сильные удары различных болезней, эпидемий, сезонного гриппа и глобальных пандемий.

Индустрия путешествий и туризма больше всего пострадала от вспышки COVID-19 и продемонстрировала резкое снижение на 98% в мае 2020 г., что отражало запреты на поездки и ограничения во всем мире, на фоне профилактических мер по сдерживанию быстрой передачи вируса. Согласно информации, предоставленной направлениями, число прибытий туристов со всего мира резко сократилось на 56%. Возникновение пандемии COVID-19 привело к огромным финансовым потерям и вызвало глобальные медицинские и экономические кризисы во всем мире [Anderson, Heesterbeek, Klinkenberg, Hollingsworth, 2020; Brewer, 2016]. Самые пугающие новости о сезонных вспышках гриппа, эпидемиях, пандемиях и катастрофах привели к резкому спаду в индустрии путешествий и туризма, которая вносит основной вклад в сферу услуг [Abbas, 2021; Jones, Jensen, Scherr, Brown et al., 2015]. Пандемии отрицательно сказываются на поведении туристов и их психическом благополучии [Aman, Abbas, Mahmood, Nurunnbi et al., 2019; Bauer, Baltra, Pabon, Díaz et al., 2021; Park, Boatwright, Johnson, 2019]. В результате они отказываются от запланированных поездок, опасаясь заражения болезнью, поскольку избежать передачи вируса во время путешествия кажется невозможным [Mamirkulova, Mi, Abbas, Mahmood et al., 2020; Avery, 2017]. Кроме того, путешествия туристов увеличивают риск заражения других авиапассажиров в отсутствие эффективных вакцин [Su, McDonnell, Cheshmehzangi, Abbas et al., 2021; Hu, Zhang, 2014]. Путешественники играют значительную роль в передаче вирусов, эпидемий, вспышек или пандемий между пунктами назначения местных сообществ [Hollingsworth, Ferguson, Anderson et al., 2006; Abbott, 2021; Zhong, Huang, Liu, 2021; Li, Wang, Lin, Hajli, 2016]. Неблагоприятные последствия COVID-19 для индустрии путешествий и отдыха привели к появлению новых вирусных заболеваний [Ageel, Oancea, 2021]. В результате новые вирусы распространяются и вызывают неожиданные эпидемии или пандемии в любое время [NeJhaddadgar, Ferguson, Anderson et al., 2020, Kallbekken, Sælen, 2021; Ioannides, Gyimóthy, 2020].

Вспышка смертельного вируса вызвала множество проблем для национальных экономик и международного сообщества. Исследователи во всем мире [Aliperti, Sandholz, Hagenlicher, Rizzi, 2019] начали переосмысливать стратегии восстановления сферы туризма и индустрии гостеприимства к допандемийным показателям экономической деятельности. Соответственно, влияние COVID-19 на туризм и связанные с ним исследования повысят осведомленность путем просвещения масс и преодоления такого экономического кризиса путем внедрения инноваций и изменений для восстановления отрасли [Sigala, 2020, Gretzel, Fuchs, Baggio, Hörken, 2020]. В ответ на растущий исследовательский энтузиазм, связанный с изучением воздействия COVID-19 на туризм, необходимы исследования, основанные на оценке инструментов и мер

государственной поддержки по восстановлению и развития индустрии туризма и гостеприимства как на национальном уровне, так и региональном.

Зарубежные и отечественные исследователи сферы туризма предполагают, что новации в политике государственной поддержки, адаптация и интеграция национальных проектов по восстановлению индустрии гостеприимства и путешествий в постпереходную фазу COVID-19, может трансформировать будущее туризма [Okhrimenko, Ergunova, 2021; Пьянкова, Митрофанова, Ергунова, Тихонович, 2021; Hall, Bagher, Hoseini, Nashtarkhani, 2020]. Пандемия Covid-19 имеет долгосрочные последствия, которые требуют от сферы туризма и индустрии гостеприимства пересмотра, внедрения инноваций и преобразования своего бизнеса. Однако литература, относящаяся к этой области, остается в значительной степени недостаточно развитой. В данной статье, основанной на анализе данных 30 статей и отечественных и зарубежных исследований, а также национальных инициатив управления кризисами в данной сфере, предложена модель межорганизационных отношений в региональной туристско-рекреационной сети, а также разработан механизм взаимодействия стейкхолдеров в условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Наблюдение за воздействием и последствиями COVID-19 может включать следующие важные заинтересованные стороны: спрос на туризм, туристические ресурсы, туристические организации и руководители правительства [Sigala, 2018]. Эти три стороны могут продемонстрировать циклы реагирования на вспышку, регенерации и перезапуска, чтобы интегрировать постпереходную фазу COVID-19. При формировании механизм развития внутреннего туризма в регионах России в условиях реализации национального проекта «туризм и индустрия гостеприимства» на межрегиональном рынке туристских услуг помимо последствий пандемии необходимо учитывать действующие долгосрочные тренды: нестабильность внешней среды, низкое качество инфраструктурных туристических объектов, недостаточную популяризацию отечественных регионов на рынке туристских услуг.

Тенденции развития рынка туристских услуг в РФ

Туристический сектор является одним из наиболее подверженных негативному влиянию пандемии сегментов экономик, в течение 2020 года отрасль продемонстрировала резкое снижение до 78% в мае 2020 года, что отражало запреты на поездки и ограничения во всем мире, на фоне профилактических мер по сдерживанию быстрой передачи вируса. Популярными регионами РФ для туристов в 2020 г. оставались Краснодарский край, Московская область, Крым (Рис. 1).

При этом в первом полугодии 2021 года такие регионы как Краснодарский край, Московская область, Ленинградская область, Крым и Татарстан, Свердловская область, Башкирия, Нижегородская и Ростовская области, стали лидирующими по количеству отдыхающих.

В табл. 1. представлены показатели, характеризующие развитие туристской отрасли в России в 2011–2020 гг.

В предшествующие пандемии COVID-2019 годы показатели развития туристической отрасли в РФ стабильно росли в среднем по 5% ежегодно, показатель валовой добавленной стоимости туристской индустрии вырос с 3 270,7 млрд руб. в 2017 г. до 3 867,5 млрд руб. в 2020 г.

В регионах РФ развитие туристической отрасли с ориентацией прежде всего на внутреннего потребителя сильно зависят от успехов борьбы с пандемией. Статистика вакцинации от

коронавируса в России по данным на 19.09.2021г. составила 46 811,5 тыс. человек, привитых хотя бы одним компонентом вакцины или 28% от населения, а также 40 925,2 тыс. человек, полностью привитых.

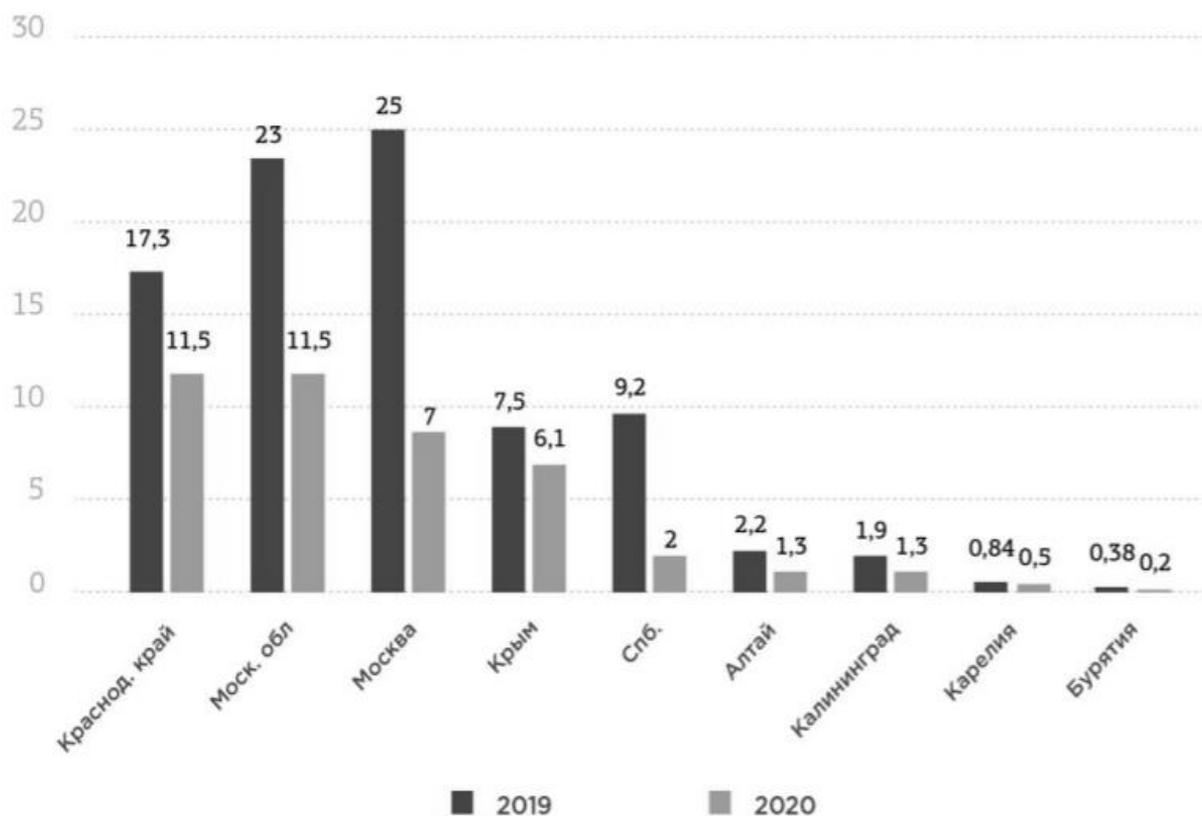


Рисунок 1 - Самые востребованные регионы РФ в 2019–2020 гг. среди туристов, млн. чел. [Вестник АТОР, 2021]

Таблица 1 – Основные показатели развития туротрасли в РФ в 2017–2020 гг.

Показатель	ед. изм.	2017 г.	Динамика 2017 г. к аналог. 2016г. (+/-) %	2018 г.	Динамика 2018г. к аналог. 2017 г. (+/-) %	2019 г.	Динамика 2019 г. к аналог. 2018 г. (+/-) %	2020 г.	Динамика 2019 г. к аналог. 2018 г. (+/-) %
Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения	млн. чел.	61,56	13,09	71,53	16,20	76,04	6,31	47,38	-37,69
Площадь номерного фонда коллективных средств размещения	тыс. м ²	19 451,7	8,04	21 649,5	11,30	22 215,0	2,61	21 954,6	-1,17
Инвестиции в основной капитал средств размещения	млн. руб.	32 483,4	6,97	42 861,1	31,95	36 683,0	-14,41	н/д	

Показатель	ед. изм.	2017 г.	Динамика 2017 г. к аналог. 2016г. (+/-) %	2018 г.	Динамика 2018г. к аналог. 2017 г. (+/-) %	2019 г.	Динамика 2019 г. к аналог. 2018 г. (+/-) %	2020 г.	Динамика 2019 г. к аналог. 2018 г. (+/-) %
Вклад туризма в ВВП страны	%	3,9	14,71	3,9	0,0	3,9	0,0	н/д	
Количество туроператоров Едином федеральном реестре	ед.	4 553	1,93	4 426	-2,79	4 613	4,23	4 298	-6,83
Валовая добавленная стоимость туристской индустрии	млрд руб.	3 270,7	25,29	3 661,5	11,95	3 867,5	5,63	н/д	

В средне - и долгосрочном периоде региональные туристические отрасли могут расширить собственный рынок за счет привлечения внутренних туристов, ориентированных ранее на зарубежные рынки. У тех регионов, где исходящий из субъекта РФ туристический поток был больше, чем входящий, есть существенный шанс сгладить потери за счет переориентации исходящего турпотока на внутренний рынок. Представление о возможности «импортозамещения» туристических услуг возможно сделать на основе роли туризма как источника валютной выручки страны (рис. 2).

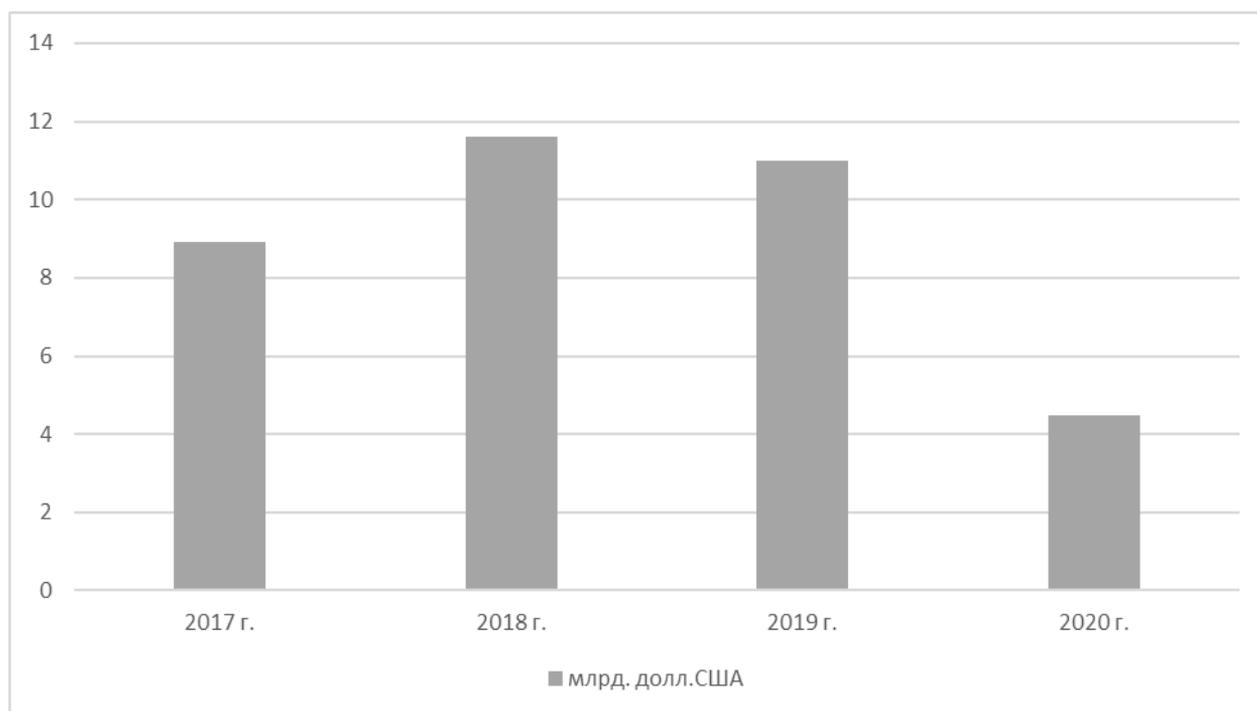


Рисунок 2 - Показатели динамики экспорта услуг по статье «Поездки» (млрд долл. США) [Федеральное агентство по туризму РФ, 2021]

По данным Федерального агентства по туризму РФ, в 2020 году по сравнению с 2019 годом снижение экспорта услуг по статье «Поездки» составило 73,64% или 2,90 млрд долл. Независимо от того, будут ли сняты ограничения на международные перелеты в 2022–2023 гг., национальная отрасль туризма понесет серьезные потери, в том числе за счет снижения экспортной выручки от туристической отрасли. С другой стороны, у РФ, в случае успешной борьбы с эпидемией есть шанс смягчить потери за счет переориентации исходящих туристических потоков на внутренний рынок и даже их расширить. Решение данной задачи возложено на достижение целей национального проекта (далее НП) «Туризм и индустрия гостеприимства», в соответствии с которыми экспорт туруслуг должен вырасти до 22,5 млрд долларов до 2030 года.

Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»

Реализация НП «Туризм и индустрия гостеприимства» согласуется с целевыми установками комплексного развития внутреннего и въездного туризма, заложенными в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года». Новый НП направлен на комплексное развитие туристической отрасли страны через реализацию трех федеральных проектов (ФП), представленных в табл. 2.

Таблица 2 – Основные инструменты поддержки реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства»

Федеральные проекты	Основные инструменты государственной поддержки
ФП 1. Развитие туристической инфраструктуры и создание качественных турпродуктов	Создание территориальных планов туристического развития Субсидия региона на формирование туристически привлекательных центров городов Субсидии регионам на создание обеспечивающей инфраструктуры для туристических продуктов Субсидирование процентной ставки на строительство (реконструкцию) гостиниц Грантовая поддержка общественных, предпринимательских и региональных инициатив, направленных на развитие туризма
ФП 2. Повышение доступности туристских услуг	Субсидии юридическим и физическим лицам в целях снижения стоимости турпродукта для конечного потребителя Финансирование мероприятий по системному продвижению национальных и региональных туристических продуктов на внутреннем и мировом туристических рынках
ФП 3. Совершенствование управления в сфере туризма	Финансирование мероприятий по подготовке кадров Финансирование мероприятий по цифровизации гос. услуг и совершенствованию сбора данных Введение налоговых льгот Реализация комплекса мер, направленных на улучшение условий функционирования отрасли

Реализация НП потребует интеграции и синхронизации усилий всех участников процесса (более 100 тыс. организаций, более 50 смежных отраслей 85-и регионов), а также интеграцию государственных, ведомственных и региональных программ и синергию ресурсов.

На реализацию нацпроекта до 2030 года из федерального бюджета планируется направить 529 млрд руб. и еще 72 млрд руб. – из средств регионов, что позволит достичь плановых показателей (табл. 3).



Рисунок 3 - Механизм реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства»

Таблица 3 – Цели реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства»

Показатель	Ед. изм.	2019 г.	2030 г.
Рост внутренних поездок, в т.ч. за счет импортозамещения	млн. поездок	65	140
Рабочие места	млн. раб. мест	2,5	4,7
Экспорт туристических услуг	млрд долл. США	11	22,3

НП «Туризм и индустрия гостеприимства» оказывает влияние на достижение таких национальных целей, как: возможности для самореализации и развития талантов; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая трансформация.

Модель межорганизационных отношений в региональной туристско-рекреационной сети

Формирование эффективной модели межорганизационных отношений в региональной туристско-рекреационной сети реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства» – это способность:

- 1) вовлечь стейкхолдеров региона в идею создания фирменных мест и доказать властям, жителям и бизнесу, что разработка бренда может иметь прикладной характер;
- 2) учредить общение заинтересованных сторон в регионе за их мотивацию и участие в проекте;
- 3) выступать в качестве координационного центра на всех этапах проекта. Помимо этого, внешние консультанты могут принять участие в брендинге на этапе продвижения. Все большее распространение находит проектный подход, когда в рамках стратегии субъекта РФ

разрабатываются и реализуются проекты по продвижению данной территории или созданию привлекательной среды для определенных целевых групп.

В целях формирования модели межорганизационных отношений в региональной туристско-рекреационной сети выявлены основные потенциальные партнеры и подрядчики (табл. 4).

Таблица 4 – Потенциальные партнеры и подрядчики региональной туристско-рекреационной сети

Наименование организации	Способ привлечения к реализации стратегического проекта (краткое описание)
Администрация территории	Непосредственное участие в реализации проекта.
Правительство субъекта РФ	Продвижению территории как туристического центра привлекательного, безопасного и комфортного для туризма
Федеральные органы власти	Осуществление мероприятий по смене категории земель для строительства туристско-реакционного комплекса. Передача земель в региональную собственность.
СМИ и PR-агентства	Отношения на основе договоров, привлечение СМИ на основании медиа-поводов, предоставление эксклюзивных материалов. Формирование заказа на имиджевые проекты
Научное сообщество (вузы, специалисты, консультанты)	Предоставление возможности для реализации творческих и научных разработок и идей. Получение грантов на предоставление, грантов на разработку проекта по какому-либо из направлений.
Бизнес-сообщество, инвестиционные и строительные компании, туристические компании, транспортные предприятия, представители малого и среднего бизнеса в сфере индустрии развлечений, туристического, гостиничного, выставочного бизнеса, предприятий питания и торговли	Приглашение к участию в разработке предпроектной и проектной документации. Участие в инвестировании строительства, аренда площадей, участие в эксплуатации туристско-реакционного комплекса на правах операторов, организация и формирование туристических продуктов с включением объектов комплекса

Наибольшее распространение получили проекты, связанные с продвижением территорий как туристических дестинаций и инвестиционных площадок. В западной и российской практике используется подход, базирующийся на вовлечении населения в процессы принятия решений, широком общественном обсуждении концепций и стратегии в сфере туризма и индустрии гостеприимства.

Сетевое взаимодействие выступает одним из важных условий эффективного функционирования туристско-рекреационной сферы субъектов РФ в разрезе реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» до 2030 года во всех субъектах РФ.

Взаимодействие стейкхолдеров в рамках реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства»

На основании имеющихся разработок по рассматриваемой проблеме и принимая во внимание идеи цереориентированного, системного и функционального подходов, авторами был сформирован перечень конкретных функций, целей и индикаторов для оценки эффективности межорганизационных отношений в туристско-рекреационной сети региона в условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (табл. 5).

Таблица 5 – Функции отношений и примеры индикаторов, характеризующих эффективность межорганизационного взаимодействия в туристско-рекреационной сети региона

Функция отношений	Цель развития отношений	Индикаторы	Характер цели и индикаторов
Получение прибыли	Максимизация Прибыли	Чистая прибыль Рентабельность (отдача на вложенный и связанный капитал)	Монетарный
Развитие рынка	Расширение доли рынка	Затраты на маркетинговые мероприятия Расширение клиентской базы	Монетарный
Развитие персонала	Снижение затрат на управление персоналом	Затраты на поиск, обучение и адаптацию персонала	Монетарный
Развитие менеджмента	Снижение управленческих затрат	Затраты на выполнение функций управления (доступ к информации о клиентах, конкурентах, новых продуктах, новых потребностях)	Монетарный
Ресурсный обмен	Формирование ресурсной базы для достижения целей, получение ресурсов необходимого количества и качества	Удовлетворенность участием в альянсе Удовлетворенность ресурсным взаимодействием с партнерами	Немонетарный
Рыночная власть	Повышение рыночной власти	Сила взаимного влияния альянса в целом и его отдельных участников Сила взаимного влияния между отдельными участниками альянса	Немонетарный
Развитие инноваций	Создание инноваций	Совместная разработка туристских продуктов Сокращение времени разработки и запуска новых туристских продуктов	Немонетарный
Повышение качества Отношений	Повышение приверженности, удовлетворенности и доверия к партнерам	Надежность партнеров Стабильность отношений Долгосрочность отношений Равноправность партнеров Справедливость отношений Персонифицированность (гибкость) отношений	Немонетарный

Индикаторы, характеризующие эффективность взаимодействия в туристско-рекреационной сети, в предложенном перечне (табл. 5) подбирались в соответствии с логикой реализации представленных функций и достижения соответствующих целей развития отношений. На основании описанных функций, целей и индикаторов, характеризующих эффективность взаимодействия в туристско-рекреационной сети региона соответствующая концептуальная модель, можно определить как систему монетарных и немонетарных индикаторов, характеризующих эффективность межорганизационного взаимодействия на двух уровнях: на уровне отдельных участников взаимоотношений (посредством монетарных и немонетарных индикаторов) и на уровне туристско-рекреационной сети в целом (посредством немонетарных индикаторов).

Сферу туристско-рекреационных услуг региона в условиях реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства» как объект управления можно представить в виде набора

формальных отношений (взаимодействий) между различными организациями, к числу которых относятся средства размещения (гостиницы, отели, хостелы и т.д.), туроператоры и туристические агенты, транспортные компании, экскурсионные бюро, общественные организации, миграционные и таможенные службы, а также иные субъекты, имеющие прямое и косвенное отношение к туристской деятельности. Индикаторы, характеризующие функции отношений, могут быть использованы руководством входящих в альянс компаний для выявления проблем взаимодействия, постановки целей межорганизационных отношений и определения степени их достижения целей НП «Туризм и индустрия гостеприимства».

Заключение

Пандемия Covid-19 имеет долгосрочные последствия, которые требуют от сферы туризма и индустрии гостеприимства пересмотра, внедрения инноваций и преобразования своего бизнеса. На основе анализе данных отечественных и зарубежных исследований, а также национальных инициатив управления кризисами в сфере туризма, предложена модель межорганизационных отношений в региональной туристско-рекреационной сети, а также разработан механизм взаимодействия стейкхолдеров в условиях реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства».

В предшествующие пандемии COVID-2019 годы показатели развития туристической отрасли в РФ стабильно росли в среднем по 5% ежегодно, показатель валовой добавленной стоимости туристской индустрии вырос с 3 270,7 млрд руб. в 2017 г. до 3 867,5 млрд. руб. – в 2020 г. В регионах РФ развитие туристической отрасли с ориентацией, прежде всего, на внутреннего потребителя сильно зависят от успехов борьбы с пандемией.

В средне - и долгосрочной перспективе региональные туристические отрасли могут расширить собственный рынок за счет привлечения внутренних туристов, ориентированных ранее на зарубежные рынки. У тех регионов, где исходящий из субъекта РФ турпоток был больше, чем входящий, есть существенный шанс сгладить потери за счет переориентации исходящего турпотока на внутренний рынок. Решение данной задачи возложено на реализацию НП «Туризм и индустрия гостеприимства», направленного на увеличение социальной и экономической роли туризма в развитии страны.

В результате анализа состояния и тенденций развития межрегионального рынка туристских услуг представлен ряд технологий, инструментов и организационных структур продвижения территорий на межрегиональном рынке туристских услуг с учетом особенностей деятельности ее субъектов в условиях пандемии и эффективности использования туристского потенциала.

Библиография

1. Вестник АТОР. URL: <https://www.atorus.ru/> (дата обращения: 23.08.2021).
2. Пьянкова С. Г., Митрофанова И. В., Ергунова О. Т., Тихонович Э. А. Продвижение региона на рынке туристских услуг в условиях пандемийных ограничений / Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11, № 7А. С. 43-61. DOI
3. Федеральное агентство по туризму РФ. Статистические показатели, характеризующие развитие туристской отрасли в Российской Федерации в 2011-2020 гг. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii/> (дата обращения: 23.08.2021).
4. Abbas J. Crisis management, transnational healthcare challenges and opportunities: the intersection of COVID-19 pandemic and global mental health // Research in Globalization. 2021. Article 100037. DOI: 10.1016/j.resglo.2021.100037. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7899923/>.

5. Abbott A. COVID's mental-health toll: how scientists are tracking a surge in depression // *Nature*. 2021. No. 590 (7845). P. 194-195. DOI: <https://doi.org/10.1038/d41586-021-00175-z>.
6. Ageel M., Oancea B. Mapping subnational HIV mortality in six Latin American countries with incomplete vital registration systems // *BMC Medicine*. 2021. No. 19(1). p. 4. DOI:10.1186/s12916-020-01876-4. URL: https://www.researchgate.net/publication/348729659_Mapping_subnational_HIV_mortality_in_six_Latin_American_countries_with_incomplete_vital_registration_systems.
7. Aliperti G., Sandholz S., Hagenlicher M., Rizzi F. Tourism, crisis, disaster: an interdisciplinary approach // *Annals of Tourism Research*. 2019. No. 79. Article 102808. DOI: 10.1016/j.annals.2019.102808. URL: https://www.researchgate.net/publication/336890199_TOURISM_CRISIS_DISASTER_AN_INTERDISCIPLINARY_APPROACH.
8. Aman J., Abbas J., Mahmood S., Nurunbi M., Bano S. The influence of Islamic religiosity on the perceived socio-cultural impact of sustainable tourism development in Pakistan: a structural equation modeling approach // *Sustainability*. 2019. No. 11. P. 3039. <https://doi.org/10.3390/su11113039>.
9. Anderson R. M., Heesterbeek H., Klinkenberg D., Hollingsworth T. D. How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic? // *The Lancet*. Vol. 395, Issue 10228, 21 - 27 March 2020. P. 931-934. DOI: 10.1016/S0140-6736(20)30567-5.
10. Avery E. J. Public information officers' social media monitoring during the Zika virus crisis, a global health threat surrounded by public uncertainty // *Public Relations Review*. 2017. No. 43 (3). P. 468-476. DOI: 10.1016/j.pubrev.2017.02.018.
11. Bauer A., Baltra R. A., Pabon M. A., Díaz Y. et al. Integrating youth mental health into cash transfer programmes in response to the COVID-19 crisis in low-income and middle-income countries // *The Lancet Psychiatry*. 2021. No. 8(4). P. 1687-1703. DOI: 10.1016/S2215-0366(20)30382-5.
12. Brewer M. B. The social self: on being the same and different at the same time // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2016. No. 17 (5). P. 475-482. DOI: 10.1177/0146167291175001.
13. Gretzel U., Fuchs M., Baggio R., Höpken W. et al. E-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research // *Information Technology & Tourism*. 2020. No. 22 (2). P. 187-203. DOI: 10.1007/s40558-020-00181-3.
14. Halimi L., Bagheri N., Hoseini B., Hashtarkhani S. Spatial analysis of colorectal cancer incidence in Hamadan Province, Iran: a retrospective cross-sectional study // *Applied Spatial Analysis and Policy*. 2019. No.13 (4). P. 293-303. DOI: 10.1007/s12061-019-09303-9.
15. Hollingsworth T. D., Ferguson N. M., Anderson R. M. Will travel restrictions control the international spread of pandemic influenza? // *Nature Medicine*. 2006. No. 12 (5). P. 497-499. DOI: 10.1038/nm0506-497.
16. Hu B., Zhang D. Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: a media system dependency theory perspective // *Chinese Journal of Communication*. 2014. No. 7 (3). P. 299-318. DOI: 10.1080/17544750.2014.926951.
17. Iorember P. T., Jelilovet G., Usman O., Işık A. The influence of renewable energy use, human capital, and trade on environmental quality in South Africa: multiple structural breaks cointegration approach // *Environmental Science and Pollution Research*. 2021. No. 28 (2). P. 1-13. DOI: 10.1007/s11356-020-11370-2.
18. Jones C. L., Jensen J. D., Scherr C. L., Brown N. R. et al. The Health Belief Model as an Explanatory Framework in Communication Research: Exploring Parallel, Serial, and Moderated Mediation // *Health Communication*. 2014. No. 30 (6). P. 1-11. DOI: 10.1080/10410236.2013.873363.
19. Kallbekken S., Sælen H. Public support for air travel restrictions to address COVID-19 or climate change // *Transportation Research Part D Transport and Environment*. 2021. No. 93(3). Article 102767. DOI: 10.1016/j.trd.2021.102767. URL: https://www.researchgate.net/publication/349880798_Public_support_for_air_travel_restrictions_to_address_COVID-19_or_climate_change.
20. Li Y., Wang X., Lin X., Hajli M. Seeking and sharing health information on social media: A net valence model and cross-cultural comparison // *Technological Forecasting and Social Change*. 2016. DOI: 10.1016/j.techfore.2016.07.021. URL: https://www.researchgate.net/publication/305523533_Seeking_and_sharing_health_information_on_social_media_A_net_valence_model_and_cross-cultural_comparison.
21. Ma X., de Jong M., Sun B., Bao X. Nouveauté or Cliché? Assessment on island ecological vulnerability to Tourism: Application to Zhoushan, China // *Ecological Indicators*. 2020. Vol. 113. Article 106247. doi.org/10.1016/j.ecolind.2020.106247, hdl.handle.net/1765/125289. URL: <https://repub.eur.nl/pub/125289>.
22. Mamirkulova G., Mi J., Abbas J., Mahmood S. et al. New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life // *Global Ecology and Conservation*. No. 24. Article E1194. DOI: 10.1016/j.gecco.2020.e01194. URL: https://www.researchgate.net/publication/343712006_New_Silk_Road_infrastructure_opportunities_in_developing_to

- urism_environment_for_residents_better_quality_of_life.
23. McCabe S., Qiao G. A review of research into social tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Social Tourism // *Annals of Tourism Research*. 2020. No. 85(4). Article 103103. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103103. URL: https://www.researchgate.net/publication/346204478_A_review_of_research_into_social_tourism_Launching_the_Annals_of_Tourism_Research_Curated_Collection_on_Social_Tourism.
 24. NeJhaddadgar N., Ziapour A., Abbas J. Effectiveness of telephone-based screening and triage during COVID-19 outbreak in the promoted primary healthcare system: a case study in Ardabil province, Iran // *Journal of Public Health*. 2020. DOI: 10.1007/s10389-020-01407-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/345841717_Effectiveness_of_telephone-based_screening_and_triage_during_COVID-19_outbreak_in_the_promoted_primary_healthcare_system_a_case_study_in_Ardabil_province_Iran.
 25. Okhrimenko E., Ergunova O. Sustainable development features of international business tourism // *E3S Web Conf. IV International Scientific and Practical Conference "Sustainable Development and Green Growth on the Innovation Management Platform"* (SDGG 2021). Vol. 291. Article 05042. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129105042>. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2021/67/e3sconf_sdgg2021_05042/e3sconf_sdgg2021_05042.html.
 26. Park S., Boatwright B., Johnson E. Avery Information channel preference in health crisis: Exploring the roles of perceived risk, preparedness, knowledge, and intent to follow directives // *Public Relations Review*. 2019. No. 45(5). Article 101794. DOI: 10.1016/j.pubrev.2019.05.015. URL: https://www.researchgate.net/publication/333607461_Information_channel_preference_in_health_crisis_Exploring_the_roles_of_perceived_risk_preparedness_knowledge_and_intent_to_follow_directives.
 27. Sigala M. Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research // *Journal of Business Research*. 2020. No. 117. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06.015. URL: https://www.researchgate.net/publication/342124506_Tourism_and_COVID-19_Impacts_and_implications_for_advancing_and_resetting_industry_and_research.
 28. Su Z., McDonnell D., Cheshmehzangi A., Abbas J. et al. The promise and perils of Unit 731 data to advance COVID-19 research // *British Medical Journal Global Health*. 2021. No. 6(5). Article e004772. DOI: 10.1136/bmjgh-2020-004772. URL: https://www.researchgate.net/publication/351752936_The_promise_and_perils_of_Unit_731_data_to_advance_COVID-19_research.
 29. Zhong B., Huang Y., Liu Q. Mental health toll from the coronavirus: Social media usage reveals Wuhan residents' depression and secondary trauma in the COVID-19 outbreak // *Computers in Human Behavior*. 2021. No. 114. Article 106524. DOI: 10.1016/j.chb.2020.106524. URL: https://www.researchgate.net/publication/343680696_Mental_health_toll_from_the_coronavirus_Social_media_usage_reveals_Wuhan_residents'_depression_and_secondary_trauma_in_the_COVID-19_outbreak.

**Development of domestic tourism in Russia
in the context in the implementation of the national
project "Tourism and the hospitality industry"**

Svetlana G. P'yankova

Doctor of Economic Sciences,
Professor,

Department of Regional,
Municipal Economics and Management,
Ural State University of Economics,

620144, 62/45, Str. 8 March / Narodnaya Volya, Yekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: silen_06@list.ru

Ol'ga T. Ergunova

PhD in Economy,
Head of the Department of Tourism Business and Hospitality,
Ural State University of Economics,
620144, 62/45, Str. 8 March / Narodnaya Volya,
Yekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: ergunova-olga@yandex.ru

Inna V. Mitrofanova

Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Researcher,
Laboratory of Regional Economics,
Federal Research Centre
Southern Scientific Centre of the Russian
Academy of Sciences (SSC RAS),
344006, 41, Chekhov Str., Rostov-on-Don, Russian Federation;
Department of Economic Theory, World and regional economy,
Volgograd State University,
400062, 100, Universitetsky ave., Volgograd, Russian Federation;
e-mail: mitrofanova@volsu.ru

Natal'ya G. Glazkova

PhD in Economy, Associate Professor,
Director of the Institute of International Education,
Associate Professor, Economic Theory, World and Regional economics,
Volgograd State University,
400062, 100, Universitetskiy ave., Volgograd, Russian Federation;
e-mail: gng_07@inbox.ru

Abstract

The formation of the optimal socio-economic development of the region is based on the effective use of its potential and compliance with the priorities of the implementation of national projects. In the context of the COVID-2019 coronavirus infection pandemic, all regions of the Russian Federation faced a number of challenges, however, the tourism services market became the most affected industry, which became especially relevant measures to restore and develop the country's domestic tourist markets in the context of the implementation of the national project "Tourism and the hospitality industry" aimed at increasing the social and economic role of tourism in the development of the Russian Federation.

The hypothesis of the research is based on the assumption that the implementation of the national project "Tourism and the hospitality industry" will contribute to the development of domestic tourism in the regions of Russia. The article studies the theoretical and methodological aspects of the formation of the mechanism for the development of domestic tourism in the regions, considers the main trends in the development of regional markets for tourist services, taking into account the assessment of the effectiveness of inter-organizational relations in the regional tourist and

recreational network. The result of the study was the formation of a model of interaction between stakeholders at the regional level in the context of the implementation of the national project “Tourism and the hospitality industry”.

For citation

P'yankova S.G., Ergunova O.T., Mitrofanova I.V., Glazkova N.G. (2021) Razvitiye vnutrennego turizma v Rossii v kontekste realizatsii natsional'nogo proyekta “Turizm i industriya gostepriimstva” [Development of domestic tourism in Russia in the context of the implementation of the national project “Tourism and the hospitality industry”] *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (9A), pp. 34-50. DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003

Keywords

Tourism, national project, region, territory, infrastructure, tourist destination, hospitality industry.

References

1. *Vestnik ATOR* (2021) [Bulletin of ATOR]. URL: <https://www.atorus.ru/> (date of access: 23.08.2021).
2. Pyankova S. G., Mitrofanova I. V., Ergunova O. T., Tikhonovich E. A. (2021) Prodvizheniye regiona na rynke turistskikh uslug v usloviyakh pandemiynkh ogranicheniy [Promotion of the region on the market of tourist services in the context of pandemic restrictions]. *Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], vol. 11, no. 7A, pp. 43-61. DOI: 10.34670/AR.2021.65.98.005.
3. *Federal'noye agentstvo po turizmu RF. Statisticheskiye pokazateli, kharakterizuyushchiye razvitiye turistskoy otrasli v Rossiyskoy Federatsii v 2011-2020 gg.* (2021) [Federal Agency for Tourism of the Russian Federation. Statistical indicators characterizing the development of the tourism industry in the Russian Federation in 2011-2020]. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii/> (date of access: 23.08.2021).
4. Abbas J. (2021) Crisis management, transnational healthcare challenges and opportunities: the intersection of COVID-19 pandemic and global mental health. *Research in Globalization*, Article 100037. DOI: 10.1016/j.resglo.2021.100037. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7899923/>.
5. Abbott A. (2021) COVID's mental-health toll: how scientists are tracking a surge in depression. *Nature*, no. 590 (7845), pp. 194-195. DOI: <https://doi.org/10.1038/d41586-021-00175-z>.
6. Ageel M., Oancea B. (2021) Mapping subnational HIV mortality in six Latin American countries with incomplete vital registration systems. *BMC Medicine*, no. 19(1), p. 4. DOI: 10.1186/s12916-020-01876-4. URL: https://www.researchgate.net/publication/348729659_Mapping_subnational_HIV_mortality_in_six_Latin_American_countries_with_incomplete_vital_registration_systems.
7. Aliperti G., Sandholz S., Hagenlicher M., Rizzi F. (2019) Tourism, crisis, disaster: an interdisciplinary approach. *Annals of Tourism Research*, no. 79, Article 102808. DOI: 10.1016/j.annals.2019.102808. URL: https://www.researchgate.net/publication/336890199_TOURISM_CRISIS_DISASTER_AN_INTERDISCIPLINARY_APPROACH.
8. Aman J., Abbas J., Mahmood S., Nurunbi M., Bano S. (2019) The influence of Islamic religiosity on the perceived socio-cultural impact of sustainable tourism development in Pakistan: a structural equation modeling approach. *Sustainability*, no. 11, p. 3039. <https://doi.org/10.3390/su11113039>.
9. Anderson R. M., Heesterbeek H., Klinkenberg D., Hollingsworth T. D. (2020) How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic? *The Lancet*, vol. 395, Issue 10228, 21-27 March 2020, pp. 931-934. DOI: 10.1016/S0140-6736(20)30567-5.
10. Avery E. J. (2017) Public information officers' social media monitoring during the Zika virus crisis, a global health threat surrounded by public uncertainty. *Public Relations Review*, no. 43 (3), pp. 468-476. DOI: 10.1016/j.pubrev.2017.02.018.
11. Bauer A., Baltra R. A., Pabon M. A., Díaz Y. et al. (2021) Integrating youth mental health into cash transfer programmes in response to the COVID-19 crisis in low-income and middle-income countries. *The Lancet Psychiatry*, no. 8(4), pp. 1687-1703. DOI: 10.1016/S2215-0366(20)30382-5.
12. Brewer M. B. (2016) The social self: on being the same and different at the same time. *Personality and Social*

- Psychology Bulletin*, no. 17 (5), pp. 475-482. DOI: 10.1177/0146167291175001.
13. Gretzel U., Fuchs M., Baggio R., Höpken W. et al. (2020) E-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, no. 22 (2), pp. 187-203. DOI: 10.1007/s40558-020-00181-3.
 14. Halimi L., Bagheri N., Hoseini B., Hashtarkhani S. (2019) Spatial analysis of colorectal cancer incidence in Hamadan Province, Iran: a retrospective cross-sectional study. *Applied Spatial Analysis and Policy*, no.13 (4), pp. 293-303. DOI: 10.1007/s12061-019-09303-9.
 15. Hollingsworth T. D., Ferguson N. M., Anderson R. M. (2006) Will travel restrictions control the international spread of pandemic influenza? *Nature Medicine*, no. 12 (5), pp. 497-499. DOI: 10.1038/nm0506-497.
 16. Hu B., Zhang D. (2014) Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: a media system dependency theory perspective. *Chinese Journal of Communication*, no. 7 (3), pp. 299-318. DOI: 10.1080/17544750.2014.926951.
 17. Iorember P.T., Jelilovet G., Usman O., Işık A. (2021) The influence of renewable energy use, human capital, and trade on environmental quality in South Africa: multiple structural breaks cointegration approach. *Environmental Science and Pollution Research*, no. 28 (2), pp. 1-13. DOI: 10.1007/s11356-020-11370-2.
 18. Jones C. L., Jensen J. D., Scherr C. L., Brown N. R. et al. (2014) The Health Belief Model as an Explanatory Framework in Communication Research: Exploring Parallel, Serial, and Moderated Mediation. *Health Communication*, no. 30 (6), pp. 1-11. DOI: 10.1080/10410236.2013.873363.
 19. Kallbekken S., Sælen H. (2021) Public support for air travel restrictions to address COVID-19 or climate change. *Transportation Research Part D Transport and Environment*, no. 93(3). Article 102767. DOI: 10.1016/j.trd.2021.102767. URL: https://www.researchgate.net/publication/349880798_Public_support_for_air_travel_restrictions_to_address_COVID-19_or_climate_change.
 20. Li Y., Wang X., Lin X., Hajli M. (2016) Seeking and sharing health information on social media: A net valence model and cross-cultural comparison. *Technological Forecasting and Social Change*. DOI: 10.1016/j.techfore.2016.07.021. URL: https://www.researchgate.net/publication/305523533_Seeking_and_sharing_health_information_on_social_media_A_net_valence_model_and_cross-cultural_comparison.
 21. Ma X., de Jong M., Sun B., Bao X. (2020) Nouveauté or Cliché? Assessment on island ecological vulnerability to Tourism: Application to Zhoushan, China. *Ecological Indicators*, vol. 113, Article 106247. doi.org/10.1016/j.ecolind.2020.106247, hdl.handle.net/1765/125289. URL: <https://repub.eur.nl/pub/125289>.
 22. Mamirkulova G., Mi J., Abbas J., Mahmood S. et al. (2020) New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life // Global Ecology and Conservation. No. 24. Article E1194. DOI: 10.1016/j.gecco.2020.e01194. URL: https://www.researchgate.net/publication/343712006_New_Silk_Road_infrastructure_opportunities_in_developing_to_urism_environment_for_residents_better_quality_of_life.
 23. McCabe S., Qiao G. (2020) A review of research into social tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, no. 85(4), Article 103103. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103103. URL: https://www.researchgate.net/publication/346204478_A_review_of_research_into_social_tourism_Launching_the_Annals_of_Tourism_Research_Curated_Collection_on_Social_Tourism.
 24. NeJhaddadgar N., Ziapour A., Abbas J. (2020) Effectiveness of telephone-based screening and triage during COVID-19 outbreak in the promoted primary healthcare system: a case study in Ardabil province, Iran. *Journal of Public Health*. DOI: 10.1007/s10389-020-01407-8. URL: https://www.researchgate.net/publication/345841717_Effectiveness_of_telephone-based_screening_and_triage_during_COVID-19_outbreak_in_the_promoted_primary_healthcare_system_a_case_study_in_Ardabil_province_Iran.
 25. Okhrimenko E., Ergunova O. (2021) Sustainable development features of international business tourism. *E3S Web Conf. IV International Scientific and Practical Conference "Sustainable Development and Green Growth on the Innovation Management Platform" (SDGG 2021)*, vol. 291, Article 05042. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129105042>. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2021/67/e3sconf_sdgg2021_05042/e3sconf_sdgg2021_05042.html.
 26. Park S., Boatwright B., Johnson E. (2019) Avery Information channel preference in health crisis: Exploring the roles of perceived risk, preparedness, knowledge, and intent to follow directives. *Public Relations Review*, no. 45(5), Article 101794. DOI: 10.1016/j.pubrev.2019.05.015. URL: https://www.researchgate.net/publication/333607461_Information_channel_preference_in_health_crisis_Exploring_the_roles_of_perceived_risk_preparedness_knowledge_and_intent_to_follow_directives.
 27. Sigala M. (2020) Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, no. 117. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06.015. URL: https://www.researchgate.net/publication/342124506_Tourism_and_COVID-

- 19_Impacts_and_implications_for_advancing_and_resetting_industry_and_research.
28. Su Z., McDonnell D., Cheshmehzangi A., Abbas J. et al. (2021) The promise and perils of Unit 731 data to advance COVID-19 research. *British Medical Journal Global Health*, no. 6(5), Article e004772. DOI: 10.1136/bmjgh-2020-004772. URL: https://www.researchgate.net/publication/351752936_The_promise_and_perils_of_Unit_731_data_to_advance_COVID-19_research.
29. Zhong B., Huang Y., Liu Q. (2021) Mental health toll from the coronavirus: Social media usage reveals Wuhan residents' depression and secondary trauma in the COVID-19 outbreak. *Computers in Human Behavior*, no. 114, Article 106524. DOI: 10.1016/j.chb.2020.106524. URL: https://www.researchgate.net/publication/343680696_Mental_health_toll_from_the_coronavirus_Social_media_usage_reveals_Wuhan_residents_depression_and_secondary_trauma_in_the_COVID-19_outbreak.