
Туристическая отрасль

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ДИНАМИКУ РОССИЙСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Д. А. СИТКЕВИЧ
С. Э. КУЕК

В статье анализируются последствия введенных в 2022 г. санкций для российской индустрии гостеприимства. Исходя из официальной статистики делается вывод о том, что до введения санкций российская туристическая отрасль демонстрировала рост, ускорившийся в ходе постпандемийного восстановления. Результаты серии полуструктурированных интервью с представителями индустрии гостеприимства показали, что, кроме положительных последствий, связанных со снижением доступности выездного туризма, для нее существует и ряд негативных эффектов от санкций и военного конфликта и что на текущий момент положительные эффекты перевешивают отрицательные. Вместе с тем некоторые регионы РФ уже испытали сужение туристического потока из-за транспортных ограничений, а падение продуктивности отрасли, вызванное санкциями, создает для индустрии гостеприимства долгосрочные риски.

Статья отражает результаты исследований, выполненных в рамках НИР государственного задания РАНХиГС при Президенте Российской Федерации.

Ключевые слова: внутренний туризм, индустрия гостеприимства, санкции, туристические продукты.
JEL: R12, Z30, Z32.

Введение

В последние годы рынок внутреннего туризма начал привлекать большее внимание со стороны лиц, принимающих решения. Развитие туризма, судя по содержанию принятых в 2018 г. национальных проектов, сделалось одним из приоритетов государственной политики, а власти некоторых регионов стали воспринимать туризм как один из потенциальных драйверов развития. Особенно выражено данная тенденция проявилась после начала пандемии: из-за закрытия границ отечественная индустрия гостеприимства смогла нарастить внутренний туристический поток.

Изменение международного контекста в 2022 г. повлияло на российскую туристическую отрасль двояко. С одной стороны, сохранение ограничений для выезда за границу по-прежнему делает внутренний туризм для многих предпочтительной альтернативой, создавая условия для роста спроса на него и дальнейшего развития сектора. С другой стороны,

внешнеторговые санкции и уход иностранных компаний с российского рынка формируют барьеры и риски как краткосрочного, так и долгосрочного характера.

Оценка положительных и отрицательных последствий санкций для российского сектора внутреннего туризма и является целью настоящей работы. Для этого нами был проведен анализ имеющейся региональной и федеральной статистики туристического потока, а также результатов серии из 52 полуструктурированных глубинных интервью с представителями индустрии гостеприимства (организаторами туров, экскурсоводами, владельцами и управляющими местами коллективного размещения туристов и заведениями общественного питания, водителями, прочими предпринимателями, предоставляющими услуги туристам) Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии, Северной Осетии, Ингушетии и Дагестана, а также с представителями федеральных и региональных властей, отве-

Ситкевич Даниил Андреевич, научный сотрудник РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, канд. экон. наук (Москва), e-mail: dasitkevich@gmail.com; Куюк Софья Эдуардовна, младший научный сотрудник Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара; студент магистратуры факультета экономики ЕУСПб (Москва), e-mail: sofya.kuek@mail.ru

чающих за государственную политику в сфере туризма.

Бум внутреннего туризма в зеркале официальной статистики

Обращаясь к имеющимся данным о развитии туристического сектора, сразу сделаем оговорку о том, что соответствующих сведений, публикуемых федеральными и региональными статистическими ведомствами, недостаточно для полноценного анализа индустрии гостеприимства. Так, основной показатель оценки развития отрасли в международной академической литературе – объем туристического потока¹ – стал рассчитываться на уровне регионов РФ лишь в 2022 г. Альтернативные показатели (например, число и стоимость туристических пакетов) либо еще не подсчитаны для 2022 г., либо имеют серьезные искажения. В частности, согласно описанной на сайте Росстата методологии, статистика проживающих в коллективных средствах размещения (КСР) туристов включает в себя всех, кто остановился в гостинице, независимо от цели поездки. Правдоподобность данных о численности российских туристов, воспользовавшихся услугами туристических фирм, учитывая закрытую методологию подсчета показателя и наличие противоречий с данными о проживающих в КСР, также вызывает сомнения.

Более того, при анализе данных следует учитывать наличие противоречий между региональными и федеральными оценками развития индустрии гостеприимства. Так, данные об объемах туристического потока от Росстата и от региональных туристических властей серьезно различаются, причем для одних регионов (например, Краснодарского края или Москвы) более высокие значения показателей содержатся в федеральной статистике, тогда как для других (например, Московской области и всех республик Северного Кавказа) – в региональной. Опрошенные представители северокавказских властей объясняют это тем,

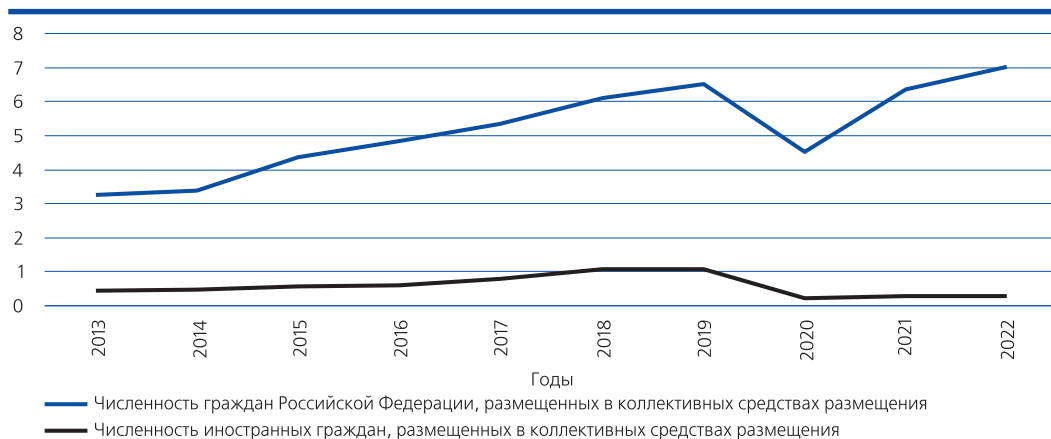
что федеральная статистика составляется на основе неполных данных – например, при оценке количества КСР учитываются только легальные, т.е. зарегистрированные, средства размещения, администрация которых предоставляет сведения о численности принятых гостей. Региональные власти, в свою очередь, пытаются доучсть тех участников рынка, которые по каким-либо причинам не попали в поле зрения Росстата, а кроме того, сопоставляют собственные данные с информацией от сотовых операторов, которые также анализируют число прибывших в каждый регион туристов. При этом непрозрачность методологии и риски субъективности региональных статистических ведомств, а также сложности в агрегировании показателей по всем субъектам Федерации не позволяют опираться исключительно на региональные данные.

Тем не менее имеющиеся сведения дают некоторое представление об основных трендах, наблюдавшихся как до, так и после 2022 г. Например, данные Росстата позволяют говорить о том, что в последнее десятилетие для российской индустрии гостеприимства был характерен устойчивый рост, причем он дал о себе знать еще до 2020 г. С началом же пандемии обозначился новый этап развития туристического сектора, отличающийся еще более высокими, чем в предшествующий период, темпами роста внутреннего туристического потока. Как видно на рис. 1 и 2, в период с 2015 по 2019 гг. увеличивалось и количество заселений в КСР, и количество проданных туристических пакетов. В 2020 г. из-за пандемии и введенных санитарных ограничений туристический поток спал, однако по мере снятия санитарных ограничений рынок быстро восстанавливался.

Спрос на туристические услуги внутри страны, как указывают Григорьев и др. [2], в 2014–2019 гг. определялся доступностью для российского туриста отдыха за рубежом, что, в свою очередь, было связано с изменениями реаль-

¹ Под туристическим потоком понимается общее количество туристских поездок на определенную территорию за определенный промежуток времени.

Рис. 1. Численность граждан России и иностранных граждан, размещенных в КСР в 2013–2022 гг., млн человек



Источник: данные Росстата.

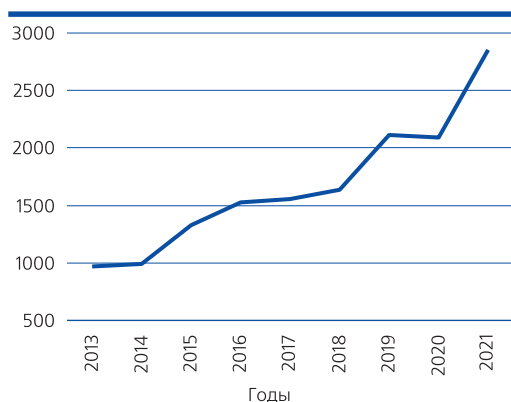
ных располагаемых доходов граждан и курсов иностранных валют. Этим же, как утверждают Николенко и Терехов [5], объяснялась и динамика изменения стоимости туристических услуг: в годы, когда курс рубля снижался, стоимость путевки внутри России повышалась вслед за ростом цен на поездки за рубеж.

К сожалению, региональных данных об объемах туристического потока до начала пан-

демии нет: Росстат и Ассоциация туроператоров России (АТОР), которая занимается агрегацией региональной статистики, эти данные не собирали и далеко не все региональные власти публиковали сведения о количестве туристов. Поэтому для анализа нами используются данные о числе граждан, размещавшихся в КСР. Как видно из рис. 3, в 2019 г. больше половины размещений в КСР приходилось на две крупнейшие агломерации (Москву с Московской областью и Санкт-Петербург), два региона около Черного моря (Краснодарский край и Республику Крым), а также на Татарстан. В разрезе федеральных округов, как показано на рис. 4, основными местами размещения отдыхающих являлись Центральный, Северо-Западный и Южный федеральные округа.

Пандемия коронавируса, повлекшая за собой закрытие границ и введение санитарных ограничений, стала сильным шоком для туристической отрасли. Поначалу ее влияние было негативным как для внешнего, так и для внутреннего туризма. Так, в разы сократился поток туристов из стран Европы [3], обладавших наибольшим платежеспособным спросом. Сокращение внутреннего туристического потока во втором и начале третьего квартала 2020 г. по сравнению с 2019 г., по данным Росстата,

Рис. 2. Число туристических пакетов, реализованных гражданам России по территории страны в 2013–2021 гг., тыс. шт.



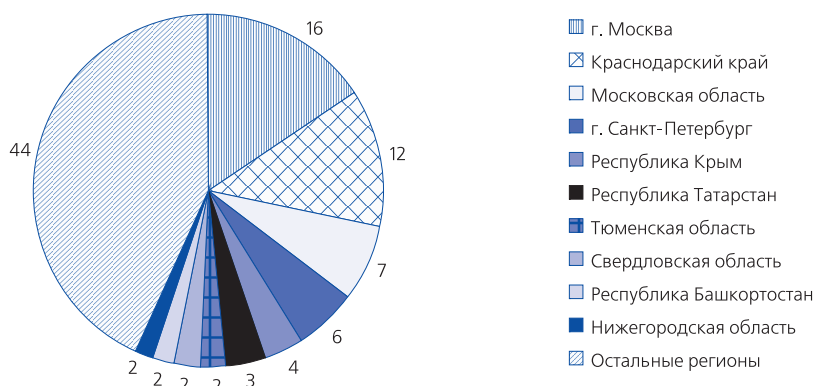
Источник: данные Росстата.

составило 38%, а по собранным АТОР оценкам региональных властей — до 35–40%². Особенно существенным оказался спад в сегменте культурно-познавательных поездок (40–60% по сравнению с 2019 г.), что объяснялось санитарными ограничениями на посещение культурно-исторических объектов и введением правил социального дистанцирования.

Полноценное восстановление спроса на туристические услуги началось лишь в июле-августе 2020 г. По оценкам Кабановой и др. [9], если в апре-

ле-мае 2020 г. траты россиян на внутренний туризм составляли 50% от уровня 2019 г., то уже в августе — 110%. Вызвано это было тем, что к концу лета, с одной стороны, были частично сняты коронавирусные ограничения, а с другой — стабилизировалась экономическая обстановка и прекратилось падение реальных располагаемых доходов населения. Если говорить о региональных аспектах развития туризма в условиях пандемии, то летом 2020 г., по данным Сбербанка, особой популярностью

Рис. 3. Размещение граждан России в КСР в 2019 г. по регионам, в %



Источник: данные Росстата.

Рис. 4. Размещение граждан России в КСР в 2019 г. в разрезе федеральных округов, в %



Источник: данные Росстата.

² URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html>

стали пользоваться регионы Центрального федерального округа, Калининградская область и Карелия, а зимой – регионы, где расположены горнолыжные курорты: тот же Краснодарский край, Кабардино-Балкария и Карачаево-Черкесия³.

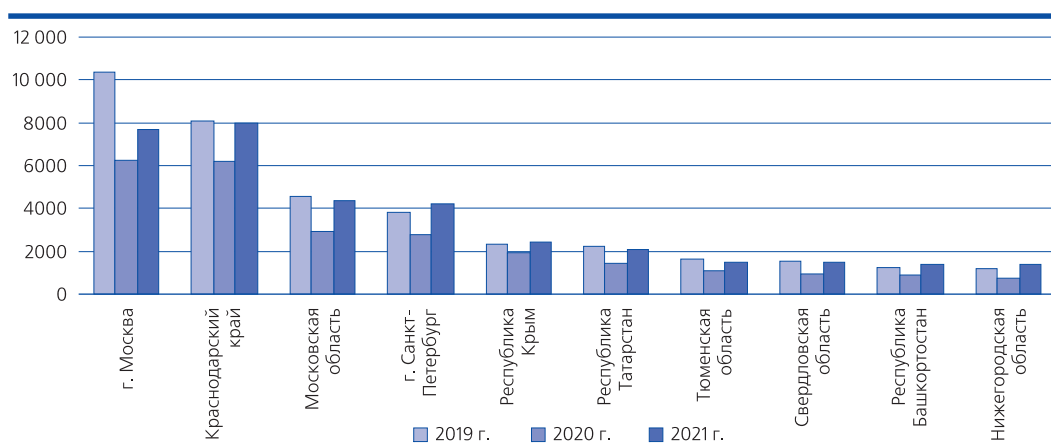
Рост туристического сектора, наблюдавшийся в конце 2020 г. (см. рис. 1 и 2), продолжился и в 2021 г. По агрегированным данным региональных властей, совокупный туристический поток увеличился за этот период на 30%⁴, а заполняемость КСР, по данным Росстата, – на 40%. Число отдыхающих почти сравнялось с показателем 2019 г., несмотря на практически полное отсутствие въездного туризма и введение QR-кодов⁵ летом-осенью 2021 г. При этом рост заселений в КСР наблюдался во всех основных туристических регионах страны: как видно на рис. 5, не считая Москвы (где значимую долю проживающих в гостиницах составляют командированные), для всех регионов была характерна одна и та же динамика – после спада 2020 г. в 2021 г. происходило восстановление, причем в Санкт-

Петербурге, Крыму, Башкортостане и Нижегородской области объем размещений в КСР в 2021 г. превысил соответствующие показатели 2019 г. По оценкам АТОР, кроме регионов, входивших в 2019 г. в топ-10 по объемам туристического потока, наилучшие показатели в 2021 г. были зафиксированы в Карелии, Владимирской и Тверской областях (благодаря тому, что туры выходного дня стали значительно более востребованными среди москвичей и петербуржцев [4]), а также в Тюменской области.

При этом в имеющихся исследованиях фиксируется появление в России в это время абсолютно новых туристических направлений. К ним в первую очередь можно отнести республики Северо-Восточного Кавказа [5], расположенные вокруг Байкала Иркутскую область и Бурятию [7], а также Калининградскую область и Карелию [8].

Рост туристического потока продолжился и в 2022 г. По информации АТОР, агрегирующей данные региональных властей, количество совершенных туристических поездок уве-

Рис. 5. Численность граждан России, размещенных в КСР в 2019–2021 гг., по регионам, тыс. человек



Источник: данные Росстата.

³ URL: <https://sberindex.ru/ru/researches/turizm-v-period-pandemii-podavlen-no-zhiv>

⁴ URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html>

⁵ После начала кампании по вакцинации во многих регионах России была введена система QR-кодов, свидетельствующих о пройденной вакцинации или о перенесенной болезни и позволявших посещать общественные места.

личилось за этот год по сравнению с предыдущим на 7%; по данным Росстата, численность лиц, размещенных в КСР, выросла на 10%; данные Сбербанка показывают рост количества туристов на 8%. При том что на протяжении 2022 г. темпы роста турпотока (по сравнению с аналогичными периодами 2021 г.) постепенно снижались, даже в декабре прошлого года рост числа отдыхающих по сравнению с декабрем 2021 г. составил 2%⁶. В результате годовые показатели практически достигли допандемийного уровня: в 2019 г. туристический поток составлял 65 млн человек, а в 2022 г. – 62 млн⁷. Согласно данным АТОР, представленным в таблице, среди регионов – лидеров по количеству принятых туристов наибольший рост продемонстрировал Дагестан, увеличивший туристический поток примерно вдвое. Уверенный рост наблюдался также в Московской области (+57% по сравнению с 2021 г.), Санкт-Петербурге (+32%), Ставропольском крае (+20%), Иркутской области (+30%).

Статистика распределения лиц, размещенных в КСР в 2022 г., по федеральным округам (см. рис. 6) свидетельствует о том, что, при всех изменениях в направлениях туристического потока, серьезного перетока постояльцев гостиниц на этом уровне не наблюдалось. Хотя доля Центрального федерального округа с 2019-го по 2022 г. снизилась по этому показателю на 7%, в остальном распределение лиц, размещенных в КСР, осталось прежним. Вместе с тем на уровне отдельных макрорегионов за годы пандемии произошли значительные изменения – так, доля туристов в Северо-Кавказском федеральном округе выросла в полтора раза.

Таким образом, из статистики видно, что в последнее десятилетие (не считая коронавирусного 2020 г.) российская индустрия гостеприимства демонстрировала устойчивый рост, причем в 2021–2022 гг. он продолжался даже при серьезном сокращении численности иностранных туристов (с 11 млн постояльцев в гостиницах в 2019 г. до 3 млн в 2021 г.) и сохране-

Статистика туристического потока внутри России за 2022 г.

Регион	Объем туристического потока, млн человек	Туристический поток на 1000 жителей региона, человек	Прирост к 2021 г., в %
Республика Дагестан	2	627,6	100
Московская область	22	2575,4	57
г. Санкт-Петербург	8,1	1444,4	32
Иркутская область	1,5	634,7	30
Ставропольский край	1,5	516,8	20
Тульская область	1,52	1015,6	16
Тюменская область	3,3	862,1	13
Свердловская область	1,8	422,2	12
Республика Татарстан	3,3	825,0	11
г. Москва	18	1383,0	7
Приморский край	3	1628,7	7
Республика Алтай	2,1	9961,7	7
Краснодарский край	17	2914,9	3
Калининградская область	1,8	1745,9	-5
Республика Крым	6,5	3366,0	-32

Источник: данные АТОР.

⁶ URL: <https://sberindex.ru/upload/research/625d8736-0265-4bc9-803a-02b5ac33cef4.pdf>

⁷ URL: <https://sberindex.ru/ru/researches/sberindeks-i-onetwotrip-rossiiskie-turisty-stali-aktivnee-no-ekonomnee>

нии части коронавирусных ограничений. При этом в последние два года рост происходил не только в традиционных российских центрах притяжения отдыхающих (Москва, Санкт-Петербург и Черное море), но и в «новых» туристических регионах.

Внутренний туризм в России в 2022 г.: последствия санкций

Хотя в 2022 г. большинство коронавирусных ограничений в странах были сняты и многие из них смягчили или полностью отменили ограничения на въезд без сертификатов о вакцинации, выездной туризм из России не восстановился – по причине введенных в феврале-марте 2022 г. США, Великобританией, странами ЕС и целым рядом других санкций в отношении РФ. Из-за запрета на авиасообщение и железнодорожные перевозки между Россией и Евросоюзом, а также отключения российских банков от международных платежных систем поездки за границу стали значительно сложнее для туристов из России. С августа 2022 г. некоторые государства, ранее популярные среди отечественных туристов (Чехия, Польша, страны Балтии), ввели полный запрет на въезд россиян; другие страны ЕС ужесточили процедуру получения виз. В результате в 2022 г. выездной поток хоть и вырос за год на

17%, составив 22 млн человек, не достиг и половины от уровня 2019 г. (См. рис. 7.) При этом среди выезжавших за рубеж туристов более половины пришлось на Абхазию, Турцию и Казахстан.

Существование барьеров для выезда за рубеж определяло выбор отечественных направлений. Однако и внутренний туризм оказался задет введенными ограничениями.

Можно выделить следующие основные вызовы и риски, возникшие в связи с этим для отрасли:

1. *Транспортная доступность.* 24 февраля 2022 г. Росавиация ввела ограничения на работу 11 аэропортов на юго-западе России – Ростова-на-Дону, Краснодар, Анапы, Геленджика, Элисты, Ставрополя, Белгорода, Брянска, Курска, Воронежа и Симферополя (вскоре ограничения со Ставрополя были сняты и введены по отношению к аэропорту Липецка). Изначально введенные лишь на две недели ограничения действуют до сих пор. Отсутствие авиасообщения, с одной стороны, усложнило поездки в регионы, затронутые ограничениями, а с другой – сделало менее мобильными самих жителей южных областей. Из-за закрытия европейского неба для российских самолетов значительно усложнилась также коммуникация между Калининградской обла-

Рис. 6. Размещение граждан России в КСР в 2022 г. в разрезе федеральных округов, в %



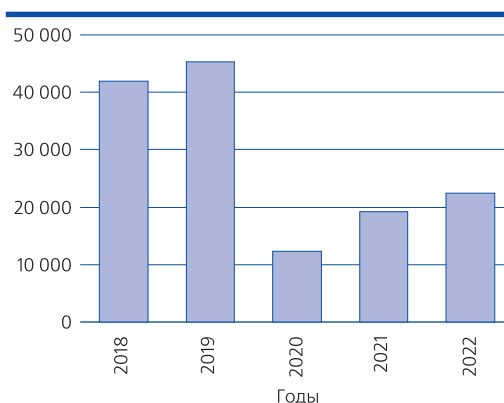
Источник: данные Росстата.

стью и остальной страной, что, одновременно с опасениями, касающимися возможности отмены железнодорожного транзита, привело к падению спроса на туры в этот регион⁸.

2. *Сложности в обслуживании транспортных средств.* Значительные риски для долгосрочного развития туристического сектора создают имеющиеся ограничения на импорт в Россию товаров двойного назначения, дополняемые бойкотом на поставки со стороны американских и европейских корпораций (к примеру, Airbus, Boeing и Siemens). Так, отсутствие инженерной поддержки российских авиакомпаний и РЖД, прекращение официальных поставок запчастей для наличного авиапарка и высокоскоростных поездов могут привести к снижению уровня безопасности в транспортной сфере, а также к сокращению количества доступных российским компаниям современных транспортных средств. Представители ж/д отрасли заявляют, что на данный момент проблем с поездами нет⁹, однако в области авиаперевозок дела обстоят хуже: авиакомпании вынуждены пользоваться параллельным импортом и сервисным обслуживанием самолетов в Иране, также лишенном легального доступа к запчастям¹⁰; кроме того, правительству пришлось разрешить «самолетный каннибализм» (практику разбора авиалайнеров на запчасти для их дальнейшего использования в других самолетах)¹¹. Существуют сложности и с поставками автозапчастей, вызванные уходом из страны западных автопроизводителей. Сейчас проблема их дефицита решается с помощью параллельного импорта, в результате чего стоимость ремонта автотранспорта выросла, отражаясь на расходах компаний, осуществляющих перевозки отдыхающих.

3. *Сложности в обслуживании туристической инфраструктуры.* Введенный западными

Рис. 7. Численность граждан России, совершивших туристские поездки за рубеж в 2018–2022 гг., тыс. человек



Источник: данные Росстата.

странами запрет на поставки в Россию предметов роскоши затронул некоторые сегменты индустрии гостеприимства. В частности, после введения санкций существенно усложнились эксплуатация старых и строительство новых канатных дорог, необходимых для функционирования горнолыжных курортов. Из-за ухода фирм – лидеров отрасли (французской Poma и немецкой Doppelmayr) с российского рынка владельцы канатных дорог не могут приобрести запчасти напрямую от производителя, а их стоимость через каналы параллельного импорта, согласно информации от представителей государственных институтов развития, выше досанкционной в два-три раза. Это, в свою очередь, вынуждает повышать цены на билеты. Что касается новых канатных дорог, то системы, собранные в странах, которые не ввели санкции против России, либо не отличаются высоким качеством, либо производятся по лицензии западных фирм, из-за чего существуют риски последующего отказа фирм-производителей в их обслуживании. При этом стоимость данной продукции также

⁸ URL: <https://www.newkalininingrad.ru/news/briefs/economy/23995575-ator-poezdka-v-kaliningrad-kazhetsya-rossijskim-turistam-nebezopasnoy-iz-za-sanktsiy.html>

⁹ URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/483104-urvi-poka-mozno-kak-rossijskaa-turindustria-perezivala-2022-god>

¹⁰ URL: <https://www.rbc.ru/business/10/04/2023/6433e50f9a794734270374a3>

¹¹ URL: <https://www.rbc.ru/politics/16/01/2023/63c474fe9a79479fdb90e0e>

возросла по сравнению с досанкционным периодом.

4. *Уход некоторых социальных сетей с российского рынка.* Для малого бизнеса в туристическом секторе крайне болезненным стал сначала уход с российского рынка рекламы, а затем и блокирование социальной сети Instagram¹², которая для многих фирм была основным инструментом продвижения своих услуг. Так, одна из фирм — организаторов туров по Дагестану после отключения рекламы в Instagram¹³ столкнулась со снижением объема проданных туров; владельцы гостиницы, открывавшейся в Северной Осетии в апреле 2022 г., изначально выстраивали свою стратегию продвижения через данную социальную сеть, и в результате в первые месяцы работы им было сложно привлечь клиентов. Альтернативные социальные сети и порталы (Яндекс, ВКонтакте) не смогли полноценно заменить ушедшие — основным каналом продаж для малого и среднего бизнеса в отрасли стал «сарафанный» маркетинг¹⁴.

5. *Уход крупнейших гостиничных агрегаторов с российского рынка.* Другой болезненной «неформальной» санкцией стал уход с российского рынка сервиса для бронирования жилья Booking.com. Среди опрошенных владельцев гостиниц и гостевых домов, существовавших до марта 2022 г., все информанты сдавали номера на Booking.com, хотя для многих из них это был не основной инструмент продаж. Уход сайта с российского рынка привел не только к потере гостиницами привычного канала привлечения клиентов, но и к срыву уже совершенных бронирований — так, один из владельцев гостиницы в Домбае из-за ухода агрегатора потерял брони на 200 тыс. руб. Однако к лету отрасль смогла справиться с вызовом и адаптироваться к изменениям —

у гостиниц стало больше прямых продаж через собственные сайты и партнерства с туроператорами¹⁵. Многие отели зарегистрировались на российских аналогах Booking.com (например, на Яндекс.Путешествия, Суточно.Ру и «Островок»)¹⁶, хотя, по признанию представителей отрасли, эти платформы куда менее удобны для использования. Например, для отечественных агрегаторов, по сравнению с Booking.com, характерны проведение промоакций за счет гостиниц и более жесткие условия отмены брони со стороны владельца места размещения.

Данные за 2022 г., представленные выше, показывают, что в целом по стране положительные эффекты от санкций в индустрии гостеприимства перевешивают негативные — хотя после введения санкций темпы роста турпотока снизились, говорить о его сокращении не приходится. Однако это верно не для всех субъектов Федерации: там, где существуют ограничения полетов, туристическая отрасль уже сталкивается с замедлением роста турпотока. Из приведенной выше таблицы видно, что среди регионов, которые приняли более 1,5 млн туристов, наихудшие результаты показали те, в которых либо вводились транспортные ограничения (Крым, Краснодарский край), либо подобного рода риски существовали большую часть туристического сезона (Калининградская область). На число туристов в Крыму также повлияла близость к зоне боевых действий.

Заключение

Таким образом, появление новых, связанных не с пандемией, а с санкциями, барьеров для выезда из страны привело к закреплению уже имевшихся тенденций развития индустрии гостеприимства: вместо выездного туризма россияне продолжают выбирать путешествия

¹² Владелец соцсети компания Meta признана экстремистской организацией и запрещена в России.

¹³ Владелец соцсети компания Meta признана экстремистской организацией и запрещена в России.

¹⁴ Под «сарафанным» маркетингом понимается метод продвижения продукта с помощью отзывов клиентов, советующих продукт своим знакомым.

¹⁵ URL: <https://www.atorus.ru/node/51556>

¹⁶ URL: <https://ria.ru/20220310/bronirovaniya-1777443828.html>

внутри страны. При этом введенные санкции, как показывает проведенный анализ, имеют двоякий эффект. С одной стороны, делая менее доступным выездной туризм, новые ограничения дополнительно подталкивают потребителей к внутреннему туризму. С другой стороны, формальные и неформальные санкции затрудняют создание и продвижение туристического продукта (особенно в сфере перевозок и использования иностранных онлайн-платформ), что приводит к снижению качества и удорожанию услуг (тем самым, возможно, и к будущему падению спроса на них).

На сегодня положительные (для отрасли) последствия санкций в виде ослабления конкуренции со стороны иностранных курортов превышают отрицательные. Однако имеющиеся ограничения в полетах в южные регионы

России, а также потеря удобных инструментов продаж повлияли на то, что темпы роста туристического потока в последние месяцы 2022 г. сделали процесс создания туристического продукта куда более сложным, чем до введения санкций. Это уже порождает определенные сложности для бизнеса, о чем свидетельствуют данные Сбербанка¹⁷: прирост числа туристов в последние месяцы прошлого года оказался не таким значительным, как в январе-марте. Более того, риски, связанные с удорожанием обслуживания транспортных средств и капиталоемкой туристической инфраструктуры, формируют угрозы для конкурентоспособности отрасли в долгосрочном периоде, поэтому в будущем эффект от санкций может оказаться для туристической индустрии более негативным. ■

Литература

1. Бареева Е.Д., Прохорова О.Н. Антикризисные меры по развитию внутреннего туризма в России // Экономика. Информатика. 2021. Т. 48. № 2. С. 252–263.
2. Григорьев Л.В. и др. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19 // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. 2020. № 68. М.: Аналитический центр при Правительстве РФ.
3. Леонидова Е.Г. Приоритеты и угрозы развития регионального туризма // Регионоведение. 2022. Т. 30. № 3. С. 624–646.
4. Максимова Л.Б., Дугарова Т.Б., Кауров И.А. Туризм и пандемия COVID-19: опыт и уроки Республики Бурятия // Вестник БГУ. Сер.: Экономика и менеджмент. 2021. № 1. С. 62–71.
5. Николенко П.Г., Терехов А.М. Анализ состояния туристской отрасли в России и направления ее развития // Статистика и экономика. 2022. Т. 17. № 4. С. 57–70.
6. Ползикова Е.В., Юрченко А.А. Анализ влияния пандемии на сферу авиаперевозок и туризм в России // Научный вестник Южного института менеджмента. 2020. № 2. С. 98–103.
7. Ситкевич Д.А. Механизмы отраслевой координации «новых» туристических регионов: пример Дагестана // Управление. 2023. Т. 14. № 2. С. 76–89.
8. Яковлев А.А. и др. Кризис или новая реальность: влияние пандемии на российский сектор туризма // ЭКО. 2021. № 5. С. 53–76.
9. Kabanova, E.E. et al. The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Development of Internal Tourism in the Russian Federation: A Statistical Analysis // Journal of Environmental Management and Tourism. 2021. Vol. 12. No. 8. Pp. 2148–2156.

References

1. Bareeva, E.D., Prokhorova, O.N. Anti-crisis measures for the development of domestic tourism in Russia // Economics. Information Technologies. 2021. Vol. 48. No. 2. Pp. 252–263.
2. Grigoriev L.V. et al. Dynamics of demand for tourist services in Russia against the backdrop of the COVID-19 pandemic // Bulletin on Current Trends in the Russian Economy. 2020. No. 68. Moscow: Analytical Center for the Government of the Russian Federation.

¹⁷ URL: <https://sberindex.ru/upload/research/625d8736-0265-4bc9-803a-02b5ac33cef4.pdf>

3. Leonidova E.G. Priorities and Threats for the Development of Regional Tourism // Regionology. 2022. Vol. 30. No. 3. Pp. 624–646.
4. Maksanova L.B., Dugarova T.B., Kaurov I.A. Tourism and COVID-19 pandemic: Experience of the Republic of Buryatia // BSU Bulletin. Series: Economy and Management. 2021. No. 1. Pp. 62–71.
5. Nikolenko P.G., Terekhov A.M. Analysis of the state of the tourism Industry in Russia and the direction of its development. // Statistics and Economics. 2022. Vol. 17. No. 4. Pp. 57–70.
6. Polzikova E.V., Yurchenko A.A. Analysis of the pandemic Impact on aviatransportation and tourism in Russia // Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management. 2020. No. 2. Pp. 98–103.
7. Sitkevich D.A. Mechanisms for industrial coordination of “new” tourism regions: The case of Dagestan // Upravlenets. 2023. Vol. 14. No. 2. Pp. 76–89.
8. Yakovlev A.A. et al. A crisis or new reality: The Impact of COVID-19 pandemic on the Russian tourism sector // ECO. 2021. No. 5. Pp. 53–76.
9. Kabanova, E.E. et al. The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Development of Internal Tourism in the Russian Federation: A Statistical Analysis // Journal of Environmental Management and Tourism. 2021. Vol. 12. No. 8. Pp. 2148–2156.

Impact of Sanctions on the Dynamics of the Russian Tourist Market

Daniil A. Sitkevich – Researcher of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Candidate of Economic Sciences (Moscow, Russia). E-mail: dasitkevich@gmail.com

Sofia E. Kuek – Junior Researcher of the Gaidar Institute for Economic Policy; Master’s Student in Economics of the EUSP (Moscow, Russia). E-mail: sofya.kuek@mail.ru

The article analyzes the consequences of the sanctions imposed in 2022 for the Russian hospitality industry. Based on official statistics, we conclude that before the sanctions were imposed, the Russian tourism industry demonstrated growth, which accelerated during the post-pandemic recovery. Data from a series of semi-structured interviews with the representatives of the hospitality industry showed that apart from the positive effects (associated with the reduced availability of outbound tourism), there are also negative effects of the sanctions and the ongoing military conflict. Current evidence suggests that, at this point, the positive effects of the sanctions outweigh the negative ones. However, some regions have already experienced a decrease in tourist traffic due to transportation restrictions, and the decline in industry productivity associated with the sanctions poses long-term risks to the hospitality industry.

The article reflects the results of research carried out as part of the research work of the state task of the RANEP.

Key words: internal tourism, hospitality industry, sanctions, tourism product.

JEL-codes: R12, Z30, Z32.