

ДИСКУССИОННЫЕ СТАТЬИ | DISCUSSION PAPERS

А. В. Батуров [A. V. Baturov]

В. Ф. Кшишневская [V. F. Kshishnevskaya]

УДК 379.851

DOI: 10.37493/2307-910X.2022.4.23

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СТРУКТУРУ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТУРИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

THE STUDY OF THE INFLUENCE OF EXTERNAL ECONOMIC FACTORS ON THE STRUCTURE OF THE REGIONAL TOURISM INDUSTRY ON THE EXAMPLE OF THE NORTH CAUCASUS

*Пятигорский институт (филиал) Северо-Кавказского федерального университета, Пятигорск,
Российская Федерация/ Pyatigorsk Institute (branch) of the North Caucasian Federal University, Pyatigorsk,
Russian Federati*

Аннотация

Статья посвящена исследованию устойчивости локального рынка индустрии гостеприимства в условиях разной степени ковидных ограничений и уровня вакцинации в регионах мира, эскалации военных конфликтов, роста цен на энергоносители и сырьевые товары, проблем с логистическими цепочками. Внешние отрицательные факторы изменили структуру спроса на услуги в целом и туристских услуги в частности. Этот тренд базируется на бюджетном, индивидуальном сегменте внутреннего туризма с учетом санитарно-эпидемиологической ограничений. Растет спрос на дешевые туры, «микротуры» и дестинации (не далеко от дома). Важным фактором снижающим спрос на туруслуги становится транспортная доступность. Курортные регионы Северного Кавказа (Кавказские Минеральные Воды) в этом направлении находятся в выигрышном положении, так как имеют развитую рекреационную инфраструктуру и квалифицированный персонал.

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, внутренний туризм, рекреационный потенциал

Abstract

The article is devoted to the study of the stability of the local market of the hospitality industry in conditions of varying degrees of covid restrictions and the level of vaccination in the regions of the world, escalation of military conflicts, rising prices for energy and raw materials, problems with logistics chains. External negative factors have changed the structure of demand for services in general and tourist services in particular. This trend is based on the budget, individual segment of domestic tourism, taking into account sanitary and epidemiological restrictions. There is a growing demand for cheap tours, "micro tours" and destinations (not far from home). Transport accessibility becomes an important factor reducing the demand for travel services. The resort regions of the North Caucasus (Caucasian Mineral Waters) are in an advantageous position in this direction, as they have a developed recreational infrastructure and qualified personnel

Key words: tourism, hospitality industry, domestic tourism, recreational potential

Введение. Индустрия туризма и гостеприимства принадлежит к отраслям, наиболее пострадавшим от глобальной пандемии covid-19. Мировой ВВП в 2020 году снизился примерно на 3,1%, его рост в 2021г. до 5,9% не значительно компенсировал экономические потери. Предполагается, что темпы роста мировой экономики в 2022г. будут слабыми до 4,4%. [14].

В 2019 г. на туризм приходилось 10% мирового ВВП (8,9 трлн долл.). В 2020г. доля отрасли снизилась до 5,5% (4,7 трл.долл.). Вклад туризма в мировой ВВП в 2021 г. составил на 19% больше в сравнении с 2020г., но на 46% меньше в сравнении с 2019 г. В 2019г. доля туризма в ВВП России составила 4 % (5,5 трн.руб). Что сопоставимо долей туризма в ВВП развитых стран: США – 2,86%, Великобритания – 3,6%, Германия – 4%, Франция – 7,38%. [12].

В 2021 г. было отмечен рост международных поездок на 4%, по сравнению с 2020г. до 415 млн. По сравнению с 2019 г. показатель уменьшился на 72%.

Темпы восстановления индустрии туризма в 2021 – 2022гг. останутся незначительными из-за разной степени ковидных ограничений и разного уровня вакцинации в регионах мира, эскалации военных конфликтов, роста цен на энергоносители и сырьевые товары, проблем с логистическими цепочками. Наибольший рост количества прибытий в 2021г. по сравнению с 2020 г. наблюдался в трёх регионах: Карибский бассейн, Средиземноморье, Центральная Америка (до 60%), но по сравнению с 2019г. снижение составило до 50%. [13].

Из-за пандемических ограничений внутренний туризм стал преобладающим видом туризма в стране. Общий поток внутренних туристов в России по итогам 2020 года, по оценке АТОР, сократился на 35-40% – с 68 млн поездок в 2019 примерно до 40 млн в 2020 г, при незначительном восстановлении до 56 млн. в 2021г.

В результате пандемийных ограничений пострадали предприятия малого и среднего бизнеса сферы услуг. Добавленная стоимость в ВВП сократилась по гостиницам и ресторанам, учреждениям культуры и спорта, на предприятиях транспорта. [2,4].

Слабые темпы роста мировой экономики, угроза рецессии сказываются на реальных доходах домашних хозяйств. Проведенный Европейской конфедерацией профсоюзов (ЕКП) анализ экономического положения населения с доходом выше и ниже среднего с 2010г. по 2020 год показал, что 22 млн. работников в Евросоюзе зарабатывают меньше 60% от среднего дохода. Около 30% граждан стран Евросоюза старше 16 лет не могут себе позволить поездку на отдых в летний отпуск. Миллионы работников получающие гарантированную законом минимальную зарплату, находятся в состоянии бедности в 16 государствах ЕС. [3].

Аналогичная ситуация сложилась в нашей стране, по данным опроса исследовательского центра портала SuperJob. Ru, около трети россиян в 2021г. не могли позволить себе недельный отпуск на море. В 2022г. по данным портала Зарплата.ру респонденты признались, что экономят на отпуске - 13%, кафе и ресторанах - 12%, продуктах - 9%, одежде и обуви - 7%, салонах красоты - 7%. [11].

Опрос граждан России порталом Туту.ру показал, что в 2022 г. летний отдых на даче планируют 29% респондентов, посетить курорты Черного моря – 26%, не планирую отдых – 16%, зарубежные туры – 11%, посетить курорты северного Кавказа – 8% и т.д. [5].

В 2020 – 2021 гг. основные направления развития туристической отрасли базировались на бюджетном, индивидуальном сегменте внутреннего туризма с учетом санитарно-эпидемиологической ограничений [6,7,8].

Это экскурсионный туризм, «микротуризм» с выездом на пару дней для ознакомления с культурными достопримечательностями (усадебой, музеем) для участия в ремесленных мастер-классах (изготовление сувениров, гастро туры), экотуризм (посадка деревьев, уход за дикими животными), участие в качестве добровольцев в благоустройстве инфраструктуры туристических локаций. Другое направление это рекреационный туризм, связанный профилактикой заболеваний и восстановлением здоровья граждан. Его можно комбинировать с фрилансом под названием bleisure (от слов «business» и «leisure»). Он

предполагает совмещение работы и отпуска в местах со стабильной связью. Предлагается концепция slow-туризма «смотри меньше, да лучше» с отказом от гонки с посещением всех достопримечательностей. Среди приверженцев автотуризма набирает популярность глэмпинг (сокр. от «гламурный кэмпинг»), где предлагаются более комфортные условия палаточного отдыха. [2,7,9].

Целью нашего исследования является оценка привлекательности локального рекреационного рынка СКФО в условиях экономического кризиса, осложненного внешними экономическими санкциями, санитарно-эпидемическими мероприятиями, падением доходов населения, снижением спроса на услуги туриндустрии.

Методы и объекты исследования. Для осуществления поставленной задачи мы использовали индикаторы, характеризующие развитие индустрии туризма и гостеприимства в регионе предложенные в предыдущих наших исследованиях [1].. Индикаторы регионального развития отрасли представлены в виде стабильных показателей структуры. Информационными источниками являлись официальные данные статистики, публикации средств массовой информации, научные работы, экспертные данные, результаты социологических опросов и т.д. Для анализа массива данных нами использовались традиционные методы контент-анализа, сравнения, группировки [1]..

В ОКВЭД к сфере гостеприимства относятся: деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, деятельность в области здравоохранения и социальных услуг, деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений. Нами использовались укрупненные группы данных в разрезе федеральных округов СКФО и ЮФО. Данные по г.Москва приводятся как эталонные по потреблению товаров и услуг.

Индикаторы, характеризующие развитие индустрии туризма и гостеприимства СКФО нами собраны в два кластера отражающих:

- деловую активность (доля сектора экономики в ВВП, ВРП %, инвестиции в основной капитал, распределение организаций и среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности),
- уровень жизни населения (реальные денежные доходы населения, структура потребительских расходов домашних хозяйств, распределение платных услуг населению по видам).

Для реализации рекреационной привлекательности субъектов СКФО и привлечения инвестиций в регион правительство РФ в 2010г. – 2014г. создало федеральное министерство по делам Северного Кавказа и институты развития АО «Корпорация развития Северного Кавказа» и АО «Курорты Северного Кавказа», которые в 2020г. были объединены.

Существует госпрограмма «Развитие Северо-Кавказского федерального округа на период до 2025 года» и подпрограмма «Развитие туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе», которые предусматривают финансирование в размере более 2 трлн. руб. Правительство РФ выделило на развитие туризма СКФО 73 млрд. рублей. Деятельность институтов развития оказалась не эффективной, частных инвестиций привлечь в запланированном объеме не удалось: уровень безработицы в остается в пределах 10– 11% (по РФ — 4,6%), среднедушевые денежные доходы населения 69% от общероссийских. Поэтому, рекреационная инфраструктура созданная в годы СССР является «якорной» для привлечения отдыхающих. [10].

В таблице 1 отражена динамика турпотока по регионам СКФО. В кризисном 2020г. турпоток в курортные регионы СКФО по сравнению с 2019г. снизился на больше всего по Ставропольскому краю до 35,6% и КМВ – 33,3%.

В 2021г. произошло частичное восстановление турпотока до 83,7% по Ставропольскому краю и 92,5% по городам КМВ. По республикам СКФО падение турпотока было не критичным 10 – 20%..

Таблица 1. Динамика турпотока по регионам СКФО

	2019	2020	% к 2019	2021	% к 2019
Ставропольский край млн,чел.	1,6	0,57	35,6	1,34	83,7
Кавказские Минеральные Воды в том числе млн,чел.	1,2	0,46	33,3	1,11	92,5
Кабардино Балкарская республика млн,чел.	0,6	0,54	90	0,84	140
Карачаево Черкесская республика млн,чел.	1,5	1,2	80	1,7	113
Республика Северная Осетия млн,чел.	0,28	0,25	89	0,27	104

Основными факторами провала показателя стали санитарно-эпидемические мероприятия администрации и снижение доходов местного населения. В таблице 2 отражена география турпотока по регионам СКФО.

Таблица 2. География турпотока КМВ

Показатели (в процентах к итогу)	2019	2020	2021
Москва	15,6	18	11,7
Московская обл.	8,7	13	10,8
Ставропольский край	25	14	6
Краснодарский край	9,5	6,3	7,2
Ростовская обл.	12,6	9,5	6,3

География турпотока КМВ в 2019 – 2021гг. структурно изменилась не значительно. Это в основном жители ЦФО (Московская агломерация) и близлежащие регионы ЮФО и СКФО. За данный период доля регионов ЮФО и СКФО снизилась в 1,5 – 2 раза. Доля жителей Московской агломерации сократилась незначительно.

Таблица 3. ВВП (ВРП) структура выпуска по отраслям экономики

Показатели (в процентах к итогу)	РФ						Г.Москва				СКФО				ЮФО			
	2017	2018	2019	2020	9мес 2021	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020	
– деятельность гостиниц и предприятий общественного питания;	1,1	1,0	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9	0,8		3,0	3,0	3,0		2,0	1,9	2,0		
–деятельность в области здравоохранения и социальных услуг;	3,9	4,1	3,5	4,1	3,6	2,8	3,0	3,0		6,2	7,1	7,2		4,4	5,0	5,2		
– деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений.	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,2	1,1	1,3		1,1	1,1	1,1		1,2	1,1	1,3		

В таблице 3 отражена структура выпуска по отраслям экономики РФ. Валовый внутренний продукт (ВВП) отражает стоимость всех произведенных за отчетный период

товаров и услуг во всех отраслях экономики на территории страны для потребления, накопления, экспорта.

Структура ВВП по отраслям дает ясную картину о доли той или иной отрасли в экономике и ее инвестиционной привлекательности.

Валовой региональный продукт — это стоимость всех товаров и услуг, которые произвели в данной территории за отчетный период. Однако сумма ВРП всех регионов не равна ВВП конкретной страны. Это связано экстерриториальностью некоторых отраслей.

ВРП помогает оценить экономическую обстановку на конкретной территории. Индикатор «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» в ВВП РФ за период 2017-2018гг. стабильно находится в районе 1%. За период 2019 -2021гг. с тенденцией монотонного снижения на 0,1-0,2%. Динамика этого показателя в ВРП г. Москва отражает общероссийский тренд. Доля гостиниц и предприятий общественного питания в ВРП СКФО и ЮФО больше чем в целом по стране, что отражает их рекреационную направленность в разделении труда. Динамика этого показателя в ВРП данных регионов отражает общероссийский тренд.

Показатель «Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» в динамике находится в пределах 4% по стране, по г. Москва – 3%. В регионах СКФО и ЮФО доля данного показателя выше, чем по РФ, скорее всего это было связано с недофинансированием данного сектора.

Показатель «Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений» по РФ в регионах по структуре и динамике находится в пределах от 1,1 до 1,3%.

Таблица 4. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности

Показатели (в процентах к итогу)	РФ			Г.Москва			СКФО			ЮФО		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
– деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	0,15	0,2	0,3	1,3	0,38	0,5	0,3	0,08	0,6	1,0	2,7	2,5
– деятельность в области здравоохранения и социальных услуг;	0,2	0,19	7,1	0,01	1,4	2,6	6,0	5,4	7,7	2,3	3,4	5,1
– деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений.	0,15	0,18	1,9	1,9	1,7	1,5	2,3	2,1	2,8	3,2	2,3	2,1

таблице

представлена структура и динамика инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности. Прямые инвестиции являются локомотивом развития любой экономики. Одной из форм реальных инвестиций являются вложения в производство, в станки, оборудование, в сырье, недвижимость, и т.д. Они создают основу устойчивого развития организации любого вида экономической деятельности. Инвестиции в основной капитал гостиниц и предприятий общественного питания за период 2018-2020гг. на общероссийском и региональном уровне находятся в пределах 1%. Это говорит о том, что спрос на данные услуги стабилен и не предполагает расширения.

Инвестиции в сферу здравоохранения отражают глобальную тенденцию борьбы с пандемией и выполнение нацпроектов, поэтому в 2020г расходы резко увеличились от 1,5 до 6 раз.

Инвестиции в развитие культуры, спорта, организации досуга и развлечений на общероссийском и региональном уровне также существенно возросли до 2-3%.

Показатель «Распределение организаций по видам экономической деятельности», динамика изменения их численности позволяют выделить основные направления экономического развития страны и ее регионов.

Таблица 5. Распределение организаций по видам экономической деятельности

Показатели (в процентах к итогу)	РФ			Г.Москва			СКФО			ЮФО		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
– деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	2,3	2,3	2,5	2,4	2,8	2,3	1,7	1,8	1,9	3,2	3,5	3,6
– деятельность в области здравоохранения и социальных услуг;	2	1,8	1,8	1,3	1,3	1,5	3,3	3,5	3,9	2,5	2,6	2,9
– деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	1,8	1,8	1,6	1,2	1,4	1,6	2,4	2,6	2,7	1,7	1,9	2,3

Динамика изменения структуры по показателю «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» за 2018-2020гг. монотонна в пределах от 2 до 3%. В ЮФО этот показатель больше 3%, что отражает наличие морских климатических курортов. По индикатору «Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» в регионах СКФО и ЮФО сохраняется преобладание санаторно-курортных учреждений. Индикатор «Деятельность области культуры, спорта, организации досуга и развлечений» также отражает рекреационный характер региональной экономики. Наблюдается превышение общероссийских показателей в 2020г. в 1,3 -1,6 раза.

Таблица 6. Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности

Показатели (в процентах к итогу)	РФ			Г.Москва			СКФО			ЮФО		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
– деятельность гостиниц и предприятий общественного питания;	2,4	2,5	2,5	2,2	2,3	2,4	2,4	2,5	2,6	3,2	3,4	3,4
– деятельность в области здравоохранения и социальных услуг;	6,2	6,2	6,3	3,6	3,7	3,8	6,7	6,8	7,0	6,9	6,9	7,0
– деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений.	1,6	1,6	1,6	2,2	1,9	2,3	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,5

Индикатор «Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности» отображает структурные особенности региональной экономики. Он чувствителен к изменениям фазы цикла которую проходит экономическая система (роста или спада). Занятость по показателю «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» по стране и регионам в 2018 - 2020гг. показывает стабильные цифры от 2,2 до 2,6%, за исключением ЮФО от 3,2 до 3,4%. Это показывает преобладание в данном секторе предприятий малого и среднего бизнеса, которому в 2020г. оказывалась государственная помощь. Наоборот относительно высокая доля занятых наблюдается по показателю

«Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг», что отражает санитарно-эпидемические мероприятия и реализацию нацпроектов. Занятость по индикатору «Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений» стабильна на уровне 1,6- 2%.

Таблица 7. Реальные денежные доходы населения

	РФ				Г.Москва				СКФО				ЮФО			
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Реальные денежные доходы (в % к предыдущему году)	101,1	101,7	98,6	103,4	101,8	104,3	100,2	108,1	99,2	101	96,9	101	101,6	100,4	99,6	102,9

В таблице 7 приведен показатель «Реальные денежные доходы населения» отражающие уровень жизни в стране. Этот показатель отражает возможности граждан приобретать на свой доход товары и услуги.

С 2018г. по 2019г. реальные доходы граждан незначительно росли в пределах 1%. В 2020г происходит падение доходов в стране и по регионам примерно на 4%, но в 2021г. происходит выход на уровень 2019г. Снижение реальных доходов населения обусловлено санитарно-эпидемические мероприятия и экономической рецессией.

Таблица 8. Структура потребительских расходов домашних хозяйств:

Показатели (в процентах к итогу)	РФ				Г.Москва				СКФО				ЮФО			
	2018	2019	2020	3 кв 2021	2018	2019	2020	3 кв 2021	2018	2019	2020	3 кв 2021	2018	2019	2020	3 кв 2021
– расходы на питание	35,2	34,6	36,0	35,1	30,1	25,9	34,3	27,9	41,8	41,1	43,4	45,9	38,1	39,2	39,1	38,5
– расходы на непродовольственные товары	36	35,8	36,6	35,9	35,8	38,7	28,8	31,9	34,6	36,4	36,3	34,1	34,2	32,9	35,0	36,2
– расходы на услуги:	27	27,8	25,5	27,3	32,2	33,7	34,1	38,4	22,9	21,7	19,5	19,2	25,9	26,3	24,2	24
– гостиницы, кафе и рестораны	3,4	3,4	2,7	3,2	5,7	5,2	5,5	3,0	1,7	1,8	1,0	1,9	3,8	3,9	2,8	2,7
– организация отдыха и культурные мероприятия	7,5	8,1	6,2	6,8	11,0	13,5	6,1	11,5	5,0	3,8	3,0	3,4	5,2	5,1	4,3	4,2
– здравоохранение	3,6	3,7	3,8	4,2	3,1	3,4	3,3	3,9	3,9	3,4	3,8	3,5	4,0	3,7	4,4	4,5

Показатель «Структура потребительских расходов домашних хозяйств» приведен в таблице 8. Этот показатель влияет на качество жизни, отдых, образование, здоровье (человеческий капитал).

Уровень потребления домашних хозяйств тесно связан с уровнем доходов:

– чем меньше доход у населения, чем больше расходы на питание, тем меньше остается для накопления человеческого капитала,

– стабильный рост доходов населения приводит к тому, что расходы на непродовольственные товары растут быстрее, а расходы на питание уменьшаются,

– высокие доходы населения приводят к росту расходов на услуги по сравнению с расходами на непродовольственные товары.

За период с 2018г. по 2020г. расходы домашних хозяйств по РФ отражали стагнацию доходов: расходы на непродовольственные товары росли немного быстрее, чем расходы на питание, расходы на услуги снижались. Однако расходы на питание, непродовольственные товары составляли более 30% (это критический уровень), что компенсировалось меньшим потреблением услуг (гостиницы, кафе и рестораны, организация отдыха и культурные мероприятия). За 3квартал 2021г. проявилась слабая тенденция снижения расходов на питание, непродовольственные товары и чуть большим потреблением услуг.

По г.Москва За 3квартал 2021г.расходы на услуги росли быстрее, чем на питание и непродовольственные товары. В СКФО и ЮФО структура потребления за период с 2018г. по 2021г. более значительным падением потребления услуг в пользу расходов на питание.

Таблица 9. Распределение платных услуг населению по видам

Показатели (в процентах к итогу)	РФ				Г.Москва				СКФО				ЮФО			
	2018	2019	2020	3кв 2021	2018	2019	2020	3кв 2021	2018	2019	2020	3кв 2021	2018	2019	2020	3кв 2021
– гостиницы и средства размещения;	3,3	3,2	2,0	2,8	3,5	4,7	1,7	2,6	1,2	1,1	1,1	1,8	6,3	6,5	7,0	2,7
– культура; физкультура и спорт;	16,1	19,1	0,8	17,1	24,7	33,1	0,9	24,5	11,0	8,0	0,6	9,8	8,3	9,0	1,2	10
медицинские услуги	7,9	5,3	7,7	6,2	5,2	6,1	8,1	6,2	7,6	7,2	7,5	6,2	5,6	5,5	5,9	7,2
– санаторно- оздоровительные услуги.	2,3	1,5	0,9		0,7	1,1	0,1		3,0	1,2	3,6		3,1	1,2	3,1	

Потребление платных услуг домашних хозяйств с различным уровнем дохода по видам стандартно. Это жилищно-коммунальные услуги, медицинские, санаторно-оздоровительные услуги и образовательные услуги, транспорт и связь, культура; физкультура и спорт.

Потребление домашними хозяйствами различных платных услуг по объемам и их качеству могут значительно отличается (таблица 9). Граждане могут ранжировать свои потребности в зависимости от платёжеспособного спроса т,е своих доходов. Если условиях экономического спада спрос на не продовольственные товары и услуги в целом будет падать, то спрос медицинские, санаторно-оздоровительные услуги и образовательные услуги остается постоянным.

Если потребление верхних слоев среднего класса будет относительно не эластичным, то бедные и относительно бедные слои населения будут его сокращать. Стоимость услуг реагирует на кризисы в экономике с большей задержкой (временным лагом), чем стоимость товаров. При восстановлении роста экономики может произойти опережающий рост спроса на услуги.

За 2020г. в РФ произошло сокращение спроса на услуги гостиниц и средств размещения, культуры, физкультура и спорта, на медицинские услуги он остался стабильным, за исключением регионов ЮФО по услугам гостиниц и средств размещения (наблюдался рост т.к. данные услуги потреблялись местным населением). За 3 квартал 2021г. в РФ произошло частичное восстановление спроса на услуги гостиниц и средств размещения, культуры, физкультура и спорта, за исключением регионов ЮФО по услугам гостиниц и средств размещения (наблюдался спад спроса на местном уровне).

Выводы. Происходит углубление трендов, приведенных в предыдущим нашем исследовании. Под влиянием внешних факторов (продолжение пандемии, военные конфликты, экономические санкции) домашние хозяйства меняют свою поведенческую модель потребления и начинают экономить на выборе товаров и услуг. Продолжается снижение доходов населения и как следствие снижается доля среднего класса в обществе,

как основного потребителя услуг индустрии гостеприимства. Основной спрос на данные услуги формируется за счет населения сырьевых регионов и московской агломерации. Растет спрос на дешевые туры, «микротуры» и дестинации (не далеко от дома). Важным фактором, снижающим спрос на туруслуги становится транспортная доступность. Существуют проблемы с авиа и железнодорожными пассажирскими перевозками из-за экономических санкций, которые ограничивают все виды туризма. Внутренний туризм будет ограничен географически в пределах федеральных (экономических) округов, в радиусе 500 – 1000км. Это позволяет широко использовать автомобильный транспорт (личные автомобили, автобусы). Востребованными остаются рекреационные услуги для восстановления здоровья населения, принесшего ковид. Курортные регионы СКФО, ЮФО обладают конкурентными преимуществами: всесезонность, развитую санаторно-курортную инфраструктуру и квалифицированный персонал.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батуров А. В., Кшишневская В. Ф. Перспективы развития индустрии гостеприимства в условиях пандемии на примере Северо-Кавказского региона// Современная наука и инновации.– Ставрополь – Пятигорск, СКФУ, 2021. – №3. – С.243-253.
2. Булачев Г., Нургалеева А. Трэвел-тренды: как изменились путешествия в 2021 году, URL:<https://www.championat.com/lifestyle/article-4493587-trendy-turizma-2021-glempingi-slow-turizm-virtualnye-tury-i-drugie-trevel-tendencii.html>
3. Комраков А. Россия догнала Европу по отпускному неравенству, URL:https://www.ng.ru/economics/2021-08-03/4_8215_economics1.html
4. Крюкова Е. М., Горбачевская А. В., Зеленов В. В., Характеристика и особенности внутреннего туристского рынка на современном этапе развития экономики России// Инновации и инвестиции, 2021. – № 10. – с.173-177.
5. Куда вы планируете отправиться во время летнего отпуска в этом году? (08-14 апреля 2022 г). URL: <https://www.tutu.ru/opros/history/908>
6. Кучеренко И.М., Ползикова Е.В., Юрченко А.А. Современные тенденции развития внутреннего туризма через призму продвижения курортов Краснодарского края, как глобально конкурентоспособного всесезонного инновационного санаторно-курортного и туристского центра //Международный научно-исследовательский журнал, 2021. – № 12 (114). – с.62-66.
7. Мухоморова И. В. Инновации в развитии регионального туризма в России// Инновации и инвестиции, 2021. – № 3. – с.16-18.
8. На неделю идеального отпуска денег нужно почти в 4 раза больше, чем россияне реально могут себе позволить (Социологические опросы. 27 .06. 2021г.), URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/112916/na-nedelyu-idealnogo-otpuska-deneg-nuzhno-pochti-v-4-raza-bolshe/>
9. Оборин М.С., Сарян А.А. Организационно-экономические основы адаптации туризма к кризисным условиям // Сервис в России и за рубежом. 2021. – Т.15. – №4.– С. 110-125.
10. Орлова С.Ю. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка целевого и результативного использования в 2018 году и истекшем периоде 2019 года средств федерального бюджета, направленных в уставный капитал акционерного общества «Курорты Северного Кавказа», а также реализации задач подпрограммы «Развитие туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе» государственной программы Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года» Счетная палата Российской Федерации, 2020. – 34с.
11. Проскуряков Е. Не время отдыхать: Россияне рассказали, на чем они начали экономить этой весной (05.05.2022), URL: <https://www.kp.ru/daily/27388/4582918/>
12. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2021, URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm-2021.docx>

13. UNWTO World Tourism Barometer. March 2022: UNWTO World Tourism Barometer (English version): Vol 20, Issue 2 (e-unwto.org)
14. World economic outlook update: Rising Caseloads, a Disrupted Recovery, and Higher Inflation: International Monetary Fund, January 2022

REFERENCES

1. Baturov A. V., Kshishnevskaya V. F. Perspektivy razvitiya industrii gostepriimstva v usloviyakh pandemii na primere Severo-Kavkazskogo regiona// *Sovremennaya nauka i innovacii.*– Stavropol' – Pyatigorsk, SKFU, 2021. – №3. – S.243-253.
2. Bulachev G., Nurgaleeva A. Trehvel-trendy: kak izmenilis' puteshestviya v 2021 godu, URL:<https://www.championat.com/lifestyle/article-4493587-trendy-turizma-2021-glempingi-slow-turizm-virtualnye-tury-i-drugie-trevel-tendencii.html>
3. Komrakov A. Rossiya dognala Evropu po otpusknomu neravenstvu, URL:https://www.ng.ru/economics/2021-08-03/4_8215_economics1.html
4. Kryukova E. M., Gorbachevskaya A. V., Zelenov V. V., Kharakteristika i osobennosti vnutrennego turistskogo rynka na sovremennom ehtape razvitiya ehkonomiki Rossii// *Innovacii i investicii*, 2021. – № 10. – s.173-177.
5. Kuda vy planirujete otpravit'sya vo vremya letnego otpuska v ehtom godu? (08-14 aprelya 2022 g). URL: <https://www.tutu.ru/opros/history/908>
6. Kucherenko I.M., Polzikova E.V., Yurchenko A.A. Sovremennyye tendencii razvitiya vnutrennego turizma cherez prizmu prodvizheniya kurortov krasnodarskogo kraja, kak global'no konkurentosposobnogo vsesezonnogo innovacionnogo sanatorno-kurortnogo i turistskogo centra // *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal*, 2021. – № 12 (114). – s.62-66.
7. Mukhomorova I. V. Innovacii v razvitii regional'nogo turizma v Rossii// *Innovacii i investicii*, 2021. – № 3. – s.16-18.
8. Na nedelyu ideal'nogo otpuska deneg nuzhno pochtu v 4 raza bol'she, chem rossiyanе real'no mogut sebe pozvolit' (Sociologicheskie oprosy. 27 .06. 2021g.), URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/112916/na-nedelyu-idealnogo-otpuska-deneg-nuzhno-pochti-v-4-raza-bolshe/>
9. Oborin M.S., Saryan A.A. Organizacionno-ehkonomicheskie osnovy adaptacii turizma k krizisnym usloviyam // *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2021. – T.15. – №4. – S. 110-125.
10. Orlova S.YU. Otchet o rezul'tatakh kontrol'nogo meropriyatiya «Proverka celevogo i rezul'tativnogo ispol'zovaniya v 2018 godu i istekshem periode 2019 goda sredstv federal'nogo byudzheta, napravlennykh v ustavnyj kapital akcionernogo obshchestva «Kurorty Severnogo Kavkaza», a takzhe realizacii zadach podprogrammy «Razvitie turisticheskogo klastera v Severo-Kavkazskom federal'nom okrugE» gosudarstvennoj programmy Rossijskoj Federacii «Razvitie Severo-Kavkazskogo federal'nogo okrugA» na period do 2025 godA» Schetnaya palata Rossijskoj Federacii, 2020. – 34s.
11. Proskuryakov E. Ne vremya otdykhat': Rossiyanе rasskazali, na chem oni nachali ehkonomit' ehtoj vesnoj (05.05.2022), URL: [tps://www.kp.ru/daily/27388/4582918/](https://www.kp.ru/daily/27388/4582918/)
12. Statisticheskij byulleten' Rosstata k Vsemirnomu dnyu turizma – 2021, URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm-2021.docx>
13. UNWTO World Tourism Barometer. March 2022: UNWTO World Tourism Barometer (English version): Vol 20, Issue 2 (e-unwto.org)
14. World economic outlook update: Rising Caseloads, a Disrupted Recovery, and Higher Inflation: International Monetary Fund, January 2022

ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

Батуров Андрей Вадимович, доцент кафедры «Технологии продуктов питания и товароведения», Пятигорский институт (филиал) СКФУ, канд. фармац. наук, тел.: 89054970310, E-mail: andreybaturow@yandex.ru.

Baturov Andrey Vadimovich, Associate Professor of Department of «Technology of food and merchandizing», Pyatigorsk Institute (branch) of NCFU, Ph.D., of Pharm.Sc., associate Professor, phone: 89054970310, E-mail: andreybaturow@yandex.ru.

Кшишневская Валентина Федоровна, главный бухгалтер, Пятигорский институт (филиал) СКФУ, канд. экономич. наук, доцент, тел.: 8(8793)337769, E-mail: Buh-pf@pfil.ncstu.ru.

Kshishnevskaya Valentina Fedorovna, chief accountant, Pyatigorsk Institute (branch) of NCFU, Ph.D., of Economics Sc., associate Professor, phone: 8(8793)337769, E-mail: Buh-pf@pfil.ncstu.ru.

Дата поступления в редакцию: 12.10.2022

После рецензирования: 23.11.2022

Дата принятия к публикации: 13.12.2022