

*Васюта Евгения Александровна, старший преподаватель
кафедры государственного и муниципального управления,
ЮРИУ РАНХиГС, г. Ростов-на-Дону*

БАРЬЕРЫ И МОТИВАЦИЯ ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА: ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И НЕУДОВЛЕТВОРЕННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Аннотация: С момента начала пандемии, вызванной распространением коронавирусной инфекции, ее негативное воздействие на сферу туризма в общемировом масштабе продолжает оставаться достаточно злободневной и актуальной темой.

В статье анализируются туристические предпочтения и неудовлетворенные потребности, появившиеся в рамках развития внутреннего туризма.

В рамках исследования представлены основные тренды развития внутреннего туризма, ставшие актуальными в условиях COVID-19.

В связи с этим отдельное внимание уделяется мотивационному механизму, связанному с развитием внутреннего туризма, а также процессу сегментирования путешественников исходя из удовлетворения потребностей и предвосхищения их ожиданий.

Изложенное обуславливает актуальность выбранной нами темы исследования.

Ключевые слова: туризм, тренды, COVID-19, туристические предпочтения, мировой туристический рынок.

Annotation: Since the outbreak of the pandemic caused by the spread of coronavirus infection, its negative impact on the tourism sector on a global scale continues to be a fairly topical and relevant topic.

The article analyzes tourist preferences and unmet needs that have emerged in the development of domestic tourism.

The study presents the main trends in the development of domestic tourism that have become relevant in the context of COVID-19.

In this regard, special attention is paid to the motivational mechanism associated with the development of domestic tourism, as well as the process of segmentation of travelers based on meeting needs and anticipating their expectations.

The foregoing determines the relevance of our chosen research topic.

Keywords: tourism, trends, COVID-19, travel preferences, global tourism market.

На сегодняшний день туризм является частью стиля жизни. Поэтому организуя поездку, современный турист должен взаимодействовать с самыми разными компаниями, получая целый спектр услуг. Как правило, это транспортные, финансовые, сервисные и непосредственно сугубо туристические услуги.

Однако одни услуги помогают повысить уровень комфорта во время поездки, а другие, наоборот, портят впечатление. Зачастую это происходит, когда речь идет о внутреннем туризме.

Согласно отчету «Туристический барометр», представленному Всемирной туристической организацией (UNWTO) и посвященному глобальным трендам в сфере туризма, именно внутренний туризм является крайне значимым сегментом туристической отрасли [1].

Отметим, что в развитии внутреннего туризма в 2020-2022 году заинтересована не только Российская Федерация, но и большинство зарубежных стран.

Очевидным является и тот факт, что страны с более развитой экономикой будут восстанавливать сектор внутреннего туризма более быстро в постковидный период.

Стоит отметить, что задача поддержки и развития внутреннего туризма в Российской Федерации была поставлена значительно раньше, чем наступление новых реалий, связанных с пандемией.

На наш взгляд, это связано с тем, что потенциал внутреннего рынка явно нераскрыт до сих пор.

Проанализировав результаты исследования, проведенного Всемирным советом по туризму и путешествия (WTTC) в отношении объемов рынка внутреннего туризма, нами были сделаны выводы, что Российская Федерация не находится в пятерке лидеров, а уступает место Индии, Китаю, США, Бразилии, Японии и ряду других государств [2].

Нельзя не обратить внимание на то, что государство, обладающее таким природным потенциалом, огромными территориями и численностью населения должна также занимать лидирующие позиции.

Из-за закрытия внешних границ, многие туристы были вынуждены отдавать предпочтения отечественным курортам, столкнувшись с самыми разнообразными барьерами.

Одним из наиболее важных и очевидных барьеров, мешающих развитию отрасли, является высокая стоимость путешествий [3].

Как, правило, основу стоимости формируют транспортные расходы и расходы, связанные с проживанием. К сожалению, удаленность популярных курортных городов друг от друга не предполагает бюджетные путешествия.

Более того, помимо самой стоимости путешественники обращают внимание на соотношение цена/качество, что достаточно сильно влияет на выбор места отдыха в России.

На этот фактор в свою очередь также влияет низкий уровень сервиса во всех секторах индустрии. Это связано с недостатком профессиональных кадров и низкой культурой обслуживания гостей в целом. В то время как примерно для

30% туристов именно сервис является важной составляющей идеального отдыха. Стоит отметить, что недостаточный уровень развития туристической инфраструктуры происходит параллельно со снижением темпов роста туристического интереса к аудитории.

Еще одним барьером, препятствующим развитию внутреннего туризма на территории нашей страны, является низкая информированность потребителей туристических услуг. К сожалению, стоит отметить, недостаточно интенсивное продвижение России как привлекательного направления для туристов.

Так, согласно, проведенным социологическим исследованиям, примерно 60% всех отдыхающих ждут от идеального отдыха красивых пейзажей, чуть больше 30% заинтересованы в том, чтобы насладиться культурными достопримечательностями и удовлетворить гастрономические потребности. [4]

Еще одним критерием, препятствующим развитию качественного отдыха, является безопасность. До сих пор путешественники не рассматривают некоторые места в качестве туристического маршрута, боясь за собственную безопасность.

В то же время страх заболеть повысит и личную ответственность туристов, которые все больше будут уделять внимания страхованию жизни при оформлении туров и определению соответствия мест планируемого посещения требованиям безопасности в плане профилактики заболеваний, уровня медицинского обслуживания, организации работы служб спасения и скорой помощи.

Мотивационным механизмом, связанным с развитием внутреннего туризма, является и сегментирование путешественников исходя из удовлетворения потребностей и предвосхищение ожиданий [5].

Так, например, путешественники, относящиеся к категории, «наслаждающиеся жизнью» уверены, что отдых должен поднимать настроение и дарить радость. Им важно получить максимум удовольствия от поездки, поэтому для них важен большой развлечений и мероприятий.

Путешественники, относящиеся к категории «семейные» считают, что идеальный отдых, это тот вид отдыха, который может подарить ценные моменты для всей семьи. Им важно, чтобы все члены семьи получили максимальную пользу от отдыха.

Relax-путешественники считают, что отдых идеален в том случае, когда есть возможность восстановить духовные и физические силы. Это достигается путем всевозможных spa-процедур. Более того, они считают, что отдых-это время когда можно полностью забыть обо всех проблемах.

Также существует категория путешественников, которые стремятся расширить свой кругозор и получить новый необычный опыт в течение всего путешествия. Для них важно, получить нечто уникальное, о чем знают не все.

Еще одной категорией путешественников являются «энерджайзеры». Для них идеальный отдых- это прежде всего возможность зарядиться энергией и вдохновением. Им нравится активный отдых, спонтанность и приключения на природе. При этом им важно минимальное количество других туристов.

Еще одной категорией путешественников являются те, кто стремится получать достойный отдых, тем самым подчеркивая свой статус, уровень достатка и достижения.

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на огромное количество вызовов, 2020 год стал исторически важным для туризма. Более того, он показал, как исключительную важность туризма как для обычных людей, так и для экономики, с точки зрения мультипликативного эффекта туризма на другие отрасли.

Библиографический список:

1. World Tourism Barometer. 2020. Vol. 18, iss. 6. 36 p. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.issue-6>.
2. UNWTO releases a COVID-19 Technical Assistance Package for Tourism Recovery. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery>.

3. Uğur N.G., Akbıyık A. Impacts of COVID-19 on Global Tourism Industry: a Cross-regional Comparison // *Tourism Management Perspectives*. 2020. Vol. 36. P. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>.
4. Общество и пандемия: опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России. М., 2020.
5. Овчинников А.Ю. Туризм и COVID-19: анализ проблем и перспективы развития после пандемии // *Вестник Национальной академии туризма*. 2020. № 3 (55). С. 24–27.