**УДК: 338.48**

**Михалева А.Д.**

[nastyafleshlove@gmail.com](mailto:nastyafleshlove@gmail.com)

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт имени Анатолия Собчака

**Хоферихтер Н.А., к.э.н., доцент- руководитель.**

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы сферы туризма в России, выявленные в результате анализа экономической ситуации и новых ограничений в сфере туризма. Предложены идеи и способы по решению проблем цифровизации, туристского потока, качества сервиса.

Ключевые слова: сфера туризма и гостеприимства, туризм, обслуживание, туристский поток, проблемы.

ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ НА 2022 ГОД

**Mikhaleva A.D.**

[nastyafleshlove@gmail.com](mailto:nastyafleshlove@gmail.com)

Russia, Saint-Petersburg

International Banking Institute named after Anatoliy Sobchak

**N.A. Hoferichter, associate professor, supervisor.**

Abstract. The article deals with the problems of tourism in Russia, identified as a result of the analysis of the economic situation and new constraints in the field of tourism. Ideas and ways to solve the problems of digitalization, tourist flow, and service quality are offered.

Key words: tourism and hospitality sphere, tourism, service, tourist flow, problems.

THE PROBLEMS OF TOURISM IN RUSSIA AND POSSIBLE WAYS TO SOLVE THEM IN 2022

За последний год многие проблемы и «подводные камни» сферы гостеприимства стали как никогда актуальны и о них заговорили на различных конференциях и съездах. Это оказалось связано с февральскими событиями и последующими ограничениями, введёнными не только на страну, но и на сферу туризма и гостеприимства. Пришлось столкнуться со множеством проблем, среди которых можно выделить такие как:

- Уменьшение туристического потока из-за рубежа;

- Уход крупнейших компаний и производителей с российского рынка, которые взаимодействовали со сферой туризма;

- Ограничения на передвижение российских граждан в другие страны;

- Закрытие воздушного пространства во многих странах, в связи с чем изменились транспортные связи для отправки туристов в ту или иную дестинацию;

- Спад потребительского спроса у людей на туристические услуги;

- Изменение путей поставки различных товаров для сферы туризма и гостеприимства;

- Ухудшение экономического положения страны на международной арене.

Одна из основных проблем – уменьшение потока туристов из стран Европы, Северной и Южной Америки. По политическим причинам многие отказываются посещать Россию в туристических целях. Это стало причиной не только падения дохода у туристических компаний, но и у всех сферы гостеприимства. Туры не продаются, номера в гостиницах и отелях уже не так активно бронируются туристами из-за рубежа, а ресторанная сфера терпит большие убытки.

Уход крупнейших европейских компаний также принёс сложности гостиничному и другим секторам. Начнем с начала туристической цепочки, а именно с приложений по онлайн-бронированию. ушли два самых популярных на российском рынке сервиса – Booking.com и Airbnb. На них приходилось порядка 80% всех бронирований. По этим причинам отелям стало сложнее продавать свои номера, так как многие небольшие хостелы и гостиницы просто не имели своего сайта и системы бронирования.

Далее – уход отельных сетей. Среди них – британская компания InterContinental Hotels Group (Holiday Inn, Crowne Plaza и др.); Marriott International (Sheraton, Ritz-Carlton) и другие. Проблемой это стало тогда, когда вместе с ними стали уходить стандарты качества и сервиса, которые были в отелях, а также сокращение рабочих мест или перевод части сотрудников на оплату лишь зарплатной части. И мы не можем не упомянуть те инвестиции, которые они вкладывали в гостиничный сектор. [http://www.finmarket.ru/main/article/5754348]

Ещё хочется отметить уход различных рабочих программ в сфере гостеприимства. В связи с этим на сектор обслуживания легла дополнительная нагрузка в виде быстрого поиска альтернативы, найти которую является не простой задачей.

И третья проблема – изменение транспортных цепей в поставке товаров пользования сферы гостеприимства. Многие бренды и организации вообще прекратили какие-либо поставки своей продукции на территорию России, а те, кто согласны поставлять товары, то оказались заложниками ситуации. Всё свелось к поднятию цен в 2-3 раза из-за курса валюты; дополнительными расходами на доставку объездными способами и увеличенным временем ожидания. Это тоже сильно ударило по сектору гостеприимства.

Можно перечислить ещё множество появившихся проблем, но гораздо важнее найти пути их решения. Далее речь пойдёт именно об этом.

На сегодняшний момент актуален вопрос: «Что предпринять и какие есть пути для выхода их данной ситуации?». Хотелось бы предложить несколько способов и идей, которые смогут улучшить функционирование сферы туризма и гостеприимства в нынешних обстоятельствах.

1. Активное создание собственных альтернативных программ по бронированию и обслуживанию гостиничного сектора. Сейчас из ВУЗов выпускается больше количество специалистов в сфере IT-технологий, которые смогут выпустить качественных продукты для сферы туризма. В качестве оплаты труда, можно ввести гранты на «Разработку и запуск программ для работы в туристском секторе»
2. Усиленная подготовка, а также переподготовка кадров для сферы обслуживания. Вопрос о качестве сервиса у нас в стране стоит остро. К сожалению, уровень сильно отстаёт от европейского, от части по этой причине туристы не так охотно путешествуют по России и предпочитают европейские курорты. Если мы повысим качество оказываемых услуг, то перенаправим часть туристского потока на российские курорты, что принесёт стране большую прибыль от сферы туризма. Также, стоит увеличить количество специальностей в ВУЗах для этой сферы.
3. Реклама и популяризация российских курортов, а также открытие новых регионов для туризма. Сейчас как никогда следует переключить внимание с выездного туризма на внутренний. В нашей стране ещё не изведано множество регионов, которые могут быть пригодны для организации различных видов туризма. Стоит так же ввести гранты или организовать различные программы, направленные на открытие новых регионов в России для туризма.
4. Переход на продукцию местного производства, а также заключение рабочий контрактов со «дружественными» странами. Данный пункт больше касается сферы общественного питания и товаров для гостиничной сферы. Для поиска продукции для ресторана, стоит обратиться не к дорогому зарубежному сырью, а к локальному. К счастью, количество производителей в регионах только увеличивается и уже имеется множество альтернатив. Таким образом, мы не только сможет снизить затраты на продукцию, но и поддержать местного производителя что, несомненно, важно для экономики страны.

Подводя итоги всему вышесказанному, можем сделать выводы что восстановить и улучшить сферу туризма и гостеприимства в данной ситуации однозначно можно. Концентрация на внутренние сферы функционирования рынка помогут наладить процессы и сделать их ещё качественнее, чем они были ранее. Сложившаяся ситуация – это возможность начать развитие местного, собственного продукта, отличного от всего того, что было ранее. Это новая глава в жизни сфер туризма и гостеприимства.

Источники информации:

<http://www.finmarket.ru/main/article/5754348> (дата обращения 01.12.2022)

<https://moslenta.ru/city/poekhali/segodnyashnie-turisty-za-zolotymi-unitazami-ne-gonyatsya-kak-moskvichi-vybirayut-oteli-dlya-otdykha-za-gorodom.htm> (дата обращения 01.12.2022)

<https://www.dp.ru/a/2022/11/16/Pereehali_poblizhe> (дата обращения 01.12.2022)

<https://realty.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/137648/> (дата обращения 01.12.2022)