

## Коронавирус и туризм

Марина Ю. Шерешева<sup>1</sup>

1 МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 119991, Россия

---

Получено 8 April 2020 ♦ Принято в печать 22 April 2020 ♦ Опубликовано 30 April 2020

---

**Цитирование:** Sheresheva MY (2020) Coronavirus and tourism. Population and Economics 4(2): 72–76. <https://doi.org/10.3897/pop econ.4.e53574>

---

### Аннотация

В предшествующее десятилетие российская индустрия туризма демонстрировала устойчивое развитие. Но в 2020 г. из-за последствий пандемии COVID-19 ситуация близка к катастрофе. Необходимо не только оказывать неотложную поддержку субъектам отрасли, но и создавать условия для успешного возобновления их деятельности в долгосрочной перспективе. Фактически пандемия подняла вопрос совместного выживания — и в прямом, и в переносном смысле. Индустрия туризма является хорошим примером для понимания, что можно либо довести ситуацию до полной катастрофы, либо обеспечить в обозримом будущем относительно неплохой старт для восстановления. Все зависит от того, как поведут себя участники рынка и какие решения будет принимать государство. Для участников рынка важно понимать, что успешное развитие экосистем бизнеса предполагает не только конкуренцию, но и взаимопомощь, что чрезвычайно важно для прогрессивного развития любой отрасли, особенно в период кризиса. Для властей важно понимать, что туризм может оказаться не обременением, а одним из двигателей восстановления экономики в случае изменений в налогообложении и акцента на поддержку внутреннего и въездного туризма.

### Ключевые слова

COVID-19, туризм; пандемия; кризис; государственная политика; потребители

**Коды JEL:** Z3; L83; L88; P2

В России, как известно, нет Министерства туризма — в отличие от Греции, Израиля, Бразилии или ЮАР. С туризмом у нас в стране после распада СССР долго не могли определиться, относя его то к спорту (Госкомспорт РФ), то к культуре (Министерство культуры РФ). Наконец, в прошлом году Федеральное агентство по туризму было передано в Министерство экономического развития Российской Федерации — тем самым туризм признали не чисто культурным феноменом, а отраслью экономики. И тут как раз грянула буря по имени COVID-19.

Поскольку туризм долго смешивали со спортом, а спортом мне довелось заниматься всю студенческо-аспирантскую юность, вспомнилась часто слышанная фраза

о том, что спорт представляет собой спрессованную во времени модель жизни: примерно за 15–20 лет спортсмен проходит все этапы карьерного роста с их выгодами и издержками и намного быстрее других сталкивается с поиском новых смыслов после ухода «на пенсию».

Похоже, что сейчас индустрии туризма можно выдать лавры спрессованной во времени модели современной экономики: то, что надвигается на все сферы экономической деятельности, здесь случилось сразу, еще в феврале 2020 г., конечно, если понимать под индустрией туризма деятельность огромной сети акторов, представляющих систему смежных отраслей [Paget et al., 2010; Шерешева, Баджо, 2014]. Туроператоры и турагентства, гостиницы, санатории, дома отдыха и пансионаты, гиды, компании, предоставляющие услуги по оздоровлению, отдыху и развлечениям, системы бронирования, все виды туристских перевозок, общепит и производители сувениров — все участники хорошо налаженных, зачастую трансграничных цепочек создания ценности оказались в сложнейшей ситуации «совокупного шока предложения, вызванного мерами по сдерживанию распространения инфекции с ограниченным спросом и мобильностью» [Bénassy-Quéré et al., 2020].

Нынешняя пандемия наиболее интересна тем, что она ярко и наглядно высветила все накопившиеся проблемы глобальной экономики [Jordà et al., 2020]. Идея «глобальной деревни», во-первых, подтвердилась (все в одной лодке, а вовсе не один Китай, как сначала представлялось западным аналитикам), во-вторых, оказалась своей противоположностью: та глобальная экономическая система, которую некоторое время выдавали за идеал, уже давно представляет собой скорее «закрытое сообщество избранных, а не глобальную деревню» [Scott, 2001] и не отличается устойчивостью. По словам Джесси Коломбо, предсказавшего в свое время кризис 2008 г., пандемия опасна для мировой экономики не сама по себе, а как триггер глубокого кризиса, поскольку «мы уже в самом конце цикла, и хотя коронавирус — это всего пара дополнительных ударов кулаком, но мы уже и так шли к рецессии до того, как услышали о нем» [Hall, 2020]. На среднесрочном горизонте все более явственно проступают приметы деглобализации, переход к протекционизму и защите государствами своих национальных приоритетов.

Туризм показал, насколько быстро это происходит: не прошло и двух месяцев, как все туристические направления оказались закрыты — и для организованных, и для самостоятельных туристов. Индустрия рухнула по всему миру. В США аналитики прогнозируют падение в 2020 г. на 80% [Еремян, 2020], индустрия туризма может потерять 24 млрд долл. США [Hirsh, 2020]. В Турции ситуация не менее катастрофична [Полянская, 2020]. Рушатся логистические цепочки, падают цены на активы, крупным корпорациям не по себе, малый и средний бизнесы замерли в ожидании решений, позволяющих дожить до лучших времен.

Если говорить о российском туризме, то в течение нескольких предшествующих лет индустрия демонстрировала поступательное развитие [Sheresheva, Kopiski, 2016; Sheresheva, Kopiski, 2018], однако сейчас ситуация близка к катастрофе, ее холодное дыхание почувствовали все игроки рынка. Как констатирует руководитель Ростуризма, компании «просто не могут выполнить обязательства перед туристами и своими сотрудниками в таких условиях без государственной поддержки» [Догузова, 2020]. Именно действия государства, а не «свободная рука рынка» будут определять успехи и неудачи стран и отраслей в «мире после инфекции». Если прямо говорить, то давно пора отодвинуть в сторону ложно понятый экономический дарвинизм, когда

конкуренцию представляют в качестве «единственного двигателя прогресса». Еще Кропоткин упоминал, что лично знакомые ему ученики Дарвина считали дикостью приписывать Дарвину логику «пусть слабый погибнет» [Кропоткин, 1907, 1990]. Дарвин писал, что для выживания важно умение наилучшим образом приспособиться и взаимодействовать с другими участниками экосистемы: «В долгой истории человечества (и животных тоже) побеждали те, кто научился наиболее эффективно сотрудничать и импровизировать» [Goodreads, 2020]. Русский зоолог, член-корреспондент Петербургской Академии наук и заслуженный профессор Санкт-Петербургского университета К.Ф. Кесслер в 1880 г. сформулировал логику, которую действительно можно и нужно применить к экосистемам бизнеса, чтобы обеспечить их успешное развитие: «Взаимная помощь такой же естественный закон, как и взаимная борьба, но для *прогрессивного* развития вида первая несравненно важнее второй» [Кропоткин, 1990, с. 464–465]. Коронавирус как раз и поставил вопрос о важности выживания — и в прямом, и в переносном смысле.

Сфера туризма тоже показывает, что можно и довести ситуацию до полной катастрофы, и добиться в обозримом будущем довольно неплохого итога. Все зависит от того, как поведут себя участники рынка и какие решения будут приняты государством.

Примеры сегодняшней работы туроператоров с туристами доказывают, что в России сложилось ядро ответственного бизнеса со своей лояльной клиентской базой. Многие туроператоры согласовывают с теми, кто планирует будущий отдых, перенос даты тура по фиксированному на момент покупки курсу валют: он фактически будет ниже, чем при новом бронировании. «Помимо этого, туристы, туроператоры и средства размещения уже сейчас договариваются о депонировании средств с дополнительными привилегиями для путешественников» [Догужева, 2020].

При этом грядут изменения в поведении и предпочтениях туристов. Например, как теперь ответить на вопрос, где лучше провести отпуск, в России или за границей? После того как коронавирус в социальных сетях метко окрестили «куршевельским гриппом» (отметим, что там и раньше приезжих часто косил местный кишечный грипп), а пассажиры дорогих круизных лайнеров оказались заложниками ситуации, ожидая заражения по системе кондиционирования в своих каютах, большинству россиян со средствами этот вопрос перестал казаться странным или риторическим. Вопрос, что предпочесть: турпоездку, организованную по линии туроператоров, или самостоятельно организованную? А если самостоятельно выбирать, то традиционную гостиницу или частную квартиру через *AirBNB*? [Кацони, Шерешева, 2019]. Многие, особенно молодые, вроде бы уже переключились на самостоятельную организацию поездок. Это казалось и интереснее, и дешевле. Но подавляющее большинство российских туристов, находившихся за рубежом по линии туроператоров, уже вернулись домой (за две недели – около 160 тыс. организованных туристов из 43 стран мира), а большое количество туристов, самостоятельно организовавших поездки, только сейчас получают возможность вернуться в Россию благодаря усилиям МИДа. Стоит отметить, однако, что компания «Аэрофлот», которая «прославилась» в 2019 г. непримиримой борьбой с лояльным клиентом путем взвешивания его кота [Кравченко 2019], и в более серьезной ситуации оказалась неспособной проявить уважение к пассажирам. Процесс вывоза, как и процесс возврата билетов туристами, был организован настолько неграмотно, что ряд членов Общественного совета при Ростуризме предложили подготовить обращение о снятии В.Г. Савельева с поста генерального директора «Аэрофлота».

Что касается мер государственной поддержки, озвученных президентом и правительством РФ, то в целом можно утверждать, что в значительной мере учтен и проанализирован опыт КНР, первой столкнувшейся с эпидемией коронавируса. Но пока правительство решает самые насущные задачи и мало обращает внимания на отраслевую специфику с точки зрения поддержки национальной экономики, а ведь одни и те же меры поддержки неприменимы к разным отраслям.

Такая многослойная и сложная отрасль, как туризм, может оказаться не бременем, а одним из локомотивов экономического восстановления, если изменить налогообложение таким образом, чтобы было выгодно «выходить из тени» в обмен на помощь государства. Сейчас у гостиничного бизнеса высокая прозрачность, в то время как турагентства и компании общепита в значительной части продолжают работать «в тени». Решением может также стать смещение акцента на поддержку внутреннего и въездного туризма. По оценкам, уже перед наступлением пандемии туризм генерировал в бюджет РФ порядка 9 млрд долл., но при этом впятеро больше, до 45 млрд долл., ежегодно «улетали» вместе с туристами в другие страны [Еремян, 2020]. Расчеты ряда экспертов рынка показывают, что достаточно выделить около 100 млрд помощи (по оценкам, этого хватит на туриנדустрию, гостиницы и общепит вместе взятые), чтобы уже в 2021 г. получить в виде налогов вдвое больше, до 240 млрд [Еремян, 2020]. Колоссальный недоиспользованный потенциал внутреннего и въездного туризма (см., например, интерактивную карту локальных брендов [Живое наследие]) может стать основой перестроения и переориентации цепочек создания ценности, формирования и продвижения новых дестинаций в условиях, когда многие «мировые хиты» туризма испытывают не меньшие трудности, чем российские маршруты и дестинации.

И в заключение еще о КНР. Китай первым вошел в кризис, связанный с коронавирусом, и первым из него выходит, формулируя в том числе перспективы для туристической отрасли. Как отметил А. Маслов, «Китай оживился. В стране выросли продажи косметики на 147%. Заказы билетов выросли на 60%. Одни из самых популярных товаров для заказов в интернет-магазинах — снаряжение для путешественников, рюкзаки, палатки. Это при том, что китайцы не любители таких путешествий. Оказалось, что китайцы соскучились по активной жизни» [Маслов, 2020]. Можно предположить, что примерно так же будут чувствовать себя и российские жители, когда самоизоляция закончится. Кроме того, «когда откроются границы, нас ожидает колоссальный поток китайских туристов» [Маслов, 2020]. Важно, чтобы к этому моменту отрасль чувствовала себя достаточно здоровой, чтобы спрос на внутренний и въездной туризм встретил адекватное предложение в России.

## Список литературы

- Догузова З.В. (2020). Брифинг руководителя Федерального агентства по туризму Зарины Догузовой 8 апреля 2020 г. URL: <https://www.russiatourism.ru/news/16652/>.
- Еремян Р. (2020). Выживет ли гостиничная и туристическая отрасль в условиях карантина? // *Forum Digital*. 4 апреля. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fdsQU9-xVJ4>.
- Живое наследие. URL: <https://livingheritage.ru/>.
- Кацони В., Шерешева М.Ю. (2019). Экономика совместного потребления в индустрии гостеприимства и туризма // *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика* (1): 71–89.

- Кравченко Е. (2019). Ответный удар kota Виктора: скандал вокруг «Аэрофлота» превзошел по силе кампанию про «иглу мужского одобрения» // *Forbes*. 14 ноября. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/387391-otvetnyu-udar-kota-viktora-skandal-vokrug-aeroflota-prevzoshel-po-sile-kampaniyu-pro>.
- Кропоткин П.А. (1907). Взаимная помощь как фактор эволюции / Пер. с англ. В.П. Батуринского, под ред. автора. СПб.: Изд. т-ва «Знание». 360 с. URL: <http://books.e-heritage.ru/book/10072482>.
- Кропоткин П.А. (1990). Записки революционера. М.: Мысль. 526 с.
- Маслов А. (2020). Китай соскучился по активной жизни // *Вести ФМ*. 8 апреля. URL: <https://radiovesti.ru/brand/60948/episode/2260439>.
- Полянская А. (2020). Вот зараза: Отели в Турции приостанавливают работу // *Известия*. 28 марта. URL: <https://iz.ru/991908/aleksandra-polianskaia/vot-zaraza-oteli-turtcii-priostanavlivaiut-rabotu>.
- Шерешева М.Ю., Баджо Р. (2014). Сетевой подход в изучении туристских дестинаций // *Инициативы XXI века* (2): 58–63.
- Bénassy-Quéré A., Marimon R., Pisani-Ferry J., Reichlin L., Schoenmaker D., Weder di Mauro B. (2020). COVID-19: Europe needs a catastrophe relief plan // VOX CEPR Policy Portal. 11 March. URL: <https://voxeu.org/article/covid-19-europe-needs-catastrophe-relief-plan>.
- Goodreads (2020). Charles Darwin Quotes. URL: <https://www.goodreads.com/quotes/368727-in-the-long-history-of-humankind-and-animal-kind-too>.
- Hall P. (2020). Analyst who predicted 2008 global financial crash warns another one is on the way – and not just because of coronavirus // *Independent*. 11 March. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/financial-crisis-2008-coronavirus-donald-trump-economy-stocks-a9392881.html>.
- Hirsh L. Travel industry could lose \$24 billion as coronavirus cripples tourism from outside US // CNBC. Politics. 11 March. URL: <https://www.cnn.com/2020/03/11/coronavirus-travel-industry-could-lose-24-billion-in-tourism-from-outside-us.html>.
- Jordà Ò., Singh S.R., Taylor A.M. (2020). Longer-Run Economic Consequences of Pandemics // Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper 2020-09. DOI: <https://doi.org/10.24148/wp2020-09>.
- Paget E., Dimanche F., Mounet J.P. (2010). A tourism innovation case: An actor-network approach // *Annals of Tourism Research* 37(3): 828–847.
- Scott B.R. (2001). The great divide in the global village // *Foreign Affairs*. (January/February). URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2001-01-01/great-divide-global-village>.
- Sheresheva M., Kopiski, J. (2016). The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 8 (3): 260–272. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHAT-02-2016-0004>.
- Sheresheva M.Y. (2018). The Russian tourism and hospitality market: new challenges and destinations // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 10 (4): 400–411. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHAT-04-2018-0027>.

## Сведения об авторе

- Шерешева Марина Юрьевна, д.э.н., профессор, директор Центра исследований сетевой экономики, зав. лабораторией институционального анализа экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. E-mail: [m.sheresheva@mail.ru](mailto:m.sheresheva@mail.ru)