

14. *Ovchinnikov D.I.* Ponyatie, tseli i metody demograficheskoy politiki gosudarstva // *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii*. 2016. № 7. S. 2–8 [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/07/70143> (data obrashcheniya: 22.05.2020).
15. *Rimashevskaya N.M., Dobrokhleb V.G., Medvedeva E.I.* Demograficheskij perekhod – spetsifika rossijskoj modeli // *Narodonaselenie*. 2012. № 1. S. 78–83.
16. *Rybakovskij L.L.* Demograficheskie vyzovy: chto ozhidaet Rossiyu? // *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2012. № 8. S. 49–60.
17. *Soldatova N.V.* Issledovanie faktorov, vliyayushchikh na dinamiku demograficheskikh processov v Zabajkal'skom krae // *Byullyuten' VSNTs SO RAMN*. 2013. № 3. S. 149–152.
18. Strategiya 2020: ot ekonomiki “direktiv” k ekonomike “stimulov”: Ezhegodnyj ekonomicheskij doklad Obshcherossijskoj obshchestvennoj organizatsii “Delovaya Rossiya”. Moskva, 2–3 iyulya 2008 g. // *Rossijskij soyuz rektorov – ofitsial'nyy sayt* [Elektronnyy resurs]. – URL: <https://www.rsr-online.ru/doc/norm/216.pdf> (data obrashcheniya: 22.05.2020).
19. *Andreev E.M.* Reflections on Demographic Theories // *Population and Economics*. 2019. No. 3. Pp. 1–9 [Digital Resource]. – URL: <https://populationandconomics.pensoft.net/article/37965/> (Date of the Application: 18.05.2020).

DOI: 10.25586/RNUV9276.21.01.P.116

УДК 338.487

М.Н. Войт

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Рассмотрено влияние пандемии COVID-19 на развитие сферы круизного туризма. Выявлены особенности развития сферы круизного туризма и деятельности круизных компаний в условиях пандемии. По результатам SWOT-анализа развития сферы круизного туризма в условиях пандемии определены тенденции и возможности развития сферы круизного туризма.

Ключевые слова: круизный туризм, международное транспортное сообщение, имиджевые потери, пандемия COVID-19, санитарно-эпидемиологическая безопасность.

M.N. Voyt

FEATURES AND PROBLEMS OF CRUISE TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC

The article examines the impact of the COVID-19 pandemic on the cruise tourism development, identifies the features of the cruise tourism development and the activities of cruise companies in the context of the pandemic. Based on the results of the cruise tourism SWOT-analysis in the context of the pandemic, trends and opportunities are identified for the cruise tourism.

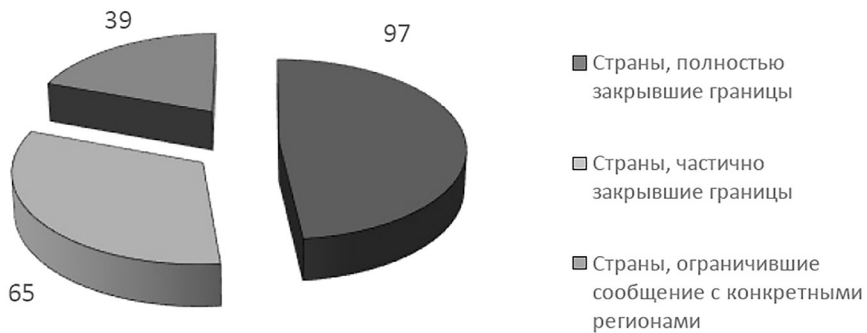
Keywords: cruise tourism, international transport links, image losses, COVID-19 pandemic, sanitary and epidemiological safety.

Войт М.Н. Особенности и проблемы развития сферы круизного туризма...

Круизный туризм является наиболее стабильно развивающимся видом туризма. Согласно статистике Международной ассоциации круизных компаний (Cruise Lines International Association; далее – CLIA), в 2010–2018 гг. прирост пассажиропотока в мировой круизной индустрии составил 9,4 млн человек. В 2020 г. общий объем пассажиропотока ожидался на уровне 32 млн человек, также было запланировано введение в эксплуатацию 19 оке-

анических лайнеров, однако пандемия COVID-19 не позволила осуществиться прогнозу ассоциации.

По состоянию на 20 апреля 2020 г. всеми странами мира были введены мероприятия, ограничивающие туристическую активность и международное транспортное сообщение. На рисунке представлены результаты распределения стран по степени ограничения международного транспортного сообщения.



Распределение стран по степени ограничения международного транспортного сообщения (согласно данным UNWTO)

Как мы можем увидеть на рисунке, 97 стран (45%) приняли решение о полном прекращении международного транспортного сообщения, и лишь 39 стран (18%) использовали дифференцированный подход к регулированию транспортного сообщения с другими государствами. По оценкам Всемирной туристской организации (United Nations World Tourism Organization; далее – UNWTO), данные ограничительные меры только лишь в 1-м квартале 2020 г. привели к снижению международного туристского обмена на 22%, а общего количества международного пассажиропотока – на 57%.

В 1-м квартале 2020 г. сфера морских круизов понесла наиболее серьезные имиджевые потери в результате выявления случаев массового заболевания на круизных лайнерах Diamond Princess, Costa Atlantica,

Ruby Princess и др. С апреля 2020 г. во всем мире временно были полностью прекращены круизные перевозки. Таким образом, круизный туризм стал первым видом туризма, пострадавшим в результате мировой пандемии. Серьезные имиджевые потери круизной сферы подтверждаются результатами исследования образа мышления туриста в отношении планирования и приобретения туров в условиях COVID-19, которое было проведено Amadeus среди 8,5 тыс. туристов из различных стран мира посредством приложения CheckMyTrip [4]. Согласно результатам опроса, 70% респондентов предпочли бы путешествовать самостоятельно или спланировать индивидуальную поездку в турагентстве и не желают отправляться в круиз или приобретать пакетный тур, и только 13% респондентов хотят отправиться в круиз.

Основываясь на результатах социологического опроса, проведенного CLIA в августе 2020 г. среди круизных туристов из восьми стран (по 500 респондентов из каждой страны), можно спрогнозировать достаточно быстрое восстановление спроса на круизы. Согласно данным опроса:

- 75% круизных туристов по-прежнему хотят путешествовать на круизных судах (до начала пандемии COVID-19 такое намерение было у 80% респондентов);
- 55% опрошенных, не имевших опыта совершения круизов, с большой долей вероятности готовы отправиться в круиз;
- 77% респондентов указали, что собираются совершить круиз в ближайшие два года, а 46% – в ближайший год;
- большая часть опрошенных намерена выбрать круизы продолжительностью 7–10 дней [5].

Достаточно противоречивые результаты исследований востребованности круизов в условиях пандемии, проведенных Amadeus и CLIA, можно объяснить различиями в портрете целевой аудитории респондентов. В опросе Amadeus участвовали туристы без учета их предпочтений по проведению собственного отдыха, а аудитория, выбранная CLIA, состояла преимущественно из постоянных покупателей круизов или потенциальных круизных туристов, то есть людей, проявлявших интерес к сайтам круизных компаний. Можно сделать вывод о стабильности спроса на морские и речные круизы даже в условиях неопределенности и негативного влияния факторов внешней среды на работу круизных компаний, а также о сохранении высокого потенциала роста рынка круизных услуг.

Учитывая высокий мультипликативный эффект, сферу круизных перевозок можно признать наиболее важным сегментом

мирового туризма и национальной экономики ряда государств [2]. Сфера круизных перевозок генерирует ежегодно более 150 млрд долл. США и создает более 1,17 млн рабочих мест по всему миру как в сфере круизных перевозок, так и в смежных отраслях, среди которых – сфера транспорта, в том числе судостроения, общественного питания, пищевой промышленности, гостиничного хозяйства, логистики и др. [5]. Согласно данным мониторинга CLIA, в период пандемии ежедневно из-за простоя большинства круизных судов теряются 2,5 тыс. рабочих мест. В странах с развитой сферой туризма были предприняты меры поддержки туристских предприятий и рынка труда. В России среди мероприятий, направленных на поддержание туристской отрасли крупного бизнеса, в том числе сферы круизов и круизных компаний, относящихся к предприятиям крупного бизнеса, можно выделить [1]:

- беспроцентные кредиты на выплату зарплат;
- мораторий на банкротство;
- мораторий на налоговые санкции;
- мораторий на проверки (таможенные, налоговые, выездные);
- исчисление сроков в целях применения законодательства о налогах и сборах;
- исполнение обязательств по кредитам и займам в связи с днями, объявленными нерабочими;
- субсидии на возобновление деятельности, из них 4,7 млрд руб. были выделены морским и речным круизным компаниям.

Указанных выше мер недостаточно для сферы круизного туризма ввиду следующих особенностей деятельности круизных компаний и отличий их от туроператоров:

1. *Большая часть круизных компаний являются туроператорами с собственной*

Войт М.Н. Особенности и проблемы развития сферы круизного туризма...

турагентской сетью, часто – судовладельцами, на балансе которых находится достаточно большое количество круизных, прогулочных и банкетных судов. Наиболее крупными круизными компаниями – судовладельцами являются «Водоходь» (26 круизных 4-х палубных судов), «Мостурфлот» (14 круизных судов), «Донинтурфлот» (11 круизных 4-х палубных судов), «Гама» (6 круизных судов).

2. В структуре расходов круизных компаний, являющихся судовладельцами, доминируют постоянные издержки. К наиболее емким постоянным издержкам относятся амортизационные расходы, расходы на ремонт (текущий, докование, модернизация), на различные материалы и инвентарь, заработная плата плавсостава и административно-управленческого персонала, страхование судна. В случае отсутствия у круизной компании собственного флота к постоянным издержкам добавляется аренда круизных судов, стоимость которой составляет от 330 тыс. до 100 тыс. руб./сутки в зависимости от вместимости и комфортабельности судна. В период навигации к издержкам компании добавляются топливные расходы и портовые сборы, расходы на утилизацию мусора и фекальных вод, содержание основной части экипажа и персонала, обслуживающего туристов.

3. В настоящее время реализуются проекты строительства новых судов. Например, стоимость строительства судна «Мустай Карим» по заказу компании «Водоходь» составила около 3,5 млрд руб. На различных стадиях строительства находятся теплоходы проекта PV300VD «Петр Великий» (по заказу круизной компании «Мостурфлот»), А45-90.2 «Андрей Дубенский», ПКС-180 «Золотое кольцо» (2 судна по заказу компании «Гама»),

PV25 «Александр Пушкин» (оператором является круизная компания «Водоходь»). Запланирована закладка еще одного судна проекта А45-90.2 «Виктор Астафьев». В условиях пандемии, которая привела к сокращению продолжительности навигации в России в 2020 г. и потере основной части доходов круизных компаний, формируемой за счет перевозки иностранных туристов и существенной разницы курса иностранной и национальной валют, первостепенной задачей является усиление мер государственной поддержки уже реализуемых и запланированных проектов строительства новых круизных судов, учитывая средний возраст российского круизного флота – 40 лет.

4. Ярко выраженная сезонность работы круизных компаний. Пик спроса на речные круизы по рекам России, а следовательно, и высокий сезон на рынке круизных услуг, приходится только на летние месяцы. В мае и сентябре многие круизные суда стоят в затонах по причине более холодной и дождливой погоды, создающей неблагоприятные условия для пребывания на палубах, особенно при прохождении судами крупных водохранилищ и озер, которые в Европейских странах отсутствуют [3, с. 16].

5. Низкая эластичность предложения круизов в связи с ограниченной емкостью круизного флота и его медленным обновлением, а также значительными временными затратами на изменение предложения круизного турпродукта.

С целью выявления тенденций и изменений развития сферы круизного туризма после нормализации ситуации с распространением вируса COVID-19 был выполнен SWOT-анализ развития сферы круизного туризма в условиях пандемии. Результаты анализа представлены в таблице.

SWOT-анализ развития сферы круизного туризма в условиях пандемии COVID-19

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • устойчивость и быстрое восстановление сферы круизного туризма во время предыдущих кризисов; • высокий адаптационный потенциал к ситуациям с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой за счет внедрения строгих санитарно-гигиенических протоколов организации пребывания туристов на борту круизных судов; • большая часть круизов являются круговыми, где пункты начала и окончания круиза совпадают речные круизы не предполагают перемещения на дальние расстояния в связи с сильно ограниченной скоростью движения судов (18–25 км/ч); • реализация мероприятий государственной поддержки сферы круизного туризма в период пандемии большинством государств с круизным судоходством 	<ul style="list-style-type: none"> • ограничение работы и передвижения круизных судов вследствие введения странами ограничительных мер; • отсутствие мирового опыта ограничения международного транспортного сообщения по всему миру; • имиджевые потери круизных компаний в результате всплеск массового заболевания на ряде круизных судов и введения на данных судах жестких карантинных мероприятий; • невозможность обеспечения социального дистанцирования туристов на борту круизных судов ввиду ограниченности площади общественных зон, узости внутренних коридоров и др.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • переосмысление бизнес-модели организации круизов; • внедрение инновационных технологий обеспечения санитарной безопасности туристов на круизных судах и обслуживания; • ориентация предложения круизного турпродукта на сегменты потребителей, формирующих устойчивый спрос на него; • смягчение санитарных требований и норм безопасности к организации туристских поездок, в том числе круизов, в результате улучшения эпидемиологической ситуации 	<ul style="list-style-type: none"> • мировая экономическая рецессия, рост безработицы, сокращение реальных располагаемых денежных доходов населения; • ситуация неопределенности при сохранении неблагоприятной эпидемиологической ситуации; • ограничение международного транспортного сообщения; • ужесточение международных санитарно-эпидемиологических туристских формальностей (например, введение «паспортов здоровья» и ужесточение требований к вакцинации туристов)

Основываясь на результатах SWOT-анализа развития сферы круизного туризма в условиях пандемии COVID-19 и изучения практики выполнения круизов в период пандемии, можно выделить несколько особенностей развития сферы круизов в данный период с высокой степенью неопределенности и предпринимательского риска.

1. Существенная переориентация рынка круизных перевозок на внутренний рынок с более низким количеством транспортных барьеров к порту начала круиза и его окончания.

2. Ужесточение конкуренции круизных компаний по ассортименту маршрутов круизов и их новизне с учетом высокой

доли постоянных круизных туристов, лояльных к данному виду отдыха.

3. Переориентация наиболее комфортабельных круизных судов на работу с внутренним (в ряде случаев – более дешевым) сегментом туристов (особенно данный тренд прослеживается в работе российских круизных компаний) в условиях ограниченности международного сообщения.

4. Планы ряда круизных компаний по более глубокой дифференциации предложения круизного турпродукта и освоению новых потребительских сегментов по географическому признаку в целях обеспечения более стабильной загрузки каютного фонда. Например, круизная компания

Войт М.Н. Особенности и проблемы развития сферы круизного туризма...

«Донинтурфлот» (ранее представленная брендом «Ортодокс»), осуществляющая перевозки исключительно иностранных туристов, начала ребрендинг и приняла решение об изменении стратегии работы. Данная круизная компания не вела круизную деятельность в навигацию 2020 г. по причине «нулевого» спроса со стороны своей целевой аудитории – туристов из стран дальнего зарубежья. Компанией принято решение о полной переориентации части своих судов (1–2 судно) на обслуживание российских туристов, а также о введении практики организации совместных рейсов иностранных и российских туристов на остальных теплоходах.

5. Оптимизация количества эксплуатируемых круизных судов за счет использования наиболее комфортабельных судов на круизных линиях и увеличение количества судов, планируемых к утилизации в результате несоответствия их самым современным нормам комфортабельности.

На основе результатов выполненного исследования можно сделать вывод о высокой степени устойчивости круизного туризма в своем развитии в период различных кризисных явлений в мировой экономике. Быстрому восстановлению сферы морских и речных круизов будет способствовать накопленный отложенный туристский спрос и высокая доля постоянных круизных туристов. Ввиду снижения реальных доходов населения наиболее востребованными в краткосрочной перспективе будут непродолжительные бюджетные круизы, в существенной степени ориентированные на внутренних туристов. Сохранится повышенное внимание туристов к санитарно-эпидемиологической безопасности на борту судов, поэтому совершенствование мероприятий, направленных на повышение безопасности отдыха туристов в круизах, в том числе внедрение бесконтактных технологий обслуживания, является долгосрочным трендом развития круизного рынка.

Литература

1. Актуальные и принятые меры поддержки для предприятий туристской отрасли крупного бизнеса // Федеральное агентство по туризму – официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/covid-19/mery-podderzhky/aktualnye-i-prinyatye-mery-podderzhki-dlya-predpriyatij-turistskoj-otrasli-krupnogo-biznesa/> (дата обращения: 17.11.2020).
2. Морозов М.А., Войт М.Н. Теоретико-экономическое содержание понятия «туристская дестинация» // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек и общество». 2013. Вып. 2. С. 188–195.
3. Морозов М.А., Морозова Н.С., Войт М.Н. Развитие сферы речных круизов в России: монография. М.: Изд-во Российского нового ун-та, 2017. 176 с.
4. Destination X: Where to Next? Research report / Amadeus [Digital Resource]. – URL: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/destination-x-where-to-next> (Date of Application: 17.11.2020).
5. Fact Sheet: The Cruise Community and COVID-19 / Cruise Lines International Association – Official Site [Digital Resource]. – URL: <https://cruising.org/en-gb/cruise-industry-covid-19-facts-and-resources> (Date of Application: 14.11.2020).

Literatura

1. Aktual'nye i prinyatye mery podderzhki dlya predpriyatij turistskoj otrasli krupnogo biznesa // Federal'noe agentstvo po turizmu – ofisial'nyj sajt [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/covid-19/mery-podderzhky/aktualnye-i-prinyatye-mery-podderzhki-dlya-predpriyatij-turistskoj-otrasli-krupnogo-biznesa/>

podderzhki-dlya-predpriyatiy-turistskoy-otrasli-krupnogo-biznesa/ (data obrashcheniya: 17.11.2020).

2. *Morozov M.A., Vojt M.N.* Teoretiko-ekonomicheskoe sodержanie ponyatiya “turistskaya destinatsiya” // Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya “Chelovek i obshchestvo”. 2013. Вып. 2. S. 188–195.

3. *Morozov M.A., Morozova N.S., Vojt M.N.* Razvitie sfery rechnykh kruizov v Rossii: monografiya. M.: Izd-vo Rossijskogo novogo un-ta, 2017. 176 s.

4. Destination X: Where to Next? Research report / Amadeus [Digital Resource]. – URL: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/destination-x-where-to-next> (Date of Application: 17.11.2020).

5. Fact Sheet: The Cruise Community and COVID-19 / Cruise Lines International Association – Official Site [Digital Resource]. – URL: <https://cruising.org/en-gb/cruise-industry-covid-19-facts-and-resources> (Date of Application: 14.11.2020).

DOI: 10.25586/RNUV9276.21.01.P.122

УДК 338.27

К.В. Карташев

МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Рассматривается текущая модель развития музейного туризма Тамбовской области. Проанализированы три блока модели: государственный, общественный и научный. Подробно описано влияние государства, общества и науки на сферу музейного туризма. Выявлены текущие проблемы сферы музейного туризма. Приведены индикаторы, позволяющие объективно сделать вывод о состоянии сферы музейного туризма. Даны прогнозы развития при дальнейшей реализации модели. Подчеркнуто значение проектной деятельности в достижении целей модели развития. Акцентировано внимание на человеческом капитале при проведении мероприятий по развитию музейного туризма.

Ключевые слова: модель, развитие, музейный туризм, Тамбовская область, государственный, общественный, научный.

K.V. Kartashev

MODEL OF DEVELOPMENT OF MUSEUM TOURISM IN THE TAMBOV REGION

The article examines the current model of the development of museum tourism in the Tambov region. Three blocks of the model are analyzed: state, public and scientific. The influence of the state, society and science on the field of museum tourism is described in detail. The problems that show the current state of the field of museum tourism are identified. Indicators are given that allow making an objective conclusion about the state of the field of museum tourism. Development forecasts are given for further implementation of the model. The role of project activity in achieving the goals of the development model is emphasized. Attention is focused on human capital when carrying out activities for the development of museum tourism.

Keywords: model, development, museum tourism, Tambov region, state, public, scientific.