

---

---

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

УДК 338.48

**Я. В. Бацына**

Институт пищевых технологий и дизайна – филиал ГБОУ ВО «Нижегородского государственного инженерно-экономического университета», Нижний Новгород, e-mail: yanabatsyna@gmail.com

**И. М. Морцова**

Институт пищевых технологий и дизайна – филиал ГБОУ ВО «Нижегородского государственного инженерно-экономического университета», Нижний Новгород, e-mail: 30940@mail.ru

**А. Л. Лазутина**

Институт пищевых технологий и дизайна – филиал ГБОУ ВО «Нижегородского государственного инженерно-экономического университета»;  
Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, Нижний Новгород, e-mail: lal74@bk.ru

### ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМАТЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

**Ключевые слова:** туризм, инновации, туристы, форматы размещения туристов, влияние пандемии коронавируса, тенденции туризма, туризм в России, туризм за рубежом, комфортные условия, отдых.

События последних лет оказали сильное влияние на жизнь людей в целом и в частности на сферу туризма. В условиях пандемии из-за необходимости соблюдения норм карантина и самоизоляции появилась необходимость развития электронного бронирования билетов и туризма на небольшие расстояния в пределах своего региона или страны. Эти нововведения плотно вошли в жизнь людей и способствовали появлению таких инновационных форматов туризма как staycations, глэмпинг, коворкинг и другие. В статье представлены схемы процентного соотношения видов туризма, пользующихся спросом у туристов, установленная на основе эмпирических исследований и контент-анализа и анализ соотношения выездного и внутреннего туризма в России в настоящее время. Научная новизна заключается в анализе влияния пандемии коронавируса на развитие туризма и в выявлении тенденций форматов туризма на следующий год. В результате было выявлено, что в грядущем году удаленная работа станет более распространенной, практика совмещения отдыха и работы в одной поездке получит распространение, а также вырастет спрос на экологический туризм и размещение туристов в комфортных условиях на природе и в сельской местности.

**Ya. V. Batsyna**

Institute of food technologies and design – branch of Nizhny Novgorod state University of engineering and Economics, Nizhny Novgorod, e-mail: yanabatsyna@gmail.com

**I. M. Morovova**

Institute of food technologies and design – branch of Nizhny Novgorod state University of engineering and Economics, Nizhny Novgorod, e-mail: 30940@mail.ru

**A. L. Lazutina**

Institute of food technologies and design – branch of Nizhny Novgorod state University of engineering and Economics;  
Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after Kozma Minin,  
Nizhny Novgorod, e-mail: lal74@bk.ru

### INNOVATIVE FORMATS OF TOURIST ACCOMMODATION

**Keywords:** tourism, innovations, tourists, tourist accommodation formats, the impact of the coronavirus pandemic, tourism trends, tourism in Russia, tourism abroad, comfortable conditions, recreation.

The events of recent years have had a strong impact on people's lives in general and in particular on the tourism sector. In the context of a pandemic, due to the need to comply with quarantine and self-isolation standards, it became necessary to develop electronic ticket booking and short-distance tourism within one's region or country. These innovations have firmly entered people's lives and contributed to the emergence of such innovative tourism formats as staycations, glamping, coworking and others. The article presents the schemes of the percentage ratio of types of tourism in demand among tourists, established on the basis of empirical research and content analysis and analysis of the ratio of outbound and domestic tourism in Russia at the present time. The scientific novelty lies in the analysis of the impact of the coronavirus pandemic on the development of tourism and in identifying trends in tourism formats for the next year. As a result, it was revealed that in the coming year, remote work will become more widespread, the practice of combining rest and work in one trip will become widespread, and the demand for eco-tourism and accommodation of tourists in comfortable conditions in nature and in rural areas will also grow.

### Введение

Туризм по праву считается глобальным социально-экономическим явлением современного мира. В практическом плане бурно развивающаяся индустрия туризма, используя очевидные, лежащие на поверхности резервы развития, нуждается в новом импульсе, в поиске инноваций для обоснования своих позиций в конкурентной борьбе.

Современное общество с каждым годом претерпевает все более значительные изменения, при этом сфера туризма не является исключением. Следует отметить, что, начиная с внедрения глобальных систем бронирования, эта сфера всегда ориентируется на новейшие достижения в области информационно-коммуникационных технологий. Внесение инноваций в туристские продукты помогает турагентам и туроператорам держаться на плаву в условиях жесткой конкуренции, привлекать новых клиентов даже в тяжелые для туризма времена, занимать лидирующие позиции в туристской индустрии, увеличивать прибыль. Благодаря внесению инноваций для работников в сфере туризма появляются новые рабочие места и возможности обучиться новому, а клиенты туристских форм получают возможность отдыхать с комфортом, не тратить много времени на путь до места размещения туристов, совмещать работу и отдых, не волноваться о безопасности и комфорте детей во время путешествия. В связи с этим тема исследования представляется весьма актуальной.

Цель исследования состоит в исследовании направлений инновационного развития индустрии туризма и гостеприимства в условиях современного кризиса, связанного с влиянием пандемии COVID-19.

### Материалы и методы исследования

Сегодня в мире активно развиваются различные виды инновационного туризма: образовательного, экологического, лечеб-

но-оздоровительного, романтического, приключенческого, делового и корпоративного, кулинарного, сельского, спортивного, космического, духовно-паломнического, а также туризма для людей с ограниченными физическими возможностями и детского каникулярного отдыха [3].

В данной статье приводятся описания известных в настоящее время инновационных видов туризма. В настоящее время наиболее популярными являются виды туризма, связанные с активными познавательными или развлекательными мероприятиями, которые позволяют клиентам туристических агентств получить новые впечатления с комфортом и качеством (рис. 1).

Появление новых видов туризма обусловлено продуктовыми инновациями:

- Разработка новых туров, ранее неизвестных на рынке. В свое время они понимались как сельский, экологический, приключенческий, подводный, круизный и другие виды туризма;

- Создание ресурсов с новыми целевыми характеристиками и привлекательностью заранее определенных объектов недвижимости и новых видов ресурсов для туристического процесса. Соотношение особых классов природных и технологических объектов (водохранилища, пруды, лесопарки и т. д.). Серьезно оцениваются перспективы развития техногенного, горного туризма (шахты, рудники, карьеры);

- Освоение новых сегментов туристического рынка, включая участие в туристическом движении новых природных сред (космос), территорий экстремальных типов (пустыни, Антарктида, экваториальные леса). Развитие туристического рынка также может быть достигнуто за счет расширения временных рамок туристического сезона и привлечения новых целевых клиентов (туризм "третьей эры", профессиональный групповой туризм);



Рис. 1. Структура туристской индустрии

• Создание новых туристических и рекреационных зон. В настоящее время прогрессивным видом туристического продукта является тематический парк, сочетающий множество развлекательных объектов со сквозными образовательными темами (парки Диснейленда в фантастических землях Калифорнии и Флориды, США, Франции, Японии и Германии предлагают поток от 7 до 13 миллионов туристов в год) [1]. В Сахаре есть примеры туристических оазисов, посвященных экстремальному, этнографическому, приключенческому и развлекательному туризму (например, великолепные пейзажи из фильма "Звездные войны", оставшиеся после съемок в Тунисе) [10].

Основными и наиболее популярными видами туризма являются:

- Культурный или экскурсионный туризм, включающий в себя посещение исторических, культурных или географических достопримечательностей. Культурный туризм можно разделить на экскурсии, музеи и науку. (Лидерами рейтинга в этом сегменте считаются: Санкт-Петербург, Калининград, Карелия, города Золотого кольца, Татарстан, Байкал, Камчатка, Алтай и Кавказ).

- Рекреационно-оздоровительный туризм – означает поездку на базу отдыха у моря, в горах или поездку в место с экологически чистой и красивой природой для отдыха и восстановления душевных и физических сил. (Популярными местами в данном направлении считаются: Кавказские Минеральные Воды, Ессентуки, Пятигорск, Железноводск, Ялта, Анапа, Евпатория и т.д.).

- Религиозный туризм основан на религиозных потребностях людей различных вероисповеданий. Религиозный туризм можно назвать самым древним видом, так как его корни уходят в незапамятные времена. Он имеет две основные разновидности: паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-образовательной направленности. (В данной категории широко распространены следующие места: Московская область (Сергиев Посад и Звенигород), Нижегородская область (Дивеево), Ярославская область (Годеново), Карелия (Валаам), Калужская область (Оптина Пустынь) и т.д.) [8].

Появление новых видов услуг на рынке обусловлено многими факторами, к примеру, научно-технические достижения, которые предоставляют новые возможности для организации поездок. При определенном стабильном уровне дохода, который позволяет путешествовать, стандартные туристические программы начинают наскучивать. В этом случае у туристов возникает потребность в новых впечатлениях, которые предлагают самые прогрессивные туристические агентства.

### Результаты исследования и их обсуждение

За последнее время в туристическом секторе произошли значительные изменения.

Прошедший год породил множество тенденций в сфере туризма, радикально изменив привычный многим людям образ жизни. Ограничения подталкивают нас к путешествиям в места, которые мы, возможно, никогда бы не посетили при других обстоятельствах.



Рис. 2. Субъекты деятельности в туризме

Оказавшись в условиях закрытых границ и ограниченного передвижения, многие пересмотрели ценность путешествий для себя. Каждое предприятие индустрии туризма пытается найти меры эффективного долгосрочного воздействия на свой бизнес для смягчения этой кризисной ситуации. Одним из наиболее действенных способов можно считать разработку и внедрение различных инноваций, позволяющих сохранить необходимый уровень стабильности работы предприятий туристской индустрии (рис. 2).

По данным IATA, Россия находится на третьем месте после Китая и США по количеству внутренних рейсов, а пассажиропоток для домашних рейсов за 2021 год снизился всего на 23,5% по сравнению с 2020 годом. В 2021 году число туристов, посетивших разные регионы России, увеличилось на 35%. На внутренний туризм сейчас приходится более 80% поездок. Цены, по сравнению с 2021 годом, возросли на 15%: в среднем поездка на семью на майские праздники в 2022 году обходилась в 100 тысяч рублей. Чаще всего бронируются поездки в Москву и Санкт-Петербург, Ставропольский и Краснодарский край. Все больше туристов едут в Дагестан и на Северный Кавказ [12].

На основе эмпирических исследований и контент-анализа была установлена доля видов туризма, пользующихся наибольшим спросом (рис. 3).

В данное время можно выделить следующие туристические тренды:

1. Staycations (stay + holiday), «Отдых рядом с домом».

В 2019 году известный бизнес-портал, специализирующийся на глэмпинге, отметил тенденцию staycation, как одну из самых важных тенденций в Великобритании и остальной Европе. Суть этой тенденции заключается в том, что все больше людей проводят отпуск в своей стране или регионе. До пандемии это объяснялось экономическими проблемами домохозяйств и общей глобальной нестабильностью, но после пандемии, в связи с ситуацией в стране, такой отдых станет основной тенденцией. Многие путешествуют в пределах своей страны или региона. Также наблюдается тенденция к увеличению количества поездок на короткие расстояния на автомобиле между регионами.

### 2. Глэмпинг

Идея этой тенденции заключается в том, чтобы предложить туристам, отдыхающим на природе, комфорт, подобный гостиничному. Еще один важный элемент философии глэмпинга – персональное жилье на случай эпидемии. В России правительство активно поддерживает эту тенденцию, выделяя более 1,2 миллиарда рублей на строительство модульных отелей, развитие инфраструктуры, разработку туристических продуктов и т.д. К 2021 году возможности для отдыха в интересных и комфортных пригородных зонах значительно увеличатся [15].

### 3. Рабочие визиты (работа + отдых)

В условиях пандемии фриланс превратился из отдельного вида деятельности в норму для оплачиваемых работников, и стала корпоративной нормой во многих

компаниях. Кроме того, если вам больше не нужно постоянно находиться в офисе, вы можете совмещать работу и отдых на природе или (если границы регионов открыты) путешествовать по разным городам. Для этого вам необходимо подключиться к Интернету. Операторы размещения также следуют этой тенденции и открывают коворкинг-пространства на своих площадях, и в 2021 году в России запущено еще больше проектов, отвечающих этой тенденции и потребительскому спросу. Одним из таких проектов является коворкинг-пространство «глэмпинг» в Смоленской области.

#### 4. Отдых с детьми

Еще до пандемии спрос на направления для семейного отдыха рос. Праздники должны быть веселыми для всей семьи. Именно поэтому востребованы такие инфраструктуры, как коворкинг – пространства для мам и пап, детские игровые зоны и комнаты с аниматорами.

#### 5. Изменение бизнес-моделей городских отелей

Не секрет, что городские отели до пандемии жили во многом за счет делового туризма. Но в пандемию многие руководители компаний, менеджеры и продавцы поняли, что не обязательно тратить время и деньги на поездку, когда можно все то же самое обсудить в «зуме». Закрытые границы и иные ограничения также сводят к минимуму поток деловых туристов. В этой связи городские отели вынуждены перестраивать свои бизнес-модели и начинать предлагать услуги, ранее для них не характерные. Например, дли-

тельное пребывание для самоизоляции или сдачу номеров под миниофисы. Некоторые отели совместно с ресторанами (в условиях ограничения работы ресторанов) начинают предлагать аренду номеров под ресторанное обслуживание. Данный тренд явно носит не краткосрочный характер. Городским отелям придется перестраиваться и усложнять свою «продуктовую линейку», увеличивать количество сервисов и услуг [2].

Тенденция наступающего года – внутренний туризм, инфраструктура которого развивается на наших глазах. Пандемия и ситуация в стране привели к реструктуризации наших праздников, и, как и у всех кризисов, у нее есть положительная сторона: внутренний туризм обретает форму (рис. 4) [16].

Тренды следующего года:

- Внутренний туризм как альтернатива. Россия – третья страна в мире, где внутренний туризм прогрессирует. По данным АТОР, летний туризм в Бурятию и Алтай может увеличиться на 10%, а число туристов из Урала, Чукотки, Карелии, Ингушетии и Магадана выросло на 35%. Чтобы поддержать это развитие, правительство пересмотрело систему субсидирования туризма. Размер пособия увеличен до 20 000 рублей, а минимальное время поездки сокращено до двух суток.

- Уменьшение глубины покупок. Путешественники покупают путевки в последнюю минуту, опасаясь отмены или невозврата брони отеля. Нельзя полностью полагаться даже на поездки внутри страны.

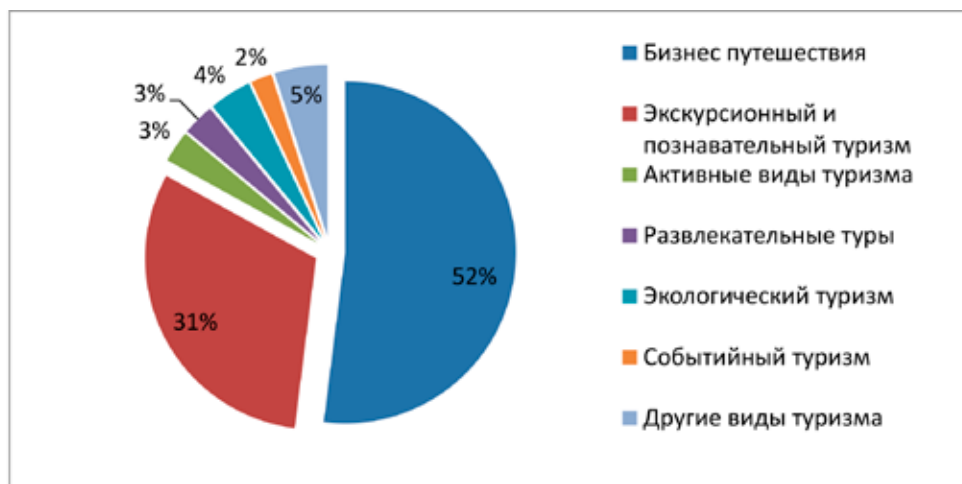


Рис. 3. Процентное соотношение видов туризма, пользующихся спросом у туристов  
Источник: АТОР [17]

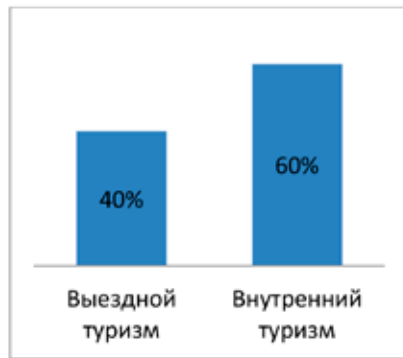


Рис. 4. Анализ соотношения выездного и внутреннего туризма  
Источник: АТОР [17]

- Сокращение количества прямых рейсов. Опытные путешественники совершают перелеты и планируют пересадки через открытые страны, но постоянные изменения вызывают беспокойство у туристов.

- Концепция Business pleasure. Современная тенденция, возникшая в результате удаленной работы, которая позволила многим работникам путешествовать, не дожидаясь отпуска. В список популярных требований к гостиничным услугам сегодня входят: стабильный интернет, электрические розетки, регулируемые письменные столы и эргономичные стулья, а также тихие номера.

- Быстрый переход на цифровые технологии. В отчете EU E-Commerce 2020 подчеркивается, что покупатели в возрасте 25-54 лет чаще всего покупают туристические товары онлайн (57%). В прошлом туристическая отрасль постепенно адаптировалась к онлайн-среде, и переход на цифровые услуги теперь является необходимым и неизбежным шагом.

- Продолжение развития внутреннего туризма. Правительство увидело потенциал роста внутреннего туристического рынка и сосредоточилось на его развитии. Сочи и Красная Поляна уже не нуждаются в рекламе, они известны всем и будут самыми популярными национальными туристическими направлениями. Не менее привлекательные, но менее разрекламированные известные туристические направления, такие как Алтай, Байкал, Карелия и Камчатка, все еще имеют возможности для развития. Открытие новых объектов размещения, разработка новых туристических маршрутов и открытие более современных кемпингов может привлечь различные типы туристов,

которые до сих пор избегали этого вида отдыха из-за отсутствия базовых удобств.

- Дальнейшее развитие онлайн-рынка. Многие пакетные туры в различные регионы России теперь продаются оффлайн, с прямой консультацией менеджеров в офисах. Эта тенденция наблюдается уже несколько лет в центрах городов-миллионников, таких как Москва и Санкт-Петербург, но в небольших городах она все еще затруднена. Люди привыкли к удобству онлайн-услуг, повысили свое доверие к крупным компаниям и теперь чувствуют себя в безопасности, переводя крупные суммы денег с помощью онлайн-платежей. В следующем году онлайн будет развиваться и дальше.

- Повышение эпидемиологической безопасности на транспорте и в жилье. Даже после победы над пандемией COVID-19, правила эпидемиологической безопасности не могут быть поспешно откатаны до отмены, как это произошло с правилами безопасности в отношении терроризма после атак 11 сентября в США. Такие правила были бы упрощенными и более удобными, но потребовали бы от всех пассажиров проходить через инфракрасные камеры при входе в терминалы аэропортов, автовокзалы и крупные торговые центры.

- Рассвет услуг долгосрочной аренды за рубежом. К 2023 году многие люди будут работать удаленно. Работодателям не придется тратить деньги на аренду рабочих помещений для своих сотрудников. Сотрудникам не придется тратить время на дорогу до работы. Не все профессии подходят для удаленной работы. В прошлом удаленная работа была уделом фрилансеров и ИТ-специалистов, но сейчас многие это понимают, и многие профессионалы смогут работать из любой точки мира и поддерживать связь с коллегами в режиме онлайн [15].

В новом году удаленная работа станет более распространенной, а практика work experience, когда путешественники совмещают отдых и работу в одной поездке, наконец-то получит распространение. Поэтому при выборе жилья путешественники отдадут предпочтение объектам, предлагающим комфортное рабочее место. Формат "staycation", состоящий из короткой поездки на личном автомобиле, также продолжит расти. Среди прочего, в этом году в тренде автомобильные поездки как более безопасная альтернатива авиа и железнодорожным путешествиям [18].

Спрос на размещение туристов в сельской местности также вырос, увеличившись на 70% к середине декабря по сравнению с прошлым годом. В то же время в преддверии новогодних праздников возрос интерес к аренде загородной недвижимости вблизи горнолыжных курортов: Роза Хутор (Краснодарский край), Домбай (Карачаево-Черкесская Республика), Эльбрус (Кабардино-Балкарская Республика), Шерегеш (Кемеровская область), Забиялиха (Челябинская область) и т.д.) пользуются особой популярностью [17].

Учитывая развитие экотуризма и растущую популярность пригородных видов от-

дыха, ожидается, что Новый год принесет возобновление интереса туристов к пригородному размещению.

### Заключение

В данной статье приведены описания новых видов туризма, некоторые из которых возникли в связи с пандемией в условиях кризиса туристской сферы, выявлены причины появления новых видов туризма, обозначены туристские тренды, которые стали актуальными в последние годы и спрогнозированы возможные туристские тренды следующих лет.

### Библиографический список

1. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. Маркетинг в туризме: учебник / под ред. Е.И. Богданова. М.: ИНФРА-М, 2020. 214 с.
2. Александрова А.Ю. Туризм и культурное наследие // Межвузовский сборник научных трудов / под редакцией: Д.Е. Луконина, Т.В. Черевичко. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2018. С. 10-18.
3. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российская Международная академия туризма. М., 2019.
4. Бизнес-планирование в туризме: учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т.В. Харитоновой, А.В. Шарковой. 4-е изд. М.: Дашков и К, 2021. 310 с.
5. Грошев И.В., Корчагин Е.П. Туризм для лиц пожилого возраста: монография. М.: ИНФРА-М, 2021. 303 с.
6. Дедок В.М. Современное состояние и перспективы развития глэмпинга в мировой индустрии гостеприимства // Современные тенденции развития международного туризма в мире и республике Беларусь в условиях глобализации. 2018. С. 32-38.
7. Долженко Г.П., Путрик Ю.С., Черевкова А.И. История туризма: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2021. 227 с.
8. Александрова А.Ю. Туризм и культурное наследие // Межвузовский сборник научных трудов / под редакцией: Д.Е. Луконина, Т.В. Черевичко. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2018. С. 10-18.
9. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российская Международная академия туризма. М., 2019.
10. Кобяк М.В., Чахова Д.А. Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг // Науковедение. 2015. Т. 7. № 5.
11. Кондрашина М.К., Волкова Т.А. Глэмпинг как новое направление в туризме // Сборник статей XI Международного научно-практического конкурса: в 3 частях. 2017. С. 197-200.
12. Солдаткина М.А., Шарипова Э.Р. Этнографический глэмпинг как элемент популяризации традиций гостеприимства народов Российской Федерации // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 2.
13. Распоряжение Правительства РФ от 27 декабря 2012 г. № 2567-р Об утверждении государственной программы РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы.
14. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
15. Ассоциация Глэмпингов России. URL: <https://dikiydom.com> (дата обращения: 01.12.2022); «Глэмпинг» – новый вид эко-туризма в России. URL: <https://глэмпинг.рф/blog/glamping/> (дата обращения: 02.12.2022).
16. Основные туристические тренды в 2021 году // Welcome Times. 28.11.2020. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/osnovnye-turisticheskie-trendy-v-2021-godu> (дата обращения: 02.12.2022).
17. Официальный сайт Ассоциации Туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru/> (дата обращения: 02.12.2022).
18. Официальный сайт Федерального агентства по туризму URL: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 10.04.2022).
19. Цыринова Н.С. Современные инновационные технологии в туристической отрасли // Молодой ученый. 2016. № 27.2 (131.2). С. 45-46. URL: <https://moluch.ru/archive/131/36459/> (дата обращения: 22.11.2022).