

Современные тенденции развития и управления в сфере туризма

У.К. Ефимова, К.Н. Скрипченко

Самарский государственный технический университет, Самара, Россия

Обоснование. Современная туристическая отрасль сталкивается с вызовами, такими как кризис впечатлений, снижение числа прибыльных предприятий и недостаточный вклад в ВВП. Необходимость перехода от традиционных управленческих подходов к созданию уникальных эмоциональных переживаний для туристов становится очевидной.

Цель — изучить современные инструменты управления, способствующие развитию туристической отрасли в условиях высокой конкуренции и меняющихся запросов потребителей.

Методы. В исследовании использованы анализ данных (включая статистику Ростуризма и Росстата), оценка эффективности государственно-частного партнерства (ГЧП), стандартизация качества услуг, кризисный менеджмент и внедрение экономики впечатлений.

Результаты. Выявлено, что цифровизация (использование CRM-систем, онлайн-платформ) повышает удобство бронирования для 65 % пользователей. Государственно-частное партнерство (ГЧП), как показал пример Сочи, увеличивает туристический поток на 30 %. Важным направлением становится событийный туризм и тематические экскурсии с элементами иммерсивного или интерактивного взаимодействия, имеющим значительный потенциал роста (рис. 1) [1].

Использование нестандартного подхода и повышение качества услуг влияет на выбор 78 % туристов. Современные требования к развитию предложений отрасли включают гибкие условия бронирования, сохраняя до 40 % клиентов. Экономика впечатлений (событийный туризм, экотуризм) (рис. 2) [2], ставшая современным направлением для развития сферы туризма России и привлекающая как российских, так и зарубежных потребителей, позволила увеличить доходы туристических фирм на 25 % [3].

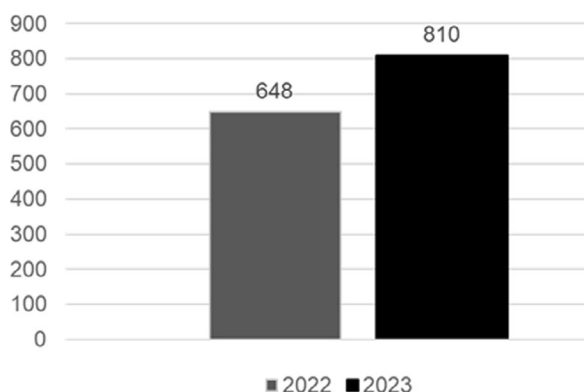


Рис. 1. Объем рынка (событийный туризм)



Рис. 2. Экотуризм

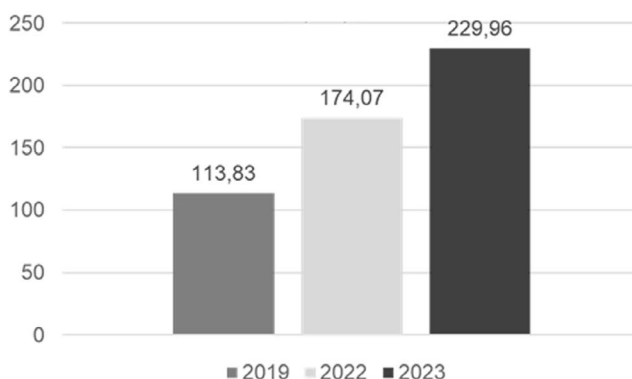


Рис. 3. Объем российского рынка экскурсионных услуг

Выводы. Для устойчивого развития туристической отрасли необходимо комбинировать цифровизацию, ГЧП и экономику впечатлений, что позволит не просто привлечь инвестиции в сферу туризма, но и повысить привлекательность России как для направлений внутреннего туризма (рис. 3) [4], так и для зарубежного туристического потока. Прогнозируется восстановление сектора к 2025 г. с акцентом на внутренний туризм и азиатский рынок.

Ключевые слова: туризм; управление; цифровизация; экономика впечатлений; иммерсивные экскурсии.

Список литературы

1. tourism.gov.ru [Электронный ресурс] Официальные отчеты. Ростуризм. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru> Дата обращения: 03.03.2025.
2. rosstat.gov.ru [Электронный ресурс] Статистика туризма. Росстат. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> Дата обращения: 20.02.2025.
3. wtcc.org [Internet]. Russia Tourism Report 2023. WTTC. Режим доступа: <https://wtcc.org> Дата обращения: 20.02.2025.
4. unwto.org [Internet]. Impact of COVID-19 on Tourism. UNWTO. Режим доступа: <https://www.unwto.org> Дата обращения: 20.03.2025.

Сведения об авторах:

Ульяна Кирилловна Ефимова — студентка, группа 105, факультет инженерно-экономического и гуманитарного образования; Самарский государственный технический университет, Самара, Россия. E-mail: ulyana24032006@gmail.com

Карина Николаевна Скрипченко — студентка, группа 107, факультет инженерно-экономического и гуманитарного образования; Самарский государственный технический университет, Самара, Россия. E-mail: karina.kripchenko@mail.ru

Сведения о научном руководителе:

Юлия Вячеславовна Вейс — кандидат экономических наук, доцент; доцент кафедры экономики промышленности и производственного менеджмента; Самарский государственный технический университет, Самара, Россия. E-mail: jveis@yandex.ru