УДК 339.9

Антон ОВЧАРОВ

Марина МАЛКИНА

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ НА РАЗВИТИЕ ЕВРОПЕЙСКОГО ТУРИСТСКОГО² РЫНКА

Статья поступила в редакцию 22.10.2020

Аннотация. В статье исследуются современные тенденции и факторы неустойчивости европейского рынка туристских услуг. С использованием методов статистического анализа рассмотрено влияние кризисов на динамику индикаторов рынка. Сделан вывод о невысоких, но устойчивых темпах роста экономики туризма европейских стран за два десятилетия, разделенных мировым экономическим кризисом 2008–2009 гг. Европейский туризм вплоть до 2020 г. показывал хорошую адаптируемость к факторам неустойчивости и высокую скорость восстановления. Показано, что кризис 2020 г., вызванный пандемией коронавируса, стал наиболее серьезным внешним шоком для европейского туристского рынка за всю историю его развития. На основе двух методов (средней арифметической нормированных частных индексов стресса и главных компонент) сконструирован интегральный индекс стресса туристской отрасли, который позволяет выявлять периоды нарастания неустойчивости в отрасли. Его расчет осуществлен по эмпирическим данным четырех стран Евросоюза – Италии, Испании, Германии и Финляндии. Для построения интегрального индекса использовались такие частные показатели, как туристские прибытия, ночевки, загрузка средств размещения и оборот туристских услуг. В результате для каждой страны были выявлены

© **Овчаров Антон Олегович** – д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». **Адрес:** 603950, Россия, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23. **E-mail:** anton19742006@yandex.ru

© **Малкина Марина Юрьевна** – д.э.н., профессор кафедры экономической теории и методологии, руководитель Центра макро и микроэкономики, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». **Адрес:** 603950, Россия, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23. **E-mail:** mmuri@yandex.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00716.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope220217588>

² Прим. ред. Определение «туристский» используется в официальных документах и в названиях международных организаций (Всемирная туристская организация) и объединяет в себе как проблемы туризма в целом, так и права и обязанности туристов.

периоды нарастания стресса, сделаны выводы о тесной связи факторов нестабильности рассматриваемых стран.

Ключевые слова: европейский туристский рынок, экономическая нестабильность, туристские прибытия, кризисы, пандемия, индекс стресса.

Пандемия COVID-19 привела к беспрецедентному падению туристского рынка, который продемонстрировал неспособность полноценно противостоять этому внешнему шоку. Достаточно назвать одну цифру: по данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в мае 2020 г. международные прибытия сократились на 98%¹, т.е. туристская активность по выездным (въездным) направлениям практически полностью остановилась. За январь – май 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года число туристских поездок уменьшилось на 300 млн, что привело к упущенной выгоде компаний в размере 320 млрд долл.

Европейский рынок находится на втором месте (после азиатского) по спаду – в целом за первое полугодие 2020 г. прибытия сократились на 66,5%. В этот период наиболее пострадавшими от пандемии европейскими странами, у которых резко снизились два основных показателя (туристские прибытия и экспорт туристских услуг), стали Греция (соответственно 78,8 и 87,5%), Испания (72,4 и 70,6%), Италия (61,6 и 67,7%), Норвегия (75,2 и 60,4%) и др.²

Туризм продемонстрировал высокую степень чувствительности к современному кризису – реакция путешественников, проявившаяся в массовых отказах от бронирования и в существенном сокращении туристского трафика, началась с негативного новостного фона, когда COVID-19 еще не был признан пандемией [Ugur, 2020]. При этом традиционно считается, что туризм, будучи уязвимым перед различными кризисами и потрясениями (социальными и природными), характеризуется хорошей адаптируемостью к ним и высокой скоростью восстановления [Novelli, 2018]. Однако от текущего кризиса следует ожидать глубоких и долгосрочных изменений, способных трансформировать структуру и тенденции мирового туризма [Sigala, 2020]. Сегодня обсуждаются проблемы формирования как абсолютно новой туристской парадигмы развития [Kock, 2020], так и скорректированной с учетом пандемии «программы исследований», рассматривающей экономические, политические, поведенческие и иные аспекты функционирования туризма [Zenker, 2020]. В эти исследования обязательно должна быть включена разработка механизмов и моделей прогнозирования и раннего реагирования на кризисы, методов достоверной оценки их масштабов, эффективной антикризисной политики правительств и компаний.

В целом шоковые воздействия на туристскую отрасль повышают актуальность исследований, позволяющих оценить влияние кризисов и факторов нестабильности на развитие как отдельных сегментов туристского рынка (размещения, питания, перевозок и т.п.), так и отрасли в целом. В доковидный период результаты таких

¹ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Update July 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.4> (дата обращения: 20.10.2020)

² UNWTO World Tourism Barometer // Volume 18. Issue 5. August/September 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.5> (дата обращения: 20.10.2020)

исследований были широко представлены как в зарубежных [Ritchie, 2004; Eugenio-Martin, 2014; Garau-Vadell, 2018], так и в российских публикациях [Ефимова, 2011; Шевченко, 2016; Ускова, 2016]. Под влиянием пандемии стали появляться работы, в которых моделируется воздействие COVID-19 на туризм [Yang, 2020], обсуждаются последствия пандемии и поведение участников туристского рынка на трех этапах коронакризиса (реагирование, восстановление и перезагрузка) [Sigala, 2020]. Рассматриваются также возможные меры государственной поддержки туристского сектора в условиях кризиса [Гуревич, 2020].

Целью данной статьи является исследование тенденций развития европейского рынка туристских услуг в контексте влияния кризисов и факторов нестабильности. Также ставится задача разработать индекс туристского стресса, рассматриваемый нами как индикатор нестабильности отрасли. С его помощью предполагается исследовать восприимчивость европейского туризма к внешним экономическим шокам. Оценку динамики индекса стресса туристской отрасли планируется осуществить на эмпирических данных четырех стран Европейского союза – Италии, Испании, Германии и Финляндии.

Современное развитие европейского туристского рынка: тенденции и влияние кризисов

Отсчет современной фазы развития международного туристского рынка можно начинать с 1950-х гг., когда катализаторами его бурного роста выступили такие факторы, связанные с послевоенным восстановлением экономики и социальной сферы, как рост численности населения развитых экономик, увеличение реальных доходов и продолжительности отпусков. Создание туристской инфраструктуры сопровождалось дифференциацией спроса и диверсификацией предложения. Это проявлялось как в расширении ассортимента туристских услуг, так и в проникновении туристских компаний в другие сегменты сферы услуг (аренда, таймшер и т.д.) [Сапрунова, 1998].

В период 1950–2005 гг. сокращение международных туристских прибытий наблюдалось только три раза: в 1982 г. – как результат спада мировой экономики, а также в 2001 и 2003 гг. – вследствие активизации международного терроризма. Мировой кризис 2008–2009 гг. привел к четвертому и последнему вплоть до 2020 г. снижению туристских прибытий. Однако тогда восстановление произошло очень быстро – по туристским прибытиям и доходам от туризма мировой рынок вышел на докризисный уровень уже в 2010 г. В 2011 г. был пройден рубеж в 1 трлн долл. общемирового экспорта туристских услуг, в 2012 г. – в 1 млрд туристских поездок. Вместе с тем существуют некоторые региональные различия последствий данного кризиса для сектора туризма. Так, просматривается связь между кризисом суверенного долга, наблюдавшемся в ряде стран Евросоюза в 2008–2010 гг., и спадом на туристском рынке. В качестве примера можно привести Грецию, которая в разгар кризиса имела бюджетный дефицит в размере 13% ВВП и размер государственного долга более 300 млрд евро. Одной из реакций на кризис стали многочисленные забастовки, сказавшиеся, в том числе, и на туризме – стали частыми задержки и отмены рейсов, закрытия отелей и баров, отказы от бронирования и т.п.¹ Снижение

---

¹ Отдых в «горячих точках»: как кризисы и революции влияют на выбор туристов? URL:

цен на греческие турпакеты и рост потока российских, украинских и белорусских туристов кризисную ситуацию не переломили – спад на греческом рынке оказался одним из самых сильных в Европе.

Отдельные страны и регионы в период кризиса 2008–2009 гг. смогли быстрее других адаптироваться к новым условиям, меняя модели своего развития или пользуясь сложившейся конъюнктурой. Например, в Чехии многие турфирмы, опасаясь волны банкротств, переориентировали свою деятельность на другие виды, в частности, на продажу билетов и различные онлайн-сервисы. Таиланд и другие страны Юго-Восточной Азии стали в течение непродолжительного периода альтернативой Турции, испытавшей спад не только из-за экономического кризиса, но и вследствие нестабильной политической ситуации и репутационных скандалов в ряде турецких курортов [Гайдукевич, 2014].

Что касается в целом места европейского туризма на международном рынке, то, по критерию «туристские прибытия», его доля в 2019 г. составляла 51%, по экспорту туристских услуг (доходам от туризма) – 39%. Европа обладает очень развитой туристской инфраструктурой (коллективные средства размещения (КСР), тематические парки, кафе и рестораны и т.п.) и большим количеством рекреационных зон, благоприятных для развития самых разных видов туризма (пляжного, горнолыжного, экскурсионного и т.д.). Кроме того, в Европе самая высокая концентрация международных туристских маршрутов, колоссальные инвестиции в инфраструктуру, маркетинг и рекламу, развитые межрегиональные связи. Есть страны (например, Чехия или Черногория), в которых туристский сектор формирует до половины всех экспортных поступлений. Другими словами, современная Европа – это крупнейший туристский рынок, занимающий, по абсолютным показателям, лидирующие позиции среди других макрорегионов.

Самая большая часть европейского рынка (более 75%) приходится на страны Евросоюза, крупнейшими туристскими центрами которого являются Франция, Испания, Италия и Германия. Все они входят в топ-10 мировых лидеров по туристским прибытиям и доходам от туризма. Согласно базе данных Кноема, в 2018 г. прямой вклад туристской отрасли в ВВП Евросоюза составлял 3,87%¹. Тройка стран-лидеров, входящих в ЕС, по этому показателю (вклад в ВВП страны) выглядит следующим образом – Греция (8,48%), Австрия (7,71%), Португалия (7,1%). Вместе с тем европейские страны по данному индикатору не могут конкурировать с мировыми лидерами, такими как Макао (50,28%), Мальдивы (32,49%), Сейшельские (27,22%). Такая ситуация вполне естественна – европейская экономика диверсифицирована; концентрация исключительно на туризме означала бы отказ от других видов экономической деятельности в сфере производства и секторе услуг, что в современных условиях невозможно.

Оценку развития европейского туризма можно делать не только по прибытиям, туристским расходам и поступлениям, но и по комплексным показателям. Одним из них, как известно, является ежегодно рассчитываемый индекс конкурентоспособности сферы туризма (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI). Конкурентоспо-

---

<https://news.tut.by/society/279621.html> (дата обращения: 20.10.2020)

¹ World Travel and Tourism Council Data. URL: <https://knoema.com/WTTC2019/world-travel-and-tourism-council-data> (дата обращения: 20.10.2020)

способность конкретной страны оценивается по семибалльной шкале по 90 индивидуальным показателям. Показатели агрегируются в четырнадцать групп, каждая из которых имеет разный вес. Затем определяются четыре субиндекса, усреднение которых позволяет определить сводный ТТСИ. Итоги оценки конкурентоспособности, полученные экспертами Всемирного экономического форума (ВЭФ) в 2019 г., в очередной раз продемонстрировали значимую роль европейского туризма. В топ-10 стран, получивших самые высокие оценки, оказалось 6 европейских государств, причем три из них (Испания, Франция и Германия) заняли высшие строчки рейтинга¹.

Следует отметить, что данные результаты получены до пандемии COVID-19, однако уже тогда эксперты обратили внимание на ряд негативных тенденций, несущих риск устойчивому развитию туризма, в том числе и европейскому. Так, в отчете ВЭФ подтверждается влияние эффекта «овертуризма» (overtourism, чрезмерный туризм), который, начиная с 2015 г., становится предметом пристального внимания зарубежных исследователей [Koenig, 2018; Mihalic, 2020; Pasquinelli, 2020]. Этим термином описывается перегрузка туристских центров или регионов из-за избытка посетителей, приводящая как к ухудшению качества жизни местных жителей, так и негативному восприятию самими туристами таких поездок. Явление «овертуризма» наиболее ярко проявляется на фоне роста экономики индустрии туризма – его репутация как аккумулятор гигантских доходов вкупе с мультипликативным эффектом заставляет правительства европейских стран стимулировать туристскую активность. Однако это усиливает нагрузку на инфраструктуру и вызывает недовольство местных жителей, которые все чаще требуют ввести ограничительные меры. Например, в Барселоне в 2018 г. проходили протесты горожан на туристских пляжах, появлялись антитуристские граффити. Особую озабоченность у местных жителей вызывает переход одной из главных достопримечательностей города – парка Гуэля – из общественного пространства в зону, занятую почти исключительно туристами (ежегодная посещаемость парка превышает 9 млн. чел.)². Опросы показывают, что 60% жителей выступают за сдерживание туристских потоков; по их мнению, Барселона достигла или превысила свои возможности для дальнейшего развития туризма.

Вместе с тем развитие европейского туристского рынка в период с 2000 г. до 2020 г. шло в позитивном ключе (за исключением кратковременного спада из-за мирового экономического кризиса), что подтверждает известный тезис о невысокой, но устойчивой динамике роста этого сектора [Гиязова, 2016]. Если в качестве критерия роста рынка взять ряд индикаторов, по которым ведет ежемесячное наблюдение Евростат, и проанализировать их в течение двух десятилетних периодов, разделенных кризисами 2009 г. и 2020 г., то эта динамика действительно будет характеризоваться относительной стабильностью. В таблице 1 представлены результаты расчетов в отношении четырех европейских стран по четырем показателям. Расчеты осуществлялись простейшим способом: ежемесячные данные по двум первым абсолютным показателям (ночевки и прибытия) путем суммирования перево-

¹ The travel & tourism competitiveness report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата обращения: 20.10.2020)

² The Airbnb Invasion of Barcelona. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/04/29/the-airbnb-invasion-of-barcelona> (дата обращения: 20.10.2020)

дились в годовые данные (получался накопленный результат), а затем на этой основе рассчитывался среднегодовой темп за каждый десятилетний период. Для относительных показателей (загрузки и индекса) с помощью средней геометрической сначала рассчитывались их средние значения за каждый год, а затем так же, как и в предыдущем случае, определялся средний темп роста.

Таблица 1

Среднегодовые приросты индикаторов европейского туризма

Показатель	Среднегодовой прирост, %							
	1999–2008 гг.				2010–2019 гг.			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Число туристских ночевок	+3,77	+2,71	+4,31	+4,84	+3,75	+3,21	+4,58	+3,89
Число туристских прибытий	+4,82	+3,00	+4,11	+3,75	+5,06	+4,45	+4,33	+3,68
Загрузка гостиниц и аналогичных коллективных средств размещения	–1,41	–0,20	+1,14	+0,69	+2,20	+2,86	+2,46	–4,08
Индекс оборота туристских услуг*	+2,46	н/д	–1,10	+4,15	+2,29	н/д	+2,93	+4,12

Источник: рассчитано авторами по данным базы Eurostat.

Обозначения: 1 – Испания, 2 – Италия, 3 – Германия, 4 – Финляндия.

* По данному индикатору второй период рассматривался как период 2010–2017 гг. ввиду прекращения Евростатом наблюдения в 2018 г.

Из данной таблицы видно, что по ночевкам и прибытиям все страны показывают устойчивый рост в диапазоне 2–5% в год. В отношении загрузки гостиниц и оборота туристских услуг очевидна разнонаправленная динамика этих показателей в зависимости от страны и от рассматриваемого периода. Данный факт можно объяснить повышенной волатильностью этих индикаторов, в первую очередь, посещаемости гостиниц, что может быть и не связано с кризисом. Например, Финляндия в кризис 2008–2010 гг. не испытала резкого спада числа иностранных постояльцев гостиниц. Сумела она противостоять и шоку временного отказа от поездок российскими туристами в 2014–2015 гг. Однако резкий спад загрузки финских отелей наблюдался большую часть 2019 г. – она снизилась до 23% при обычном для Финляндии уровне в 35–45%. В конце года наблюдалось восстановление, однако оно не смогло повлиять на общую тенденцию.

Кризис 2020 г. стал самым сильным ударом по европейскому туристскому рынку за всю его историю. В целом, по оценкам UNWTO, в 2020 г. по сравнению с 2019 г. в Европе спад международных поездок составит более 65%. Окончательный результат зависит от сценария завершения пандемии, продолжительности карантинных мер, характера правительственной поддержки отрасли, возможностей самих туристских компаний противостоять кризису. Глубина спада также будет определяться степенью зависимости той или иной страны от международного туризма и скоростью переориентации туристских потоков на внутренний рынок. По оценкам экспертов НИУ ВШЭ, если пандемия затянется, то наибольшие потери от отсутствия иностранных туристов понесут Черногория, Хорватия, Кипр, Греция и Австрия [Зайцев, 2020]. Переориентация на внутренние потоки частично сократит

потери, но проблему внешнеэкономической нестабильности не решит, поскольку в этих странах туризм обеспечивает 30–50% экспортной выручки, может возникнуть дефицит по счету текущих операций.

Однако именно внутренний туризм в самостоятельной или организованной форме должен выступить и реаниматором, и драйвером для туристского сектора экономики. Правда, это будет возможным только в тех странах, в которых есть благоприятные природные условия и соответствующая инфраструктура (в большинстве европейских стран эти факторы имеются в наличии). Кроме того, важна позитивная динамика реальных доходов потребителей – в ее отсутствие спрос на туристские услуги будет заморожен. Со стороны предложения должна быть продуманная политика туристских компаний в части соотношения цен на туристские продукты и качества сервиса, запуск программ по бюджетным направлениям отдыха.

Индекс стресса туристской отрасли на европейском рынке: данные и методология построения

Наше эмпирическое исследование основывается на информационной базе Евростата, из которой были выбраны показатели туристского сектора экономики, по которым ведется месячная статистика. В анализе участвовали четыре страны с наиболее полной статистической информацией – Испания, Италия, Германия и Финляндия. Для построения индексов стресса рассматривался достаточно продолжительный период – с января 1990 г. по март 2020 г., что позволило сформировать первичный массив данных из более чем трех тысяч наблюдений.

Для построения интегрального индекса стресса туристской отрасли исследуемых стран предварительно были отобраны четыре частных показателя:

- 1) число ночевков, проведенных в коллективных средствах размещения;
- 2) число прибытий в коллективные средства размещения;
- 3) коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения;
- 4) совокупный оборот туристских услуг.

Следует отметить, что первые два показателя включают ночевки и прибытия не только в гостиницы, но и в специализированные средства размещения, такие как кемпинги, парки отдыха и т.п. При этом учитываются только иностранные туристы. Заполняемость гостиниц оценивается по койко-местам, а не по спальным комнатам. Наконец, данные по обороту услуг собираются по двум сегментам рынка – средствам размещения и сектору общественного питания. Они представлены в Евростате в виде индекса с начала 1994 г. (за базу взят 2010 г.). Однако информация по данному показателю является неполной. В частности, из расчетов исключена Италия. Кроме того, мониторинг такого индекса в отношении Финляндии ведется с 1995 г., Испании – с 2000 г. (при этом конечная дата наблюдений для всех стран ограничена декабрем 2017 г.). Это обстоятельство, в конечном счете, побудило исключить последний показатель из расчета интегрального индекса стресса.

Предварительный анализ данных показал, что индикаторы туристской отрасли имеют явно выраженную сезонную составляющую. Так, в Италии с ноября каждого года, когда завершается туристский сезон, они опускаются до минимальных значений, затем восстанавливаются, и в весенне-летний период достигают своего максимума. Кроме того, абсолютные значения по странам несопоставимы из-за влияния эффекта масштаба. Поэтому для расчета были использованы темпы прироста пока-

зателя к аналогичному периоду прошлого года. Это позволило как избавиться от сезонной составляющей, так и добиться сопоставимости показателей, что особо важно для проведения межстрановых сравнений.

На основе отобранных показателей сконструированы интегральные индексы стресса туристской отрасли с применением двух альтернативных методов – метода средней арифметической нормированных частных индексов стресса (индекс стресса-1) и метода главных компонент (индекс стресса-2).

Эти методы имеют ряд общих черт, что делает получаемые результаты сопоставимыми. Во-первых, при объединении частных показателей в единый в обоих случаях мы осуществляем их нормирование по методу Z-счета, или эквивалентных дисперсий. Во-вторых, в обоих случаях под стрессом мы понимаем разницу между скользящим среднеквадратическим отклонением (СКО) и скользящей средней темпов прироста показателей развития. Иными словами, в нашем понимании стресс тем больше, чем меньше темпы изменения частных или обобщающего показателя и чем больше их временная волатильность. При этом альтернативные методы отличаются способом сведения частных показателей развития к единому показателю и степени учета их корреляции.

1. Интегральный индекс стресса как средняя частных индексов, нормированных по методу Z-счета.

Обозначим темп прироста i -того показателя ($i = \overrightarrow{1, n}$) в периоде t ($t = \overrightarrow{1, T}$) к аналогичному месяцу прошлого года как X_{it} . Для этих темпов прироста рассчитываем скользящие средние (μ_{Xit}) и скользящие СКО (σ_{Xit}) на каждый момент времени t . При этом в расчет принимаются двенадцать значений этого показателя до данной даты и двенадцать же значений показателя, начиная с соответствующей даты (включая ее).

Далее для каждого частного показателя развития определяем собственный индекс стресса в динамике:

$$SI_{it} = \sigma_{Xit} - \mu_{Xit}.$$

Таким образом, получаем временные ряды индексов стресса для n частных показателей развития туристской отрасли за T-23 периодов времени.

Далее частные индексы стресса туристской отрасли нормируем методом Z-счета и сводим их в интегральный индекс (TSI – tourist stress index) посредством расчета простой средней арифметической нормированных индексов:

$$TSI_{it} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (SI_{it} - \bar{SI}_i) / \sigma_i,$$

где $\bar{SI}_i$ – межвременная средняя частного (i -того) индекса стресса, σ_i – его межвременное СКО.

Недостатком предложенного метода является неучет корреляции частных индексов стресса. Если частные индексы изменяются синхронно (что более вероятно), то при их механическом объединении в единый индекс мы получим избыточную волатильность. То есть обобщающий индекс будет завышать относительный уровень стресса. Если мы наблюдаем противоположную ситуацию, и частные индексы

изменяются асинхронно (что менее вероятно), обобщающий индекс будет занижать относительный уровень стресса. Указанный недостаток преодолевается при использовании второго метода расчета интегрального индекса стресса.

2. Интегральный индекс стресса, основанный на применении метода главных компонент (principal component analysis, PCA).

В этом методе объединение частных показателей развития в интегральный показатель осуществляется путем расчета их первой главной компоненты (PC_1), для чего воспользуемся ППП Gretl. Согласно методике расчета, PC_1 – это такая линейная комбинация нормированных частных показателей, которая позволяет максимизировать ее дисперсию. Иными словами, она вбирает в себя максимальную волатильность частных показателей, при этом исключается их мультиколлинеарность.

Значения временного ряда первой главной компоненты определяются по формуле:

$$PC_t = \sum_{i=1}^n a_i \cdot (X_{it} - \bar{X}_i) / \sigma_i,$$

где a_i – удельный вес i -того показателя в PC , определенный в результате оптимизации; X_{it} – собственное значение показателя i в момент времени t ; $\bar{X}_i$ – его межвременное среднее; σ_i – его межвременное стандартное отклонение.

Далее для главной компоненты определим уровень стресса как разницу ее скользящих СКО (σ_{PCit}) и средних значений (μ_{PCit}):

$$TSI_{2t} = \sigma_{PCt} - \mu_{PCt}.$$

Заметим, что подобные подходы к построению индекса стресса туристской отрасли ранее были апробированы нами при построении индекса финансового стресса России [Малкина, 2019а; Малкина, 2019б], где показали свою состоятельность. В настоящем исследовании мы уточняем их и распространяем на туристский рынок.

Результаты и обсуждение

Расчет индексов стресса двумя способами был осуществлен для четырех стран (рис. 1–4). Анализ полученных данных позволяет установить несколько периодов растущей напряженности на европейском рынке туристских услуг. Прежде всего, кризис отрасли начала 1990-х гг. совпал как с периодом нестабильности переходных экономик, так и с банковскими кризисами в ряде Скандинавских стран (Норвегии, Швеции, Финляндии), сберегательным и ссудным кризисом в США, пузырем цен на активы в Японии и рецессиями в ряде развитых европейских государств. Все это сказалось на стабильности туризма в Европе.

Следующий всплеск нестабильности отмечался в начале 2000-х гг., что совпало со схлопыванием пузыря доткомов (резким падением индекса высокотехнологических компаний NASDAQ), а также рецессиями в США и ряде стран Евросоюза. Очередной кризис туристской отрасли совпал с мировым кризисом 2008–2010 гг. В отличие от рецессии начала 2000-х гг., он порастил практически все развитые страны. Если для Италии и Германии кризис 2000–2002 гг. он был более чувствительным, чем в 2008–2010 гг., то для двух других стран – Испании и Финляндии – второй кризис, наоборот, оказался выраженным сильнее. Более того, учитывая сопос-

тавимость данных на графиках для разных стран, можно утверждать, что стресс периода 2008–2010 гг. для туристской отрасли Финляндии оказался таким же глубоким и продолжительным, как первый стресс (2001–2002 гг.) для туристской отрасли Италии.

Рисунок 1. Индекс стресса туристской отрасли Италии

Рисунок 2. Индекс стресса туристской отрасли Испании

Четвертый стресс для Европы приходится на 2014–2016 гг. и в первую очередь поражает туристскую отрасль Финляндии. Это совпадает с введения санкций против России, которая является одним из основных потребителей европейских туристских услуг. Последствием этих санкций, вкупе с падением цен на нефть, стала девальвация рубля и падение реальных доходов, что сказалось на покупательной способности российского населения. Период 2017–2019 гг. также характеризуется нарастанием стресса для европейского туризма, и снова наиболее уязвимой оказывается туристская отрасль Финляндии.

Как мы видим, туристский рынок европейских стран демонстрирует реакцию на одни и те же глобальные экономические процессы, и в движении индексов стресса наблюдается некоторая синхронность. Действительно, расчеты показали как высокую корреляцию между индексами стресса, рассчитанными двумя разными способами для каждой страны (коэффициент корреляции колеблется в пределах 0,96–0,99), так и заметную корреляцию индексов стресса разных стран (коэффициент корреляции колеблется в пределах 0,18–0,72). Причем, наибольшую корреляцию демонстрируют индексы стресса двух схожих по экономическим и природно-климатическим условиям стран: Италии и Испании. Наименьшая связь наблюдается у индексов стресса туристской отрасли Финляндии с остальными государствами, прежде всего Италией. В большей степени динамика туристской отрасли Финляндии коррелирует с германской, что отчасти объясняется их большей территориальной близостью.

Рисунок 3. Индекс стресса туристской отрасли Германии

Рисунки 1–4 свидетельствуют о большей чувствительности к стрессу 2-го индекса, основанного на методе главных компонент. При этом использование 1-го индекса при-

водит к большему занижению уровня туристского стресса в Германии и Финляндии в периоды нестабильности, тогда как в Испании и Италии, наоборот, в относительно благополучные периоды времени. Наконец, средний индекс стресса-2 в рассматриваемых странах варьируется от 0,843 в Испании до 1,279 в Италии, что свидетельствует об относительном масштабе потрясений в рассматриваемом периоде. При этом межвременной коэффициент вариации индекса стресса-2 оказывается наименьшим в Италии (0,473), а наибольшим – в Германии (1,064), что свидетельствует о большей чувствительности туристской отрасли Германии к разного рода дестабилизирующим шокам.

Рисунок 4. Индекс стресса туристской отрасли Финляндии

Выводы

В статье проведен анализ развития европейского рынка туристских услуг в контексте влияния факторов нестабильности. Среди всех макрорегионов европейский рынок на протяжении многих лет лидирует по абсолютным показателям прибытий и экспорта туристских услуг. Европейские страны занимают первые места в рейтинге конкурентоспособности. Среднегодовые темпы роста ключевых индикаторов туристского рынка свидетельствуют о невысокой, но положительной динамике этого сектора, который до 2020 г. демонстрировал устойчивость развития и высокую скорость восстановления после кризисов. Однако влияние COVID-19 на туристский сектор беспрецедентно по своим масштабам и последствиям – активность в Европе и во всем мире опустилась до исторических минимумов и не ясны перспективы ее восстановления.

Для оценки периодов напряженности и влияния факторов нестабильности на развитие европейского туризма в статье предложены два метода расчета индекса туристского стресса – метод средней арифметической нормированных частных индексов стресса и метод главных компонент. В качестве переменных брались такие туристские индикаторы, как прибытия, ночевки, загрузка средств размещения и оборот туристских услуг.

Использовалась информация из базы данных Евростата, расчеты велись в отношении четырех стран Евросоюза. С помощью индексов для этих стран были выявлены периоды нарастания стресса, сделан вывод о том, что в целом европейский туристский рынок реагирует на глобальные экономические процессы, наблюдается заметная корреляция индексов стресса разных стран.

Список литературы

- Гайдукевич Л.М. (2014) Развитие туризма в условиях мирового финансового кризиса, *Мировые экономические процессы*, № 3. С. 145–152.
- Гиязова А.Ш. (2016) Устойчивость туристской отрасли: методологический аспект. *Вестник Финансового университета*, № 1. С. 58–71.
- Гуревич О.Ю., Кононов А.Ю., Ромеронова А.А. (2020) Туризм в эпоху COVID-19: меры поддержки и траектории восстановления. *Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС*, № 2. С. 62–72.
- Ефимова В.А. (2011) Качество туристических услуг во время кризиса. *Наука. Культура. Общество*, № 1. С. 187–192.
- Зайцев А.А., Тихонов А.А. (2020) Обзор влияния пандемии коронавируса на туристическую отрасль. *Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире*, № 6. С. 57–66.
- Малкина М.Ю., Овчаров А.О. (2019а) Индекс финансового стресса как обобщающий индикатор финансовой нестабильности. *Финансовый журнал*, № 3(49). С. 38–54.
- Малкина М.Ю., Овчаров А.О. (2019б) Оценка финансовой нестабильности экономических систем: разнообразие методов и моделей. *Экономический анализ: теория и практика*, Том 18, № 7(490). С. 1273–1294.
- Сапрунова В.Б. (1998) *Туризм: Эволюция. Структура. Маркетинг*. Ось-89, Москва, Россия. 159 с.
- Ускова Т.В., Егоров В.К., Леонидова Е.Г. (2016) Туризм в Российской Федерации: возможности для импортозамещения. *Проблемы развития территории*, № 4 (84). С. 32–46.
- Шевченко Е.М. (2016) Туристический рынок России в условиях кризиса. *Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию*, № S1. С. 16–22.

References

- Efimova V.A. (2011) Kachestvo turistichekix uslug vo vremya krizisa [Quality of tourist services during the crisis]. *Nauka. Kul'tura. Obshchestvo*, No 1, pp. 187–192. (in Russian).
- Eugenio-Martin J. & Campos Soria J. (2014) Economic crisis and tourism expenditure cutback decision, *Annals of Tourism Research*, Vol. 44, January 2014, pp. 53–73.
- Gajdukevich L.M. (2014) Razvitie turizma v usloviyax mirovogo finansovogo krizisa [Tourism development in the conditions of the global financial crisis]. *Mirovy'e ekonomicheskie processy*, No 3, pp. 145–152. (in Russian).
- Garau-Vadell J., Taño D., Armas R.J. (2018) Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 7, March 2018, pp. 68–75.
- Giyazova A.Sh. (2016) Ustojchivost' turistskoj otrasli: metodologicheskij aspekt [Sustainability of the tourism industry: a methodological aspect]. *Vestnik Finansovogo universiteta*, No 1, pp. 58–71. (in Russian).
- Gurevich O.Yu., Kononov A.Yu., Romeronova A.A. (2020) Turizm v e'poxu COVID-19: mery' podderzhki i traektorii vosstanovleniya, Territoriya novy'x vozmozhnostej [Tourism in the era of COVID-19: support measures and recovery trajectories, the territory of new opportunities]. *Vestnik VGUE'S*, No 2, pp. 62–72. (in Russian).
- Kock F., Norfelt A., Josiassen A., Assaf A., Tsionas E. (2020) Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm, *Annals of Tourism Research*, November 2020, Vol. 85, Article 103053.
- Koens K., Postma A., Papp B. (2018) Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context, *Sustainability*, Vol. 10, No 12, pp. 1–15.
- Malkina M.Yu., Ovcharov A.O. (2019a) Indeks finansovogo stressa kak obobshhayushhij indikator finansovoj nestabil'nosti [Financial stress index as a generalizing indicator of financial instability]. *Finansovyj zhurnal*, No 3(49), pp. 38–54. (in Russian).
- Malkina M.Yu., Ovcharov A.O. (2019b) Ocenka finansovoj nestabil'nosti ekonomicheskix sistem: raznoobrazie metodov i modelej [Assessment of financial instability of economic systems: a variety of methods and

models]. *E`konomicheskij analiz: teoriya i praktika*, Tom 18, No 7(490), pp. 1273–1294. (in Russian).

Mihalic T. (2020) Conceptualising overtourism: A sustainability approach, *Annals of Tourism Research*, Vol. 84, September 2020, Article 103025.

Novelli M., Gussing Burgess L., Jones A., Ritchie B.W. (2018) 'No Ebola...still doomed' – The Ebola-induced tourism crisis, *Annals of Tourism Research*, Vol. 70, May 2018, pp. 76–87.

Pasquinelli C., Trunfio M. (2020) Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens, *Cities*, Vol. 102, July 2020, Article 102729.

Ritchie B. (2004) Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry, *Tourism Management*, Vol. 25, No 3, December 2004, pp. 669–683.

Saprunova V.B. (1998) *Turizm: E`volyuciya. Struktura. Marketing* [Tourism: Evolution. Structure. Marketing]. Os`-89, Moscow, Russia. 159 p. (in Russian).

Shevchenko E.M. (2016) Turisticheskij ry`nok Rossii v usloviyax krizisa [Russian tourist market in crisis conditions]. *Intellektual`ny`e resursy` – regional`nomu razvitiyu*, No S1, pp. 16–22. (in Russian).

Sigala M. (2020) Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research, *Journal of Business Research*, Vol. 117, September 2020, pp. 312–321.

Ugur N.G. & Akbiyik A. (2020) Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison, *Tourism management perspectives*, September 2020, Vol. 36, Article 100744.

Uskova T.V., Egorov V.K., Leonidova E.G. (2016) Turizm v Rossijskoj Federacii: vozmozhnosti dlya importozameshheniya [Tourism in the Russian Federation: Opportunities for Import Substitution]. *Problemy` razvitiya territorii*, No 4 (84), pp. 32–46. (in Russian).

Yang Y., Zhang H., Chen X. (2020) Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak, *Annals of Tourism Research*, March 2020, Article 102913.

Zajcev A.A., Tixonov A.A. (2020) Obzor vliyaniya pandemii koronavirusa na turisticheskuyu otrasl` [Review of the impact of the coronavirus pandemic on the tourism industry]. *Analiticheskij byulleten` NIU VShE` ob e`konomicheskix i social`ny`x posledstviyax koronavirusa v Rossii i v mire*, No 6, pp. 57–66. (in Russian).

Zenker S. & Kock F. (2020) The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda, *Tourism Management*, December 2020. Vol. 81, Article 104164.

The Impact of Economic Instability on the Development of the European Tourism Market

Received 22.10.2020

Authors: Ovcharov A., Doctor of Sciences (Economics), Professor of the Department of Accounting, Lobachevsky State University of Nizhniy Novgorod. **Address:** 23 Prospekt Gagarina (Gagarin Avenue), Nizhniy Novgorod, Russia, 603950. **E-mail:** anton19742006@yandex.ru

Malkina M., Doctor of Sciences (Economics), Professor of the Department of Economic Theory and Methodology, Head of the Center for Macro and Microeconomics, Lobachevsky State University of Nizhniy Novgorod. **Address:** 23 Prospekt Gagarina (Gagarin Avenue), Nizhniy Novgorod, Russia, 603950. **E-mail:** mmuri@yandex.ru

Acknowledgments. The reported study was funded by RFBR according to the research project № 19-010-00716.

Abstract. The paper studies modern trends and factors of instability in the European tourism market. Using the methods of statistical analysis, the authors explored the impact of crises on the dynamics of the tourism market indicators. The low but steady growth rate of the tourism industry in European countries over two decades was only once disrupted by the global economic crisis of 2008-2009. Until 2020 the European tourism has been showing good adaptability to instability factors and a high rate of abilities to recover from crises. The 2020 crisis has given rise to the worst external shock to the European tourism market in its history. Using two methods (arithmetic mean of normalized partial stress indices and principal component analysis), an integral stress index for the tourism industry were constructed, allowing to identify the onset of economic instability for the tourism industry. This index was composed of such private indicators as tourist arrivals, overnight stays, occupancy and tourism turnover, and calculated for four EU countries (Italy, Spain, Germany and Finland). Based on its dynamics, we identified the periods of increasing stress for each country's tourism market and made conclusions about a significant correlation of tourism stress indices of the countries under consideration.

Key words: European tourist market, economic instability, tourist arrivals, crises, pandemic, stress index.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope220217588>

Современная Европа, 2021, № 2