УДК 338.48 (100)

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В МИРЕ

Веремейчик Татьяна Владимировна, старший научный сотрудник
Института экономики НАН Беларуси
Veremeychik Tatyana Vladimirovna, Senior Researcher, Institute of Economics,
National Academy of Sciences of Belarus, veremeychik78@mail.ru

Аннотация. Традиционно на туристическо-рекреационную отрасль влияют внешние шоки, которые могут привести к масштабному перераспределению поездок в другие регионы. Однако та-

кие мощные шоки, как пандемия COVID-19, способны парализовать мировой туристический рынок на неопределенный срок.

Ключевые слова: международный туризм, макрорегион, туристические прибытия, внутренний туризм, цифровизация, экотуризм.

Туризм относится к числу глобальных индустрий, наиболее пострадавших от экономических последствий пандемии. В 2020 г. международный туристический рынок пережил сильнейший кризис. Пандемия коронавируса парализовала международный туристический бизнес, сведя до минимума все туристические перевозки. Закрытие государственных границ, отмена большинства регулярных и чартерных пассажирских авиаперевозок, приостановка работы туристических предприятий и других объектов туристической инфраструктуры привели к полномасштабному кризису международного туризма.

Таким образом, данное падение является крупнейшим в истории международного туризма. Кризисные явления, связанные с пандемией COVID-19, катастрофически сказались на всех туристических макрорегионах. Согласно данным представленным Всемирной туристической организацией при ООН (UNWTO) в 2020 г. число туристов во всем мире по сравнению с 2019 г. сократилось на 73%, а глобальный доход тревел-индустрии упал на 42% в сравнении с 2019 г. и составил около 396,4 млрд долларов США. В результате масштабного спада туризма было потеряно около 197 млн рабочих мест, а доход снизился на 5,5 трлн долларов США. Эти цифры в пять раз превышают потери, вызванные мировым финансово-экономическим кризисом 2008 – 2009 гг. Наиболее пострадавшим от пандемии стал Азиатско-Тихоокеанский регион, где сокращение числа туристических прибытий достигло 79% (Северо-Восточная Азия – 86%, Юго-Западная Азия – 74%). Данное обстоятельство вполне объяснимо, поскольку в этом регионе был зафиксирован очаг пандемии коронавируса, что негативно повлияло на динамично развивающийся туристический рынок. Существенно пострадали от пандемии Африка (Северная Африка – 74%, Субсахарская Африка – 66%) и Ближневосточный макрорегион (69%).

Макрорегионы, демонстрирующие и в докоронавирусный период незначительный рост, отметились в 2020 г. падением числа международных туристических прибытий на 69%. Число туристических прибытий в Европе и Америке также серьезно сократилось – на 68% и 65% соответственно.

Европейский макрорегион демонстрировал в высокий туристический сезон менее значительное падение числа прибытий по сравнению с другими макрорегионами, однако вторая волна пандемии снивелировала различия в падении числа туристических прибытий. Наиболее сильный спад числа туристических прибытий в Европейском макрорегионе отмечался в Северной (72%), Средиземноморской и Центрально-Восточной Европе (по 69%) [1.

Изменения на международном и внутреннем рынках туризма, несомненно, ещё долго будут предметом многочисленных исследований. Но уже сегодня, наряду с оценкой глубины падения и величины потерь отрасли, требуют решения вопросы развития туристического сектора в постпандемический период, касающиеся определения стратегических направлений, способов и технологий смягчения последствий кризиса и восстановления отрасли в условиях возникновения новых векторов развития в сфере туризма. В условиях действия разного рода ограничений, предлагаемые механизмы поддержки отрасли должны помочь быстро адаптироваться к новой, слабо предсказуемой реальности с учетом ключевых трендов в туризме, которые стали актуальными в связи с распространением коронавируса. В этом контексте следует обозначить следующие современные тенденции, влияющие на определение стратегических направлений процессов восстановления и дальнейшего развития сферы туризма:

1. Автономность туристических рынков. Учитывая, что на данный момент трудно определить, когда закончится пандемия, каждая страна самостоятельно принимает решение об открытии границ и доступности передвижений для граждан. Многие страны на текущий момент не только приняли целый ряд мер, направленных на поддержку туристического сектора для снижения последствий кризиса, но и приступили к разработке стратегии его восстановления и дальнейшего развития. Каждая страна разработала наиболее подходящий и эффективный для нее план спасения отрасли. При этом большинство из государств делают ставку на внутренний туризм. В связи с распространением коронавируса одним из вызовов современности является ослабление всех интегра-

ционных процессов и иных форм международного сотрудничества. В течение короткого времени резко сократился объем внешнего туризма. Тенденция ослабления международного сотрудничества в сфере туризма носит временный характер и во многом зависит от сроков окончания пандемии коронавируса, появления вакцины и формирования коллективного иммунитета. В постковидный период интеграционное взаимодействие между странами в сфере туризма нуждается в обновлении. И к числу важнейших задач относится внедрение и соблюдение международных медико-санитарных правил, что выполнимо как в рамках реализации рекомендаций международных туристических организаций, так и в процессе интеграционного взаимодействия.

2. Развитие внутреннего туризма как альтернатива международному туризму.

В условиях коронавируса жителям почти всех стран ничего не остается, кроме как обратить внимание на внутренние направления. Многие государства приняли меры повышенной безопасности и стимуляции локального туризма. Интересную практику ввели в Великобритании – зонирование внутренних маршрутов по степени опасности.

Самого большого успеха в увеличении потока внутри страны достиг Китай. Это единственная страна в мире, которая с приходом коронавируса показала рост внутренних авиаперелетов. Отложенный спрос реализовался в продажи и приобрел вид V-образной кривой: местные жители по-прежнему готовы и хотят путешествовать. Согласно данным Всемирной туристической организацией при ООН (UNWTO) количество бронирований в августе 2020 г. достигло 98% от уровня 2019 г. Помогли комплексные меры со стороны крупных туроператоров, авиакомпаний и правительства.

3. Изменение бизнес-моделей городских отелей. Городские отели до пандемии жили во многом за счет делового туризма. 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, длительное пребывание для самоизоляции или сдачу номеров под мини-офисы. Некоторые отели совместно с ресторанами (в условиях ограничения работы ресторанов) начинают предлагать аренду номеров под ресторанное обслуживание. Данный тренд явно носит не краткосрочный характер [2.

4. Приоритетность вопросов обеспечения безопасности и охраны здоровья туристов. При выборе места отдыха люди ориентируются на «защищенность» территории посещения от различных инфекционных заболеваний, на уровень медицинской помощи и стоимость возможной профилактики. Большое значение придается также поддержанию политики «социального дистанцирования», предполагающей минимизацию контактов, а также снижение плотности посетителей в транспорте, гостиницах, ресторанах и т. д. В условиях запуска внутреннего туризма ключевым фактором возобновления работы объектов проживания и посещения также является неукоснительное выполнение ими санитарно-эпидемиологических требований, а также соблюдение мер безопасности в случае выявления больных. В то же время страх заболеть повышает и личную ответственность туристов, которые все больше уделяют внимание страхованию жизни при оформлении туров и определению соответствия мест планируемого посещения требованиям безопасности в плане профилактики заболеваний, уровня медицинского обслуживания, организации работы служб спасения и скорой помощи, доступности информации о существующих угрозах и скорости реагирования на жалобы отдыхающих. Например, на задачах обеспечения безопасности и восстановления доверия к туристическим объектам страны сосредоточил усилия Казахстан, который в ноябре 2020 г. получил специально разработанный знак Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) по безопасности и гигиене Safe Travels SPb. Знак позволяет определить, в каких странах приняты стандартизированные глобальные протоколы здравоохранения и гигиены для обеспечения безопасных поездок.

5. Изменения в спросе на туристические услуги – воркейшн. Воркейшн – это направление, название которого происходит от слов work (работа) и vacation (отдых), одно из самых молодых в туризме. Возникло оно около 10 лет назад, но его укрепление произошло благодаря распространению удаленной работы. Туристы переезжают в более теплые страны или из города к морю, или на природу на длительный срок и совмещают, таким образом, работу и отдых. Отели, в свою очередь, тоже реагируют на вызов: обеспечивают гостей подходящими условиями, устанавливают удобное оборудование, проводят быстрый Интернет, готовят специальные тематические предложения. Например, в Porto Montenegro в Черногории запустили программу Work and Live. Клиенты могут

снять апартаменты у моря с яхтами и пользоваться современным коворкингом на территории комплекса. Деятельность туроператоров и турагентств переориентируется с массового туризма на индивидуальные туры и онлайн-продажи, вырастает спрос на индивидуальных гидов и гидов-водителей, на прокат автомобилей. Специалисты турбизнеса отмечают, что уже сегодня увеличивается категория путешественников, называемых «цифровыми кочевниками» (digital nomads – человек, постоянно работающий на удаленке и живущий в разных странах). В связи с этим весомым конкурентным преимуществом некоторых туристических территорий является качество предлагаемой информационной инфраструктуры. Изменения в поведении и приоритетах потребителей туристических услуг влияет также на развитие разных типов малых средств размещения [3].

6. Цифровизация отрасли. Цифровизация туристического сектора началась задолго до пандемии. Такие сервисы, как Skyscanner, Booking.com, Airbnb, дали туристам возможность легко и просто планировать поездки самостоятельно, и все больше людей предпочитало вместо пакетных туров индивидуальные.

Китай стал лидером в цифровизации рынка туризма. В 2021 г. 56% опрошенных китайцев бронировали поездки при помощи смартфонов, второе и третье места по популярности мобильных цифровых технологий в туризме - среди опрошенных во Вьетнаме и Саудовской Аравии. В свою очередь, туристы из развитых стран пока не спешат пользоваться мобильными технологиями – среди опрошенных в Германии, Бельгии и Великобритании таких оказалось меньше 20% [4].

Другое направление цифровизации туризма, получившее особую популярность именно во время карантинных ограничений – это виртуальные экскурсии по городам и музеям мира. Виртуальный туризм представляет собой новый вид туризма, в котором используются 3D, 4D, 5D, 7D эффекты, инновационные программы, сферические панорамы, при помощи которых можно путешествовать. Например, представим, что в турагентстве имеется необходимое инновационное оборудование для проведения виртуальных туров. Когда турист придет в турагентство, турагент предложит ему окунуться в виртуальный мир выбранных туристом стран или курортов. Человек, попадая в виртуальный тур, сможет не только увидеть все красоты выбранного им места, узнать их достопримечательности, но и сможет почувствовать брызги воды, дуновение ветра, шум пальм и другие эффекты. У туриста, почувствовавшего эмоции отдыха, появится желание приобрести тур. Также, например, если турист уже определился с курортом, а с отелем еще нет, то он может, одев специальные 3D очки, посмотреть и изучить интересующие отели изнутри. Виртуальные туры создают у клиента «эффект присутствия», то есть яркие и запоминающиеся образы, которые позволяют клиенту получить полную информацию об услуге или туре особым образом. Виртуальный туризм поможет людям побывать в странах их мечты хотя бы в виртуальной реальности.

7. Экологизация туризма. В условиях противостояния пандемии сектор экотуризма приобретает все большую популярность. Целесообразно проводить активную политику по его планированию, регулированию, поддержке, продвижению и мониторингу, опираясь на международные рекомендации по устойчивому развитию туризма. В сложившейся эпидемиологической обстановке хозяйствующие субъекты при организации своей деятельности в значительной степени руководствуются санитарными требованиями, для соблюдения которых выполняется довольно широкий комплекс мероприятий, который неизбежно приводит к росту потребления энергии, воды, увеличению неспецифичных отходов (маски, перчатки). Поэтому в связи с ростом внутреннего туризма при определении мер поддержки малых туристических проектов необходимо предусмотреть разработку и внедрение «зеленых» стандартов предпринимательства.

Таким образом, проведенный анализ основных тенденции развития индустрии туризма в мире показал, что на современном этапе для определения стратегических направлений процессов восстановления и дальнейшего развития сферы туризма необходимо уделить внимание развитию внутреннего туризма, приоритетности вопросов обеспечения безопасности и охраны здоровья туристов, цифровизации туристического сектора, целесообразно проводить активную политику по развитию экотуризма.

Список использованных источников

1. Демьянов, С.А. Негативные последствия пандемии COVID-19 для белорусского туристического рынка [Электронный ресурс] / С.А. Демьянов // Естественнонаучные аспекты туристической

деятельности – 2020. – № 2. – Режим доступа: https://ojs.polessu.by/TG/article/view/1434. – Дата доступа: 13.05.2021.

2. Воловик, Н. Основные туристические тренды в 2021 году [Электронный ресурс] / Н. Воловик // раздел «Мнения» – 2021. – Режим доступа: https://welcometimes.ru/opinions/osnovnye-turisticheskie-trendy-v-2021-godu. – Дата доступа: 29.07.2021.

3. Разинков, А. Коронавирус сформировал новые тренды в туризме [Электронный ресурс] / А. Разинков // Ведомости – 2021. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2021/05/12/869463-koronavirus-turizme. – Дата доступа: 24.08.2021.

4. Хвостик, Е. Мировой рынок туризма спасут богачи, миллениалы и семейные люди [Электронный ресурс] / Е. Хвостик // Комерсантъ – 2021. – Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4947674. – Дата доступа: 07.09.2021.