Фролова Елена Андреевнаканд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
г. Москва**e-mail:** frolova.guu@mail.ru**ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
МИРОВОГО ТУРИЗМА**

Аннотация. Исследованы тенденции развития мирового туризма, его положительные и отрицательные аспекты. На основе статистических данных выявлена основная целевая аудитория, на которую необходимо будет ориентироваться производителю туристских услуг в будущем. Рассмотрены новые возможности в индустрии туризма. Среди тенденций развития туризма рассмотрены такие, как появление новых групп потребителей, смещение внимания в сторону ресурсоэффективности, развитие цифровой экономики, транспортные инновации, влияющие на рост мобильности пассажиров. Помимо перспективы динамичного развития обозначены проблемы, с которыми столкнется индустрия в ближайшие годы. Представлены методы снижения негативного воздействия от туристической индустрии.

Ключевые слова: развитие туризма, старение населения, потребности поколения Z, негативное влияние туризма, антропогенное воздействие, курортный сбор.

Frolova ElenaCandidate of Economic Sciences, State
University of Management, Moscow**e-mail:** frolova.guu@mail.ru**TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT
OF THE WORLD TOURISM**

Abstract. Tendencies of development of world tourism, its positive and negative aspects have been examined. On the basis of statistical data, the main target audience has been identified, which will need to be guided by the producer of tourist services in the future. New opportunities in the tourism industry have been considered. Among the trends in the development of tourism have been considered, such as the emergence of new consumer groups, the shift of attention towards resource efficiency, the development of the digital economy, transport innovations, that affect the growth of passenger mobility. In addition to the prospects of dynamic development, the problems, that the industry will face in the coming years have been designated. The methods of reducing the negative impact of the tourism industry have been presented.

Keywords: tourism development, population aging, needs of generation Z, negative impact of tourism, anthropogenic impact, resort fee.

Туризм является одним из крупнейших и быстро растущих секторов мировой экономики [4]. Он играет ключевую роль в создании рабочих мест, в экспортных поступлениях и во внутренней добавленной стоимости и вносит непосредственный вклад, в среднем в 4,2 % валового внутреннего продукта (далее – ВВП), 6,9 % занятости и 21,7 % экспорта услуг [5]. Число международных туристских прибытий растет с каждым годом несмотря на политические разногласия, санкции и общий рост мировой напряженности.

В условиях быстрого развития экономики туризма основные долгосрочные тенденции, такие как изменение демографических показателей, изменение спроса, создание цифровой среды, изменение климата, открывают новые возможности и ставят новые задачи. Таким образом, новая тенденция в области туризма – повышенное внимание к мировым трендам, а также осознание необходимости разработки стратегических подходов к адаптации в динамично развивающемся обществе, модернизации нормативно-правовой базы на основе широкого привлечения заинтересованных сторон и с учетом новых деловых подходов к предоставлению услуг.

В следующие 50 лет центр мировой экономики переместится на восток и юг. Ожидается, что к 2030 г. две трети глобального роста и половина мирового производства будут зависеть именно от развивающихся стран. Мировой туризм значительно изменился благодаря росту глобализации и техническому прогрессу, которые помогают потребителям планировать и бронировать свои путешествия, а также делиться

своими впечатлениями в режиме реального времени. А так как рост влияния информационных технологий несомненно продолжится, по мнению Всемирной организации по туризму, «лицо» туризма к 2040 г. изменится кардинально.

Чтобы понять, как туризм может развиваться в ближайшие десятилетия, необходимо обратить внимание на основные мировые тенденции, которые влияют на этот сектор. Эти тенденции отражают весомые, имеющие глобальное значение социальные, экономические, политические, экологические и технологические изменения в долгосрочной перспективе. Как правило их влияние не ослабевает на протяжении десятилетий, а, следовательно, способно коренным образом изменить и перевернуть экономику и производство во всем мире, что обязательно повлечет изменения и в индустрии туризма [2].

Мировой туризм демонстрирует устойчивый рост на протяжении трех десятилетий. Самое большое количество прибытий было достигнуто в 2016 г. и составило 1,2 млрд. По прогнозам UNWTO эта цифра вырастет до 1,8 млрд к 2030 г. за счет туристов из стран с развивающейся экономикой [5].

Мировые тенденции приносят новые и часто невидимые вызовы, угрозы и возможности, воздействующие как на экономику в целом, так и на отдельные ее сектора. Структура экономики будет существенно меняться в ближайшее десятилетие. Рассмотрим каждую тенденцию более подробно.

1. В связи с ростом дохода населения развивающихся стран, а также со старением населения появляются новые группы потребителей. Изменение демографии окажет значительное влияние на спрос потребителей в ближайшие годы. В частности, такие тенденции, как продолжающийся рост числа среднего класса и старение населения означает, что потребители услуг, как правило, будут богаче и старше. Действительно, средний класс и люди старшего возраста станут ключевым фактором роста индустрии, и их поведение в путешествиях может привести к значительным сдвигам на туристическом рынке. Следовательно, должен увеличиться диапазон товаров и услуг, ориентированный на данную группу потребителей. Инфраструктуру и вспомогательные услуги необходимо будет адаптировать с учетом возросшего спроса и изменений потребностей и предпочтений посетителей. Например, доступность (физический доступ и предоставление информации), вероятно, будет предметом особой значимости для пожилых туристов.

Также стоит обратить внимание на так называемое поколение Z (молодых людей, родившихся в конце 1990-х – начале 2010-х гг.), которое также будет влиять на существенное изменение мирового туристического рынка. Это поколение растет в среде быстро развивающихся информационных технологий, что не может не повлиять на их потребительские запросы. Скорее всего это поколение будет более требовательно по сравнению с предыдущими поколениями. Представители поколения Z чаще путешествуют самостоятельно, более открыты различным вариантам аренды (машин, апартаментов, спортивного инвентаря и т. д.).

2. Смещение внимания экономики в сторону ресурсоэффективности. В настоящее время проблема сохранности и возобновляемости ресурсов является одной из самых актуальных. Стремление сохранить и эффективно использовать имеющиеся ресурсы также влияет на развитие индустрии туризма. К ресурсоэффективности в туризме и гостеприимстве можно отнести использование инновационных технологий, таких, например, как умный дом, который позволяет использовать более экологичные материалы и технологии энергосбережения, ориентация на использование альтернативной энергии (например, солнечные батареи), а также использование переработанных материалов. Применение таких технологий уже испытали известные гостиничные бренды Marriott и Hilton, и отметили, что интеллектуальные автоматизированные системы могут обеспечить для отеля экономию ресурсов, начиная от энергии и заканчивая нагрузкой на сотрудников.

Еще одним примером может стать гостиница «Gyle Premier Inn», расположенная в Эдинбурге в деловой зоне возле аэропорта, которая разработала и реализовала собственную схему энергопотребления. В отеле установлена аккумуляторная батарея весом 5 т. В ночное время она заряжается, а днем в течение нескольких часов позволяет поддерживать работу гостиницы. Руководство отеля предполагает, что эта инновация позволит сократить затраты на энергопотребление более чем на 25 тыс. долл. США в год.

3. Развитие цифровой экономики позволит создавать новые туристические рынки и бизнес-модели.

Молодое поколение туристов в настоящее время составляет около 20 % от общего числа путешествующих и приносит 203 млрд долл. США в год [5]. Анализ мирового туристического рынка показывает, что население в возрасте 20-30 лет ежегодно совершает больше поездок по сравнению с другими категориями населения (по четыре и более в год), но такие путешествия, как правило, короче по продолжительности

и составляют в среднем 2–5 дней. Также услугам высокого класса они предпочитают аутентичный отдых с основной идеей «живи как местный».

Населению трудоспособного возраста в будущем скорее всего не удастся легко накапливать состояние. Эти изменения также могут привести к тенденции более коротких поездок и увеличению популярности более дешевых вариантов перемещения (например, лоукостеры) и размещения (хостелы). Все эти вопросы должны учитываться при оценке предпочтений новых поколений путешественников в ближайшие десятилетия [3].

Исследование Airbnb показало, что в списке приоритетов и показателей качества жизни многие считают путешествия даже более важными, чем покупка дома или автомобиля. При этом, используя все возможности цифровой экономики и информационного пространства, потребители предпочитают составлять собственные маршруты, ориентируясь на свои предпочтения и интересы или на положительный опыт своих знакомых, отказываясь от покупки стандартных пакетных туров.

Индустрия туризма активно подхватывает тенденции на информатизацию пространства: появляется все больше агрегаторов, позволяющих туристу самостоятельно выбирать билеты, гостиницу, апартаменты. Ни один отель сегодня не может обойтись без применения систем автоматизации. Некоторые отели уже применяют электронных консьержей. Использование же смартфонов – одна из самых популярных инноваций. Эти технологии помогают также персонифицировать услуги гостиниц.

Большинство российских туристов не представляют себе отдых в отеле без наличия бесплатного Интернета – 69 % респондентов считают бесплатный доступ к Всемирной сети самой важной услугой в отеле.

Автономные транспортные средства, искусственный интеллект и инновации открывают большие возможности для людей по всему миру. Вместе эти тенденции могут сделать путешествия более эффективными и доступными для многих людей. Однако необходимо рассмотреть вопрос о том, как создать благоприятные условия для поддержания инноваций по мере появления новых технологий, с потенциальной выгодой расширения числа своих потребителей. Новые технологии также будут сложными и менее предсказуемыми для работников, занятых в индустрии туризма, что потребует специалистов более высокой квалификации. Например, появление новых технологий, которые автоматизируют задачи человека с помощью машин и искусственного интеллекта может полностью изменить процедуру обслуживания и в то же время негативно сказаться на количестве рабочих мест в данной сфере. В связи с инновационностью и динамичностью развития индустрии туризма должны быть также разработаны новые методики и системы управления с учетом снижения и смягчения возможных негативных последствий.

4. Увеличение количества транспортных инноваций, доступной инфраструктуры влияет на рост мобильности пассажиров.

В связи с проблемой старения мирового населения самым острым вопросом будет транспортный (предоставление возможности туристу максимально комфортного перемещения, решение вопроса доставки туриста в аэропорт или на железнодорожный вокзал и т. д.). Туристская инфраструктура, виды транспорта, предоставление информации должны быть тщательно продуманы и протестированы в связи с ростом количества клиентов с уменьшенной подвижностью и ограниченными коммуникационными возможностями, для того, чтобы помочь туристам уверенно ориентироваться в процессе путешествия. Принятие такого подхода может расширить потенциальные туристические рынки для людей с особыми потребностями, а также повысить комфорт для путешественников без нарушения мобильности. Например, пандусы обеспечивают доступ для туристов с ограниченной подвижностью или инвалидов-колясочников, но также делают более комфортным перемещение туристов с багажом на колесиках или родителей, путешествующих с ребенком в коляске.

Конечно стоит обратить внимание, что существует также ряд негативных факторов, проблем и тенденций, с которыми столкнется индустрия туризма в будущем [1]. В то время как хорошо спланированное развитие туризма имеет возможность внести свой вклад в экономическое и социально-культурное благополучие принимающих сторон, быстрый и незапланированный рост туризма может в равной степени привести к негативным последствиям, таким как перенаселенность и повышение антропогенного воздействия на окружающую среду и т. д.

Туризм является деятельностью человека, которая зависит от природных ресурсов, одновременно способствуя их истощению, в связи с этим он может сыграть ключевую роль в переходе к ресурсосберегающей экономике.

По оценкам специалистов выбросы углекислого газа от развития туризма достаточно высоки. Примерно 5 % от общего объема выбросов приходится на индустрию туризма. Это и транспорт, и проживание, и питание, а также дополнительные услуги для туристов. Естественно самый большой вклад в этот объем делает транспортная инфраструктура: 40 % относятся к авиации и 32 % – к автомобильному транспорту.

Развитие туризма влияет и на такой природный ресурс как пресная вода. Помимо питания пресная вода используется для таких услуг как спа-зоны, сауны, оздоровительные зоны или бассейны. Пресная вода также необходима для поддержания садов и полей для гольфа и т. д. Так, по данным ЮНЕП, в Европе на каждого туриста в среднем расходуется 300 л пресной воды в день, а в дорогих отелях – до 880 л. Для сравнения: среднестатистическое потребление воды на каждого европейца оценивается в 241 л в сутки.

Рост туризма, тенденции к более высокому классу размещения и многое другое может привести к перерасходу водных ресурсов. Как следствие, возможность организации путешествий будет существенно осложнена в связи со снижением качества воды и связанных с этим затрат с обеспечением пресной водой. Таким образом, туризм будет зависеть от определенных факторов, в том числе от относительного дефицита пресной воды в существующих и потенциальных туристических зонах, от конкуренции с другими секторами экономики, такими как сельское хозяйство или биотопливо, и конкуренции в самой индустрии (небольшие гостевые дома против больших гостиниц курорта).

Еще одной проблемой, связанной с развитием индустрии туризма и гостеприимства может стать корреляция роста туризма и негативного воздействия на традиционную национальную культуру. Рост туризма также может привести к повышению налогов на недвижимость и высокой стоимости жизни в принимающих странах, которые могут стать недоступными для местных жителей. Интерес туристов к уникальным культурам может привести к негативным последствиям и серьезным разрушениям местных сообществ. Растет число отрицательных примеров ухудшения ситуации в уникальных местах из-за большого количества посетителей, коммерциализации традиций и угрозы для культурного выживания сообществ вследствие незапланированного и неуправляемого туризма. Туристические направления зачастую создаются аутсайдерами (обычно с одобрения правительства) в областях, которые коренные или традиционные общины считают своими и где развитие туризма было бы, с их точки зрения, нежелательным. Это создает конфликтные ситуации, которые делают сотрудничество и получение взаимной выгоды очень сложным. В последнее время стало расти осознание проблемы влияния туризма на культурное наследие со стороны правительственных, международных и негосударственных организаций, а также индустрии туризма.

Снизить влияние этих негативных факторов может введение «зеленых налогов» или курортных сборов. Данная практика на сегодняшний день существует во многих странах мира. Подобные сборы помогают поддерживать на достойном уровне как туристскую инфраструктуру, так и экологическое состояние регионов. Например, в Новой Зеландии в 2019 г. планируется ввести туристический налог в размере 35 долл. США. По расчетам специалистов, данная мера может принести в бюджет страны около 80 млн долл. США. Эти доходы планируется направить на развитие туристической инфраструктуры и защиту окружающей среды, а также программы разведения животных. Такую же практику планирует внедрить Португалия, «зеленый налог» здесь призван компенсировать ущерб экологии, наносимый многочисленными туристами.

По данным UNWTO, достаточно ограниченное число туристов готово платить надбавку за экологичность определенных продуктов и услуг. Однако восприятие клиентов может меняться и возможно в ближайшем будущем мода на бережливое производство, а также мода на эко-продукты и услуги сыграет свою роль в устойчивом развитии туризма [7].

Способность туризма создавать рабочие места, стимулировать экономический рост, накапливать иностранную валюту, совершенствовать инфраструктуру и содействовать охране окружающей среды делает эту индустрию привлекательным средством для борьбы с бедностью и ускорения местного развития [6]. В качестве примера можно привести Кабо-Верде: стране удалось перейти из категории наименее развитых стран в пятерку африканских стран с наиболее эффективными системами управления благодаря туризму, который стал ключевой движущей силой развития. Подобный опыт сложился у Руанды, Кении, Ямайки. Поэтому развитие туризма может внести важный вклад в реализацию Целей устойчивого развития (англ. Sustainable development goals).

Рассматривая возможности и угрозы, можно сделать вывод о том, что при грамотном внедрении новых технологий, оперативном реагировании на изменение спроса, учете влияния информационных технологий, постоянном мониторинге целевой аудитории индустрия туризма имеет все шансы продолжить свой рост и развитие.

Библиографический список

1. Александрова, А. Ю. Актуальные тенденции развития сферы туризма в глобальных городах мира // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – Т. 9. – № 2. – С. 5-13.
2. Казаков, С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: монография // М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 98 с.
3. Международный туристский бизнес: практика, проблемы, перспективы: монография / А. Д. Чудновский [и др.]; отв. ред. А. Д. Чудновский. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. – 221 с.
4. Саидова, Ф. К. Современные тенденции развития международного туризма // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г. / под ред. С. В. Дусенко, Н. Л. Авиловой. – М.: РГУФКСМиТ, 2017. – 613 с.
5. Современный туризм: актуальные проблемы и перспективы: монография / под общ. ред. С. В. Дусенко. – М.: РГУФКСМиТ, 2016. – 238 с.
6. Щербакова, С. А. Международный туризм. Экономика и география / С. А. Щербакова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 144 с.
7. Официальный сайт Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru> (дата обращения: 20.01.2019).

References

1. Aleksandrova A. U. Aktualnye tendentsii razvitiya sfery turizma v global'nykh gorodakh mira [*Current trends in the development of tourism in the global cities of the world*], Sovremennyye problemy servisa i turizma [Service and Tourist: Current Challenges], 2015, Vol. 9, I. 2, pp. 5–13.
2. Kazakov S. P. Vliyanie sotsialnykh media na povedenie potrebitel'ei v industrii gostepriimstva i v turizme: monografiya [*The impact of social media on consumer behavior in the hospitality industry and tourism: monograph*], M: IC RIOR, NIC INFRA-M, 2016, 98 p.
3. Chudnovskii A. D. [et al.]. Mezhdunarodnyi turistskii biznes: praktika, problemy, perspektivy: monografiya [*International tourism business: practice, problems, prospects: monograph*]; отв. red. A. D. Chudnovskii, M: Izdatelskii dom GUU, 2017, 221 p.
4. Saidova F. K. Sovremennyye tendentsii razvitiya mezhdunarodnogo turizma [*Current trends in the development of international tourism*], Sovremennyye tendentsii i actual'nye voprosy razvitiya turizma i gostinichnogo biznesa v Rossii: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii [*Modern trends and current issues of tourism and hotel business development in Russia: Proceedings of the international scientific and practical conference*]; pod red. S. V. Dusenko, N. L. Avilovoi, M: RGUFKSMiT, 2017, 613 p.
5. Sovremennyyi turizm: aktualnye problemy i perspektivy: monografiya [*Modern tourism: actual problems and prospects: monograph*]; pod obsh. red. S. V. Dusenko, M: RGUFKSMiT, 2016, 238 p.
6. Shcherbakova S. A. Mezhdunarodnyi turizm. Ekonomika i geografiya [*International tourism. Economics and geography*], M: Finansy i statistika, 2017, 144 p.
7. Ofitsialnyi sait Vsemirnoi turistskoi organizatsii [*Official site of the world tourism organization*]. Available at: <http://www.unwto.org/ru> (accessed 20.01.2019).