

# ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА, РЕКРЕАЦИИ И ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ

---

*Ананьева В.Н.*, канд. экон. наук, доцент

*Разуванов В.М.*

Белорусский государственный университет физической культуры

## МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА – 2022

*Ananyeva V.*, Candidate of Sciences in Economics, Docent

*Razuvanov V.*

Belarusian State University of Physical Culture

## WORLD TOURISM DEVELOPMENT TRENDS – 2022

**АННОТАЦИЯ.** В статье приведен аналитический обзор глобальных трендов развития туризма в 2022 году. Обзор основан на данных рынка мирового туризма, аналитических данных всемирной туристской организации и иных обзорных исследований в сфере туризма. Кроме рыночных трендов анализ включает основные тенденции социально-экономического, экологического, информационно-технологического характера.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** тренды развития туризма; международный туризм; индустрия туризма; рынок туризма и гостеприимства; пандемия COVID-19.

**ABSTRACT.** The article provides an analytical review of global trends in tourism development in 2022. The review is based on data from the world tourism market, analytical data from the World Tourism Organization and other review studies in the field of tourism. In addition to market trends, the analysis includes the main socio-economic, environmental, information and technological trends of modern tourism.

**KEYWORDS:** tourism development trends; international tourism; tourism industry; tourism and hospitality market; COVID-19.

Современный туризм как глобальное социальное, экономическое, технологическое, культурное явление находится под влиянием множества фундаментальных и ситуативных факторов, однако, несмотря на их значительное число, 2022 год можно определить как год восстановления мировой туристической индустрии после пандемии COVID-19. Именно пандемия коронавируса и ее последствия решающим образом повлияли и все еще продолжают влиять на мировую индустрию туризма и гостеприимства.

Согласно данным Барометра мирового туризма ЮНВТО за 2022 год (данные за 2 квартала), в международном туризме наблюдался резкий рост, при этом количество прибытий достигло почти половины (46 %) уровня за тот же период 2019 года. Международные туристические прибытия увеличились более чем в три раза (+221 %) в январе–мае 2022 г. по сравнению с 2021 г., но все еще остались на 54 % ниже

допандемического уровня. К маю 2022 года по всему миру было зарегистрировано почти 250 миллионов международных поездок, что, при сопоставлении с 77 миллионами поездок за те же месяцы 2021 года, внушает серьезный оптимизм.

Среди туристических регионов в восстановлении лидировали Европа и Америка. Европа зафиксировала более чем в четыре раза большее число международных прибытий, нежели за первые пять месяцев 2021 года (+350 %). В Северной и Южной Америке количество прибывающих увеличилось более чем вдвое (+112 %). Однако, несмотря на значительный рост, количество прибытий все же оставалось на 36 % и 40 % ниже уровня 2019 года в Европе и Америке соответственно.

На Ближнем Востоке и в странах Африки в январе–мае 2022 г. был зафиксирован существенный рост туристических прибытий по сравнению с 2021 г. (+157 % и +156 % соответственно), но прибытия остались на 54 % и 50 % ниже уровня 2019 г. В Азиатско-Тихоокеанском регионе количество прибытий практически удвоилось (+94 %), хотя число туристов по-прежнему оставалось на 90 % ниже допандемического 2019 года, поскольку границы некоторых государств региона оставались закрытыми.

Среди всех субрегионов наиболее быстрое восстановление до уровня 2019 года продемонстрировали Карибский бассейн (–18 %) и Центральная Америка (–27 %), неплохие показатели также наблюдались в Южном Средиземноморье, Западной и Северной Европе.

Среди направлений были и страны, превысившие допандемический уровень. К их числу, согласно данным ЮНВТО относятся: Виргинские острова (+29 %), Сен-Мартен (+19 %), Республика Молдова (+16 %). Албания (+11 %), Гондурас, Пуэрто-Рико, Эфиопия (по +7 %), Андорра (+4 %), также следует выделить Сан-Марино, достигшее «нулевой отметки». Что касается денежных поступлений от международного туризма, в наиболее выигрышном положении оказались Республика Молдова (+86 %), Сербия (+59 %), Сейшельские Острова (+58 %), Румыния (+35 %), Северная Македония (+26 %), Сент-Люсия (+21 %), Босния и Герцеговина (+20 %), Албания, Пакистан (по 17 %), Судан (+16 %), Турция (+11 %), Бангладеш (+7 %), Сальвадор (+6 %), Мексика (+3 %), Хорватия (+2 %) и Португалия (+1 %), которые превысили допандемические уровни в январе–мае 2022 года.

Туристические расходы во Франции выросли до –15 % в январе–мае 2022 г., в то время как показатели Германии составили –23 %, Италии – –27 % и США – –31 % по сравнению с 2019 г. Туристические расходы Индии, Саудовской Аравии и Катара превысили допандемический уровень. С высокой вероятностью можно прогнозировать, что высокий туристический спрос в течение летнего сезона в Северном полушарии закрепит данные положительные тенденции, особенно по мере того, как все большее число направлений ослабят или полностью снимут ограничения на туристические поездки.

Перспективные сценарии ЮНВТО, опубликованные в мае 2022 г., указывают на то, что по итогам 2022 г. совокупное число международных прибытий достигнет 55–70 % от допандемического уровня. Сценарии по регионам ставят в приоритет Европу (65–80 % уровня 2019 г.), а также Америку (63–76 %). В Африке и на Ближнем Востоке количество прибытий, по оценкам экспертов, может достичь от 50 % до 70 % допандемического уровня, в то время как в Азиатско-Тихоокеанском регионе,

даже в лучшем сценарии, показатели не превысят 30 % от уровня 2019 года по причине более строгой политики ограничений [1].

Восстановление после COVID-19 могло идти и более высокими темпами, однако этому процессу мешают растущие экономические и геополитические проблемы, создающие дополнительные риски для восстановления мировой туристической индустрии.

Приведем анализ основных рисков, препятствующих восстановлению туризма (по данным 116-й сессии Исполнительного совета ЮНВТО) [2].

Среди рисков особо выделяется вооруженный конфликт на территории Украины, который в сочетании со сложной экономической обстановкой, включая высокие цены на энергоносители и рост темпов инфляции, может нарушить и без того медленные и неравномерные темпы восстановления.

Эксперты отмечают, что военный конфликт рискует воспрепятствовать возвращению доверия к глобальным туристическим путешествиям. Так, генерирующие рынки США и Азии, последний из которых открылся недавно и которые, как правило, более склонны к риску, могут быть особенно уязвимы, особенно в отношении поездок в Европу.

На Россию и Украину в 2020 году приходилось в совокупности около 3 % мировых расходов на международный туризм, это означает, что в результате затянувшегося конфликта может быть потеряно не менее 14 млрд долларов США, при этом отмечается особая важность обоих рынков для соседних стран, а также для направлений пляжного и морского туризма в Европе и за ее пределами, включая острова.

Военные действия усугубляют и без того непростые экономические условия, подрывая доверие потребителей и усиливая инвестиционную неопределенность. Неблагоприятные экономические факторы, которые могут снизить спрос на поездки, включают рост цен на нефть и общую инфляцию, а также повышение процентных ставок и продолжающееся нарушение цепочек поставок. Конфликт вызвал рост цен на такие товары, как энергоносители и продукты питания, поскольку Россия и Украина являются крупными экспортерами сырьевых товаров. Резкий скачок цен на нефть (с минимума в 40 долларов США за баррель марки Brent в 2020 году до более чем 100 долларов США в марте 2022 года, самого высокого уровня за 10 лет), а также рост инфляции делают транспорт и проживание более дорогими, оказывая давление на покупательную способность и сбережения потребителей, а также операционные расходы туристических предприятий, многие из которых все еще пытаются оправиться от последствий COVID-19.

По оценкам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), мировой рост в текущем году может быть более чем на 1 процентный пункт ниже, чем прогнозировалось до конфликта [3]. Инфляция, и без того высокая в начале года, может вырасти как минимум еще на 2,5 процентных пункта. Ценовой шок, особенно на продукты питания и энергоносители, чреват нарушением производства товаров и услуг во всем мире и ростом бедности.

Подобный прогноз соответствует анализу потенциальных последствий конфликта для восстановления и роста мировой экономики, проведенному Конференцией Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД), которая также понизила свой прогноз роста мировой экономики в 2022 году с 3,6 %

до 2,6 % и предупредила, что развивающиеся страны будут наиболее уязвимы для замедления [4].

Быстрое возобновление международных поездок будет по-прежнему зависеть от обеспеченности качественными вакцинами стран и регионов мира, а также степени эффективности координации мер между странами в отношении ограничений на поездки, согласованных протоколов безопасности и гигиены и эффективной коммуникации для восстановления доверия потребителей.

Рассмотрим основные тенденции в изменении потребительского поведения туристов, наблюдающиеся в текущем году.

**Усиление стандартов в области безопасности и гигиены.** Период пандемии актуализировал усиление стандартов безопасности и гигиены всех предприятий туристической индустрии и, несмотря на то, что во многих странах основные ограничения, связанные с COVID-19, уже сняты, измененные потребительские предпочтения требуют того, чтобы поставщики услуг явно демонстрировали свою политику в области гигиены и безопасности, доносили информацию о том, какие конкретные меры они принимают для обеспечения безопасности клиентов. В связи с этим можно говорить о том, что стандарты гигиены и безопасности становятся неотъемлемой составляющей туристического маркетинга.

**Индивидуальные путешествия.** В настоящее время большое количество туристов предпочитают отправляться в одиночные поездки, в основном, по причинам, связанным с протоколами социального дистанцирования. Потребители туристических услуг все чаще выбирают в качестве средств размещения загородные дома и квартиры, чтобы иметь все необходимое в личном распоряжении и не зависеть от чьей-либо воли или выбора. Отельная сеть Radisson Hotel Group в текущем году запустила новый бренд – Radisson Individuals, идущий в тренде повышения значимости индивидуальности.

**Микс деловых и развлекательных поездок.** В постпандемическом мире работа и личная жизнь зачастую смешиваются, что приводит к тому, что в сфере гостеприимства наблюдается тенденция продления деловых поездок ради целей отдыха. Профессионалы нередко добавляют выходные дни или целые недели к рабочим поездкам, причем как во время поездок в одиночку, так и с партнером, и даже всей семьей. «Цифровые кочевники» могут работать из любой точки мира, что открывает дополнительные возможности для тех отелей, которые могут предложить как удобные условия для работы, так и для свободного времяпрепровождения. Распространение удаленной и гибкой работы тщательно учитывается гостиничными цепями, которые предлагают просторные и тихие лаунж-зоны, высокоскоростное подключение к Wi-Fi, гибкость при изменении графика, специальные пакеты, сочетающие в себе скидки на длительное проживание, предложения еды и напитков. Ожидается, что по мере роста спроса на путешествия популярность нового термина “bleisure travel” будет только расти.

**«Межпоколенческий туризм».** Совместные путешествия с участием нескольких поколений относятся к числу весьма выраженных тенденций туристического рынка. Это явление, в основном, относится к общим семейным путешествиям, когда группа людей различных возрастов (бабушки, дети, внуки и т. д.), доверяющая друг

другу (что актуально как средство противоэпидемической профилактики), сохраняя семейный комфорт и уют, получают новые впечатления, «сбегая от рутины».

**Общее увеличение индивидуальных туристических расходов.** Поскольку в последние несколько лет у большинства семей не было или практически не было туристических расходов, в настоящий момент наблюдается феномен «отложенного спроса», состоящий в том, что люди, руководствуясь «ментальным» учетом расходов, легко тратят средства, которые они отложили себе на отдых в течение нескольких лет, как будто «отдавая долг». Данный феномен можно наблюдать по быстрому росту спроса и повышению среднего чека предприятий индустрии гостеприимства и развлечений.

**Приключенческие туры.** Приключенческие туры были одним из самых популярных видов туризма в текущем году, что в целом является отражением глобально растущей «экономики впечатлений». Всеобщая тяга к острым ощущениям, переживаниям, захватывающим воспоминаниям стала едва ли не основным побудительным фактором потребительского выбора в туризме и широко используется маркетологами при продвижении туристических услуг. Одним из проявлений «приключенческой» направленности современных туристов является высокая популярность туров по сериалам и книгам. Места, изображенные в различных телешоу, фильмах, сериалах и книгах, всегда выступали в роли эффективных туристических аттракторов. Однако взрывной рост популярности кино, сериалов и иной кинопродукции, наблюдающийся в пандемийное время, привел к формированию особого спроса на туристические дестинации, связанные с кинематографическими событиями.

**Велнесс-путешествия.** Сегодня оздоровительный туризм растет на 50 % быстрее, чем иные виды туризма. Энди Бардж из Six Senses Ibiza отметил в интервью Forbes: «Здоровье и благополучие больше не рассматриваются как привилегия, а считаются ответственными инвестициями и приоритетными компонентами повседневной жизни людей» [5]. Современный велнесс не ограничивается йогой, спа-процедурами и меню, ориентированным на здоровое питание, в частности интересной и относительно новой тенденцией является парная терапия и интимные ретриты.

В завершении кратко выделим основные технологические тренды современного туризма, которые связаны как с общим техническим прогрессом, так и с пандемийными условиями, существенно активизировавшими использование релевантных данной ситуации информационно-технологических инноваций.

В индустрии туризма существенно возросло использование бесконтактных платежей, голосового поиска, голосового управления, чат-ботов, что позволяет пользоваться услугами, производить оплату, осуществлять поиск информации, не контактируя с объектами, которые могут представлять потенциальную эпидемическую опасность, этой же цели служат широко используемые сервисы распознавания, создающие возможности для бесконтактного доступа в помещения, здания, пользования разнообразными сервисами. Услуги, основанные на виртуальной и дополненной реальности, также существенно расширились, поскольку в условиях ограниченности перемещений, отсутствия возможности увидеть объект «вживую» (например, блюдо в ресторане, гостиничный номер), его красочное виртуальное представление значительно облегчает потребительский выбор и повышает эффективность продвижения туристических товаров и услуг [6].

Рост использования роботов, искусственного интеллекта, «интернета вещей» также по-видимому останутся актуальными трендами в индустрии туризма и гостеприимства вне зависимости от эпидемиологической обстановки и иных форс-мажорных обстоятельств.

1. UNWTO WORLD TOURISM BAROMETER [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>. – Дата доступа: 01.09.2022.

2. 116th session of the Executive Council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/CE116\\_03\\_a\\_Current\\_trends\\_and\\_prospects\\_tourism\\_En.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/CE116_03_a_Current_trends_and_prospects_tourism_En.pdf). – Дата доступа: 01.09.2022.

3. The Price of War: OECD Economic Outlook, June 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/economic-outlook/>. – Дата доступа: 01.09.2022.

4. Ukraine war cuts global growth prospects by 1 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/news/ukraine-war-cuts-global-growth-prospects-1>. – Дата доступа: 03.12.2021.

5. Top Travel Trends Of The Year 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ceoworld.biz/2022/05/21/top-travel-trends-of-the-year-2022/>. – Дата доступа: 02.09.2022.

6. Where Most Travelers Are Heading in Summer 2022 (and Why) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/article/429880>. – Дата доступа: 03.09.2022.

***Бибеева В.А.***

***Фатхуллина Л.З.***, канд. социол. наук,

Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ)

## **ТУРИЗМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

***Bibaeva V.A.***

***Fathullina L.Z.***, Candidate of Sociological Sciences,

Kazan National Research Technological University (KNRTU)

## **TOURISM IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION**

**АННОТАЦИЯ.** Российский рынок онлайн-услуг растет быстрыми темпами, что связано с внедрением цифровых технологий в сферу туризма. Цифровые технологии становятся также главным направлением стратегии развития культуры и туризма городов будущего, способствуя интеграции туриста в городскую среду и позволяя ему самостоятельно планировать путешествие. Одним из показателей развития информационных технологий и их распространения является постоянно возрастающая доля онлайн-бронирования туристских слуг.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** цифровизация; туризм; технологии; приложения; путешествия.

**ABSTRACT.** The Russian market of online services is growing rapidly, which is associated with the introduction of digital technologies in the tourism sector. Digital technologies are also becoming the main focus of the strategy for the development of culture and tourism of the cities of the future, contributing to the integration of tourists into