

## **Туризм: междисциплинарные исследования**

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.26456/2226-7719-1-2020-124-135>

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

**С.И. Яковлева**

ФГБОУ ВО «Тверской государственной университет», г. Тверь

Цель исследования – выявление основных современных особенностей туризма. Это глобальные тренды туризма, характеристика современного туриста, принципы и новые условия развития туристической индустрии. Изучение и мониторинг кардинальных изменений в туризме – актуальная тема междисциплинарных исследований и стратегических разработок.

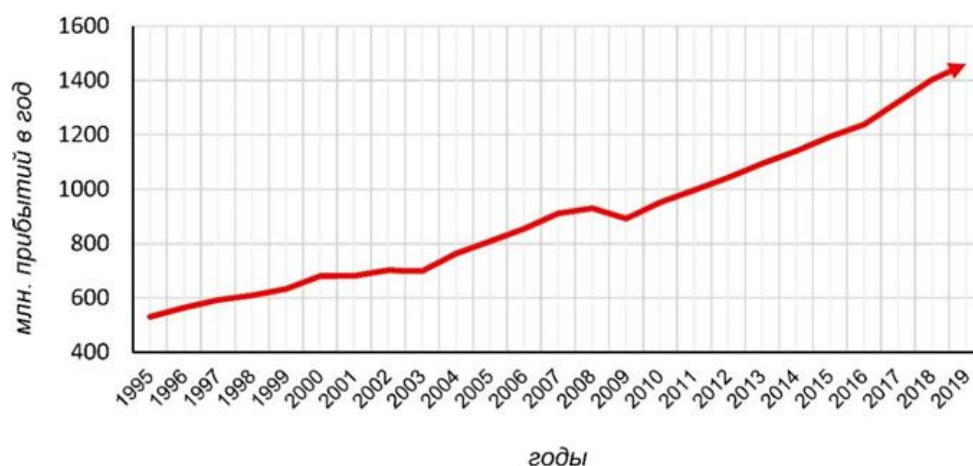
**Ключевые слова:** *тренды туризма, международный туризм, туристские потоки, «умные города», «умные дестинации», овертуризм, конкурентоспособность путешествий и туризма.*

Туризм является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Основные тенденции развития туризма – популярная тема публикаций, см. обзоры в статьях [11,12,13]. Повышенное внимание к мировым трендам – одно из новых актуальных направлений исследований и разработок в туризме. Цель данного исследования – систематизация основных современных особенностей туризма. Для этого тренды объединены в три тематические группы:

1. *Международный туризм:* динамика международных прибытий, география потоков: территориальная структура международного туризма и ядра концентрации турпотоков, появление «умных» дестинаций (в том числе «умных» городов).
2. *Туристы,* в том числе новые группы потребителей.
3. *Туристическая индустрия:* главные условия, задачи и принципы развития на базе выявленных трендов туризма.

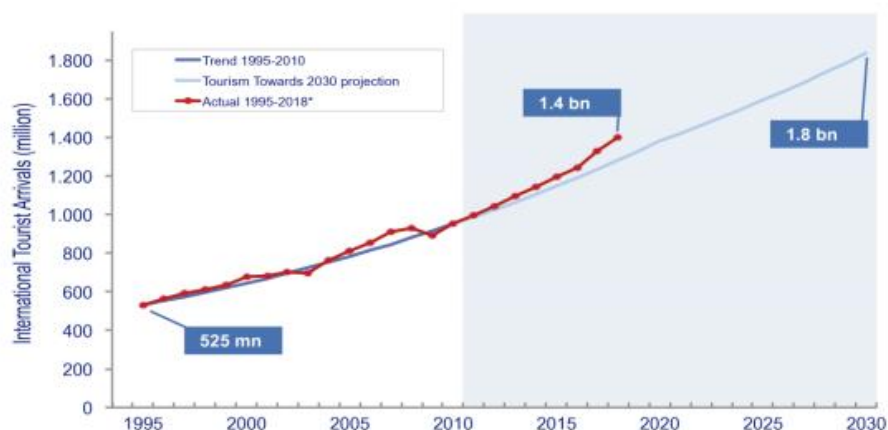
#### **• Международный туризм: тренды**

1. Международный туристский поток по количеству международных туристских прибытий (ночующих посетителей) по всему миру увеличился с 952 млн. (2010) до 1461 млн. (2019 г.). **Активная динамика развития** (роста) международного въездного туризма подтверждает прогнозные оценки его непрерывного роста на ближайшие годы (до 2030 г.) – рис. 1–2.



Р и с. 1. Рост международного въездного туризма в 1995–2019 гг., млн. прибытий в год. Составлено по источникам: [16,26,27]

### Actual Trends vs Tourism 2030 Forecast- World



Source: World Tourism Organization (UNWTO), January 2019

Р и с. 2. Фактические тенденции и глобальный прогноз туризма до 2030 года. Источник: [19]

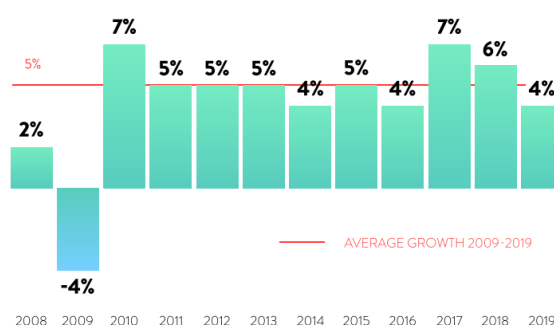
2. Рост продолжается во всех регионах мира уже 10 лет (средний темп роста – 5%, темп роста туризма превышает темп роста экономики [21]), но в 2019 г. вновь, как в 2014 и 2016 годах [20] **снижен темп роста туристского потока** до 4% – рис.3. Индикатором устойчивости туристского потока является быстрое восстановление темпов роста (например, потеря темпа в 2014 г. до 4% сменилась в 2015 г. ростом до 5%, а потеря темпа в 2016 г. до 4% сменилась в 2017 г. ростом до 7%). На

2020 г. прогнозируется рост международного потока туристов от 3% до 4%. Это значит, что впервые за 10-летие, вероятно, не удастся восстановить, потерянный в 2019 г., темп роста. *Теряется устойчивость роста* туристского потока? Замедление роста международных туристских потоков затронуло в основном страны с развитой экономикой, в частности Европу и Азиатско-Тихоокеанский регион. Причины замедления разные: геополитические, социально-экономические. При этом наиболее активно вырос поток туристов на Ближний Восток (7,6% в 2019[20]) – рис.4 и табл.1.

### 2019, 10TH CONSECUTIVE YEAR OF GROWTH

**+ 4%**

**1.5 BILLION**  
INTERNATIONAL TOURIST  
ARRIVALS

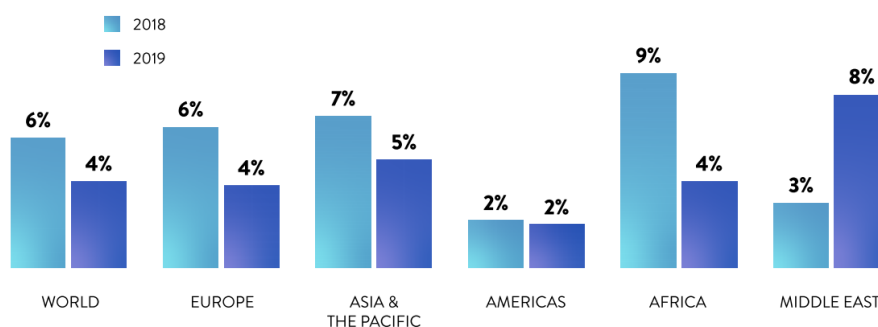


SOURCE: WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)

Р и с. 3. Индексы роста международных прибытий в 2008–2019 гг., %.  
Источник: [20]

### MIDDLE EAST LEADS GROWTH BY REGIONS

GROWTH IN INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS, BY WORLD REGIONS (%)



SOURCE: WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)

JANUARY 2020

Р и с. 4. Индексы динамики туристических прибытий по регионам мира в 2018 и 2019 гг. (%). Источник: [20]

Таблица 1

Изменение и прогноз международных туристских прибытий.

Источник: [27]

Outlook for International Tourist Arrivals						
	Change				average	2020 Projection
	2016	2017	2018	2019*	a year	(issued January)
					2009-2019*	from
World	3.8%	7.2%	5.6%	3.8%	5.1%	+3% to +4%
Europe	2.5%	8.8%	5.8%	3.7%	4.6%	+3% to +4%
Asia and the Pacific	7.7%	5.7%	7.3%	4.6%	7.1%	+5% to +6%
Americas	3.7%	4.7%	2.4%	2.0%	4.6%	+2% to +3%
Africa	7.8%	8.5%	8.5%	4.2%	4.4%	+3% to +5%
Middle East	-4.7%	4.1%	3.0%	7.6%	2.7%	+4% to +6%

Source: World Tourism Organization (UNWTO) © \* Provisional data

**3. Устойчивость территориальной структуры международного въездного туризма по числу прибытий (туристов) в 2017–2019 гг.** (табл.2, рис.4) и доминирование туристских потоков в Европу (51% мирового рынка, 2019[27]).

Таблица 2

Параметры устойчивой территориальной структуры международного въездного туризма по числу прибытий (туристов) в 2017–2019 гг.

Источники: [18,24,20,26]

Регионы мира	2017 г.		2018 г.		2019 г.	
	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%
Европа	671	51	716	50,8	742	51
Азия (Азиатско-Тихоокеанский)	324	24	348	24,7	364	25
Америка	207	16	216	15,4	220	15
Африка	62	4,7	68	4,8	71	5
Ближний Восток	58	4,3	59	4,3	64	4
<b>Итого</b>	1322	100	1407	100	1461	100



Р и с. 4. Современная территориальная структура международного туризма по количеству прибытий, 2019 г., %  
Составлено по источникам: [17,19]

4. Рост интереса к **городскому туризму (путешествия по городам, отдых в городах)**. Крупные города очень популярны среди иностранных гостей. Некоторые мегаполисы извлекают выгоду из туристского бума как настоящие *туристские магниты*. Фактические туристские потоки в городах намного превышают значения, указанные в официальной статистике. Сюда не входят дневные туристы и частное жилье, предоставляемое через Airbnb и аналогичные интернет-платформы [15].

5. **Обострение проблем** с чрезмерной концентрацией туристов в отдельных городах/местностях, *превышающей пропускную способность туризма*. Это явление получило название «**овертуризм**» (чрезмерный туризм). Сверхтуризм особенно характерен для «глобальных городов» [2], уникальных туристских местностей и объектов<sup>1</sup>. Всемирная туристская организация (ЮНВТО) понимает пропускную способность туризма как «максимальное количество людей, которые могут посетить туристскую дестинацию одновременно, не вызывая разрушения физической, экономической и социокультурной среды и недопустимого снижения качества удовлетворенности посетителей» [25].

6. Появление «**умных городов**» (реализация концепции «Smart City») будет способствовать развитию туризма, умных дестинаций. Так, Барселона по итогам 2015 г. была признана «умным городом» №1 в мире, в 2017 г. общеиспанская сеть умных городов, насчитывала 82 населенных

<sup>1</sup> Проблеме овертуризма посвящен специальный выпуск журнала «Современные проблемы сервиса и туризма» №4, 2019. URL: <https://ru.calameo.com/read/004251076084be510e927>.

пункта. Бренд «умного города» имеют Нью-Йорк, Лондон, Ницца, Сингапур. Япония, Китай и Южная Корея развивают «умный туризм»: создают «насыщенное справочно-информационное поле, обеспечивающее потребности туриста на английском или другом доступном ему языке в режиме реального времени...Технологической основой для развития умного сервиса служит универсальная доступность беспроводного мобильного интернета, систем передачи данных BlueTooth, Wi-Fi и им подобных, а также необходимых информационных материалов и приложений для мобильной телефонии: мини-атласов, туристских справочников, навигационных программ, определителей маршрута, контентных и коллаборативных рекомендуемых систем и т.д.» [6]. В работе [5] представлены результаты углубленного анализа по конкретным решениям для 15-ти «умных городов» из разных регионов мира – Барселона, Берлин, Гонконг, Дубай, Лондон, Мельбурн, Мехико, Москва, Нью-Йорк, Париж, Сан-Паулу, Сеул, Сингапур, Токио, Шанхай.

7. Многолетняя тенденция **повышения конкурентоспособности туризма во всем мире**. Повышение конкурентоспособности объясняется, прежде всего, показателями следующих шести основных направлений: инфраструктура воздушного транспорта, готовность к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ)<sup>1</sup>, конкурентоспособность цен, международная открытость, расстановка приоритетов туризма, охрана и безопасность. В контексте активного роста туризма (потоков международного туризма), растущего давления на туристскую инфраструктуру и услуги, *конкурентоспособность туризма* может рассматриваться одновременно как мощный драйвер экономического роста или риск для дальнейшего развития отрасли, если не будет правильно управляться. *Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ)* публикуется раз в два года и оценивает конкурентоспособность туризма разных стран мира: 136 стран в 2017 г. [24], 140 стран – в 2019 г. [22,25]. Для сравнительного анализа рассчитывается общий индекс на базе 4-х субиндексов. Каждый субиндекс объединяет несколько тематических индексов, всего их 14. Для расчетов используется 90 исходных показателей. Результаты доклада 2019 г., опубликованные под названием «Путешествия и туризм на переломном этапе», сопоставляют значительный рост туризма и повышение конкурентоспособности во всем мире с более медленными

---

<sup>1</sup> Готовность к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) является *технологической основой* для развития умного сервиса (в том числе «умных городов», «умных туристских дестинаций»)

темпами улучшения и внедрения необходимой инфраструктуры и устойчивых методов управления туризмом. Результаты ТТСИ 2019 г. показывают, что улучшение инфраструктуры воздушного транспорта дали заметное увеличение пропускной способности маршрутов и количества авиакомпаний, предоставляющих услуги в отдельных странах. Международная открытость прогрессирует, и страны с низким уровнем доходов идут впереди. Цифровая связь поддерживается растущим числом людей, пользующихся интернетом, а это означает, что в настоящее время все больше стран могут использовать растущий список цифровых услуг туризма. При этом, как отмечает доклад 2019 г. [25], будущий спрос на транспортные услуги, особенно в отношении авиации, *может опередить улучшения инфраструктуры*. Необходимо также проделать дополнительную работу, чтобы обеспечить сохранение культурных и природных ценностей в условиях растущих туристских потоков.

Лучшие 10 стран-лидеров по развитости туризма остаются прежними [25]: Испания, Франция, Германия, Япония, США, Великобритания, Австралия, Италия, Канада и Швейцария. Из них только Великобритания потеряла свои позиции с 2017 г. (с 5-го на 6-е место), её место заняли США (с 6-го на 5-е место). Основные преимущества лидеров связаны с хорошо развитой инфраструктурой, природными и культурными ресурсами.

Конкурентоспособность туризма часто приводит к значительному *увеличению спроса на поездки и туризм*. Учитывая прогнозируемый рост туризма в ближайшее десятилетие, важно понимать последствия и влияние конкурентоспособности туризма, чтобы государственные и частные заинтересованные стороны могли совместно разрабатывать пути устойчивого управления сектором с течением времени. Например, развивающиеся страны могут столкнуться с резким увеличением числа посетителей, что в конечном итоге приведёт к перегрузке местной инфраструктуры, может вызвать нехватку жилья и ухудшить культурную и природную ценность дестинаций, которая привлекает туристов в первую очередь.

- **Общая характеристика и поведение современного туриста:**

1. Растущая частота, гибкость и краткосрочность поездок, растущий опыт путешествий.
2. Повышенные требования к качеству турпродуктов и услуг, уровню обслуживания, и обеспечению личной безопасности.
3. Ожидание предложений с учетом индивидуальных предпочтений и предыдущего опыта современных туристов.

4. Преимущественная ориентации на бренды<sup>1</sup> (как безопасные турпродукты).

5. Индивидуализация принятия решения по проведению отпуска, расширение дифференциации мотивов и видов деятельности [14].

6. Структура поездок по целям остаётся достаточно устойчивой: основными целями поездок в туризме в 2018 г. были досуг, отдых и праздники – 56%; посещение друзей и родственников, здоровье, религия и др. составляли 27%, бизнес и профессиональные задачи – 12% и прочее – 5% [16].

7. Доминирует ориентация на авиатранспорт для путешествий (58% в 2018 г.) [16]. Транспортные инновации влияют на рост мобильности пассажиров.

8. Современные туристы – активные и уверенные пользователи Интернета, мобильных телефонов, гаджетов и пр. [12], заинтересованы в «умных услугах» туризма.

9. Возвращение (и активное обращение) к услугам профессиональных турагентств.

10. Появление новых групп потребителей [13] – более богатых и пожилых. При этом значительную долю начинают занимать туристы поколения Z (молодые люди, родившиеся в конце 1990-х – начале 2010-х гг.).

11. Активное развитие новых форм отдыха и туризма [12]: совмещение бизнес-поездок с отдыхом, индивидуальные путешествия, короткие поездки на уикенд и коуч-туры. Главная мотивация: путешествие ради новых впечатлений.

12. Потребительское поведение определяет разные типы туристов [1].

- **Тенденции развития туристической индустрии**

1. Формирование «экономики впечатлений» [3,4,5].
2. Внедрение цифровых технологий в сфере туризма.
3. Особая актуальность качества обслуживания и услуг в туризме.
4. Индивидуальный подход к обслуживанию потребителей (туристов)[7].

- **Основные принципы развития туристической индустрии:**

1. Современное развитие в соответствии с принципами и целями устойчивого (ответственного) туризма [8,9, 23].

---

<sup>1</sup> У России как туристского направления, нет бренда и слогана [10]



2. Социальная инклюзивность туризма (включенность в путешествия всех социальных групп, в том числе требующих специальных/специализированных условий обслуживания). Растущий спрос на туристский продукт, предназначенный для так называемого «зрелого» (по возрасту) сегмента туристского рынка [14].

3. Учет национальных и религиозных особенностей туристов при организации путешествий [14].

В условиях быстрого развития экономики туризма основные **долгосрочные факторы**, такие как *изменение демографических показателей* (появление новых групп потребителей), *изменение спроса*, создание *цифровой среды* («умные» города и туристские дестинации, «умные» туристские услуги), *изменение климата*, *транспортные инновации* и другие факторы, влияющие на рост мобильности пассажиров, открывают новые возможности и ставят новые задачи. Так как рост влияния информационных технологий несомненно продолжится, по мнению Всемирной организации по туризму, «лицо» туризма к 2040 г. изменится кардинально [11].

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.

#### **Список литературы**

1. Александрова А.Ю. Типы туристов//Международный туризм. Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с. Гл. 3. URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/aleks.htm](http://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm).
2. Александрова А.Ю. Актуальные тенденции развития сферы туризма в глобальных городах мира // Современные проблемы сервиса и туризма. №2. 2015. Т.9. С.5–13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-tendentsii-razvitiya-sfery-turizma-v-globalnyh-gorodah-mira>.
3. Александрова А. Ю. Туристская поездка как сумма впечатлений // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №3 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskaya-poezdka-kak-summa-vpechatleniy>.
4. Афанасьев О.А. Экономика впечатлений в туристской индустрии: инновации и тренды отрасли // Современные проблемы сервиса и туризма. №2. 2019. Т.13. С.5–6. URL: <https://ru.calameo.com/read/00425107636233ce41f21>.

5. Вотцель Д., Кузнецова Е. Технологии умных городов: что влияет на выбор горожан? McKinsey Center for Government. Июль 2018. URL: <https://www.mckinsey.com/ru/~ /media/McKinsey/Industries/Public%20Sector/Our%20Insights/Smart%20city%20solutions%20What%20drives%20citizen%20adoption%20around%20the%20globe/smartcitizenbook-rus.ashx>.
6. Молчанова В.А. Тенденции инновационного развития туристских дестинаций: «умная дестинация» / М.А. Молчанова // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-3 (86-3). С. 715-720. URL: [https://www.researchgate.net/publication/327269511\\_Tendencii\\_innovacionnogo\\_razvitiia\\_turistskih\\_destinacij\\_umnaa\\_destinacia](https://www.researchgate.net/publication/327269511_Tendencii_innovacionnogo_razvitiia_turistskih_destinacij_umnaa_destinacia).
7. Никитинский Е.С. Тенденции и приоритеты инновационного развития туризма // Вестник КазНУ. Серия географическая. №1/2 (42) 2016. С. 43-49. URL: [https://edutversu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/yakovleva\\_si\\_tversu\\_ru/Eepex0OvAhxAnfc1NcJFju8BYNr89XEaWfzzXmNNXz\\_3sg?e=g8qF71](https://edutversu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/yakovleva_si_tversu_ru/Eepex0OvAhxAnfc1NcJFju8BYNr89XEaWfzzXmNNXz_3sg?e=g8qF71).
8. Преобразование нашего мира: Повестка дня для устойчивого развития 2030 года. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>; [http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=R](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=R).
9. Программа устойчивого туризма в составе 10-летней рамочной программы в области Устойчивого потребления и производства. ООН. URL: [https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/brochure\\_10yfp\\_stp\\_rus\\_17\\_oct\\_2016\\_0.pdf](https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/brochure_10yfp_stp_rus_17_oct_2016_0.pdf).
10. Символика: бренды стран мира. URL: <http://tourbrand.russia.travel:65520/#examples>.
11. Тренды в туристической сфере в 2020 году. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/trendy-v-turizme-v-2020-godu>.
12. 6 Трендов туризма в 2019 году. Март 14, 2019. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/6-trendov-turizma-v-2019-godu>.
13. Фролова Е.А. Тенденции и проблемы развития мирового туризма // Вестник ГУУ. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-problemy-razvitiya-mirovogo-turizma>.
14. Яковлева С.И. Глобальные тренды туризма и характеристика современного туриста как новые условия развития туриндустрии//

- Вестн. Твер. гос. ун-та. Сер. «География и геоэкология». 2018. Выпуск 1. С.102–116. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32658710>.
15. Burdack J. Internationaler Städtetourismus in Deutschland//. Aktuell.nationalatlas.de. URL: [http://aktuell.nationalatlas.de/staedteturismus-2\\_04-2018-0-html/](http://aktuell.nationalatlas.de/staedteturismus-2_04-2018-0-html/).
  16. Global and regional tourism performance. URL: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>.
  17. Infographics. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Infografia-EN.pdf>.
  18. Insight Report the Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.
  19. International Tourism Results 2018 and Outlook 2019. Source: World Tourism Organization (UNWTO), January 2019. URL: [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/51589/unwto\\_barometer\\_jan19\\_presentation\\_en.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/51589/unwto_barometer_jan19_presentation_en.pdf).
  20. International tourism 2019 and Outlook for 2020. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Barometro-Jan-2020-EN-pre.pdf>.
  21. International tourism growth continues to outpace the global economy. 2020. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>.
  22. Insight Report the Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf).
  23. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005= Сделать туризм более устойчивым: руководство для разработчиков политики. Программа ООН по окружающей среде. p.18-19. URL: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf>.
  24. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf).
  25. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. World Economic Forum. Geneva, 2019. 129 с. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>.

26. UNWTO Tourism Data Dashboard. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>.
27. UNWTO World Tourism Barometer N°18 January 2020 =Всемирный туристический барометр ЮНВТО № 18, январь 2020 г. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>; [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO\\_Barom20\\_01\\_January\\_excerpt.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt.pdf).

## **MODERN TRENDS OF INTERNATIONAL TOURISM**

**S.I. Yakovleva**

Tver State University, Tver

The purpose of the study is to identify the main modern features of tourism. These are global tourism trends, a characteristic of a modern tourist, principles and new conditions for the development of the tourism industry. The study and monitoring of cardinal changes in tourism is a hot topic of interdisciplinary research and strategic development.

**Keywords:** *tourism trends, international tourism, tourist flows, "smart cities", "smart destinations", overtourism, competitiveness of travel and tourism.*

*Об авторе:*

ЯКОВЛЕВА Светлана Ивановна – доктор экономических наук, кандидат географических наук, доцент, профессор кафедры туризма и природопользования ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», 170021 Тверь, ул. Прошина, д. 3, корп. 2; e-mail: Sv\_Yakowleva@mail.ru.