

УДК 338.46

I.L.Polyakova, Yu.E.Kholodilina

CURRENT TRENDS IN TOURISM DEVELOPMENT (REGIONAL ASPECT)

The article presents the main trends in the development of tourism from the standpoint of tourist demand. The authors highlight the trends in the improvement and development of the tourist product and the trends in improving the quality of service. The main trends in the development of the tourism sector are presented: "collecting travel", traveling on special occasions, immersion in local culture, transformational travel, expertise of tourism managers, "concierge and wish service". Tourism development trends are considered by the authors on the example of the Orenburg region.

Keywords: tourism sector, trends, region, local tourist area, tourist.

И.Л.Полякова¹, Ю.Е.Холодилина²

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

В статье представлены основные тенденции развития сферы туризма с позиции туристского спроса. Авторы выделяют тенденции совершенствования и развития туристского продукта и тенденции повышения качества обслуживания. В качестве основных тенденций развития сферы туризма представлены: "коллекционирование путешествий", путешествия по особым поводам, погружение в местную культуру, трансформационные путешествия, экспертность менеджеров туризма, "консьерж и wish сервис". Тенденции развития сферы туризма рассмотрены авторами на примере Оренбургской области.

Ключевые слова: сфера туризма, тенденции, регион, локальная туристская территория, турист.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-1-40-95-100

Индустрия туризма это одна из сфер, которая напрямую подвержена факторам внешней среды: геополитическая обстановка, социальные, демографические и экономические кризисы, пандемии, природные катастрофы и катаклизмы оказывают влияние на конъюнктуру рынка и, как следствие, на тенденции туризма в мире и локальной территории.

Быстроизменяющиеся условия определяют необходимость регулярного изучения и выявления основных трендов и закономерностей развития сферы туризма, как с теоретической, так и практической точки зрения, для разработки своевременных решений и предупредительных мероприятий по минимизации рисков и предложений, актуальных туристскому спросу.

Потребности и интересы, возможности и мотивы туристов определяют темпы, направления, специфику развития туризма и закономерности функционирования многих локальных туристских территорий и рынка в целом. Анализ деятельности туроператоров, развития туристских территорий, туристского потока в 2024 г. позволил выделить следующие тенденции в сфере туризма с позиции туристского спроса (Рис. 1) [1], [6], [8].

На протяжении достаточно долгого времени отдых и путешествия ассоциировались только как поездки с целью рекреации или лечения и оздоровления. На сегодняшний день занятия спортом, обучение, рисование, лечение, волонтерский труд и другие виды деятельности трансформируются в туристские продукты и становятся основными мотивами и целью совершения туристской поездки.

¹ Полякова И.Л., доцент кафедры управления персоналом, сервиса и туризма, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный университет", г. Оренбург

Polyakova I.L., Associate Professor of the Department of Personnel Management, Service and Tourism, PhD in Economics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Orenburg State University", Orenburg

² Холодилина Ю.Е., доцент кафедры управления персоналом, сервиса и туризма, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный университет", г. Оренбург

Kholodilina Yu.E., Associate Professor of the Department of Personnel Management, Service and Tourism, PhD in Economics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Orenburg State University", Orenburg

E-mail: Holodilina-y-e@yandex.ru



Рисунок 1 – Тенденции развития туризма с позиции туристского спроса (составлено авторами)

Рассмотрим более подробно представленные тенденции развития сферы туризма (Рис. 1) и их отражение в туристской деятельности региона на примере Оренбургской области.

С позиции туриста в настоящее время достаточно востребованными направлениями в сфере туризма являются поездки с целью трансформации, включающие познание своих мотивов, принципов, способностей, предоставляющие возможности обучения новым навыкам и получения новых знаний. Такой тренд обусловлен, в первую очередь, с желанием туристов проявлять нетипичное поведение в процессе поездки в целях самоисследования и саморазвития. Запрос туристов согласно данному тренду можно условно разделить на две группы: познание себя и уединение.

В связи с этим в различных международных и российских туристских центрах и дестинациях развиваются новые формы организации и предоставления туристских и сервисных услуг:

- развитие новых видов туризма (например, йога-туры; фитнес-туры; психотуры и пр.);
- создание новых организаций и предприятий, предоставляющих уникальные, необычные и нестандартные туристские и сервисные основные и дополнительные услуги (например, капсульные отели; глэмпинги; построение индивидуальной программы питания во время тура; организация индивидуальных мастер-классов и пр.).

Познание себя и уединение напрямую связано с развитием экологического туризма, который достаточно популярен в ряде стран как направление внутреннего туризма (США, Канада, Германия и пр.), но в последние годы стал востребованным направлением выездного (как мотив к совершению поездки) и въездного (как территория, обладающая ресурсным потенциалом) туризма.

Российская Федерация в этом случае не является исключением. Сегодня всё большим спросом пользуются туристские программы и продукты в такие регионы как Мурманская область, Алтайский край, Сахалин, Республика Карелия и прочие регионы. В качестве основных потребителей данного вида туризма выступают туристы из Китая, Индии, Ирана и прочих государств Азии и Африки. Основными объектами туристского интереса являются особо охраняемые природные территории, направленные на изучение уникальных природных и климатических явлений, рельефов, флоры и фауны и получение

высококачественных сервисных услуг (размещение; питание; транспортные услуги), ориентированных на максимальное единение с природой.

Способствуют активизации развития экологического туризма в РФ реализация национальных проектов "Экология" и "Туризм и индустрия гостеприимства", в которых отдельные федеральные проекты ("Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма" и "5 морей и озеро Байкал") способствуют стимулированию туристской деятельности в национальных парках и особо охраняемых природных территориях [3], [4].

Оренбургская область в настоящее время также достаточно активно осуществляет развитие экологического туризма.

По состоянию на 31 декабря 2023 г. в Оренбургской области действует 336 особо охраняемых природных территорий (ООПТ) общей площадью 268106,67 га (около 2,2% от территории области).

Из них 3 ООПТ относятся к объектам федерального значения – государственные природные заповедники "Оренбургский" и "Шайтан-тау", а также национальный парк "Бузулукский бор". 333 объекта отнесены к ООПТ областного значения: 330 памятников природы, биологический заказник "Светлинский" и заказники "Карагай-Губерлинское ущелье" и "Губерлинские горы" [9].

До 80% туристского потока по экологическому туризму в регионе приходится на национальный парк "Бузулукский бор" и заповедник "Оренбургский", участок "Предуральская степь", где реализуется проект по реинтродукции лошади Пржевальского [7]. Данная тенденция обусловлена следующими факторами:

- уникальность природных ресурсов;
- дифференцированный подход к предоставлению услуг проживания (глэмпинги; гостевые дома; санатории; туристские базы и пр.);
- включение территорий в национальные туристские маршруты (НТМ "Горизонты открытий");
- наличие экологических троп, маршрутов, экскурсионного обслуживания и пр.

До 2020 г. достаточно активно развивались системы онлайн бронирования и покупки туристских продуктов. Бесконтактное обслуживание и самостоятельное планирование путешествий достигало 30% продаж туристских продуктов и ежегодно увеличивало свои темпы [8].

Однако пандемия Covid-19 обусловила необходимость личного участия сотрудников туристских операторов и менеджеров туристских агентств в решении вопросов компенсации, отмены и переноса брони туристских продуктов и отдельных услуг. Ужесточения правил въезда и выезда также способствовали возвращению всё больших количеств "самостоятельных" туристов к туристским агентствам и конкретным менеджерам.

Сейчас турист не желает контактировать с агрегатором и колл-центром оператора и туристского агентства. Обращение к конкретному сотруднику для туриста – это гарантия надёжности, участия и безопасности.

Поэтому сегодня менеджер туристского агентства – это не просто оператор, который заключает сделку, это профессионал, знающий особенности въезда и выезда, правила провоза багажа, особенности полётных программ и многое другое с учётом постоянно и быстро изменяющихся условий. Основными качествами современного менеджера туристского агентства являются:

- экспертность – знание туристского направления, отельной базы, наличие личных контактов с менеджерами отелей, гидами, визовыми службами и большой опыт личных туристских поездок;
- доступность – обеспечение постоянной связи с туристом до, во время и после его путешествия, решение форс-мажорных ситуаций во время тура и пр.
- человечность – учёт интересов туриста и представление и защита его интересов перед внешним окружением: туроператор, транспортные компании, страховые компании, медицинские учреждения.

Именно данные качества менеджера туристского агентства повышают качество обслуживания туристов, делают туристские продукты по массовым направлениям персонализированными и отвечающими максимальному запросу и ожиданиям туриста.

В связи с этим необходима теоретическая профессиональная подготовка менеджеров с постоянным повышением квалификации. Подготовка кадров для сферы туризма

является стратегической государственной целью (национальный проект "Туризм и индустрия гостеприимства", федеральный проект "Кадры для туризма") [3].

В Оренбургской области подготовка кадров для индустрии туризма и гостеприимства осуществляется на базе ГБОУ ВО "Оренбургский государственный университет (направления подготовки "Туризм" и "Сервис") и ГАПОУ "Колледж сервиса" (специальность "Туризм и гостеприимство").

Профессиональные менеджеры туристских агентств и операторов стремятся проявлять максимальную заботу о своих туристах. Сегодня всё больше агентств внедряют в свою практическую деятельность технологии "консьерж сервиса" и "wish сервиса", предполагающие полное сопровождение туриста от момента запроса и до момента его возвращения из тура с последующим предложением туристских программ и продуктов, отвечающих индивидуальным запросам, типу личности туриста, бюджету, привычкам и пр.

Использование данных технологий обеспечивается за счёт непосредственного и личного контакта менеджера с туристом, а также использования специального программного обеспечения для изучения потребностей туриста, поддержания связи, формирования его лояльности к агентству и пр.

Эффективность применения данных технологий в практической деятельности туристских агентств напрямую зависит от стратегии развития агентства, а также квалификации и компетентности его сотрудников.

Сегодня современный турист не желает возвращаться в место, где он уже побывал. Основной мотив – это открытие новых стран и территорий. Поэтому следующим трендом, характеризующим современный туристский спрос, является "коллекционирование путешествий".

Пандемия Covid-19 и события 2022 г. привели к переориентации туристского спроса в РФ с выездного на внутренний туризм. Активные и "опытные" путешественники планируют туристские поездки в новые для себя субъекты РФ с целью изучения, познания ресурсного потенциала своей страны [2]. Главным образом, такие туры отличаются краткосрочностью (до 5 дней), организуются как индивидуальные туры и маршруты, преимущественно не имеют специализации, т.е. в программу тура включаются самые популярные и известные туристские объекты и достопримечательности, в частности, областной центр или столица субъекта РФ и объекты, расположенные в радиусе около 200 км от них. Такие программы позволяют за относительно непродолжительный период времени (3-5 дней) сформировать общее представление о территории и определить и выявить дополнительные объекты и туристские территории для планирования последующих поездок в данный субъект.

Территориальное расположение Оренбургской области, в частности её отдаление от основных регионов и городов РФ – поставщиков туристов, являлось сдерживающим фактором развития въездного туризма.

Но в настоящее время ракурс изменился, и это стало конкурентным преимуществом Оренбургской области, поскольку "опытные" и "заядлые" путешественники, посетив большую часть субъектов нашей страны, находятся в поисках новых, необычных и нестандартных мест для проведения своего отпуска или выходных. В данном случае Оренбургская область, как традиционно "нетуристский" регион стала объектом туристского интереса и спроса. Так, начиная с 2022 г. в Оренбургской области резко увеличился въездной туристский поток, причём с посещением объектов, ранее не участвующих в комплексном туристском продукте.

По данным Росстата, за январь–август 2024 г. туристский поток в Оренбургскую область составил 793,6 тыс. чел. Это на 27,2% больше аналогичного периода 2023 г. – 623,9 тыс. чел. [7].

Основная часть туристов приезжает из Самарской, Московской, Свердловской, Челябинской областей, Москвы, республик Татарстан и Башкортостан, Пермского края, Санкт-Петербурга, Ханты-Мансийского автономного округа.

Туризм и путешествия становятся неотъемлемой частью жизни потребителей – туристов. Современные потребители планируют календарь своих путешествий заранее. Сегодня, экспертами отмечается горизонт туристского планирования в среднем равный 1,5-2 гг. Это объясняется сложностью получения виз и формирования визовой истории каждого туриста, с соблюдением медицинских туристских формальностей при посещении отдельных групп стран (в частности соблюдение календаря прививок), бронирование по выгодным ценам, бронирование эксклюзивных предложений и прочие причины. Также мотивом заблаговременного планирования организации личных поездок является тен-

денция организации путешествий как личного повода и события туриста. В этой связи выделяют следующие направления:

- путешествия семьёй или большими компаниями;
- личные события: день рождения; свадьба; годовщина свадьбы;
- корпоративный отдых для сотрудников компаний: профессиональный праздник; день компании;
- организованные события: концерты; фестивали; олимпиады; форумы и т.д.

Наблюдается рост запросов туристов на организацию путешествий для семей, причём расширенного типа семьи. Основным мотивом таких путешествий выступает личное событие (день рождения, свадьба, годовщина свадьбы) и предполагает аренду апартаментов, предоставление услуг гида; организацию индивидуального трансфера и экскурсий.

Достаточно востребованным направлением выступает организация корпоративного отдыха для сотрудников крупных компаний и организаций, который организуется в честь дня рождения компании, профессиональных праздников, совмещается с обучением сотрудников и развитием командного духа.

Ещё одним поводом организации поездки является личное посещение туристом уникального события, организованного фондом, ведомством, частным лицом (форум, фестиваль, концерт и пр.).

Каждым субъектом РФ разрабатывается календарь событий, дифференцированный по виду, типу и формату мероприятий, часть из них может быть включена в национальный календарь событий. Субъекты стремятся к созданию неповторимого мероприятия (события), способного привлечь и обеспечить устойчивый въездной туристский поток и, тем самым, повысить конкурентоспособность региона.

В Оренбургской области также ведётся работа в данном направлении: имеются международные форумы и фестивали (международный кинофестиваль "Восток&Запад", международный молодёжный форум "Евразия Global"), проводимые на регулярной основе. В 2024 г. было проведено не менее уникальное мероприятие – межрегиональный фестиваль классической музыки "Симфония Бузулукского бора". Уникальность мероприятия обеспечена форматом проведения – концерт классической музыки под открытым небом на территории национального парка "Бузулукский бор". Такие мероприятия позволяют туристу получать необычные эмоции и впечатления, быть конкурентоспособными за счёт нестандартного подхода к организации и проведению.

Современные туристы хотят участвовать в жизни, а не наблюдать её. Всё больше делается запросов на включение в программы тура гастрономических мастер-классов; посещение мест и территорий проживания коренных жителей этой страны или региона; организацию досуга, отражающую уникальные особенности места пребывания [5].

Для Оренбургской области основными аспектами местной культуры являются:

- купечество – архитектура центров городов – Бузулук, Оренбург – купеческие усадьбы 18-19 веков, общественные пространства и т.д. Сегодня реализуются крупные проекты по популяризации и развитию этого направления – восстанавливаются и реконструируются усадебные комплексы, проводятся авторские экскурсии, разрабатываются программы для туристов и местных жителей;
- многонациональность (на территории Оренбургской области проживает более 118 этносов), которая выражена в традициях, событийных мероприятиях, гастрономии;
- "провинциальная аутентичность" – компактность города, эклектика архитектурных стилей, смешение восточной и западной культур является культурным кодом Оренбурга. Опыт многих локальных туристских городов, таких как Плёс, Мышкин, Кострома свидетельствуют о том, что "провинциальная аутентичность" является объектом туристского интереса, т.е. атмосфера небольшого города притягивает туристов из крупных городов и мегаполисов.

В Оренбургской области на протяжении последних 5-7 лет ведётся большая работа по популяризации ресурсов, смыслов и образов региона:

- развиваются интернет-платформы и агрегаторы ("Туристический портал Оренбургской области") по поиску и планированию путешествий;
- отдельные учреждения туризма и культуры (музеи, выставочные центры, туроператоры) проводят мероприятия по информированию жителей о культуре, истории, проводят экскурсии, лекции, мастер-классы;

- издаются книги, настольные игры, атласы, путеводители для детей, молодежи, взрослых, направленные на информирование о ресурсном потенциале региона (научно-популярное издание "Оренбургская Азбука"; настольная игра "ОренМемо", "Туристический путеводитель по Оренбургской области" и пр.).

Таким образом, представленные тенденции безусловно способствуют развитию туристских территорий, вовлечению в туристский оборот территорий ранее не использующихся при организации туристской деятельности, дифференциации туристских продуктов и повышению качества обслуживания как с позиции всей сферы туризма, так и отдельного туристского предприятия. Учёт данных тенденций в практической деятельности туристских предприятий, а также в планировании развития туризма на локальных территориях позволит повысить их конкурентоспособность и сформировать устойчивый туристский поток.

Список использованных источников

1. Коханин Д.А. Развитие туризма в регионе (на материалах Департамента развития туризма Министерства экономического развития Республики Хакасия) / Д.А. Коханин // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2024. – № 1(47). – С. 73-76.

2. Кузнецова А.В. Молодёжный туризм как драйвер развития российского туризма в условиях санкций / А.В. Кузнецова, М.Ю. Козловская // Самоуправление. – 2023. – № 4(137). – С. 160-163.

3. Национальный проект "Туризм и индустрия гостеприимства". – URL: <https://xn--80aaparmemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/turizm/> (дата обращения: 20.11.2024).

4. Национальный проект "Экология". – URL: <https://ecologyofrussia.ru/proekt/> (дата обращения: 21.11.2024).

5. Никифорова А.А. Городской туризм в структуре внутреннего туризма / А.А. Никифорова // Рефлексия. – 2023. – № 4. – С. 93-96.

6. Новолодская Г.И. Цифровые возможности для развития туризма в России на платформах "Туризм 4.0" и "Туризм 5.0" / Г.И. Новолодская, Н.Н. Тушемилова // Вопросы новой экономики. – 2023. – № 4(68). – С. 30-41.

7. Портал Правительства Оренбургской области. – URL: <https://orenburg.gov.ru/news/13835/> (дата обращения: 20.11.2024).

8. Пьянкова С.Г. Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта "Туризм и индустрия гостеприимства" / С.Г. Пьянкова, О.Т. Ергунова, И.В. Митрофанова, Н.Г. Глазкова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – Т. 11. – № 9-1. – С. 34-50.

9. Холодилина Ю.Е. Оценка использования ресурсного потенциала индустрии туризма в "нетуристских" регионах (на примере Оренбургской области) / Ю.Е. Холодилина, И.Л. Полякова // Финансовый менеджмент. – 2023. – № 3-2. – С. 218-230.