

УДК 338.48

ГУНАРЕ Марина

*Балтийская Международная академия (Рига, Латвия);
доктор политологии, профессор; marina.gunare@inbox.lv*

АФАНАСЬЕВ Олег Евгеньевич

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
доктор географических наук, профессор; olafn_dp@mail.ru*

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ОЖИДАНИИ ПЕРЕМЕН¹

Благодарности: В обзоре использованы материалы и идеи Елены Серебряковой, компания Nikos Travel (Латвия); Екатерины Гусельниковой, компания Wellness Travel Group (Россия); Софии Салаки, компания "Alla Tours" (Латвия); Алены Рогале-Хомик, эксперта в сфере туризма (Латвия); Марины Белоголовиной, эксперта в сфере туризма (Латвия)

Для цитирования: Гунаре М., Афанасьев О.Е. Индивидуальный туризм в ожидании перемен // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №2. С. 197-204.

UDC 338.48

Marina GUNARE

*Baltic International Academy (Riga, Latvia);
PhD (Dr.Sc.) in Politology, Professor; marina.gunare@inbox.lv*

Oleg E. AFANASIEV

*Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: olafn_dp@mail.ru
ORCID ID: 0000-0003-3904-7028*

INDIVIDUAL TOURISM IS A WAITING FOR CHANGE

Citation: Gunare, M., & Afanasiev, O. E. (2020). Individual tourism is a waiting for change. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(2), 197-204. (In Russ.).

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)



This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

¹ Обзор подготовлен по заказу Ассоциации по защите прав и интересов владельцев продуктов таймшер и участников таймшер-индустрии «РУСТАЙМ» – НКО "РУСТАЙМ". URL: <http://rustime.org>

Туризм был и остается для современного человека одним из наиболее притягательных видов проведения свободного времени. Ощутив однажды ветер дальних странствий уже практически невозможно остановиться. Хочется путешествовать все больше и больше, все чаще и интенсивней, все дальше и все необычнее. Туристическая индустрия научилась быстро подстраиваться под эти желания и разрабатывает множество туров на любой вкус, открывает новые направления, предлагает нестандартные виды отдыха, работает над созданием незабываемых впечатлений. Однако по-прежнему остаются популярными поездки в страны Европы, которые обязательно надо увидеть, по-прежнему толпы туристов считают необходимым для себя увидеть знаменитые мировые достопримечательности и запечатлеть себя на фоне всемирно известных мест. Ну а возможности современного мира: большое количество авиакомпаний на разный кошелек, чартерные туры, возможность безвизовых поездок и повышающийся уровень экономических возможностей привел к такому понятию, как овертуризм. Надо сказать, что проблема большого количества путешествующих особенно ярко проявилась в 2017 году и даже привела к движению ограничения туризма во многих наиболее посещаемых местах мира. Многие региональные туристические организации стали предпринимать усилия на перенаправление туристических потоков в места, которые не пользовались большой популярностью у туристов.

Итак, туризм развивается и вовлекает в свою орбиту все больше людей. С одной стороны это желающие путешествовать, с другой стороны, это те, кто организует такие путешествия. Например, в такой небольшой стране, как Латвия, к 2019 году было зарегистрировано более 400 туристических агентств, в большинстве из которых работало не более двух или трех человек. В туристических компаниях,

оказавшихся в тисках сильной конкуренции, все больше говорят об индивидуальном подходе и работе с небольшими группами туристов. Туристы, в свою очередь, приобретают все больший опыт путешествий, они знают, что хотят и как должен быть организован их отдых, что можно ожидать от разных регионов, появляется интерес к новым направлениям и новым видам туризма. В этом им помогают трэвел-блогеры и многочисленные туристические каналы и интернет-платформы. Со временем многие поняли, что не нуждаются в помощи туристических компаний, они могут сами заказывать билеты, бронировать гостиницы, составлять маршруты своих поездок. Люди становятся все более независимыми в своих поездках по миру и очень гордятся своей самостоятельностью, делясь с другими информацией о лучших ресторанах, музеях, выставках и пляжах, где им удалось самостоятельно побывать. В попытках понять, как развивается туризм и что будет востребовано у туристов, специалисты анализируют потребительское поведение, туристические потоки, интересы и стремления путешествующих, пытаются понять, что станет трендом наступающего года, создают прогнозы и планируют виды работ. Ведь в туристическую индустрию вовлечено множество людей, от производителей одежды, продуктов питания и сувениров, до разработчиков парков развлечений, круизных кораблей и космических гостиниц.

Анализ описываемых специалистами трендов последних лет (табл. 1), позволил выяснить, что какие-то направления и виды деятельности повторяются в том или ином виде, появляются новые интересы. Эксперты Booking.com, Treksoft, Skift.com, Intrepid Travel, Travel Weekly, US News и Adventure Student Travel, TripAdvisor выделяют разные элементы, которые им кажутся наиболее важными для будущей работы.

Таблица 1 – Туристические тренды последних лет

2018	2019	2020
• Гастрономический туризм • Цель поездки – личные достижения. • Путешествия одного родителя с детьми. • Путешествие нескольких поколений • Экстрим уступает место впечатлениям от экзотики • Общение между гостями • Акцент на групповые путешествия • Погружение в местную культуру • Рост популярности круизов • Развитие неизвестных направлений • Два в одном – работа и путешествие • Одиночный туризм	• Соцсети и планирование путешествия • Растет спрос на эко и образовательные туры • На первом плане впечатления • Туристы все больше хотят получать новые впечатления и опыт в поездках • Люкс-путешествия на новый лад • Индивидуальные туристические программы • Растет спрос на погружение в местную культуру • Тренд на пешеходные экскурсии • Туристы устремятся в новые места • Любовь к приключениям по-прежнему сильна • Посещения достопримечательностей и экскурсии остаются самыми популярными туристическими услугами	• Гастрономический туризм • Путешествия с пользой • Путешествие с целью • Отдых с внуками • Путешествия без спешки • В дорогу — с любимым питомцем • Технологии в помощь • Undertourism: андеграундный туризм • Экотуризм • Путешествия по нераскрытым местам • Микроотпуск недалеко от дома

Кризис, охвативший отрасль туризма и гостеприимства в связи с пандемией Covid-19, уже нанес ей существенный урон. Так, старший аналитик Управляющей компании «Спутник» **Александр Акишин** отмечает² целый ряд кризисных тенденций (рис. 1-6).

Исходя из обозначенных проблем и проявляющихся трендов обоснованно выделять следующие предположения о туризме «постCovidного» будущего:

- Туризм будет все более индивидуализироваться, туристские группы будут уменьшаться в численности (тренд на микрогруппы);
- Туристы будут отдавать предпочтение личному транспорту;
- Следствием предыдущего пункта станет уменьшение среднего расстояния между местом жительства и местом отдыха (дестинацией);
- Произойдет перезагрузка экскурсионного

туризма и изменится роль туроператора, будет наблюдаться более тесное взаимодействие турбизнеса и дестинаций;

- Будут развиваться маркетинговые технологии дистанционных путешествий, в т.ч. с полным погружением через дополненную реальность;
- Будет расти интерес к новым локациям за пределами топовых дестинаций;
- Отдыхающие станут предъявлять более высокие требования к местам размещения, транспорту, объектам показа, в т.ч. по соблюдению и обеспечению санитарно-эпидемиологических норм, технологиям обеззараживания и т.п.;
- Рост интереса к лечебному и оздоровительному видам туризма, лечебным курортам, в т.ч. у более молодых туристов;
- Будут наблюдаться рост к активному отдыху и интереса к природе: хайкинг, треккинг, велотуры, глэмпинг, личное владение

² **Акишин А.** Аналитика туризма – что происходит и как изменится турист? URL: [youtube.com/watch?v=WD93Nbi7vkg&list=PLXPYWrMexlQFBaQHR0koKDdjqLMuH3Qh&index=3&t=0s](https://www.youtube.com/watch?v=WD93Nbi7vkg&list=PLXPYWrMexlQFBaQHR0koKDdjqLMuH3Qh&index=3&t=0s)

- местом отдыха (таймшеринг и т.п.);
- Бизнес вынужден будет диверсифицировать свои виды деятельности и услуги, научиться оперативно перестраиваться в критических ситуациях и под быстро меняющийся спрос;

- Бизнес должен разработать новые продукты и оптимизировать существующие под требование рационализации использования времени отдыхающего, реализации его запросов и интересов.

Кризис сильно ударил по российскому туризму



Рис. 1 – Тренды в индустрии туризма: кризис российского туризма

Какие опасения вызывает сложившаяся ситуация во всём мире?



Рис. 2 – Тренды в индустрии туризма: опасения относительно сложившейся ситуации

Почему рынок туруслуг может радикально измениться?

- 1 **Продолжительность пандемии и закрытые границы**
- 2 **Изменение отношения к международным поездкам: страхи, новые барьеры и контроль, рост стоимости**
- 3 **Снижение международной транспортной связности**
- 4 **Развитие экологической и устойчивой повестки на уровне национальных правительств**
- 5 **Изменение предпочтений туристов**

Рис. 3 – Тренды в индустрии туризма: причины возможных радикальных изменений в отрасли

Какие изменения уже зафиксированы?



Рис. 4 – Тренды в индустрии туризма: наблюдаемые изменения



Рис. 5 – Тренды в индустрии туризма: оценки потенциального турпотока

Выход из кризиса создаст «окна возможностей»

Туризм после кризиса должен стать лучше, качественнее и устойчивее. Этого от него будут ожидать и туристы, и жители самих дестинаций. Это первый системный кризис, но не последний.

- ✓ **Большее доверие отелям,**
чем частным средствам размещения
- ✓ **Повышение привлекательности**
идей устойчивого развития среди туристов
- ✓ **Большая технологичность**
и разнообразие контента
- ✓ **Туротрасль должна иметь запасные сценарии**
на случай кризисной ситуации



Рис. 6 – Тренды в индустрии туризма: потенциальные «окна возможностей»

Как мы видим, из года в год люди стремятся получать впечатления, путешествовать небольшими группами, ощущать пользу от своих поездок и открывать новые места. Туристическим компаниям и местным организаторам туризма в разных странах пришлось задуматься об индивидуальном подходе к организации путешествий. Индивидуальный туризм не является чем-то новым на рынке и ему уже давно дано определение. Индивидуальный туризм — это вид туризма, который предполагает путешествие количественным составом не более пяти человек по индивидуальным туристическим программам, с учётом индивидуальных предпочтений туриста. Если турист самостоятельно организует свою поездку, то он также включен в процесс индивидуального самостоятельного путешествия. В этом случае услуги он может получать из разных источников по индивидуальному заказу. Во многих странах Европы эта очень распространенная практика, особенно среди молодежи и людей среднего возраста.

Когда возникают критические ситуации, то туристическая индустрия становится очень уязвимой. На изменения в туристической сфере влияет и экономика, и политические изменения, и природные катаклизмы. Но так как

все эти события чаще всего носят локальный характер, то для туристов всегда есть альтернатива. Никто не ожидал, что может произойти событие, которое практически парализует всю отрасль в мировом масштабе. Никакие аналитики не могли предвидеть, что произойдет ситуация, когда практически все жители в мире окажутся запертыми не только в своих странах, но и в своих домах. Эта вынужденное нахождение в домах на карантине показало, насколько важной частью жизни является для людей возможность путешествовать. Не имея возможности отправиться в реальную поездку, люди пользовались виртуальными турами, делились впечатлениями о прошлых путешествиях, планировали будущие поездки, объединялись в виртуальные группы. Латвия не очень пострадала от пандемии и одной из первых вышла из карантина, жители обрели возможность передвигаться и первое, что многие сделали – отправились в поездки, чаще всего индивидуальные, так как были определены правила поездок, социальной дистанции и количества людей в одной машине. Так как большинство туристических мест были закрыты, то люди ехали в основном на природу. Гостевые дома, усадьбы, некоторые кафе уже были готовы принимать немногочисленных туристов на

новых условиях: социальная дистанция, правила гигиены и прочие новые явления жизни, сопровождают теперь нас во всех путешествиях.

Вопросы, связанные с индивидуальным туризмом в новых условиях, были обсуждены в конце мая в Балтийской Международной академии на круглом столе по изменениям в туризме после чрезвычайной ситуации в Латвии. Владельцы туристического бизнеса так охарактеризовали индивидуальный туризм в новых условиях:

«После COVID 19, думаю, в нашем случае особенно ничего не изменится. Спрос на такие туры не упадет, возможно, возрастет немного. Для отрасли в целом, думаю, спрос на индивидуальные туры увеличится сильно. Хотя, может сначала люди будут бояться путешествовать индивидуально – лучше в группе, так надежнее, если что-то случится».

«Я думаю, что значение данного вида туризма вырастет после COVID 19. Многие уже сейчас не хотят путешествовать в больших группах. Возможно, вырастет и значение туристической компании, потому что люди понимают, что доверять разработку индивидуального тура профессионалам намного выгодней и спокойней для себя. В случае возникновения проблем (как это было при вынужденном возврате туристов домой), именно туристические компании наиболее быстро и эффективно смогли помочь своим туристам. Те, кто разрабатывал тур сам, много переплатили за возвращение домой, не говоря уже о полученном стрессе. Поэтому часть таких самостоятельных туристов перейдёт «в руки» турфирм и будут заказывать свои индивидуальные туры через них».

«Индивидуальный туризм вряд ли в новых условиях станет более популярным, чем был. Это не дешёвый сегмент в туризме и зависит от возможностей заказчика. Думаю, должно пройти время для обновления

экономики и сознания людей, что много изменилось. Групповой туризм подорожает, соответственно дороже будет и индивидуальный туризм».

«Если мы говорим о развитии туризма и не только индивидуального, после COVID19, то я бы с осторожностью делала какие-то прогнозы, так как сейчас все так неоднозначно и информация меняется каждый день. Уверена точно, что после всей этой ситуации, люди больше будут уделять внимания страхованию путешествий и уточнению деталей по выбору места путешествия, условий проживания, безопасности, как можно будет вернуться в случае непредвиденных ситуаций».

Анализируя ситуацию, газета The Guardian отмечает, что «несмотря на ряд проблем, которые пандемия создала для туристической отрасли, она может привести к позитивным изменениям в поведении путешественников. Туризм будет медленно восстанавливаться, качество поездок повысится. В частности, станет больше поездок в межсезонье и по необычным туристическим маршрутам. Туристы чаще начнут путешествовать поездом и велосипедом. В целом туризм станет более экологичным. В любом случае, индустрия путешествий не будет такой, как до COVID-19. Но отрасль, безусловно, адаптируется к новым реалиям, она известна своей устойчивостью»³.

Действительно, именно сейчас туристические компании и сами туристы приобретают новый опыт, пытаются понять, как действовать в сложившихся условиях, ищут новые пути совершенствования деятельности. Прибалтийские страны открыли внутренние границы и граждане Латвии, Литвы и Эстонии уже начали ездить в гости друг к другу. Пока это чаще всего индивидуальный автомобильный туризм, но уже есть первые предложения по автобусным турам для групп не более 20 человек. Выходят на улицы первые экскурсанты в небольших группах. Уже понемногу открываются

³ URL: theguardian.com/travel/2020/may/28/things-had-to-change-tourism-businesses-look-to-a-greener-future#top

гостиницы, рестораны и частично музеи. В Германии жители еще пока не выезжают за пределы страны, есть рекомендации ограничить поездки этим летом, но большинство европейских стран с середины июня планирует понемногу начать принимать туристов. Немцы все чаще определяют будущий туризм как «качественный» туризм. Британцы и французы традиционно отправляются в путешествия по собственной стране, открывая новые для себя места. Считается, что существующая ситуация позволит развивать внутренний туризм и сейчас уже можно наблюдать, как сформированные во время карантина группы по интересам

берут на себя функции туристических компаний, предлагая нестандартные маршруты, привлекая новых людей и открывая новые места. Можно определить такой вид туризма как клубный туризм для единомышленников, основанный на общности интересов.

Вполне возможно, что на смену одним игрокам на туристических рынках придут другие, с новыми идеями, креативными решениями и нестандартными предложениями. Но только время покажет, как будет проходить этот процесс, и какие изменения ожидают рынок туризма в ближайшем будущем.