



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

Кицис Вячеслав Михайлович

кандидат географических наук, доцент, кафедра туризма, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

vkitsis@mail.ru.

Морозова Екатерина Андреевна

студентка, географический факультет, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

katenka.morozova.1999@mail.ru

УДК 338.484.6

ИННОВАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ В МИРОВОМ ТУРИЗМЕ

Современное общество динамично меняется, при этом туристская отрасль не является исключением. В условиях жесткой конкуренции турфирмам приходится применять инновационные методы деятельности для сохранения лидирующих мест на туристском рынке, привлечения новых клиентов, получения и увеличения прибыли. XXI в. становится столетием инноваций в туристской сфере. Благодаря инновационной деятельности, в странах появляются новые рабочие места, увеличивается численность населения, создаются комфортные условия труда, а также стимулируется предпринимательская деятельность. В связи с этим тема исследования представляется весьма актуальной.

Ключевые слова: туризм, туристские услуги, инновация, тенденция, тренд, технология.

Нововведение – закон человеческого общества, с помощью которого происходит развитие современного туристского рынка, продуктов его деятельности, происходит прогресс в целом, привлекаются все новые потребители, увеличиваются доходы турфирм.

В управлении туризмом очень важно успевать за современными трендами. Инновации помогают агентам и операторам, владельцам средств размещения и всем причастным к туристской сфере оптимизировать управление доходами и



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

эффективно управлять бизнесом. Для туристов появляется возможность широкого выбора, оптимизации и экономии времени. Благодаря гаджетам, туристы больше могут не посещать офисы продаж авиа- и железнодорожных билетов, туристских организаций. Сегодня каждый может составить и приобрести индивидуальный тур за рубеж благодаря смартфону, планшету и другим подобным устройствам.

Выделим некоторые тенденции в российских и зарубежных исследованиях инновационных трендов мирового туризма, которые помогают осуществлять и получать вышеперечисленные возможности.

Согласно системе бронирования Amadeus, ключевыми инновационными трендами являются «умный потребитель», «уникальность поиска» и «социальное взаимодействие».

«Умный потребитель». Предложение туристских услуг должно быть ясным и четким, а также креативным и разнообразным, контент в режиме on-line и off-line должен быть цельным.

«Уникальность поиска». Потребитель определяет себя как исследователя, нежели просто, как туриста, и ожидает получить аутентичный опыт с учетом индивидуальных потребностей.

«Социальное взаимодействие». Туристы должны ощущать свою «важность». Для них доступ к услугам открыт круглосуточно.

Американская компания «SmartMeetings» с 2015 г. по 2018 г. неоднократно проводила исследования среди профессионалов туристского бизнеса и выявила основные тенденции современного мирового туризма [1].

Рассмотрим некоторые из них:

питание для миллениалов (представителей «цифрового поколения»). Миллениалы (люди в возрасте 18–34 лет), согласно данным Корнельского Центра исследований гостеприимства, как ожидается, будут представлять 50 % всех путешественников в США к 2025 г. Компании должны определять свои стратегии, основываясь на личностных качествах и привычках этой демографической группы: они много путешествуют; являются ревностными последователями технологий; любят персонализированные взаимодействия и спонтанны. Отели захотят порадовать их легкой регистрацией заезда и изысканными блюдами по разумным ценам. В свою очередь, довольные миллениалы будут активно продвигать свой бизнес на каналах социальных сетей.

Однако, в 2018 г. исследование «SmartMeetings» показало, что путешественники всех возрастов также довольны легкой регистрацией заезда и утонченным ужином по доступным ценам. Но более того, отчет США за 2018 г. о путешествиях будущего тысячелетия, основанный на резонансном консультационном опросе 20–36-летних американцев, показал, что 85 % опрошенных отдадут приоритет выходу из своих зон комфорта и изучению новых



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

вещей. Этот результат расположился сразу после «посещения ресторанов» (91 %) и «веселых аттракционов» (90 %);

технический взрыв. Большинство гостей сегодня – это самодостаточные, технически подкованные путешественники, которым комфортно пользоваться приложениями или мобильными сайтами. Отели должны быть уверены, что их предложения актуальны и удобны для пользователей. Во время деловых встреч и конференций путешественники ожидают, что отели и конференц-центры будут оснащены высококачественным техническим оборудованием и квалифицированным вспомогательным персоналом.

Уже в 2018 г. наблюдалось использование облачных цифровых инструментов регистрации и приложений для проведения мероприятий, чтобы обеспечить более экологичный опыт. Стали активно использоваться on-line чаты, технологии виртуальной реальности;

приток иностранных посетителей. Международные туристские поездки находятся на подъеме. Так, международный аэропорт Дубая стал самым загруженным аэропортом в мире. Отели должны иметь возможность предоставлять услуги на множестве языков, опираясь на опыт, ориентированный должным образом на соответствующую культуру и уникальные потребности их международных посетителей.

В 2018 г. Американская ассоциация путешествий предупредила, что США не успевают за глобальной экспансией путешествий по миру. В Соединенных Штатах ожидается, что международные въездные поездки продолжат расти со скоростью 2,2 %, в то время как тот же самый трафик во всем мире оценивается в 6 %;

повышенное внимание к здоровью и благополучию. Сегодня туристы заботятся о своем здоровье. В связи с этим, владельцы отелей оборудуют объекты размещения фитнес-центрами, бассейнами и спа-салонами. Все чаще путешественники ожидают предложение инновационных оздоровительных вариантов. В дополнение к вариантам здорового питания, возрастают требования к правильному освещению, которое заряжает энергией; производится очистка воздуха, устанавливают тренажеры в номере и даже насыщают воду витаминами для душа.

В 2018 г. оздоровительный туризм оценивался в 563 млрд долл. Крупные объекты размещения США уделяют внимание сну, здоровому питанию, спорту и спа, разработали и внедряют фитнес-программу, которая предоставляет возможность тренироваться в номере вместо тренажерного зала. Индустрия гостеприимства делает все, чтобы туристы пребывали здоровыми в путешествиях; *новые роли для персонала.* Многие путешественники, по всей видимости, предпочитают технологию человеку. Туристы хотят регистрироваться в цифровом формате и не возражают, если робот доставляет обслуживание в номер. Это даст сотрудникам возможность сосредоточиться на более персонализированном обслуживании, а не на зубрежке задач [1].



Быстрый поиск вакансий в сфере гостеприимства включает в себя такие названия: координатор социальных сетей, креативный лидер, аудиовизуальный техник и инструктор по йоге. Чтобы претендовать на эти вакансии, многим приходится получать отраслевую сертификацию.

Действительно, растет потребность в роботах, чат-ботах и автоматизации. Одним из наиболее ярких примеров этих специфических туристских тенденций является Конни – робот-консьерж сети отелей Hilton. Другие отели также вошли в тренд роботизированного персонала, устанавливая интерактивные роботы для выполнения определенных обязанностей по приему гостей или даже заставляя их подавать еду и напитки посетителям.

Этот вид применения инноваций, однако, далеко не единственный. Многие клиенты теперь бронируют свои поездки и проживание с помощью интернет-чат-ботов, которые могут обрабатывать запросы и помогать клиентам получить полезную информацию, когда туристские операторы недоступны.

Следует отметить, как и вышеупомянутые чат-боты, искусственный интеллект становится все более важным для индустрии туризма. Технология машинного обучения в настоящее время прочно укоренилась в маркетинге туристского сектора, а искусственный интеллект помогает индивидуализировать опыт поиска и бронирования туров и поездок.

Искусственный интеллект также становится все более ценным в таких контекстах как умные гостиничные номера, определение вероятных потребностей гостей и точная настройка окружающей среды и услуг в соответствии с потребностями и предпочтениями гостя.

Искусственный интеллект находит применение везде, от обслуживания клиентов до безопасности. Будущие тенденции туризма, за которыми нужно следить, могут включать в себя самоуправляемые транспортные средства и виртуальные гиды для туризма.

Еще одним трендом в мировом туризме является технология распознавания. Технология распознавания – это одна из важных тенденций в области путешествий и туризма, которая начинает проникать во множество различных областей. Одним из наиболее известных применений технологии распознавания для частого путешественника является система автоматических ворот на некоторых пограничных пунктах пропуска [2].

Сама технология включает в себя распознавание отпечатков пальцев, распознавание лиц, сканирование сетчатки глаза и различные другие биометрические идентификаторы. Такая технология уже используется в некоторых отелях для обеспечения доступа к номерам с помощью отпечатков пальцев или для обеспечения полуконтактной регистрации отъезда. Однако в будущем есть надежда, что эта технология позволит клиентам оплачивать питание



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

в ресторане отеля, просто пройдя через выход. Пример такой технологии – регистрация по распознаванию лиц в отеле «MarriottChina» [2].

Ворота способны считывать данные с паспорта или удостоверения личности путешественника и сопоставлять их с его лицом с помощью камеры и технологии распознавания лиц. Технология распознавания также является одним из важных туристских трендов в индустрии гостеприимства, поскольку распознавание голоса становится все более популярным методом управления в умных гостиничных номерах.

Инновационными трендами также являются виртуальная и дополненная реальность. Технология виртуальной реальности (VR) предлагает множество возможностей для управления туризмом. Тенденции туризма, связанные с VR, включают в себя высококачественные развлекательные приложения, некоторые из которых сочетают в себе физические элементы, такие как контроллеры или подвижные сиденья и платформы. Спортивные симуляторы становятся все более популярными, начиная с виртуального бейсбола и других привычных видов спорта, до экстремальных видов спорта, таких как катание на лыжах и сноуборде [2].

На наш взгляд, виртуальная реальность является одним из самых перспективных технологических трендов для компаний, связанных с туризмом, поскольку он позволяет им в цифровом виде транспортировать клиентов к виртуальному отдыху в определенном месте. Это позволяет стимулировать бронирование благодаря возможности продемонстрировать свои номера, зоны приема и даже местные туристские горячие точки на своем веб-сайте.

Многие экстремальные виды деятельности также могут быть смоделированы с помощью виртуальной реальности, например, дельтапланеризм и другие приключения. VR также может позволить туристам «посетить» места, которые слишком хрупки для физических туров, такие как археологические объекты: структуры могут быть воссозданы в VR, и туристы могут наслаждаться возможностью беспрепятственной прогулки вокруг них.

Имитации VR сочетают в себе реальный опыт и виртуальные элементы. Примером может служить знакомая игра для смартфонов «PokemonGo», где воображаемые существа накладываются на кадры окружения игрока в реальном времени. В туристской индустрии это, очевидно, очень полезно и перспективно.

Приложения для смартфонов AR могут показывать туристам информацию о районе, который они исследуют. Это могут быть исторические сведения о зданиях и достопримечательностях или списки и меню для развлекательных заведений и местных закусовых. Музеи все чаще используют AR, позволяя посетителям просматривать артефакты с их первоначальным внешним видом в виде виртуального наложения. Другие приложения дополненной реальности могут включать виртуальные карты с интернет-поддержкой.



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

Согласно онлайн опросу цифровых путешественников «Travelport», 19 % россиян недовольны, если не получают доступ к своим бронированиям [4]. Поэтому, туристским компаниям необходимо привлекать клиентов с помощью предложений и широкого выбора актуальных сведений о средствах размещения, авиаперелетах, экскурсиях в формате онлайн. Значит, туристским компаниям следует информативно наполнять свой собственный сайт, а также уметь приятно оформлять его с помощью дизайна и простой навигации – это может стать причиной перехода постоянных клиентов.

Рост популярности использования мобильных телефонов захватил индустрию путешествий [4]:

- около 76 % российских туристов (3 место в мире) полагаются на смартфоны во время поездок;

- 65 % россиян используют мобильные приложения для поиска и покупки авиабилетов;

- 68 % россиян получают информацию о рейсах;

- 60 % россиян пользуются онлайн регистрацией.

Согласно опросу, к 2025 г. ожидается более 70 % операций, связанных с покупкой туристских услуг. Гаджеты становятся главными инструментами и помощниками при выборе курортов, планировании поездок, а также оплате гостиниц и авиа- и железнодорожных билетов.

Исследование показало, что около 30 % российских представителей «цифрового поколения» испытывают раздражение, когда не могут узнать статус бронирования с мобильного устройства. При этом 62 % считают, что электронные билеты и посадочные талоны сильно упрощают поездку, а 46 % придают большое значение наличию электронных услуг при выборе авиакомпании [4].

Туристским компаниям следует расширить свои сервисы и адаптировать их к потребностям и запросам мобильных пользователей – туристов. Например, важной потребностью является наличие приложений, предназначенных специально для обслуживания клиентов. Можно ожидать, что в ближайшей перспективе такие решения будут все чаще разрабатываться на платформе PWA (ProgressiveWebApp). Ее преимущества очевидны: поддержка офлайн-режима, улучшенный интерфейс и повышенная производительность.

Одним из современных трендов является одиночное путешествие. Раньше путешествовали семьями или парами, но сегодня часто можно встретить одинокого туриста за рубежом. Количество людей, которые предпочитают путешествовать самостоятельно, растет. Такие поездки приносят необычные эмоции и впечатления.

Потребности одиноких туристов разнообразны. Одни не хотят путешествовать с кем-то в виду того, что будут отвлекаться на спутника или свою компанию. Другие, наоборот, выезжают самостоятельно для поиска партнера и



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

социальной активности. Примером одиноких путешественников могут стать овдовевшие пожилые люди, которые используют длительное пребывание в отелях или путешествуют круизами. Данные тенденции растут с каждым годом и развиваются.

Самостоятельные путешествия – это новейший растущий рынок для туроператоров. Взрослые старше 45 лет путешествуют самостоятельно больше, чем когда-либо в своей жизни. Такой туристский бизнес должен ориентироваться на этот растущий рынок и адаптироваться, предлагать специальные условия пакетов услуг и туров.

Эко-путешествия – новый тренд в туризме, который напрямую зависит от интересов и нравов потребителей. Эко-путешествия – это один из примеров таких туристских тенденций, отражающих растущую озабоченность современных путешественников этическими и устойчивыми вариантами туризма. «Ecotravel» включает в себя простые инновации, такие как возможность арендовать электротранспорт вместо обычного транспортного средства. Более сложные примеры могут включать туризм с добровольческим элементом, например, работу в природном заповеднике или участие в природоохранных работах [2].

Такой тренд, как экотуризм, по-прежнему популярен. Даже сейчас, когда в том числе и небольшие туроператоры могут предложить своим клиентам отличные пакеты услуг. Этот вид туризма, также позиционируемый как образовательный тур, фокусируется на путешествиях в уникальные природные места, позволяя посетителям узнать больше об окружающей среде и способствовать ее защите. Конечно, это нишевый рынок, но путешественники ищут такие туры и готовы платить за них.

Хотя экотуризм популярен в мире, но, например, в России такой тренд начал развиваться позднее, чем в США и Европе. Отечественные ученые-исследователи считают, что причина этому находится в неосознанности всех уровней управления [3, с. 93].

Новым трендом можно назвать и правильное питание в путешествиях. Здоровая пища и тип питания, потребляемый туристами, были антонимами в сознании многих путешественников, а праздники традиционно представляли собой шанс нарушить свой рацион и побаловать себя запретными лакомствами. Современные путешественники знают, что вкусное и питательное не являются исключительными понятиями.

Спрос на «правильную» кухню с целью улучшения питания является движущей силой новых тенденций в глобальном туризме. Современный турист хочет знать, что еда, которую он ест, настолько же полезна, насколько и вкусна. Движение за экологически чистые продукты питания также влияет на тенденции туризма, поскольку все больше закусочных и отелей предлагают органические варианты питания. Также представлены и другие специальные диеты.



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

Популярен и гастрономический туризм. Современные туристы выбирают страны с экзотической кухней, например, Китай, Корею, Вьетнам и другие. Там туристы посещают местные рынки, не отказываются от дегустации экзотических блюд у местных жителей.

Таким образом, в настоящее время можно выделить такие инновационные тренды в мировом туризме, как питание миллениалов, самостоятельные (сольные) путешествия, гастрономический туризм, культурно-познавательный, экотуризм и другие. Новыми трендами технологических инноваций в мировом туризме являются: рост популярности использования мобильных телефонов, виртуальная и дополненная реальность, робототехника и искусственный интеллект, технология распознавания и другие.

Список использованной литературы

1. Top 10 Trends Impacting the Hospitality Industry // Smart Meetings : сайт маркетинговой компании. URL: <https://www.smartmeetings.com/tips-tools/technology/74256/top-10-trends-impacting-hospitality-industry> (дата обращения 27.03.2020).

2. Revfine.com/Tourism Trends: 13 Opportunities for The Tourism Industry // Ru.scribd.com : сайт информационно-издательской компании. URL: <https://www.revfine.com/tourism-trends/> (дата обращения 27.03.2020).

3. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учеб. пособие. М. : Советский спорт, 2014. 208 с.

4. Орлик А. Стала известна программа Глобального форума по экономике туризма 2018 года в Макао в рамках китайской инициативы «Один пояс, один путь» // TTGBaltic.eu : сайт информационно-туристской компании. URL: <https://ttgbaltic.eu/2018/10/16/stala-izvestna-programma-globalnogo-foruma-po-ekonomike-turizma-2018-goda-v-makao-v-ramkah-kitajskoj-initsiativy-odin-poyas-odin-put/> (дата обращения 27.03.2020).



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016
Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

Kitsis Vyacheslav

PhD of geographical Sciences, associate Professor, Department of tourism, National Research N. P. Ogarev Mordovia state University, Saransk

Morozova Ekaterina

Student, faculty of geography, National Research N. P. Ogarev Mordovia state University, Saransk

INNOVATIVE TRENDS IN WORLD TOURISM

Modern society is changing dynamically, and the tourism industry is no exception. In a highly competitive environment, travel agencies have to apply innovative methods to maintain their leading positions in the tourist market, attract new customers, and generate and increase profits. The XXI century is a century of innovation in the tourism sector. Thanks to innovative activities, new jobs are created in countries, the population increases, comfortable working conditions are created, and business activity is stimulated. In this regard, the research theme is very relevant.

Keyword: tourism, tourist services, innovation, trend, trend, technology.

© АНО СНОЛД «Партнёр», 2020

© Кицис В. М., 2020

© Морозова Е. А., 2020

Учредитель и издатель журнала:

Автономная некоммерческая организация содействие научно-образовательной и литературной деятельности «Партнёр»
ОГРН 1161300050130 ИНН/КПП 1328012707/132801001

Адрес редакции:

430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Ульянова, д.22 Д, пом.1
тел./факс: (8342) 32-47-56; тел. общ.: +79271931888;
E-mail: redactor@anopartner.ru



О журнале

✓ Журнал имеет государственную регистрацию СМИ и ему присвоен международный стандартный серийный номер ISSN.

✓ Материалы журнала включаются в библиографическую базу данных научных публикаций российских учёных Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика. 2020. № 3. ID 250

- ✓ Журнал является официальным изданием. Ссылки на него учитываются так же, как и на печатный труд.
- ✓ Редакция осуществляет рецензирование всех поступающих материалов, соответствующих тематике издания, с целью их экспертной оценки.
- ✓ Журнал выходит на компакт-дисках. Обязательный экземпляр каждого выпуска проходит регистрацию в Научно-техническом центре «Информрегистр».
- ✓ Журнал находится в свободном доступе в сети Интернет по адресу: www.srjournal.ru. Пользователи могут бесплатно читать, загружать, копировать, распространять, использовать в образовательном процессе все статьи.

Прием заявок на публикацию статей и текстов статей, оплата статей осуществляется через функционал Личного кабинета сайта издательства "Партнёр" (www.anopartner.ru) и не требует посещения офиса.