

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ТУРИЗМА

А. М. Лясун<sup>1)</sup>, Н. И. Богино<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, *aleklys@bk.ru*

<sup>2)</sup> Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, *bahino@bsu.by*

В статье рассмотрены основные проблемы и перспективы развития индивидуального туризма. Особый акцент сделан на развитии индивидуального туризма в Республике Беларусь. Выделены причины, склоняющие белорусских туристов выбирать продукты массового туризма. Рассмотрены мировые тенденции, которые в будущем существенно повлияют на туристический спрос на индивидуальные туры. Проанализировано влияние пандемии COVID-19 на состояние индустрии туризма, и в соответствии с этим сделаны прогнозы касательно будущего индивидуального туризма.

**Ключевые слова:** индивидуальный туризм; самостоятельный туризм; индивидуальный турпродукт; развитие туризма; пандемия COVID-19; тенденции.

## PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF INDIVIDUAL TOURISM

A. M. Lyasun<sup>a</sup>, N. I. Bahino<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

<sup>b</sup>Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

Corresponding author: A.M. Lyasun (*aleklys@bk.ru*)

The article discusses the main problems and prospects of the development of individual tourism. Particular emphasis is placed on the development of individual tourism in the Republic of Belarus. The reasons that incline Belarusian tourists to choose mass tourism products are highlighted. The world trends, which in the future will significantly affect the tourist demand for individual tours, are considered. The impact of the COVID-19 pandemic on the state of the tourism industry was analyzed and, based on the analysis, forecasts about the future of individual tourism were made.

**Keywords:** individual tourism; independent tourism; individual tourism product; tourism development; COVID-19 pandemic; trends.

Предпочтения общества в организации своего отдыха меняются, люди стремятся быть независимыми от группы и свободно выбирать свой отдых. Туристов больше не удивить стандартными экскурсиями по городским или природным достопримечательностям. По этой причине

происходят изменения в потребительском поведении. Одним из них является тенденция роста количество людей, которые предпочитают путешествовать индивидуально. Указанная тенденция обусловила формирование нового вида туризма, который называют по-разному: индивидуальный туризм, самостоятельный туризм, соло-туризм.

Более того, в рамках этого нового вида туризма некоторые авторы выделяют также женский соло-туризм, формирование которого, как правило, связывают с появлением в кинопрокате фильмов о женщинах, путешествующих в одиночку. По другой версии женщины стали чаще путешествовать индивидуально из-за моды на йога-туры. По некоторым оценкам, «с 2010 года количество женщин, которые путешествуют в одиночку, выросло на 78 %» [1].

Кроме того, фактором формирования и развития индивидуального туризма является, на наш взгляд, трансформация в сфере брачно-семейного поведения: широкое распространение таких тенденций как более позднее вступление в брак, увеличение количества разводов, а также полный отказ от создания семьи.

В любом случае, туристы становятся все более самостоятельными, а за счет разнообразных систем бронирования и мобильных приложений способны без помощи посредников организовывать свой отдых. Преимущества организации туров посредством турфирм в том, что они обладают прямыми контактами с партнерами, а по этой причине способны предлагать выбор отелей, средств перемещения, авиабилетов по ценам выгоднее, чем на популярных сайтах-интернет бронирования. Ко всему прочему, турфирмы часто могут предложить места в отеле, даже если в интернете есть информация об их отсутствии.

Если правильно подобрать стратегические действия для развития индивидуального туризма, то можно склонить выбор самостоятельных туристов в пользу индивидуальных туров. Следует добавить, что многим туристам хочется попробовать что-то новое, но самостоятельно свое путешествие они не хотят организовывать, поскольку им необходимы гарантии, что все пройдет так, как было запланировано изначально [2].

В последнее время в обществе наблюдается устойчивая тенденция к осознанности и экологическому мышлению. Человек начинает осознавать масштабы ущерба, наносимого окружающей среде. Современный туризм зачастую негативным образом влияет на окружающую среду: происходит загрязнение атмосферы посредством туристического транспорта, усиление шумового воздействия в результате превышения количества туристов на отдельных туристических дестинациях, повреждение почвы и др. Присутствие даже одного туриста оказывает влияние, хоть и незначительное, на окружающую природу. Основные проблемы начинаются тогда, когда поток туристов увеличивается: процессы восстановления природы происходят медленнее, чем процесс разрушения.

Для реализации массовых туров, как правило, используются быстрые средства передвижения, выбрасывающие в атмосферу вредные вещества, происходит строительство новых дорог, станций автозаправочных, которые оказывают негативное влияние на растительный и животный мир. Что касается индивидуальных туров, то в них участвует в среднем до пяти человек, а значит и нанесенный окружающей среде вред меньше, чем при массовых турах; используется, как правило, медленные и среднескоростные средства передвижения. Массовый туризм относят к «жесткому туризму» по причине его негативного влияния на окружающую среду, в то время как индивидуальный – к «мягкому». Для «мягкого» туризма характерна минимизация отрицательного воздействия социоприродной трансформации туристического места. По этой причине можно сделать вывод о том, что развитие индивидуального туризма является перспективным направлением развития туризма вследствие минимальности его вреда окружающей среде [3].

Турагентства в Беларуси предоставляют туристам все необходимое для организации индивидуального тура: транспортные, визовые и гостиничные услуги, собственного гида-переводчика, встречу в аэропорту, бронирование различных развлекательных программ и т.д. Отсюда и возникает один из самых главных факторов, сдерживающий развитие индивидуальных туров – их стоимость. По этой причине белорусские туристы в настоящее время предпочитают групповые туры. К рассматриваемой проблеме можно также добавить то, что большинство туристических компаний Беларуси все еще приравнивают индивидуальный туризм к «VIP» сегменту и не обладают предложением индивидуальных бюджетных туров. По этой причине индивидуальные туры малодоступны среднестатистическому туристу и выбор последних склоняется в пользу более бюджетных пакетных туров массового туризма. В рассматриваемом контексте можно упомянуть и характерное для последних лет снижение платежеспособности клиентов, что также должно побудить турфирмы к организации индивидуальных туров по более экономичным направлениям.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что для развития индивидуального туризма туристским компаниям необходимо провести в рассматриваемом направлении соответствующие исследования и осуществить необходимые мероприятия по диверсификации имеющегося предложения индивидуальных туров, а именно уделять внимание снижению стоимости программ и предлагать более экономичные варианты. Рассматриваемое снижение стоимости может быть достигнуто за счет получения выгодных тарифов посредством сотрудничества с компаниями, предоставляющими сопутствующие туристические услуги (перелет, переезд, размещение).

Кризис, связанный с пандемией COVID-19, нанес сильный урон отрасли туризма и гостеприимства. Отмечается целый ряд критических тенденций: гостиницы прекращают маркетинговую работу, падает уровень их загрузки, сотрудники туристских компаний работают удаленно, закрыты границы, снижение международной транспортной связности, избегание людьми общественных пространств и смена образа жизни, социальное дистанцирование и т.д. [4]. Исходя из перечисленных тенденций можно сделать следующие предположения о развитии туризма после пандемии COVID-19:

- сокращение в численности туристских групп;
- туристы будут отдавать свое предпочтение путешествию на личном транспорте;
- рост интереса к новым непопулярным направлениям;
- повышение требований со стороны туристов к местам размещения, транспорту, объектам показа, в т.ч. по соблюдению и обеспечению санитарно-эпидемиологических норм, технологий обеззараживания;
- разработка новых продуктов и оптимизация имеющихся, главная цель которых – реализация запросов и интересов отдыхающих (индивидуализированный подход) и рационализация времени.

Все перечисленные факторы позволяют рассматривать индивидуальный туризм как один из перспективных видов туризма в постковидном обществе. Уже сейчас многие туристы не хотят путешествовать в больших группах, но также и не хотят путешествовать самостоятельно без помощи туристских фирм, поскольку в случае возникновения проблем именно туристические компании смогут максимально быстро и эффективно оказать помощь своим клиентам.

В мае 2020 г. в одной из статей газеты «The Guardian» были приведены мнения ряда экспертов о восстановлении отрасли туризма. В частности, было отмечено, что основными новыми тенденциями будут: увеличение поездок в межсезонье и по необычным туристическим маршрутам; оздоровительные поездки; поездки в дикую природу; «возобновление внимания к медленным путешествиям, включая поездки на поезде и велосипеде», в основе которых будет «возврат к более длительным и менее частым отпускам». Таким образом, «ключом к более устойчивому туризму является гораздо меньшее количество рейсов» [5].

Необычные туристические маршруты, экологичный вид туризма, путешествие поездом или велосипедом – все это черты индивидуального туризма, которые позволяют сделать прогнозы о перспективности рассматриваемого направления туризма в обществе после пандемии.

Что касается перспектив развития индивидуальных туров на рынке туристских услуг Беларуси, следует отметить, что несмотря на отсутствие на данный момент определений индивидуального туризма и инди-

видуального туристского продукта в официальных документах законодательного и стратегического характера, в соответствии с Национальной стратегией развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года, все приоритетные виды туризма (агротуризм, активный туризм, гастрономический туризм, деловой (MICE) туризм, культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, медицинский туризм, ностальгический туризм, образовательный туризм, охотничий туризм, промышленный туризм, религиозный туризм, событийный туризм) могут быть организованы субъектами туристической деятельности в формате индивидуального тура, т.к. индивидуальный туризм может развиваться по программам социального и молодежного туризма, каналам родственных и семейных связей, творческих обменов и посещений по приглашению и др. [6].

В настоящее время индивидуальные туры находятся не на пике своей популярности, но их ожидает большое будущее в связи с меняющимися предпочтениями отдыха у туристов, общественной тенденции к осознанности и экологическому мышлению, последствиями пандемии COVID-19. По причине того, что индивидуальный туризм подразумевает путешествие в небольших группах, индивидуализированный подход к каждому туристу, собственное средство передвижения, повышенные требования к предлагаемым услугам следует ожидать перспективное будущее данного вида туризма в обществе после пандемии COVID-19.

Очевидно, что часть туристов, занимающихся самостоятельными путешествиями, будут пользоваться услугами туристских компаний, поскольку те могут гарантировать, что все пройдет так, как было запланировано изначально, а также благодаря выгодным ценам вследствие сотрудничества с отелями, средствами перемещения и т.д.

#### **Библиографические ссылки**

1. Галкина А. Почему женщины стали путешествовать в одиночку [Электронный ресурс] // Онлайн-издание BURO. URL: <https://www.buro247.ru/lifestyle/travel/28-aug-2017-solo-female-travel.html> (дата обращения: 28.01.2022).

2. Старкова, И. И. Самодеятельный туризм: современное состояние и перспективы развития [Электронный ресурс] / И. И. Старкова, М. В. Тапхаров, Е. В. Кондрашова // Научная электронная библиотека Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samodeyatelnyy-turizm-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya/viewer> (дата обращения: 25.01.2022).

3. Сандальнева, С. А. Индивидуальные туры как инструмент развития экологического туризма / С. А. Сандальнева. Вопросы экономики и управления. 2020. № 3 (25). URL: [https://moluch.ru/th/5/archive/169/5355/#google\\_vignette](https://moluch.ru/th/5/archive/169/5355/#google_vignette) (дата обращения: 24.01.2022).

4. Гунаре, М. Индивидуальный туризм в ожидании перемен [Электронный ресурс] / М. Гунаре, О. Е. Афанасьев // Научная электронная библиотека Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/individualnyy-turizm-v-ozhidanii-peremen/viewer> (дата обращения: 25.01.2022).

5. Jane Dunford. “Things have to change”: tourism businesses look to a greener future // The Guardian/ Thu 28 may 2020. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.theguardian.com/travel/2020/may/28/things-had-to-change-tourism-businesses-look-to-a-greener-future#top>. (date of access: 28.01.2022).

6. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belarustourism.by/news/%D0%9D%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%90%D0%AF%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%98%D0%AF.pdf> (дата обращения: 28.01.2022).