

М.М. Морозов, Н.С. Морозова

## СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

*Рассматриваются вопросы социально-экономической значимости туризма в рамках территориального развития. Отмечается появление новых так называемых «трансформированных туристов», которые в процессе путешествия большое внимание уделяют вопросам экологии, развития планеты и социально-культурных связей, изменения себя и мира вокруг них. Обсуждается отражение вопросов социальной и экологической ответственности туристского бизнеса в документах UNWTO, а также в отечественной практике развития ответственного туризма.*

**Ключевые слова:** ответственный туризм, социальная и экологическая ответственность бизнеса, туристская система, туристские дестинации, туристские проекты.

M.M. Morozov, N.S. Morozova

## SOCIAL AND ECOLOGICAL RESPONSIBILITY OF THE TOURIST BUSINESS

*The issues of socio-economic importance of tourism within the framework of territorial development are considered. The appearance of new so-called "transformed tourists", which in the course of travel pays much attention to the issues of ecology, the development of the planet and socio-cultural ties, the change of self and the world around them. It discusses the issues of social and environmental responsibility of the tourist business in the UNWTO documents, as well as in the domestic practice of developing responsible tourism.*

**Keywords:** responsible tourism, social and ecological responsibility of business, tourist system, tourist destinations, tourist projects

За последние десятилетия туризм стал одним из самых больших и быстрорастущих секторов мировой экономики. По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2017 году количество международных туристских прибытий превысило 1,3 миллиарда и динамика роста международных туристских потоков сохраняется [5]. Появление большого количества новых туристских дестинаций привело к росту инвестиций

в сектор туризма и усилило его значение в социально-экономическом аспекте развития экономики. Это повлияло на бурное развитие сопутствующей инфраструктуры, создание новых рабочих мест и предприятий туристического сектора, расширение межкультурных связей. Важнейшим фактором развития туристских территорий является обеспечение их транспортной доступности, что непосредственно связано с созданием соответствующей инфраструктуры [2]. Немаловажное значение имеет обеспечение высококачественных предоставля-

© Морозов М.М., Морозова Н.С., 2018.

мых услуг [1]. В условиях цифровизации мировой экономики и возрастания роли информации во всех сферах деятельности особую значимость приобретает информационно-коммуникационное обеспечение туристской деятельности [3].

В настоящий момент доля туризма в международном торговом обороте составляет 7%. Также примечательно, что последние пять лет индустрия туризма растет быстрее, чем средние показатели роста мировой экономики. Это говорит о высокой важности туризма в национальных экономиках большого количества стран, его социально-экономической значимости как драйвера развития территорий. На сегодня индустрия туризма вносит ежедневный вклад в мировой товарооборот в размере около 4 млрд долларов США в день [4].

Таким образом, влияние туристского бизнеса на мировую и национальные экономики весьма существенно, что также находит отражение не только в больших возможностях туристской индустрии, но и существенных рисках. Взаимодействие со многими секторами экономики (строительство, транспорт, сфера культуры и т.д.) накладывает на туризм большие обязательства по обеспечению высокого уровня социальной и экологической ответственности этой индустрии.

На III Международном конгрессе по этике и туризму, проводимом под эгидой Всемирной туристской организации, были отмечены ряд существенных условий развития индустрии туризма в будущем. Так, вопросы экологии и бережного отношения к окружающей среде заняли одно из ключевых мест в обсуждении. Ответственное отношение субъектов туристского бизнеса к вопросам экологии оказывает существенное влияние на развитие индустрии туризма в целом. Следует особо отметить, что новое поколение так называемых трансформированных туристов (*transformative travelers*) большое внимание в путешествии уделяет вопросам изменения себя и мира вокруг них. Это неразрывно связано с

повышенным вниманием, уделяемым вопросам экологии, развития планеты и социально-культурных связей, которое современные туристы ставят в приоритет относительно других видов активности.

В динамично меняющихся экономических условиях внимание, уделяемое вопросам социально-культурного и экологического развития, позволяет индустрии туризма получить новый стимул к формированию новых направлений туризма. Так, понятие «трансформированный туризм» прочно входит в обиход в рамках туристской деятельности. Это связано в первую очередь с довольно важной проблематикой данного понятия и тем, как путешествия и туризм могут изменить поведение человека и его влияние на окружающий мир. Поэтому важную роль начинают играть не только определенные виды туризма (гастрономический, эко, экстремальный, велнес и т.д.), но и их взаимодействие с деятельностью человека, влияние на его поведение и его отношение к окружающему миру.

Следует подчеркнуть, что вопросы социальной и экологической ответственности туристского бизнеса нашли отражение в фундаментальном документе Всемирной туристской организации – *Global Code of Ethics for Tourism* (Глобальный кодекс этики индустрии туризма), разработанном в 1999 году. Данный кодекс содержит 10 принципов, отражающих экономические, социально-культурные и экологические компоненты туризма, например такие, как вклад туризма в развитие общества, туризм как фактор устойчивого развития, обязанности бизнеса в развитии туризма, права работников туристской индустрии.

Большое внимание, уделяемое вопросам этики и ответственности туризма, находит отражение и в отечественных реалиях. Например, Международный центр ответственного туризма РФ и СНГ ICRT Russia & CIS, который был создан в октябре 2015 года, является примером успешного применения практик социальной и

экологической ответственности туристского бизнеса. Этот центр так определяет цель своего проекта [6]:

- продвижение идей, принципов социальной ответственности и практик ответственного туризма в России с СНГ;

- объединение представителей власти, бизнеса, ученых и частных лиц, всего общества под эгидой ответственного туризма;

- междисциплинарный, межведомственный и комплексный, стратегический подход к туризму;

- ответственный туризм – неотъемлемая часть туристской стратегии развития любой территории.

Таким образом, происходит постепенная трансформация туристского бизнеса, связанная с влиянием на него большого количества разнообразных факторов. Так как именно турист является центром любой туристской системы, то и первоочередные факторы, определяющие изменения в туризме, основаны на принципах поведения и принятия решения именно им самим. Так можно наблюдать постоянно появляющиеся новые тренды, связанные с отношением туриста к путешествиям не только и не столько как к услуге, а к комплексному восприятию им процесса путешествия и взаимодействия с индустрией в целом. Например, понятие *Bleisure* (смешение деловых и развлекательных поездок) становится новым восходящим трендом в индустрии. Совмещение в путешествии бизнес-задач и отдыха определяет новое направление в развитии индустрии туризма в целом. Некоторые аналитики отмечают двукратный рост спроса на подобного рода путешествия и говорят о высоком коммерческом успехе этого направления туризма для субъектов индустрии [7].

Высокая социальная и экологическая ответственность туристского бизнеса влияет на инвестиционную привлекательность индустрии в целом. Инвестиционную привлекательность могут получить новые туристские дестинации, ранее полноценно не участвовавшие в туристской

деятельности. Согласно рекомендациям Всемирного фонда природы, для устойчивого инвестиционного развития туризма требуется следующее:

- правильный выбор границ дестинации со строгим соблюдением принципа защиты природных ресурсов;

- разработка конкретного туристского продукта в соответствии с принципом предполагаемого использования;

- инвестиционное планирование, учитывающее затраты на окружающую среду и предполагаемые выгоды от ресурсов дестинации;

- достаточные ресурсы для соответствующего контроля и мониторинга;

- инновационные режимы владения собственностью (недвижимость, активы), которые могут способствовать созданию значимых социально-культурных и экологических факторов для потенциальных инвесторов.

Инвестиционный процесс включает несколько этапов:

- предпроектную часть, на которой определяются основные параметры будущей туристской дестинации, как экономические, так и социально-экологические;

- разработку туристского проекта, т.е. создание детального плана, определяющего все ключевые моменты развития туристской дестинации, в том числе инвестиционную привлекательность и административное управление туристским проектом;

- внедрение туристского проекта, включая строительные работы и создание инфраструктуры проекта;

- менеджмент туристского проекта, т.е. управление туристской дестинацией путем привлечения туристских операторов, обеспечение процесса удовлетворения потребностей туриста;

- оценка туристского проекта, определяющая достижимость поставленных целей (в первую очередь для инвесторов) и дальнейшие шаги по развитию дестинации (реинвестирование, реконструкция и т.д.), получение обратной связи от туристов.

Учитывая международный тренд, направленный на повышение социальной и экологической ответственности туристского бизнеса, а также на последовательное изменение поведенческих факторов туристов в целом, следует обратить особое внимание на развитие национальных туристских дестинаций. Россия обладает огромным потенциалом с точки зрения наличия туристских ресурсов и вовлечения их в туристский оборот за счет активизации развития туристской деятельности. Как показывает мировая практика, привлечение инвестиций в современные туристские проекты позволит дать импульс развитию не только индустрии

туризма, но и смежных секторов экономики. Также развитие новых дестинаций плодотворно сказывается на увеличении внутреннего туризма, особенно с учетом экономических тенденций последних лет. При этом стоит отметить, что в рамках наметившейся тенденции трансформированного туризма, особое внимание стоит уделять развитию дестинаций с учетом экологических и природных факторов. Несомненно, данный подход позволит наиболее полно использовать возможности туристских дестинаций и максимально оптимизировать ресурсы по ее развитию.

## Литература

1. *Зворыкина Т.И.* Региональные власти как драйверы эффективных механизмов развития туризма и повышения качества услуг // Эффективные системы менеджмента – гарантии устойчивого развития : материалы V Международного научно-практического форума / под редакцией И.И. Антоновой. – 2016. – С. 31–35.
2. *Морозов М.А., Морозов М.М.* Транспортная доступность как фактор привлекательности и конкурентоспособности туристской дестинации // Транспортное дело России. – 2017. – № 6 (133). – С. 85–86.
3. *Морозов М.М.* Информационно-коммуникационные технологии в туризме // Sochi Journal of Economy. – 2017. – 11 (4). – С. 295–301.
4. World Tourism Organization (2016), UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, UNWTO, Madrid.
5. 2017 International Tourism Results: the highest in seven years [Электронный ресурс]. – <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years>
6. Международный центр ответственного туризма [Электронный ресурс]. – <http://icrt-russia.ru/o-proekte/>
7. Bleisure Travel Becomes Big Business [Электронный ресурс]. – <http://www.travel-weekly.com/Strategic-Content/Bleisure-Travel>

## Literatura

1. *Zvorykina, T.I.* Regional'nye vlasti kak drayvery effektivnykh mekhanizmov razvitiya turizma i povysheniya kachestva uslug // Effektivnye sistemy menedzhmenta – garantii ustoychivogo razvitiya : materialy V Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo foruma / pod redaktsiyey I.I. Antonovoy. – 2016. – S. 31–35.
2. *Morozov, M.A., Morozov, M.M.* Transportnaya dostupnost' kak faktor privlekatel'nosti i konkurentosposobnosti turistskoy destinatsii // Transportnoe delo Rossii. – 2017. – № 6 (133). – S. 85–86.
3. *Morozov, M.M.* Informatsionno-kommunikatsionnye tekhnologii v turizme // Sochi Journal of Economy. – 2017. – 11 (4). – S. 295–301.

4. World Tourism Organization (2016), UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition, UNWTO, Madrid.
5. 2017 International Tourism Results: the highest in seven years [Elektronnyy resurs]. – <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years>
6. Mezhdunarodnyy tsentr otvetstvennogo turizma [Elektronnyy resurs]. – <https://icrt-russia.ru/o-proekte/>
7. Bleisure Travel Becomes Big Business [Elektronnyy resurs]. – <http://www.travelweekly.com/Strategic-Content/Bleisure-Travel>