ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В СТРАНАХ МИРА

У Ихао, Е.И. Ковалева
Белгород, Россия
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
М.В. Соболевская
Белгород, Россия
ГБОУ «Белгородский инженерный
юношеский лицей-интернат»

Аннотация. *В последние годы мировая индустрия туризма переживает беспрецедентные изменения и трудности, которые связанны с геополитическими событиями, пандемией коронавируса COVID-2019 и ее последствиями и другими. Туризм является важнейшим компонентом национальных экономик, особенно для стран с богатым культурным наследием или природными особенностями. Внутренний туризм является одним из драйверов социально-экономического развития территорий, способствуя созданию рабочих мест, росту доходов населения и оживлению локальных экономик. Однако его потенциал во многих странах мира реализуется не в полной мере из-за комплекса устойчивых проблем, требующих системного решения. В статье отражены проблемы развития внутреннего туризма в развитых и развивающихся странах.*

Ключевые слова*: внутренний туризм, мировая индустрия туризма, проблемы внутреннего туризма, развитые страны, развивающиеся страны*

PROBLEMS OF DEVELOPING DOMESTIC TOURISM IN COUNTRIES OF THE WORLD

Wu Yihao, E.I. Kovaleva
Belgorod, Russia
Belgorod State National
Research University
M.V. Sobolevskaya
State budgetary educational
Institution «Belgorod Engineering
Youth Boarding School»

Abstract. *In recent years, the global tourism industry has experienced unprecedented changes and challenges related to geopolitical events, the COVID-2019 coronavirus pandemic and its consequences, and other factors. Tourism is a vital component of national economies, especially for countries with rich cultural heritage or natural resources. Domestic tourism is a driver of regional socioeconomic development, contributing to job creation, increased incomes, and the revitalization of local economies. However, its potential is not fully realized in many countries due to a complex set of persistent challenges requiring systemic solutions. This article examines the challenges of domestic tourism development in developed and developing countries.*

Key word: *domestic tourism, global tourism industry, problems of domestic tourism, developed countries, developing countries.*

Туризм – одна из самых динамичных отраслей мировой экономики, которая не только дарит путешественникам богатый опыт, но и оказывает далеко идущее социальное, экономическое и экологическое воздействие на дестинации и национальные экономики в целом. На фоне глобализации в индустрии туризма наметились новые тенденции, которые окажут значительное влияние на будущее развитие отрасли. Вместе с тем, туристическая отрасль всего мира в последние годы пережила серьезный кризис в своем развитии, связанный с пандемией COVID-19 и геополитическими событиями, происходящими в мире. Рассмотрим проблемы развития внутреннего туризм на примере некоторых развитых и развивающихся стран и сделаем выводы.

В мировом масштабе крупнейшими рынками внутреннего туризма с точки зрения расходов являются США (почти 1 трлн долларов США), Германия (249 млрд долларов США), Япония (201 млрд долларов США), Великобритания (154 млрд долларов США) и Мексика (139 млрд долларов США) [5]. В Европейском Союзе расходы на внутренний туризм в 1,8 раза превышают расходы на въездной туризм. Большинство стран ЕС имеют богатую историю, архитектуру и культурное влияние, что делает страны привлекательными для многих путешественников. Для ряда стран ЕС, а именно в Испании, Греции, Италии, туристическая отрасль туризм – ключевая отрасль национальной экономики. Современная ситуация в отрасли характеризуется рядом проблем в развитии внутреннего туризма. К основным из них можно отнести следующие:

1) сезонность отрасли: 70% поездок приходится на лето (например, в Италии, Греции);

2) инфляция, так рост цен на жильё и транспорт снижает доступность туристической инфраструктуры (в 2023 году средняя стоимость поездки выросла на 12%);

3) конкуренция с международным туризмом. Например, в Испании и Португалии отели ориентированы на иностранцев, что ограничивает предложение для местных [6].

Внутренний туризм Канады постепенно восстанавливается после пандемии, но сталкивается с вызовами сезонности и инфраструктуры. К 2025 году ожидается рост до 185 млн поездок, чему способствуют инвестиции в экотуризм и цифровые решения [4]. Проблемы внутреннего туризма в Канаде схожи с проблема внутреннего туризма стран Европейского союза. Физико-географические положение страны и климатические особенности оказывают существенное влияние на развитие внутреннего туризма, к которым можно отнести следующие: 1) сезонность: 60% поездок приходится на лето (июнь–август), зимой активны только горнолыжные курорты (Уистлер, Банф); 2) недостаточный уровень развития инфраструктуры, доступность жилья в удалённых регионах страны (Юкон, Северные территории); 3) высокие цены на авиабилеты внутри страны; 4) короткий туристический сезон в северных провинциях. Конкуренцию внутреннему туризму составляет отдых в США, что объясняется дешёвым шопингом и авиабилетами.

Внутренний туризм в Японии остаётся важной частью экономики и культуры страны. В 2023 году на внутренние поездки приходилось примерно 80% от общей туристической активности в Японии. Рынок внутреннего туризма достиг 25 трлн. иен, что обусловлено возрождение путешествий после пандемии COVID-19. В 2023 году корпорация JTB представила новую цифровую платформу, предлагающую индивидуальные туристические маршруты для удовлетворения растущего спроса на уникальный и устойчивый туризм. Наиболее популярными направлениями для внутреннего туризма остаются Токио, Киото, Хоккайдо, Окинава, которые привлекают значительное количество внутренних туристов своими культурными, кулинарными и рекреационными возможностями. На рынок внутреннего туризма в Японии оказывают влияние следующие проблемы: 1) сезонность и переполненность. Внутренний туризм отличают пиковые значения в такие периоды, как цветение сакуры, Золотая неделя, новогодние праздники. Это приводит к нагрузке на туристическую инфраструктуру, переполненности популярных туристических мест; 2) старение населения, тенденция, которая создает проблемы для внутреннего рынка страны. Пожилые люди предпочитают короткие поездки с минимальными физическими нагрузками, спрос на дальние поездки снижается. В 2023 году пожилые граждане составили 40% внутренних путешественников, но их расходы на одну поездку были на 25% ниже, чем у более молодых демографических групп; 3) ограниченная региональная связанность. Развитой транспортной и жилищной инфраструктурой обладаю крупные города, в то время как отдаленные районы, которые могут выступать как места привлечения туристов такими возможностями не обладают, что снижает туристические потоки. В 2023 году более 60% расходов на внутренний туризм были сосредоточены в городских районах, сельские регионы остались неразвитыми и недофинансируемыми; 4) влияние стихийных бедствий (землетрясения, тайфуны, извержения вулканов), которые могут нарушить планирование в туристических маршрутах и потоках. Так, в 2023 году тайфуны на Кюсю привели к снижению доходов от внутреннего туризма в регионе на 12% по справлению с 2022 годом [6].

Проблемы внутреннего туризма были рассмотрены на примере Египта, Вьетнама и Китая. Так, туристическая индустрия Египта сталкивается со следующими проблемами: недостаточное развитие инфраструктуры (мест размещения, доступной безопасной транспортной инфраструктуры), обеспечение безопасности, политическая нестабильность в регионе. Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на отрасль, ограничив поездки и снизив спрос на международные поездки. Правительство страны, разработав Национальную стратегию развития туризма, планирует развивать новые внутренние туристические направления и улучшать инфраструктуру. Благодаря своей богатой истории, разнообразным ландшафтам и яркой культуре Египет имеет значительный потенциал в развитии внутреннего туризма. Интерес населения страны к собственной истории, географически объектам приводит к формированию новых туристических направлений и предприятий, обслуживающих местных путешественников. Проблемы внутреннего туризма Вьетнама несколько отличны от проблем Египта, в первую очередь к проблемам развития туризма нужно отнести экологические проблемы: несобранные отходы, отсутствие утилизации отходов, неочищенные сточные воды попадают в море через канализацию, каналы, реки и ручьи, вызывая загрязнение окружающей среды [7]. Также проблемой отрасли стала нехватка качественных мест размещения и отелей, предприятий общественного питания, других инфраструктурных объектов. В связи с этим необходимы инвестиции в строительство и формирование туристской инфраструктуры. Инвесторы должны учитывать логистические проблемы и потенциальные затраты, связанные с разработкой проектов в рекреационных регионах. В условиях реализации политики устойчивости, инвесторы должны отдавать приоритет экологически чистым практикам и корпоративной социальной ответственности. Несоблюдение экологических норм и ожиданий сообщества может привести к репутационному ущербу и финансовым штрафам. Растущая популярность Вьетнама как туристического направления привлекает многочисленных игроков, что приводит к обострению конкуренции. Инвесторам необходимо дифференцировать свои предложения и сосредоточиться на качестве и инновациях, чтобы выделиться на рынке. Стоит отметить, что отрасль, как и во многих странах азиатско-тихоокеанского региона, подвержена влиянию сезонных и погодных факторов, пик туризма приходится на летний сезон.

Китай обладает огромным туристическим потенциалом и в последние годы добился огромных успехов в развитии внутреннего туризма и в настоящее время является одним из ведущих рынков внутреннего туризма в мире. В сфере туризма занято 28,25 млн. человек, косвенно сектор дает работу 80 млн. человек. В 2024 году внутренний туризм принес 5,13 трлн юаней (764 млрд долларов США) дохода [2]. «КНР занимает второе место в мире после США по объему внутренних путешествий: китайцы тратят на них 0,7 трлн в год, американцы – свыше $1 трлн. Ожидается, что к 2030 году они поменяются местами, поскольку эксперты предрекают внутрикитайскому туризму рост на 12% в год» [3]. Но, вместе с тем внутренний туризм в стране испытывает имеет ряд проблем: перегруженность: ограничение доступа в популярные места (например, 60 000 посетителей в день на Великой Китайской стене); продвижение альтернативных маршрутов (например, Цзиньшаньлин вместо Бадалина); экологические риски, связанные с внедрением «зелёных» стандартов для отелей (снижение потребления воды и энергии); штрафы за мусор в природных зонах; инфляция, приводящая к росту цен на жильё и транспорт в пиковые сезоны.

Таким образом, мы видим, что развитие внутреннего туризма сталкивается с рядом вызовов, которые варьируются в зависимости от уровня экономического развития, географических и культурных особенностей страны. Ключевыми проблемами, характерными для большинства государств, как развитых, так и развивающихся, являются:

1. Инфраструктурные ограничения. Для развивающихся стран (Бразилия, Вьетнам) характерна неразвитая транспортная сеть в удалённых регионах, что затрудняет доступ к природным достопримечательностям, нехватка качественного бюджетного жилья для местных туристов в Египте. Развитые страны (Испания, Италия) сталкиваются с перегруженностью курортов в пиковые сезоны (Коста-дель-Соль, Рим), высокими ценами на традиционные рёканы (гостиницы) и транспорт (Shinkansen) в Японии.

2. К экономическим факторами, влияющим на внутренний туризм, можно отнетси инфляционные процессы (рост цен на жилье, транспорт), конкуренция с международным туризмом, когда отели и авиакомпании ориентированы на иностранцев, что завышает цены для местных.

3. Экологические угрозы и риски, связанные с загрязнением и деградацией природных объектов: Индия, Индонезия – пластиковое загрязнение пляжей (Гоа, Бали); Бразилия – вырубка лесов Амазонии снижает привлекательность экотуризма; климатические изменения (Канада – таяние ледников в национальных парках (Банф); Мальдивы – рост уровня моря угрожает пляжному туризму.

4. Социально-демографические вызовы: старение населения (Япония, Германия – люди старше 65 лет редко путешествуют из-за здоровья); неравенство доходов (ЮАР, Бразилия – низкий уровень жизни части населения ограничивает спрос на туризм); дефицит кадров (Египет, Вьетнам – нехватка квалифицированных гидов и персонала, говорящего на иностранных языках).

5. Политические и регуляторные риски: нестабильность и конфликты, бюрократия и коррупция, сложности с получением разрешений для развития туристических объектов, санкции и ограничения.

6. Сезонность: пиковая нагрузка (Греция, Хорватия – 70% туристов приходятся на летние месяцы, что перегружает инфраструктуру; низкий спрос вне сезона (Норвегия, Финляндия: зимние курорты пустуют летом, несмотря на имеющийся потенциал для экотуризма).

7. Культурные и информационные барьеры, к которым можно отнести недостаток продвижения локальных направлений. Так туристы могут не знать о культурных и природных достопримечательностях. Языковые барьеры, а именно нехватка информации на английском языке в регионах. Ситуация характерна для Китая, Японии.

8. Технологическое отставание. Цифровизация: Бангладеш, Непал – отсутствие платформ для онлайн-бронирования; доступ к интернету – низкое качество связи в сельских районах (большинство африканских стран).

Таким образом, основными проблемами, ограничивающими рост внутреннего туризма в развитых и развивающихся странах, являются инфраструктурные ограничения, инфляционный рост цен, экологические факторы, социально-демографические факторы, дефицит квалифицированного персонала, нестабильность и конфликты, сезонность, культурные и информационные барьеры. Несмотря на сложности и проблемы, внутренний туризм остаётся важным драйвером экономик как развитых, так и развивающихся стран. Успех в развитии внутреннего туризма зависит от баланса между развитием инфраструктуры, сохранением культурного наследия и адаптацией к глобальным вызовам.

Литература

1. Анализ тенденции развития индустрии туризма [Электронный ресурс]//Электронная библиотека статей, 2022. – Режим доступа: https://zhuanlan.zhihu.com/p/262518470

2. Китай восстанавливает свои позиции как страна с наибольшими расходами в 2023 году, поскольку Азиатско-Тихоокеанский регион вновь открывается для туризма// Официальный сайт Всемирной туристской организации (UNWTO), 2024. Режим доступа: https://www.unwto.org/news/china-recovers-its-position-as-top-spender-in-2023-as-asia-and-the-pacific-reopens-to-tourism

3. Марков, К. Опыт Китая: как нарастить внутренний туризм [Электронный ресурс] // Официальный сайт РБК отрасли, 2025. Режим доступа: https://www.rbc.ru/industries/news/67d7fa8f9a79470a1db1d4bc

4. Статистическое управление Канады [Электронный ресурс] // Официальный сайт Canada.ca, 2025. – Режим доступа: https://www.statcan.gc.ca/en/start

5. World Tourism Barometer// Официальный сайт Всемирной туристской организации (UNWTO), 2024. Режим доступа: https://en.unwto-ap.org/resources/worldtourismbarometer-january-2024/

6. World Tourism Barometer. International tourist arrivals hit 96% of pre-pandemic levels in January-July 2024// Официальный сайт Всемирной туристской организации (UNWTO), 2024. Режим доступа: https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-09/UNWTO_Barom24_03_Sep_EXCERPT.pdf?VersionId=dZpzCBJfy7zZpRJkFf4A9h6uXKnuuuYC
7. The Vietnam National Authority of Tourism [Электронный ресурс] // Официальный сайт, 2025. –Режим доступа: https://vietnamtourism.gov.vn/en

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН В ОБЛАСТИ «ЗЕЛЕНОЙ» ЭНЕРГЕТИКИ В РАМКАХ ИНИЦИАТИВЫ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»

Чжан Яньхуэй, Е.И. Ковалева
Белгород, Россия
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация. *Статья посвящена анализу растущей роли «зеленой» энергетики в реализации глобальной инициативы «Один пояс – один путь». Рассмотрены особенности трансформации приоритетов международного сотрудничества в рамках данной инициативы – от масштабной инфраструктурной логистики к устойчивому развитию, основанному на развитии «зеленой» экономики. Показана роль Китая в развитии «зеленой» энергетики в данном мегапроекте.*
Ключевые слова*: глобальная инициатива «Один пояс – один путь», Китай, «зеленая» энергетика, инвестиции*

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF GREEN ENERGY WITHIN THE FRAMEWORK OF THE BELT AND ROAD INITIATIVE

Zhang Yanhui, E.I. Kovaleva
Belgorod, Russia
Belgorod State National Research University

Abstract. *This article analyzes the growing role of green energy in the global Belt and Road Initiative (BRI). It examines the transformation of international cooperation priorities within this initiative – from large-scale infrastructure logistics to sustainable development based on the development of a green economy. China's role in the development of green energy in this mega-project is shown.*
Key word: *The Belt and Road Initiative, China, green energy, and investment*

Инициатива «Один пояс – один путь» (ОПОП, The Belt and Road Initiative, BRI) – знаковый внешнеполитический проект председателя КНР Си Цзиньпина, направленный на укрепление связей Китая с миром, которая имеет обширный географический охват и включает в себя усилия по укреплению материальной и нематериальной инфраструктуры стран, а также связей между людьми. По состоянию на октябрь 2023 года инициатива охватывает 151 страну с совокупным валовым внутренним продуктом в 41 триллион долларов США и населением около 5,1 миллиарда человек. Мегапроект «Один пояс – один путь» (BRI) – это комплексная инициатива, охватывающая множество проектов, направленных на стимулирование потоков товаров, инвестиций и людей [2].

В апреле 2019 года после второго Форума «Один пояс – один путь» была создана Международная коалиция по экологическому развитию «Один пояс – один путь» (BRIGC), которая курируется Министерством экологии и охраны окружающей среды Китая (MEE) и имеет собственный секретариат. Основная цель Международной коалиции по экологическому развитию – «содействовать международному консенсусу, взаимопониманию, сотрудничеству и согласованным действиям для реализации зеленого развития в рамках инициативы «Один пояс, один путь», интегрировать устойчивое развитие в инициативу «Один пояс, один путь» посредством совместных усилий и содействовать странам-участницам инициативы «Один пояс, один путь» в достижении ЦУР, связанных с окружающей средой и развитием» [3].