

ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ СУЧАСНОСТІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Донцова Т.А.,

студентка 4 курсу спеціальності «Туризм»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: DontsovaTA@krok.edu.ua

Коненко О.В.,

студентка 4 курсу спеціальності «Туризм»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: KonenkoOV@krok.edu.ua

Чернозубкін І.О.,

к.т.н, доцент, доцент кафедри туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: igorch@krok.edu.ua,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3243-4714>

Глобальна туристична індустрія в останнє десятиріччя розвивалася досить інтенсивно. У багатьох країнах туризм став головною статтею національного валового внутрішнього продукту. Сучасний світ постійно змінюється, у ньому з'являються нові виклики і нові тренди. У всьому світі зміщується сезонність і відбуваються істотні зрушення в загальній структурі попиту на послуги та продукцію. Звички та способи подорожувати у сучасному світі теж змінюються і стають різноманітнішими. Стан ринку туристичних послуг також значною мірою визначається соціально-економічними та політичними процесами. Саме пандемія, зумовлена вірусом SARS-CoV-2, змушує по-новому підійти до традиційних уявлень, зокрема і щодо проведення вільного часу та подальшого розвитку туристичної галузі.

Туризм стає дедалі відповідальнішим. Розуміння, що ти робиш внесок у щось стає і корисне, – важливе для нового типу туриста. У плануванні подорожей такі мандрівники ставлять своїм пріоритетом турботу про довкілля та зменшення свого впливу на планету, на туристичні місця, на місцеві спільноти.

На сьогодні у туристичній сфері сформувалося кілька основних трендів, які варті уваги (див. табл.1).

Таблиця 1

Основні туристичні тренди сучасності

2019	2020	2021
Туризм для людей похилого віку Вік – не перешкода для повноцінного, активного та насиченого життя. Велотуризм Це найбільш	Штучний інтелект Знаходить застосування всюди: від обслуговування клієнтів до безпеки. Bleisure – подорожі business + leisure =	Еко-тури, зелений туризм Увага до природи, навколишнього середовища та нашої планети, в цілому. Робочі місця в новому просторі

2019	2020	2021
екологічно чистий, безпечний та корисний для здоров'я тип подорожей.	bleisure Поєднання відпочинку і туризму для бізнесу.	Робота дистанційно, в будь-якому місці поєднуючи з подорожжю.
Попит на унікальні та диференційовані пропозиції Прагнення до індивідуальних подорожей, як альтернатива пакетному відпочинку, все актуальнішими стають пошуки незаїжджених напрямків.	Доповнена та віртуальна реальність Віртуально вивчати місця для відпочинку та бронювати майбутні подорожі онлайн.	Соло-подорожі Свобода у всьому. Унікальний тренд пов'язаний з пандемією.
Сталий туризм Відповідальне ставлення до культурної та природної спадщини задля її збереження для наступних поколінь	Інклюзивно для кожного Спеціалізовані подорожі. Турпродукт повинен бути доступний кожному споживачеві, не дивлячись на можливі обмеження пов'язані зі здоров'ям.	Менше контакту – більше гігієни Туристичні фірми повинні застосовувати посилені заходи безпеки.
Інтерактивність Турист бажає бути активно залученим у події. Не просто побачити, як створюються вироби мистецтва, але й помайструвати щось власними руками, тощо.	Внутрішній туризм Місцевий продукт є гордістю, його вихід на глобальний рівень.	Економічність процесів Компанії повинні робити акцент на пропозиції, пропонуючи співвідношення ціни та якості доступні варіанти без шкоди для якості.

Джерело: складено авторами на підставі [1, 2, 3, 4]

Проаналізувавши туристичні тренди сучасності слід наголосити, що безумовно є сталі тенденції, які змінюються тільки відповідно до реалій. Наприклад, сталою є зростаюча увага до природи, навколишнього середовища та планети у цілому. У наш час людство серйозно занепокоєно тим, як негативно ми впливаємо на нашу «домівку». Тому стають дедалі більш

популярними еко-туризм, зелений і сільський туризм, що є позитивним трендом для регіонального туризму, зокрема, в сучасній Україні.

Крім зазначеного, незмінною в останні роки є увага людей до власного фізичного та психічного стану. Більшість людей відчуває натиск відповідальності, щоденного стресу, нестабільної ситуації в світі. Тому все частіше туристи хочуть покращити своє ментальне та фізичне здоров'я, наповнитися силами та наснагою. У цьому може допомогти відвідування місць сили, паломницькі тури, подорожі в гори.

Важливими також залишаються технології та віртуальний світ, які вже стали невід'ємною складовою людського життя. Їх вплив з роками відчувається все більше, що і відображається на трендах туристичної галузі. З'являються нові пропозиції стосовно онлайн-екскурсій і 3D-турів.

Популярність унікальних продуктів та послуг за останні роки тільки зростає. Людству набридлі туристичні пропозиції з конвеєру, усі прагнуть до того, що є автентичним. Персоналізований підхід цінується все більше. У час, коли звичною стала типовість усього, що нас оточує, кожен шукає самобутність та ексклюзив. Тому усе більше зростає попит на індивідуальні тури, подорожі в місця, де немає великого скупчення людей та напливу туристів.

Всесвітня пандемія сформувала новий тренд – необхідність більшість свого часу проводити вдома, у колі своєї родини. Тому людство підлаштовується під виклики сьогодення, туристичні підприємства також змушені змінювати свою поведінку, послуги та продукти під реалії, знаходити нові способи виживати на ринку.

Таким чином, кожна сфера людською діяльності, має свої тенденції та особливості розвитку. Туристична галузь не є винятком. Існують споживчі тренди в цій галузі, які з'явилися нещодавно, а є ті, що з кожним роком все більше нарощують свій вплив на туризм.

Список використаних джерел:

1. *Top 10 Global Consumer Trends 2020. How to Target Consumers and Build a Competitive Business Strategy / Euromonitor International.* URL: <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2020-Top-10-Global-Consumer-Trends.html> (дата звернення 28.03.2021).
2. *Top 10 Global Consumer Trends 2021 / Euromonitor International.* URL: <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends.html> (дата звернення 28.03.2021).
3. *Top 10 Global Consumer Trends 2019 / Euromonitor International.* URL: <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2019-Top-10-Global-Consumer-Trends.html> (дата звернення 28.03.2021).
4. *Travel 2040: Sustainability and Digital Transformation as Recovery Drivers/ Euromonitor International.* URL: https://go.euromonitor.com/webinar-travel-2020-travel-2040-digital-transformation.html?utm_campaign=WB_20_08_18_REC_Travel_2040&utm_medium=Email&utm_source=1_Outbound (дата звернення 28.03.2021).