

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СВІТІ

Сокол Т.Г.,

*к.пед.н., доцент, доцент кафедри туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: tgsspectour@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0855-2614>*

Жила Є.В.,

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

Туризм сьогодні вважається одним із найперспективніших напрямів соціально-економічного розвитку країн, регіонів, міст.

Туризм як спосіб відпочинку та галузь економіки активно розвивається останні 150 років. Нове століття та тисячоліття принесло і сюди свої революційні зміни – нові технології та нові тренди. В результаті аналізу цих процесів було виділено такі сучасні тенденції та тренди в туризмі, які нині займають провідне місце у його розвитку:

1. Сталий туризм.

Такий вид туризму передбачає відповідальне ставлення до культурної та природної спадщини задля їх збереження для наступних поколінь. Для цього уникаємо надмірної експлуатації історичних та природних об'єктів, яким дуже шкодить масовий туризм [3].

2. Активний відпочинок приходить на зміну «пасивному».

Ще 20-30 років тому відпочинок асоціювався переважно з морем. Лише поодинокі ентузіасти використовували свою відпустку для походів або катання на лижах. Це можна зрозуміти, адже частка тих, хто працював фізично, була значно більшою. У наш час більшість потенційних туристів повсякденно завантажені розумовою діяльністю, тому на відпочинку потребують більше рухливої активності. Саме тому у світі постійно зростає популярність походів, веломандрівок, рафтингу тощо [3].

3. Креативний відпочинок.

XXI століття ознаменувалося ще й виокремленням та кількісним зростанням так званого креативного класу – науковців, митців, дизайнерів, інженерів, тобто тих, чия діяльність полягає у створенні незвичайних новинок у різних сферах економіки та культури. Оскільки їхня робота вимагає творчого мислення та здатності до нешаблонного вирішення завдань, такі фахівці на відпочинку часто потребують нових якісних вражень для відволікання від розумової діяльності. Для таких клієнтів туроператори часто пропонують насичені програми, де можуть поєднуватись декілька видів дозвілля – цікаві інтерактивні екскурсії, гастрономія, фізичні активності, спа-релаксація тощо [2].

4. Інтерактивність.

Турист бажає бути активно залученим у події. Не просто побачити, як створюються вироби мистецтва, але й помайструвати щось власними руками.

Не тільки скуштувати місцеву кухню, але й навчитись готувати такі страви власноруч.

5. Автентичність.

Турист став вимогливішим і до якості місцевого культурного продукту. Він шукає унікальності та автентичності. Для цього йому важливо представити вже не просто національну культуру, а саме регіональну. Все частіше приваблюють туристів унікальні, цікаві, химерні та навіть небезпечні місця [2].

6. Розвиток внутрішнього туризму.

У багатьох країнах, у тому числі, і в Україні, можна спостерігати різке збільшення потоків внутрішнього туризму. Останніми роками це було спричинено післяреволюційним сплеском патріотизму та економічною ситуацією, а також на сучасний міжнародний туризм вплинула пандемія, яка стала причиною збільшення внутрішнього туризму.

7. Зелений туризм.

Наступний тренд – це відпочинок у сільській місцевості або на природі. У розвинутих країнах вже понад 70% населення проживає у містах. Урбанізація, з одного боку, несе нам блага цивілізації та можливості для кар'єрного зростання, а, з іншого, шкодить здоров'ю стресовим середовищем, звуковим та візуальним шумом, забрудненим повітрям тощо. Під час відпустки багато міських жителів прагнуть зануритись у життя на селі або стати ближче до природи [1, с.134].

8. Самостійні подорожі.

Сучасні туристи, озброєні практичними порадами й інтернетом, самостійно планують подорожі, бронюють готелі, замовляють індивідуальні екскурсії. Їм хочеться побачити більше, ніж пропонують класичні програми [2].

9. Штучний інтелект.

Штучний інтелект набуває усе більшого значення для туристичної галузі. Технологія машинного навчання тепер міцно закріпилася в маркетингу туристичного сектору, він допомагає персоналізувати досвід пошуку та бронювання турів та поїздок. Штучний інтелект також стає все більш цінним у таких контекстах, як визначення ймовірних потреб гостя і підлаштування готельного номера у відповідності до цих уподобань.

Отже, туризм не стоїть на місці, а постійно розвивається, з'являються нові види туризму. Ми живемо у період епохи покоління Z, смартфонів, соціальних мереж, вебкарт та Інтернет-путівників, тож варіантів для подорожей за сучасних умов є безліч. Відстані для сучасного туриста вже не стають особливою перешкодою для подорожей. Технологічні інновації, комунікації між людьми по всьому світу, зростаючий попит на нові враження, на відкриття нових горизонтів і туристичних дестинацій спонукають до принципово нових проєктів у туризмі.

Список використаних джерел:

1. Бабкин А.В. Специализированные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.
2. Туризм 2020 – тренди, які неможливо було уявити 20 років тому. <http://surl.li/wtbb>
3. Туристичні тренди 2020. URL: <https://zaporizhzhia.city/news/turisticni-trendi-2020>