

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Сучасний туристичний ринок вимагає постійного розвитку та інновацій, спрямованих на створення унікального та привабливого туристичного продукту. Пандемія COVID-19 викликала зміну у перевагах та поведінці туристів. Безпека, здоров'я та гігієна стали основними пріоритетами при виборі напрямку та видів відпочинку. В результаті зростає популярність екологічного туризму, з'являються нові формати туристичних послуг, такі як віртуальні тури та віддалена подорож. Загалом пандемія COVID-19 має серйозний та довгостроковий вплив на сучасний розвиток світового туризму, призводячи до змін у перевагах та поведінці туристів, а також викликаючи перерозподіл туристичних потоків та труднощів фінансового характеру у цій сфері.

American Express Travel опублікував свій Звіт про глобальні тенденції подорожей у 2023 році, у якому висвітлено чотири глобальні тенденції, які надихають людей подорожувати цього року:

- поява «Set-Jetting»: популярні фільми, телешоу та соціальні мережі надихають людей подорожувати до місць, які вони бачать на екрані, як-то Італія, Париж, Єллоустоун чи Лондон;

- смачні місця: від найкращих ресторанів до місцевих фаворитів і кулінарних курсів – люди обирають наступний напрямок залежно від того, що вони будуть їсти;

- хвиля оздоровлення: відновлювальні відпустки зростають, оскільки мандрівники надають пріоритет самообслуговуванню, а також своєму психічному та фізичному здоров'ю;

- подорожі невідомими шляхами: мандрівники хочуть відкрити приховані перлини та підтримати місцеву громаду, коли вони відвідують [1].

На основі глобального опитування експертів із туризму ЮНВТО, проведеного у вересні 2023 року було визначено, що відновлення міжнародного туризму на допандемійний рівень (2019 р.) вважають вже досягненим 27% експертів, очікують вже в цьому році 15%, в 2024 році – 37%, а у 2025 році – 21% експертів. Але на шляху повного відновлення туризму стоять певні фактори. На основі онлайн-опитування групи експертів з туризму ЮНВТО (вересень 2023 р.), було визначено основні фактори, які впливають на відновлення міжнародного туризму [2] (див. табл. 1).

Тобто, у найближчому майбутньому, коли дороги стануть безпечними і обмеження подорожей знімуться, можна очікувати різкого зростання міжнародного туризму як в світі, так і в Україні. Це буде не просто відродження допандемійного рівня, а й новий золотий час для індустрії туризму. Враження, які запам'ятовуються, культурний обмін та можливість побачити світ знову надихають людей і штовхають їх до подорожей. Тому професіонали у цій галузі мають особливу відповідальність щодо забезпечення мандрівникам незабутні та безпечні насамперед враження. Від створення привабливих презентацій до ретельної підготовки маршрутів та забезпечення комфорту кожен аспект має бути продуманий з особливою ретельністю та увагою до деталей. Метою є не лише запрошення людей до подорожі, а й створення незабутніх вражень, які вони обговорюватимуть ще довгий час після повернення з подорожі. Крім того, за прогнозами очікується швидке зростання сфери подорожей завдяки впровадженню технологій штучного інтелекту в туристичній індустрії (на 46% до 2024 року включно).

Таблиця 1 – Основні фактори впливу на відновлення міжнародного туризму

Фактори впливу	Вплив (у%)
Економічне середовище	76%
Вищі витрати на транспорт та проживання	69%
Обмеження на подорожі	28%
Російсько-українська війна	27%
Низька довіра споживачів	20%
Скасування рейсів	18%
Брак кваліфікованих кадрів	13%
Пандемія/нерівномірне впровадження вакцини	11%

Тому можна зробити висновок про те, що після пандемії COVID-19 туризм продовжуватиме свій розвиток, але спостерігатимуться зміни у перевагах та поведінці туристів. Деякі з основних факторів та тенденцій, які можуть вплинути на розвиток туризму у майбутньому, включають:

- здоров'я та безпека: після пандемії туристи орієнтуватимуться на суворе дотримання заходів безпеки та гігієни під час подорожей. Компанії та установи у туристичній галузі повинні будуть вживати відповідних заходів для забезпечення безпеки своїх клієнтів;

- місцевий та ближній туризм: можливо, туристи будуть віддавати перевагу подорожам всередині своєї країни або в найближчі регіони, уникаючи далеких та міжнародних поїздок. Це може призвести до збільшення попиту на місцевий туризм та розвитку внутрішнього ринку;

– стійкий туризм: пандемія показала, наскільки важливо зберігати природу та поважати культурні цінності місць, які відвідують туристи. Тому стійкий туризм, який враховує екологічні та соціальні аспекти, може стати популярнішим;

– цифровий туризм: використання цифрових технологій та онлайн-платформ для планування та бронювання подорожей стане ще більш поширеним після пандемії. Туристи можуть віддавати перевагу контакту з мінімальною кількістю людей і вибирати онлайн-опції для своїх туристичних потреб;

– підвищений попит на природні та відкриті простори: туристи можуть віддавати перевагу відпочинку в природних парках, на пляжах та інших відкритих просторах, де є можливість підтримувати фізичну дистанцію та насолоджуватися свіжим повітрям;

– гнучкість та скасування бронювання: клієнти можуть ставати більш вимогливими до гнучкості умов бронювання, оскільки пандемія показала, що плани можуть змінюватись раптово. Гнучкі умови бронювання та можливість скасування можуть стати ключовими факторами для туристичних компаній.

Це лише деякі з факторів та тенденцій, які можуть вплинути на розвиток туризму у майбутньому періоді. Важливо відзначити, що ситуація може змінюватись і піддаватися впливу інших факторів залежно від можливого розвитку самої пандемії та заходів, які вживають уряди різних країн. Глобальні тенденції формують очікування та переваги туристів, і Україна також має адаптуватися до них, розвиваючи свої унікальні переваги та пропонуючи якісні туристичні продукти та послуги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 2023 Global Travel Trends Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/Global-Travel-Trends>. (дата звернення: 08.04.2024). – Назва з екрана.

2. UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/>. (дата звернення: 08.04.2024). – Назва з екрана.