

Дудяк Р. П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму
Львівського державного аграрного університету
Гошко О. Й.
викладач кафедри управління
та організаційного розвитку
Українського католицького університету

Dudiak R. P.
PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Tourism
Lviv State Agrarian University
Hoshko O. Y.
Teacher of the Department of Management
and Organizational Development
Ukrainian Catholic University

ПРОГНОЗНІ ТРЕНДИ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Анотація. У статті наведено прогностичні тренди розвитку туризму, що притаманні йому на світовому рівні в умовах глобалізації, основними з яких є зростання туристичних потоків, підвищення вимог до якості надаваних послуг та зміни у спрямованості туристичних послуг, зростання різноманітності туристичних продуктів, використання сучасних інформаційних технологій під час надання туристичних послуг.

Ключові слова: туризм, тренди розвитку, глобалізація, туристичні послуги.

Вступ та постановка проблеми. За останні роки у світі відбулися суттєві зміни у розвитку туризму і в основних тенденціях на туристичному ринку. XX століття принесло найбільші зміни в історії людства, пов'язані з розвитком цивілізації – збільшенням достатку та обізнаності суспільства, зміною способу життя та умов праці, розвитком транспортних засобів, зміною способів та мотивації проведення вільного часу. Туризм є «феноменом нашого часу», оскільки за короткий період він став:

- активним чинником соціально-економічного розвитку;
- сталим елементом у переліку потреб сучасної людини та її сім'ї;
- динамічною сферою економіки з постійною тенденцією до зростання з боку як попиту, так і пропозиції;
- стимулом для зростання інших сфер діяльності, пов'язаних із наданням туристичних послуг та активізацією міст і цілих регіонів;
- постійною складовою частиною державної політики та міжнародного співробітництва.

Туристична галузь і зараз дуже динамічно розвивається. Ці зміни напряму зв'язані з поведінкою користувачів туристичних послуг. Особливо яскраво відображені ці зміни у формуванні попиту і пропозиції, оскільки спостерігається зацікавлення активними формами пізнання світу. Зацікавлення у відпочинку за відомою формулою трьох «S» (sun, sea, sand – сонце, море, пісок) падає, зростає цікавість до активних форм проведення вільного часу.

Відбувається поступовий перехід від масового до індивідуального туризму, для якого характерні різноманітні та специфічні потреби, які викликані необхідністю підтримувати фізичний та психічний стан, практикувати хобі та відчувати сильні враження. Масові терористичні акти спричинили зміни у виборі туристичних маршрутів. Спостерігається також зростання важливості такого фактора, як власна безпека і хороше самопочуття під час подорожі.

Зростає також потреба в інших різновидах кваліфікованого та спеціалізованого туризму.

Зростає значення екології, і ця тенденція спричиняє зацікавлення туризмом у сільських та лісових районах. Сільський туризм та агротуризм стають все більш популярними як серед турсервісів, так і серед туристів, а екотуризм вже сьогодні стає основною індустрією туризму в Європі та світі.

Зростає попит на туризм у вихідні та спостерігається подальше зростання кількості ділових поїздок та програмного туризму. Водночас європейський туристичний ринок генерує найбільшу кількість туристів, саме тому тенденції та мотивації цієї категорії туристів є визначальним чинником у розвитку вітчизняних туристичних послуг.

Усі ці зміни суттєво впливають на попит та пропозицію на ринку туристичних послуг.

Прогноз глобальних змін у поведінці потенційних споживачів на ринку туристичних продуктів дасть можливість створити нові моделі співпраці та нові туристичні пропозиції, які користуватимуться попитом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сучасних умов здійснення туристичної діяльності, управління нею присвятили свої наукові праці такі вчені, як М.Г. Бойко [1], С.В. Мельниченко [2], Г.І. Михайличенко [3], Т.І. Ткаченко [4], Л.М. Шульгіна [5] та ін. Їхні праці стали вагомим внеском у теорію менеджменту туризму. Більшість робіт присвячена дослідженню проблем управління туристичною галуззю, туристичними підприємствами. Проте кількість публікацій з визначення основних тенденцій, що склалися в сучасних умовах, обмежена. Це пов'язано з їх мінливістю, яка зумовлюється змінами в уподобаннях споживачів туристичних послуг, проявами економічних кризових явищ, перебігом політичних процесів, що пояснює актуальність і об'єктивну необхідність виявлення наявних тенденцій розвитку туризму та розроблення пропозицій щодо інформаційної підтримки туристичних підприємств відповідно до їх перебігу.

Врахування основних прогнозів щодо змін у туристичній галузі сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств, які надають туристичні послуги.

Мета статті – розглянути прогнозні тренди, які можуть вплинути на розвиток ринку туристичних послуг на найближчі роки. Це дасть можливість заздалегідь визначити необхідність створення нових туристичних продуктів та окреслити основні кроки змін для підприємств туристичної галузі.

Результати дослідження. За результатами звіту Європейської комісії з туризму розглянено прогнозні тренди, які слід враховувати під час створення пропозиції на ринку туристичних послуг. Встановлені тренди сприятимуть побудові якісних маркетингових стратегій та ефективним маркетинговим комунікаціям з обраними сегментами клієнтів.

На розвиток туристичної сфери суттєво впливають глобальні демографічні фактори, зокрема такий як старіння населення.

Старіння суспільства приводить до того, що в отриманні туристичних послуг будуть зацікавлені заможні споживачі старшого покоління. Це вимоглива група клієнтів, яка має вдосталь часу на подорожі, багато подорожує і подорожуватиме надалі. Слід зауважити, що це категорія клієнтів, яка вимагає високої якості сервісу та комплексу послуг. Найбільше зацікавлення цієї категорії користувачів туристичних послуг викликає оздоровчий туризм. Очікується, що до 2020 року 20% населення буде віком понад 65 років. Підвищення очікуваної тривалості життя та збільшення заможності цієї вікової групи матиме величезний вплив на формування попиту та пропозиції у туристичній сфері.

Суттєвий вплив на ринку туристичних послуг має сегмент споживачів віком 50–65 років. Це категорія осіб, які вільні від сімейних обов'язків і досить заможні та які шукають нових розваг і вражень.

Все більше значення туристи приділяють безпеці пересування та безпеці перебування. Вважається, що важливість цього фактора в умовах глобальної терористичної загрози ставатиме більшою. Спостереження показують, що найбільші терористичні акти суттєво впливають на кількість глобальних подорожей. Однак турбота про безпеку приводить до вибору більш близьких і доступних маршрутів. Тому безпека стає одним з основних чинників у процесі вибору маршруту подорожі. Безпека пересування вимагатиме додаткових пропозицій з боку туроператорів, таких як якісні послуги зі страхування.

Спостерігатиметься і надалі тенденція до скорочення часу, виділеного на відпочинок. В умовах невизначеності та змін на ринку праці і нових тенденцій (віддалена робота, інша модель відносин із працівниками) люди працюють більше, з меншим рівнем стабільності роботи, ніж раніше. Вони використовують короткі канікули, вибираючи маршрути з коротким часом доїзду/дольоту. Ця категорія споживачів туристичних послуг готова витратити більше грошей. Вони шукають місця, де могли б уникнути стресу. Розвиток економіки та технологій підсилить цю тенденцію. Тож очікується збільшення попиту на короткі, скомплектовані поїздки, що містять максимум розваг за короткий час і орієнтовані на потреби користувача.

Водночас зростають витрати на підвищення «рівня згадуваності» (на кілька відсотків). Це спричинено тим, що клієнти хочуть пережити особливий, неповторний досвід. Для цих груп користувачів туристичних послуг вже створені так звані пригодницькі тури: висококатегорійні туристські походи, кругосвітні подорожі на теплоході, африканське сафарі, полювання на верблюдах (Йемен,

Єгипет) і мотонартах (Фінляндія), підкорення гірських вершин, підводне полювання і різні експедиції.

Вважається, що цей сегмент клієнтів надалі суттєво зростатиме, тож варто розглядати різні можливості короткотривалих атрактивних програм для цієї категорії клієнтів.

Зростає рівень зацікавлення до туристичних програм, які є короткотривалими (наприклад, тури вихідного дня). Сюди можна віднести подорожі у святкові дні з розважально-пізнавальною програмою та пізнавальні маршрутні тури, а саме відвідування декількох міст і центрів пам'яток, побудоване у вигляді маршруту подорожі.

Водночас зростає усвідомлення необхідності здорового способу життя, і у зв'язку з цим збільшується попит на послуги, пов'язані з біологічним відновленням організму (створюється мода на спа-відпочинок, фабрики краси).

Модним стає активне проведення часу: спостерігається відмова від наявних споживчих звичок. Відвідувачі відмовляються від пасивних продуктів (наприклад, один тиждень залишатися в одному місці без додаткових атракцій), а вибирають ті, які забезпечують певні активності або зосереджуються лише на активному проведенні часу.

Зростає рівень усвідомлення того, що запобігання хворобам – це краще, ніж лікування, і тому зростає зацікавлення до оздоровлюючих подорожей. Цей тренд пов'язаний зі збільшенням кількості стресів в повсякденному житті та прагненням запобігти стресу. Сьогодні туристична галузь пропонує заняття спортом як засіб психологічної розрядки і підвищення життєвої активності. Зараз є тури, що дають змогу займатися у період відпустки такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися регулярно впродовж року. Це гірські лижі, теніс, гольф, планерний спорт, кінний, вітрильний спорт, серфінг, віндсерфінг, підводне плавання, сплав на байдарках і катамаранах тощо. Проте з появою нових методів запобігання стресу появлятимуться нові програми, які включатимуть оздоровчі процедури з оздоровчими видами спорту. Водночас існує потреба в освітніх програмах, які дозволять отримати нові знання під час відпочинку. Сьогодні пропонують такі послуги, як вивчення іноземних мов і розмовна практика, що передбачають щоденні заняття, а також інші види рекреаційних занять. Сюди входять навчання різних видів спорту і професійні програми навчання (менеджмент, економіка та ін.). Невелику групу становлять повчальні тури за інтересаи (кулінарія, астрономія та ін.). Враховуючи цей тренд, варто розглянути нові різновиди таких послуг і створити відповідну пропозицію.

Під час вибору туристичного маршруту все більшу роль відіграє орієнтація на отримання нових знань, отримання нового досвіду та пережиття сильних емоцій. Збільшується роль емоційних асоціацій, клієнт очікує отримати особливий вид досвіду. Найшвидше у світі розвивається попит на продукти природної та культурної спадщини (natural & cultural heritage).

Мотиви задоволення цікавості і підвищення культурного рівня користувачів туристичних послуг вирішуються в основному через пізнавальні тури по знаменитих містах, столицях, історичних і культурних центрах; у театральних тирах по знаменитих оперних залах, концертах і балетах; у літературних тирах по місцях дії відомих літературних творів та ін.

Прогнозується подальше зростання попиту на специфічні туристичні продукти, які містять елементи мистецтва, культури та історії. Тож відповідно зросте потреба в кращій і більш креативній передачі інформації, історичній інтерпретації та етнічному наближенні туристичної пропозиції до потенційного споживача.

У зв'язку з тим, що домогосподарства стають щоразу меншими, збільшується мобільність та зростає рівень освіченості користувачів туристичних послуг. Збільшується сегмент людей, які шукають нетривіальні пропозиції, що дозволяють їм задовольнити свою цікавість та отримати можливість зайнятися улюбленою справою. Вищий рівень освіти населення збільшуватиме бажання до подорожей та відкриття нових атракцій. Акцент на задоволення власних захоплень та зацікавлень зумовлює швидкий розвиток нішевого туризму, який пропонує туристичний продукт, адаптований до специфічних захоплень чи потреб (гольф-туризм, риболовля, санаторно-курортний туризм, спа-центри релаксації та відпочинку, ознайомлення з історико-культурною спадщиною). Особливий акцент робиться на «цінності за гроші», а саме «хороша ціна за хороший товар».

Надалі зростатиме значення Інтернету та його використання для отримання інформації, а також придбання туристичних послуг. Все частіше подорожі плануються індивідуально, без туристичних агентств. Цьому сприяє набагато кращий доступ до інформації і простота самостійного комплектування пакетів послуг, знижки на авіаквитки і зміни в схемах продажу та бажання втекти від організованих групових виїздів, які не дають достатньої інтимності та конфіденційності. У зв'язку з цим появляється тенденція до безпосереднього резервування поїздок, зокрема через веб-сайт, розвитку способів самостійного бронювання квитків і розміщення в готелі: все більше поїздок зарезервовано через Інтернет, який, таким чином, стає найважливішим джерелом інформації про туристичну пропозицію.

Зростання рівня використання туристами інформаційних та комунікаційних інструментів дає важливу інформацію для туристичної галузі щодо використання цих технік для маркетингових комунікацій та промоції.

Усвідомлення необхідності охорони навколишнього середовища буде продовжувати зростати. Це приводить до збільшення попиту на місця, де збалансований розвиток, у яких природа та місцеві жителі відіграють особливу роль у забезпеченні гостинності. Туристи будуть віддавати перевагу місцям, де місцеві мешканці охоче приймають їх, пропонують теплий прийом та домашні страви, приготувані згідно з місцевими традиціями, надають цікаву інформацію, пов'язану з історією та життям місцевої громади.

Демографія, частота та час проїзду, якість вимог до обслуговування, способи надання інформації та бронювання, витрати – ці та інші чинники повинні враховуватися під час планування розвитку інфраструктури та туристичних послуг.

Висновки. В Україні останнім часом кількість іноземних туристів зросла на 8%. Наприклад, за даними адміністрації Держприкордонслужби, за перше півріччя 2017 року до України в'їхало 6,3 млн туристів, тоді як за аналогічний період минулого року – всього 5,8 млн. В'їзний туризм значно сприяє розвитку економіки. У багатьох країнах він займає вагомому частину національного ВВП і становить близько 10%. Один із головних плюсів України – в тому, що її туристичні напрями неймовірно різноманітні: тут є гори, моря, різні санаторії, замки і пам'ятники архітектури. Ба більше, сьогодні практично у всіх областях, навіть там, де немає гір і моря, почали з'являтися нові туристичні продукти, такі, наприклад, як промисловий туризм на Сході України.

Проте для активно розвитку туризму потрібно врахувати всі тренди, які змінюють мотивацію і поведінкові мотиви користувачів туристичних послуг.

Ця інформація має стимулювати фірми, які надають туристичні послуги, внести зміни в наявні бізнес-моделі та розроблення нових послуг, налагодити відповідні до ключових категорій клієнтів канали комунікації, створити за допомогою технологій пропозиції, які дають можливість враховувати індивідуальні потреби туристів.

Список використаних джерел:

1. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі / М.Г. Бойко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 524 с.
2. Мельниченко С.В. Брендинг у туристичному бізнесі: теоретичні аспекти / С.В. Мельниченко, О.Г. Авдан / Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: монографія / Під ред. д.е.н., проф. Кизима М.О., к.е.н, проф. Єрмаченка В.Є. Х.: ВД «ІнЖЕК», 2012. С. 211–224.
3. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайличенко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
5. Шульгіна Л.М. Маркетингове управління туристичними підприємствами: монографія / Л.М. Шульгіна, М.Л. Ткешелашвілі. К.-Тернопіль: ТОВ «Видавництво Астон», 2011. 296 с.

ПРОГНОЗНЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье представлены прогнозные тенденции развития туризма на мировом уровне в условиях глобализации, основными из которых являются увеличение туристических потоков, повышение требований к качеству и изменения в направленности туристических услуг, рост разнообразия туристических продуктов, использование современных информационных технологий при предоставлении туристических услуг.

Ключевые слова: туризм, тренды развития, глобализация, туристические услуги.

FORECAST TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Summary. The article presents the forecast trends of tourism development at the world level under conditions of globalisation, the main of which are an increase of tourist flows, increase of requirements to quality, and changes in orientation of tourist services, growth of a diversity of tourist products, and use of modern information technologies when providing tourist services.

Key words: tourism, trends of development, globalisation, tourist services