

МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

В.М.Стамат, канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу, Миколаївський національний аграрний університет, м.Миколаїв, Україна

І. В. Нестерчук, здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету, Миколаївський національний аграрний університет, м.Миколаїв, Україна

Анотація: досліджено зміни у туристичній діяльності, пов'язані з появою нових маркетингових трендів. Проаналізовано нові види туризму: гастротуризм, еко-подорожі, каршерінг, подорож наодинці, відвідування малознайомих місць.

Ключові слова: туризм, споживачі, тренди туристичного бізнесу, подорож, туристи.

Однією з найбільш вагомих галузей економіки є туристичний бізнес. Туризм настільки вдосконалився та був розвинений за період свого існування, що перетворився на потужну і трендову індустрію, активно ввійшовши в життя різних за розвитком країн. У більшості країн світу туристична галузь є провідною

в економіці, що впливає на економічні показники країни, у результаті чого вони збільшуються та показують позитивну тенденцію приросту.

Науково-технічний прогрес постійно розвивається: те, що було раніше, виходить із моди і, наразі з'являються нові напрямки, послуги та тренди, на які попит споживачів щодня збільшується. Головне, чим керується споживач при виборі нового продукту чи послуги, – потреби та бажання, а кінцевий результат спрямований на їх задоволення.

З процесом цифровізації та діджиталізації туризм зазнав значних змін. Більшість послуг здебільше консультативного характеру надаються онлайн, що дуже зручно як для клієнтів, так і для організацій, фірм. З'являються нові види туризму залежно від потреб споживачів та їх бажань. У маркетингові стратегії включаються соціальні мережі, за допомогою яких легко розповсюдити будь-яку інформацію, просувати нові види послуг.

В умовах пандемії популярності набирає місцевий туризм, але не так сильно, як міжнародний. Все одно, кордони деяких країн відкриті і туристи бажають вирушити у подорож. За результатами наших досліджень, можемо виділити маркетингові тренди туристичної галузі.

Трендом на сьогодні є відвідування кількох локацій за одну подорож. Поїздка розрахована на кілька днів або вихідні, за період якої туристи відвідують декілька сусідніх країн аби довго не затримуватися в одному місті, побувавши в багатьох цікавих місцях [1,2].

Наразі популярності набирає не овертуризм, а відвідування мандрівниками місць, про які мало хто знає. Потрапити на місцевий пляж, прогулятись по тихих малолюдних вулицях та двориках, а не біля визначної пам'ятки та маси туристів довкола неї. Турист насолоджується справжнім та незіпсованим колоритом міста, природи, до якої не дібрався натовп та не виклав у всіх соціальних мережах [1].

Вже непопулярним стає те, аби встигнути за вихідні максимально швидко відвідати значну кількість туристичних точок. Найважливіше зараз – відчувати свою подорож, отримавши вдосталь вражень та яскравих незабутніх емоцій. У швидкому русі мандрівник не отримає максимум користі від подорожі, і не зможе

насолодитися моментом, чудовими краєвидами та пейзажами. Саме тому повільний туризм допомагає звернути увагу на ті деталі, на які туристи не звертають уваги і подарувати нові враження від поїздки [1,2].

Досить багато туристів бажають не просто подорожувати, а відчувати себе у ролі місцевих жителів, адже так краще передається дух міста, яке вони обрали. В цій ситуації пропонується місцевий досвід, де турист поринає у їх спосіб життя, як наприклад, неспішно поснідати, почитати газету або випити каву на веранді, піти на ринок купити продукти, відвідати різного роду фестивалі [1].

На теперішній час найголовнішим трендом є турбота про екологію. Ця тенденція простежується у всіх сферах діяльності, і навіть у туризмі. Мандрівникам туристична фірма може запропонувати еко-подорож. Авіаперельоти відходять на задній план, все більшої популярності набирають електрокари або каршерінги (короткострокова оренда автомобіля). Також все більше туристи обирають готелі та апартаменти з перероблених матеріалів, або розташовані серед дикої природи, харчуватися екологічно чистими та органічними продуктами [1].

Можна також подорожувати одному, це досить актуально на сьогодні. Мандрівник вирушає у подорож один, де йому ніхто не заважає. Це допомагає переосмислити своє життя та цінності, відновити життєвий баланс, духовний та фізичний зв'язок, не потрібно ні під кого підлаштовуватися. Після мандрівки формується новий погляд на буденні та звичні справи, відбувається «перезапуск» мозку, який сприяє новим досягненням та плідній праці на робочому місці [2].

Ще одним маркетинговим трендом наразі є гастротуризм, коли мандрівники ознайомлюються та дегустують національні страви країн. Це екскурсії, гастрофестивалі, знайомство з історією місцевої кухні, яке відбувається з участю у приготуванні традиційних страв. Адже найголовніше що відрізняє одну країну від інших – її національна кухня, яка є неповторною і смачною [3].

Отже, якщо турист бажає вирушити у подорож, для нього є багато варіантів, де і як вона пройде. Адже на теперішній час туристичні фірми продовжують розвиватися і пропонувати нові види туризму залежно від бажань клієнтів.

Головне, не розгубитися серед такого розмаїття та вибрати той вид туризму, який задовільнить бажання споживача туристичних послуг та принесе йому нові враження. Вдалий відпочинок – це коли повертаєшся додому з неймовірним натхненням втілювати у життя нові ідеї.

Література:

1. Офіційний портал страхової компанії UKASKO. URL : <https://ukasko.ua/uk/blog/golovni-trendi-turizmu-v-2020> (дата звернення 15.10.2021)
2. Офіційний сайт порталу Mind.ua. URL : <https://mind.ua/publications/20208210-turizm-2020-trendi-yaki-nemozhливо-bulo-uyaviti-20-rokiv-tomu> (дата звернення 15.10.2021)
3. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf (дата звернення 15.10.2021)

Abstract: *changes in tourism related to the emergence of new marketing trends are studied. New types of tourism are analyzed: gastrotourism, eco-travel, car-sharing, traveling alone, visiting unfamiliar places.*

Keywords: *tourism, consumers, trends in tourism business, travel, tourists.*