

ТРЕНДИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ У 2019 РОЦІ

The study analyzed the trends of the tourism industry of Ukraine. Technological innovations have found that active communication between people around the world is improving and the demand for new experiences is increasing

Згідно з дослідженням туризму в 2018 році компанією TrekkSoft, 39% учасників відзначили, що бронювання в останню хвилину було загальною тенденцією для їх бізнесу [1]. Бронювання турів і заходів, які тривають від 1 до 3 годин, зазвичай проводиться в місці призначення або безпосередньо перед прибуттям. Така тенденція ускладнить роботу туроператорами в плануванні ресурсів і персоналу заздалегідь. Для компенсації труднощі важливий сильний маркетинг, партнерство (з місцевими гідами і т.д.) і доступність в реальному часі (наприклад, в соціальних мережах або по телефону). Подорожі заради вражень було одним з головних трендів 2018 року, в 2019 році цей тренд буде ще більш актуальним. Питання «чому зайнятися» стане таким же важливим, як «куди поїхати». Майже для 60% опитаних мандрівників враження виявилися важливішими матеріальних благ [2]. Потребуваність і популярність екологічних турів Екологічні тури - це найпопулярніші тури, пропоновані багатьма туроператорами, згідно з проведеним опитуванням TrekkSoft [1]. Найчастіше за все це незвичайні тури, що дають той самий uniqueexperience, які навчають, надають інформацію про конкретному регіоні і про те, як можна вирішувати існуючі екологічні проблеми.

Згідно з опитуванням Booking.com, 86% туристів готові співпрацювати з організаціями, що займаються зменшенням згубного впливу їх поїздки на навколишнє середовище - будь то прибирання пляжів або відмову на час відпустки від автомобіля [2]. Пішохідні екскурсії як і раніше залишаються популярними серед мандрівників, які приїжджають куди-небудь вперше. це відмінна можливість познайомитися з містом / місцем, зустрітися з іншими мандрівниками і отримати відповіді на питання від місцевого туристичного експерта (destination expert) [1].

Згідно з дослідженням ринку туристичної індустрії ADI (AdobeDigitalInsights), в даний час 41% бізнес поїздки і 60% подорожей у вільний час (leisuretravel) відбуваються в режимі онлайн [3]. Google провів дослідження з PhocusWright в 2018 році, щоб з'ясувати, як мобільні телефони використовуються потенційними мандрівниками. Результати цього дослідження підтвердили, що вибір місць призначення, готелів і авіаквитків на мобільному пристрої тепер є таким же звичайним явищем для користувачів, як і онлайн-покупки. Важливо також зазначити, що дедалі більша частка поїздки бронюється онлайн саме з телефону, а не з комп'ютера, про що свідчать цифри: в період з 2017 по 2018 рік частка мобільних замовлень збільшилася з 51,5% до 56,7% [3].

У 2019, згідно з даними звіту Booking.com, ми ймовірно побачимо стрімкі зміни у ставленні до подорожі як до продукту. Звичні путівники поступляться місцем ємного, максимально актуальному контенту, який легко вміститься в новинних стрічках мандрівників. Третина опитаних (34%) хотіли б одержувати готові персональні рекомендації про подорожі, а 41% учасників дослідження хотіли б, щоб туристичні бренди впроваджували такі технології, як штучний інтелект і пропонували варіанти на основі аналізу минулих подорожей.

Більше половини (52%) респондентів зацікавлені в технологічних інноваціях (наприклад, цифрових туристичних гідів), які допоможуть зробити враження від поїздки дійсно унікальними [2]. посиляться роль впливових людей (influencers). Як заявив TripAdvisor, скоро на сайті будуть додані професійні відгуки, які будуть написані впливовими людьми, що мають велике охоплення на своїх сайтах і в соціальних мережах, або тих, хто працює в надійних виданнях, включаючи National Geographic, Business Insider і theTravel Channel [5].

Як висновок можна процитувати Пепайна Рейверса, директора по маркетингу Booking.com: «2019 рік має стати поворотним в сфері подорожей. Технологічні інновації, активні комунікації між людьми по всьому світу і зростаючий попит на нові враження - все це готує нас до принципово новим проектам і висот»[2]. У людей з'являється все більше можливостей подорожувати, ускладнюються мотиви і критерії подорожей (екологічність, волонтерство, пошук незвичайного досвіду і вражень), з'являється все більше цікавих travel-платформ, а організація поїздки йде в онлайн. Одне залишається незмінним - любов до подорожей і прагнення до дослідження різних куточків планети.

Список використаних джерел:

1. TrekkSoft Travel Trends Report 2019 Travel - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.trekksoft.com/en/academy/ebooks/travel-trends-2019>
2. Booking.com представляє 8 трендів у сфері подорожей в 2019 році- [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://news.booking.com/Bookingcom--представляет-трендов-в-сфере-путешествий-в-году>.
3. Офіційний сайт Національної туристичної організації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ntoukraine.org>
4. Квітка С.А. Форсайт як технологія проектування майбутнього: новітні механізми взаємодії публічної влади, бізнесу та громадянського суспільства. Аспекти публічного управління. 2017. № 8 (34). С. 5–15.
5. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан та перспективи розвитку: Матеріали Всеукр. студ. конф., 22-23 лютого 2011 р. К., 2016. 251 с