

УДК 911.9:332.1

Ляшенко Дар'я Юріївна

*магістр спеціальності 242 Туризм і рекреація
кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Liashenko Daria

*Master of the EP 242 Tourism and Recreation
Department of Tourism and Hospitality
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Покоłodна Марія Миколоївна

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Pokolodna Mariia

*PhD in Geography Science, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

ORCID: 0000-0003-1170-0881

Покоłodний Володимир Володимирович

*бакалавр спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Pokolodnyi Volodymyr

Bachelor of the Specialty 241 Hotel and Restaurant Business

Department of Tourism and Hospitality

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

ГЕОГРАФІЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ **GEOGRAPHY AND DEVELOPMENT TRENDS OF WORLD TOURISM**

***Анотація.** Вступ. Туризм виступає потужною галуззю світової економіки та отримав розвиток у всіх регіонах світу. Він справляє значний мультиплікативний ефект на розширення інших галузей господарства, підвищення добробуту місцевого населення та загальне регіональне зростання. Його економічна стійкість доводиться сучасними показниками розвитку попри численні негативні впливи, в тому числі, і глобальні кризові явища. Забезпечення стійкості туризму в цілому та раціональна організація роботи окремого туристського підприємства потребує постійного моніторингу цього багатогранного явища в багатьох аспектах. Найбільш важливими з яких виступають регіональні показники розвитку та пануючі тренди в різновидах, організації подорожей, обслуговуванні, мотивах та перевагах споживачів, що й обумовлює актуальність тематики даної публікації.*

***Мета.** Проведення регіональний аналіз сучасних показників розвитку світового туризму з урахуванням результатів відновлення після пандемійної ковідної кризи та узагальнення пануючих трендів в організації та проведенні туристичних подорожей на світовому ринку, для використання в діяльності туристичних підприємств щодо розробки інноваційних та актуальних туристичних пропозицій.*

***Матеріали і методи.** Матеріалами дослідження слугували: 1) статистичні збірки UNWTO – World Tourism Barometer; 2) публікації*

провідних світових туристичних сервісів Expedia, Vrbo, Amadeus, Hotels.com, готельних мереж, зокрема Hilton, туристичних видавництв та публікацій Travel Off Path, Lonely Planet, Traveldailynews.

В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: статистичного аналізу, в тому числі графоаналітичного (для характеристики та наочного представлення узагальнення результатів сучасного стану розвитку туризму в географічних туристичних регіонах світу); аналізу та синтезу (для вивчення інформаційних джерел дослідження); теоретичного узагальнення та групування (для групування основних трендів в організації та проведенні туристичних подорожей та виокремлення найпопулярніших видів туризму); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. Аналіз основних трендів міжнародних туристських прибуттів починаючи з 2000 року відображає як стабільне зростання туристичних потоків, так і суттєві падіння викликані глобальними кризовими явищами. На основі проведеного аналізу були виокремлені VI періодів розвитку світового туризму з 2000 по 2024 рік. В даному дослідженні використовується розподіл світу на туристичні регіони прийнятий Всесвітньою туристичною організацією UNWTO. Але в цьому районуванні відсутній ще один континент – Антарктида, що на сьогоднішній день не є справедливим адже за останні 10 років він остаточно перетворився на самостійний туристичний регіон, з власним продуктом, інфраструктурою та сезонністю відвідування. В зв'язку з чим в статі проаналізовані кількість та склад відвідувачів Антарктиди за 2023-2024 роки. Наступним кроком аналізу був розподіл міжнародних туристів по регіонам світу в 2023 році: післяпандемійна ситуація в загальному вигляді не змінила вже існуючий порядок розподілу і локалізації світових туристичних потоків. Так на першому місці все одно залишається Європа проте доля її децю зменшилася і навіть не перевищує

50 % , як це було багато років поспіль. На другому місці Азія і Тихоокеанський регіон, який продовжує приймати майже 27 % світових туристів, на третьому місці Америка – 13,7 %, на четвертому Близький Схід – 6,4 % на п'ятому Африка – 4,8%. Також був проаналізований розподіл міжнародних туристів по субрегіонам світу (в Європі лідером є Південна Європа, в азіатсько-Тихоокеанському регіоні два субрегіони мають практично однакові показники – це Північно-Східна та Південно-Східна Азія, в Америці – Північна Америка, в Африці – Субсахара Африка). Також проведений аналіз держав-лідерів по витратах їх громадян на туризм – лідером по витратах на туризм виявляється Китай зі значним відривом від нього йдуть США, далі приблизно на одному рівні Німеччина та Великобританія. В статті узагальнені і коротко охарактеризовані провідні туристичні тренди і тенденції післяпандемійних років і ті які будуть актуальні в найближчому майбутньому, зокрема наступні: Відокремлення подорожування і відпочинку; Провідний мотив до подорожування – покращення психічного здоров'я та самопізнання; Вибір маршрутів, закладів, дестинацій орієнтований на потреби дітей; відмова від проведення відпусток у традиційних літніх напрямках в сезон через високі температури або так звана тенденція Coolcationing – Охолодження; Відвідування Detour Destinations; Goods Getaways; Відновлення інтересу до типу організації відпочинку по системі «все включено»; Подорожі в стилі JOMO; Plan-free travel; Відвідування природних дестинацій з метою «полювання за природними явищами» ; «Поїздки в один клік»; Soft Travel; Slow Travel; Silent travel; Multi-Generation travel; Skip-gen travel; Sleep tourism; Відпочинок по типу Huckle-Durkling; Подорожі повернення у дитинство; Туристичний синдром FOMO; вірусний тренд «Travel Girl Math»; Високотехнологічні подорожі; Подорожі типу «цифровий детокс»; Використання криптовалют; Використання III.

Перспективи. Наведений перелік тенденцій та трендів не претендує на виключну повноту та об'єктивність, що обумовлює необхідність продовження розвідок у даному напрямку.

Ключові слова: *регіон туристичний, тенденція туристична, тренд туристичний, туризм, туристичний потік*

Summary. *Introduction. Tourism is a powerful branch of the world economy and has developed in all regions of the world. It has a significant multiplier effect on the expansion of other branches of the economy, improving the welfare of the local population and overall regional growth. Its economic stability is proven by modern indicators of development despite numerous negative influences, including global crisis phenomena. Ensuring the sustainability of tourism as a whole and the rational organization of the work of a separate tourist enterprise requires constant monitoring of this multifaceted phenomenon in many aspects. The most important of which are regional indicators of development and prevailing trends in varieties, organization of travel, service, motives and preferences of consumers, which determines the relevance of the topic of this publication.*

Goal. Conducting a regional analysis of modern indicators of the development of world tourism, taking into account the results of recovery after the pandemic covid crisis and summarizing the prevailing trends in the organization and conduct of tourist trips on the world market, for use in the activities of tourist enterprises for the development of innovative and relevant tourist offers.

Materials and methods. The research materials were: 1) statistical collections of UNWTO – World Tourism Barometer; 2) publications of the world's leading travel services Expedia, Vrbo, Amadeus, Hotels.com, hotel chains, including Hilton, travel publishers and guides Travel Off Path, Lonely Planet, Traveldailynews.

In the process of carrying out the research, the following scientific methods were used: statistical analysis, including grapho-analytical (for the characterization and visual representation of the generalization of the results of the current state of tourism development in the geographic tourist regions of the world); analysis and synthesis (for studying information sources of research); theoretical generalization and grouping (for grouping the main trends in the organization and conduct of tourist trips and highlighting the most popular types of tourism); logical generalization of results (formulation of conclusions).

The results. The analysis of the main trends of international tourist arrivals since 2000 reflects both the stable growth of tourist flows and significant drops caused by global crisis phenomena. Based on the analysis, VI periods of the development of world tourism from 2000 to 2024 were identified. This study uses the division of the world into tourist regions adopted by the World Tourism Organization UNWTO. But in this zoning, one more continent is missing – Antarctica, which today is not fair because over the last 10 years it has finally turned into an independent tourist region, with its own product, infrastructure and seasonality of visits. In connection with this, the article analyzes the number and composition of visitors to Antarctica for 2023-2024. The next step of the analysis was the distribution of international tourists by world region in 2023: the post-pandemic situation in general did not change the already existing order of distribution and localization of world tourist flows. So Europe still remains in the first place, but its share has decreased somewhat and does not even exceed 50%, as it was for many years in a row. In second place is Asia and the Pacific region, which continues to receive almost 27% of world tourists, in third place is America – 13.7%, in fourth place is the Middle East – 6.4%, in fifth place is Africa – 4.8%. The distribution of international tourists by subregions of the world was also analyzed (in Europe, Southern Europe is the leader, in the Asia-Pacific region, two subregions have almost the same indicators – Northeast and Southeast Asia, in America – North America, in

Africa – Sub-Saharan Africa). An analysis of the leading states in terms of their citizens' spending on tourism was also conducted – China is the leader in spending on tourism, followed by the United States by a significant margin, followed by Germany and Great Britain at approximately the same level. The article summarizes and briefly characterizes the leading tourist trends and tendencies of the post-pandemic years and those that will be relevant in the near future, in particular the following: Separation of travel and recreation; The leading motive for traveling is to improve mental health and self-knowledge; The choice of routes, institutions, destinations is focused on the needs of children; refusal to take vacations in traditional summer destinations in the season due to high temperatures or the so-called Coolcationing trend; Visiting Detour Destinations; Goods Getaways; Renewal of interest in the type of all-inclusive recreation organization; Travel in JOMO style; Plan-free travel; Visiting natural destinations for the purpose of "hunting for natural phenomena"; "Trips in one click"; Soft Travel; Slow Travel; Silent travel; Multi-Generation travel; Skip-gen travel; Sleep tourism; Rest on the Huckle-Durkling type; Journeys back to childhood; Tourist FOMO syndrome; the viral trend "Travel Girl Math"; High-tech travel; Travels of the "digital detox" type; Use of cryptocurrencies; Using AI.

Prospects. The given list of tendencies and trends does not claim to be exclusively complete and objective, which makes it necessary to continue exploration in this direction.

Key words: *tourist region, tourist trend, tourist trend, tourism, tourist flow.*

Постановка проблеми. Туризм виступає потужною галуззю світової економіки та отримав розвиток у всіх регіонах світу. Він справляє значний мультиплікативний ефект на розширення інших галузей господарства, підвищення добробуту місцевого населення та загальне регіональне

зростання. Його економічна стійкість доводиться сучасними показниками розвитку попре численні негативні впливи, в тому числі, і глобальні кризові явища. Забезпечення стійкості туризму в цілому та раціональна організація роботи окремого туристського підприємства потребує постійного моніторингу цього багатогранного явища в багатьох аспектах. Найбільш важливими з яких виступають регіональні показники розвитку та пануючі тренди в різновидах, організації подорожей, обслуговуванні, мотивах та перевагах споживачів, що й обумовлює актуальність тематики даної публікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Провідний внесок у статичний облік світових показників туризму має Всесвітня Туристична Організація (UNWTO), яка публікує щорічні та квартальні звіти про ключові показники розвитку в загальносвітовому та регіональному розрізах, конкретно вданому дослідженні були використані результати збірки World Tourism Barometer за травень 2024 року [1]. Питанням вивчення туристичних трендів приділяється значна увага як з боку окремих дослідників так і значних гравців туристичного ринку. Зокрема варто відзначити підготовлений звіт по результатам опитування проведений корпорацією Hilton – «2025 Hilton Trends Report» щодо характеристики тенденції проведення відпусток, виокремленню типів мандрівників та переважаючих тематик подорожування [2]. Дослідженням найбільших туристичних трендів 2024 року присвячена публікація Сари Аллард у електронному журналі «*Condé Nast Traveler*» яке презентує найбільші 20 тенденцій [3]. «Unpack» – масштабне дослідження, яке проводиться компанією Expedia Group яке висвітлює результати опитування щодо мотивації та бажаних напрямів подорожування мандрівників [4; 5]. Різноманітні топові списики туристичних напрямів/курортів/дестинацій регулярно публікуються електронними

тематичними туристськими виданнями Timeout [6; 7], Lonely Planet [8], Traveldailynews [9].

Метою статті є регіональний аналіз сучасних показників розвитку світового туризму з урахуванням результатів відновлення після пандемійної ковідної кризи та узагальнення пануючих трендів в організації та проведенні туристичних подорожей на світовому ринку, для використання в діяльності туристичних підприємств щодо розробки інноваційних та актуальних туристичних пропозицій.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження слугували: 1) статистичні збірки UNWTO – World Tourism Barometer; 2) публікації провідних світових туристичних сервісів Expedia, Vrbo, Hotels.com, готельних мереж, зокрема Hilton, туристичних видавництв та путівників Travel Off Path, Lonely Planet, Traveldailynews, Timeout.

В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: статистичного аналізу, в тому числі графоаналітичного (для характеристики та наочного представлення узагальнення результатів сучасного стану розвитку туризму в географічних туристичних регіонах світу); аналізу та синтезу (для вивчення інформаційних джерел дослідження); теоретичного узагальнення та групування (для групування основних трендів в організації та проведенні туристичних подорожей та виокремлення найпопулярніших видів туризму); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Виклад основного матеріалу. Аналіз основних трендів міжнародних туристських прибуттів починаючи з 2000 року відображає як стабільне зростання туристичних потоків, так і суттєві падіння викликані глобальними кризовими явищами. Аналіз даних дозволяє виокремити ключові фактори, що впливали на зміну кількості туристів у різні роки. В дослідженні виокремлені декілька періодів які характеризувалися

відповідними динаміками зазначених показників, які узагальнено представлені на рис. 1.



Рис. 1. Періоди розвитку світового туризму з 2000 по 2024 рік

Джерело: узагальнено авторами на основі [1]

I. Період зростання (2000-2003 рр). Напочатку 2000-х років міжнародний туризм демонстрував стабільне зростання, зокрема завдяки глобалізації, покращенню транспортної інфраструктури та активній популяризації подорожей. Міжнародні туристичні прибуття постійно зростали, що відображається у стабільному збільшенні як кількості туристів (позначені синьою лінією), так і доходів від туризму (зелена лінія). Така динаміка свідчить про позитивний вплив економічних умов та розвитку туристичної галузі на глобальному рівні.

II. Криза SARS (2003 р.)

У 2003 році світ зіштовхнувся з глобальною епідемією SARS – атипової пневмонія, яка вкрай негативно вплинула на міжнародний туризм. На графіку спостерігається спад на 2,3 мільйони прибуттів (-0,3%) у порівнянні з попередніми роками. Це відображає загальну тенденцію скорочення подорожей під час спалаху вірусу, оскільки багато країн запровадили обмеження на пересування. Проте варто відзначити, що надходження від туризму в цей період все одно продовжували зростати і

збільшилися на 50 мільярдів доларів (+2%), що свідчить про підвищення середніх витрат туристів та їх концентрацію на більш дорогих напрямках. Після подолання SARS міжнародний туризм знову почав зростати. До 2008 року кількість прибуттів досягла піку на рівні понад 921 мільйон.

III. Глобальна економічна криза (2009 р.)

Наступним суттєвим падінням стала глобальна економічна криза 2008-2009 років. У 2009 році кількість міжнародних туристів знизилася на 35 мільйонів (-4%), а фінансові надходження впали на 79 мільярдів доларів (-4%). Це відображає глобальне скорочення доходів населення та зниження фінансових можливостей для подорожей. Багато туристів відмовилися від дорогих міжнародних поїздок на користь внутрішніх та інших більш доступних варіантів.

IV. Період відновлення (2009-2019 рр.)

Після кризи міжнародний туризм повернувся до позитивної динаміки, демонструючи стале зростання з 2010 до 2019 року. До 2019 року кількість прибуттів досягла рекордного рівня — 1,487 мільярдів туристів, а надходження від туризму також досягли свого піку. Цей період характеризується економічним зростанням у багатьох країнах, розвитком цифрових технологій, які спростили планування подорожей, та розширенням авіасполучень. Завдяки цьому туризм став доступнішим для широких мас населення, особливо з розвинених країн.

V. Пандемія COVID-19 (2020 р.)

2020 рік став роком найбільшого спаду у світовій туристичній галузі за останні десятиліття через пандемію COVID-19. Кількість міжнародних туристичних прибутків скоротилася на 1,1 мільярда осіб (-72%), а надходження впали на 930 мільярдів доларів США (-63%). Обмеження на подорожі, закриття кордонів та локдауни по всьому світу призвели до того, що туризм майже повністю зупинився. Пандемія також змінила структуру туристичних потоків, посиливши внутрішній туризм і знизивши

популярність далеких міжнародних подорожей.

VI. Відновлення після пандемії (2021-2023 рр.)

Починаючи з 2021 року, туризм почав поступово відновлюватися. У 2021 році галузь почала поступово відновлюватися. Кількість прибутків зросла до 559 мільйонів, що було суттєвим покращенням порівняно з 2020 роком, але ще далеким від довоєнних рівнів. У 2023 році спостерігається значний стрибок у кількості прибутків (1,300 мільйонів). Фінансові надходження в 2023 році навіть незначно перевищили рівень 2019 року, досягнувши 1,504 трильйонів доларів. Це свідчить про поступове повернення міжнародних подорожей до попередніх обсягів, проте з певними структурними змінами: зростання популярності нових напрямків і моделей подорожей, спрямованих на безпеку та стійкість.

В даному дослідженні використовується розподіл світу на туристичні регіони прийнятий Всесвітньою туристичною організацією UNWTO. Відповідно до якого світ розподіляється на:

- Америку субрегіонами: Північна, Центральна, Південна та Карибська Америки;
- Африка з субрегіонами Північна Африка та Африка південніше Сахари/Субсахара Африка;
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон, який складається з Північно-Східної Азії, Південно-Східної Азії, Південної Азії та Австралії і Океанії;
- Європейського туристського регіону, яким в своєму складі містить Північну, Південну, Західну, Східно-Середземноморську, Центральну та Східну Європейські туристичні субрегіони;
- Близький Схід.

В даному районуванні відсутній ще один континент – Антарктида, і це на сьогоднішній день не зовсім справедливо адже останні 10 років він остаточно перетворився на самостійний туристичний регіон, з власним продуктом, інфраструктурою та сезонністю відвідування. Проте статистка

по цьому регіону на подається в звітах UNWTO її можливо відстежити звернувшись до даних які опубліковані на сайті Міжнародної асоціації туроператорів Антарктики (ІААТО). ІААТО ретельно відстежує, аналізує та звітує про тенденції антарктичного туризму з 1991 року в рамках свого зобов'язання щодо ефективного самостійного управління діяльністю гостей у регіоні [10]. Кількість та склад відвідувачів Антарктиди за 2023-2024 роки представлені на рис. 2.

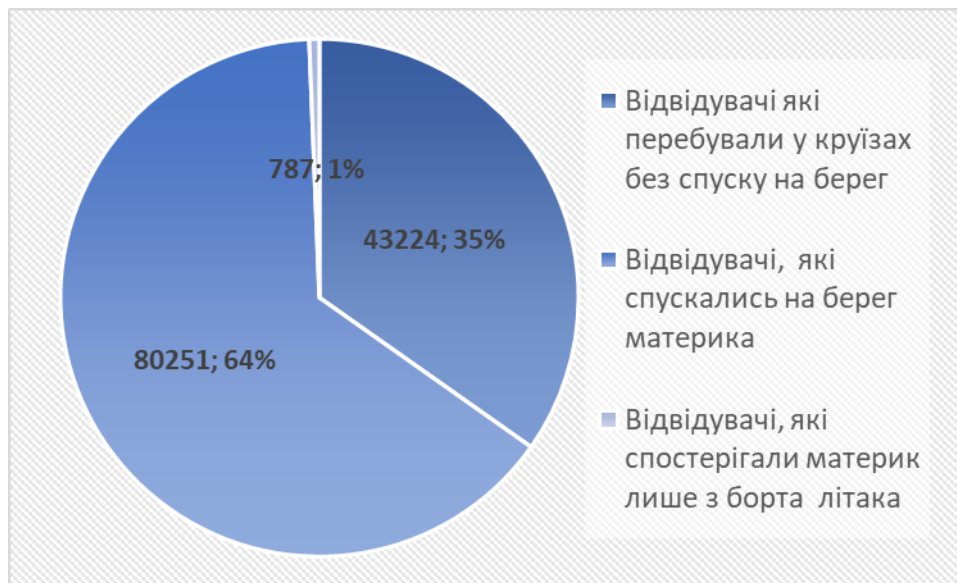


Рис. 2. Кількість та структура відвідувачів Антарктиди

Джерело: узагальнено авторами на основі [10]

Загальна картина розподілу міжнародних туристів по регіонам світу представлена на діаграмі рис. 3

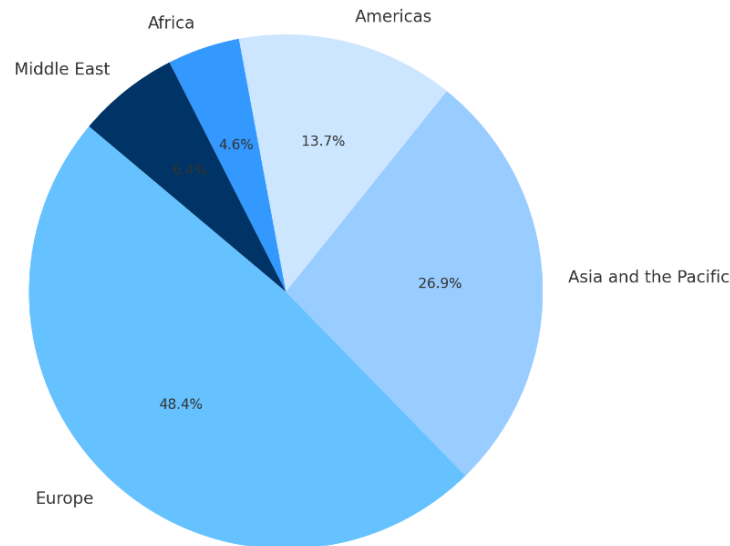


Рис. 3. Розподіл міжнародних туристів по регіонах світу, 2023 рік

Джерело: узагальнено авторами на основі [1]

Вона показує, що післяпандемійна ситуація в загальному вигляді не змінила вже існуючий порядок розподілу і локалізації світових туристичних потоків. Так на першому місці все одно залишається Європа проте доля її дещо зменшилася і навіть не перевищує 50 % , як це було багато років поспіль. На другому місці Азія і Тихоокеанський регіон, який продовжує приймати майже 27 % світових туристів, на третьому місці Америка – 13,7 %, на четвертому Близький Схід – 6,4 % на п'ятому Африка – 4,8%. Розподіл туристів по субрегіонам наведений на рис. 4.

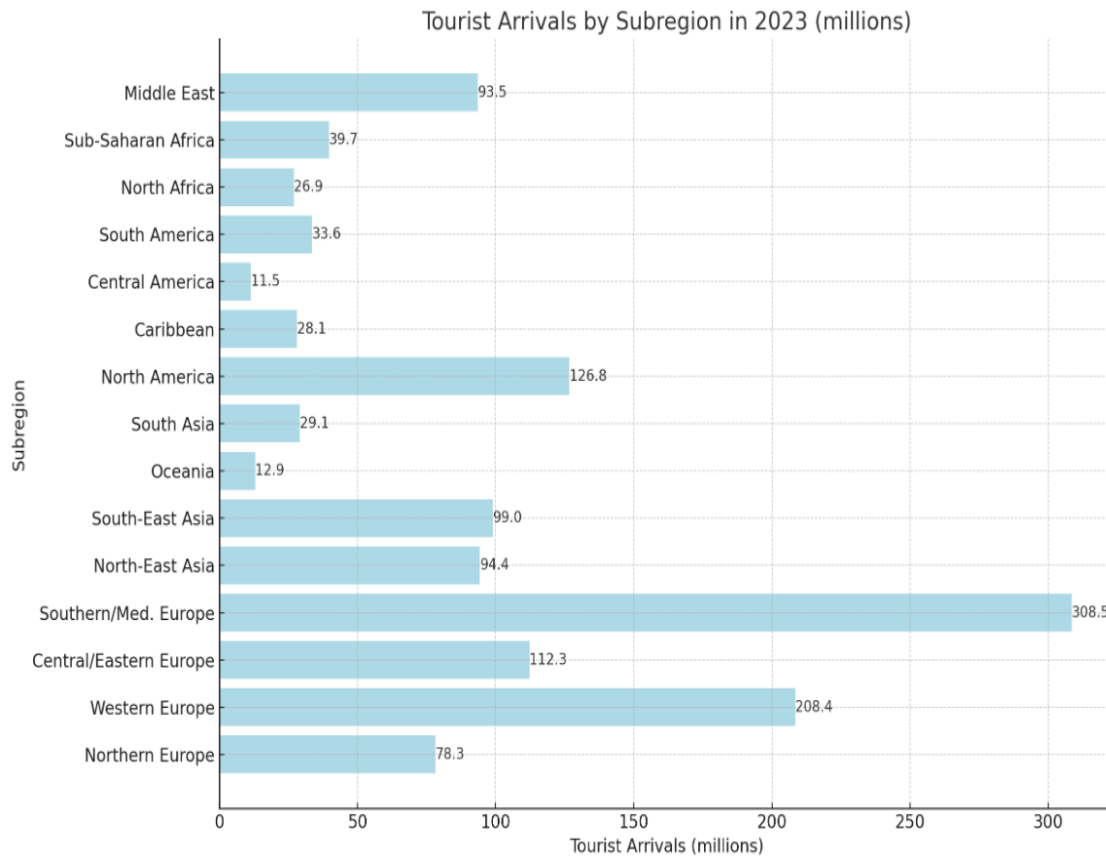


Рис. 4. Розподіл міжнародних туристів по субрегіонам світу, 2023 рік

Джерело: узагальнено авторами на основі [1]

Серед субрегіонів Європи пальму першості традиційно має Південна та Східно-середземноморська Європа, на другому місці – Західна. В азіатсько-Тихоокеанському регіоні два субрегіони мають практично однакові показники – це Північно-Східна та Південно-Східна Азія. Північна Америка має значний відрив в кількості прийнятих туристів, в порівнянні зі всіма своїми сусідами. В Африці лідером є субрегіон, який об’єднує декілька субрегіонів, велику площу і численну кількість держав – Субсахара Африка, при цьому показники Північної Африки ненабагато вирізняються, що свідчить про колосальні диспропорції в розвитку туризму в різних частинах регіону. При цьому Північна Африка і Центральна Америка залишилися в 2024 році найсильніші субрегіонами по нарощуванню темпів прийом туристів і показали зростання на 21% і на 19% відповідно. До лідерів також можна віднести і Карибський басейн з

Південною та Середземноморською Європа – які традиційними дестинаціями найбільш розповсюдженого типу подорожування – приморський відпочинок для двох найбільших споживчих ринків – Північна Америка (США та Канада) і Західна Європа. В цьому контексті цікавим також є розгляд держав-лідерів по витратах їх громадян на туризм. Топ 10 країн представлені на рис. 5.

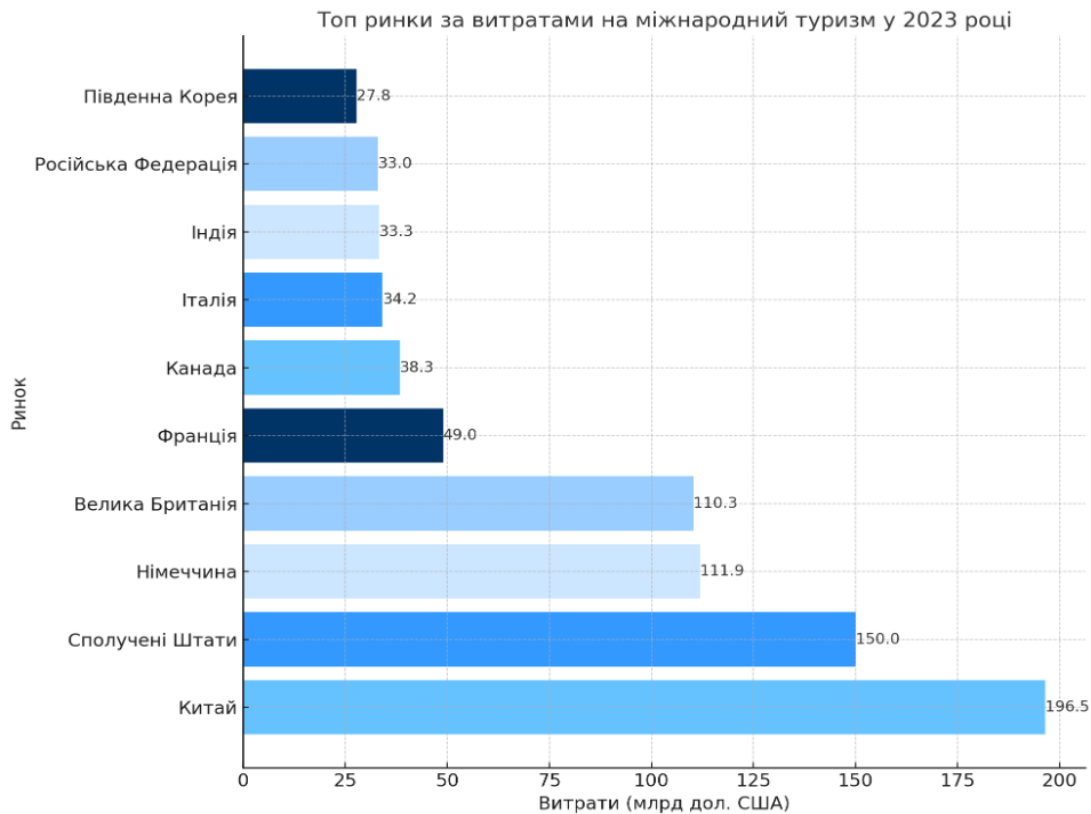


Рис. 5. Топ 10 держав світу за витратами на міжнародний туризм

Джерело: узагальнено авторами на основі [1]

Лідером по витратах на туризм виявляється Китай зі значним відривом від нього йдуть США, далі приблизно на одному рівні Німеччина та Великобританія, і практично в половину менші витрати від двох попередників має Франція. Замикає десятку лідерів Південна Корея. В 2024 році ситуація продовжувала тривати на ще більш високому рівні, зокрема, Німеччина витратила на турпоїздки більше на 38%, США на 32%, Великобританія на 40% більше. Також про значні витрати повідомляється і в Австралії (+34%), Канаді (+28%) та Італія (+26%). Обмежені дані для

Індії показують вражаюче збільшення витрат на 86% у першому кварталі 2024 року. У Китаї спостерігалось зростання на 40% у першому кварталі 2024 року.

Провідні туристичні тренди і тенденції післяпандемічних років і ті які будуть актуальні в найближчому майбутньому в даному дослідженні узагальнені на основі аналізу ряду інформаційних джерел [2-9]. Дано їх коротку характеристику:

- Тенденція чіткого розподілу подорожування і відпочинку. Туристичні подорожі інтенсивні, насичені, запрограмовані, здійснюються у відповідності до запланованого графіку, зосереджені на знайомстві з різними культурами, цікавими людьми, дослідженні нового середовища. Туристичний відпочинок, навпаки – спокійне розмірене перебування в одному місці (закладі розміщення), темп повільний, активності спонтанні;

- Іншим трендом сучасного туризму є те що за мету подорожі 1/5 частина подорожуючих ставить покращення психічного здоров'я та самопізнання;

- Вибір маршрутів, закладів, дестинацій орієнтований на потреби дітей, а покоління Альфа стає одним з персективніших і активніших сегментів турринку;

- Тенденція відмови від проведення відпусток у традиційних літніх напрямках в сезон через високі температури або так звана тенденція Coolcationing – Охолодження. Ця тенденція виникає через інтенсивні рекордні температури останніх років, в традиційній літніх дестинаціях європейського Середземномор'я через що багато туристів здійснюють подорожування влітку у протилежному напрямку до місцевостей з помірним кліматом, як Ісландія, Фінляндія та Шотландія, Словенія, Норвегія, Латвія;

- Відвідування Detour Destinations тобто менш відомих та велелюдних туристичних центрів, ніж популярні туристичні місця.

Наприклад, замість Парижа – французьке місто Реймс, замість Мілану – місто Бреція, замість Барселони – іспанське місто Жирона. Що призводить до кардинальної зміни географії туристичних потоків, більш глибинного туристичного освоєння території;

- «Goods Getaways» – це туристична тенденція, за якої люди здійснюють подорож із метою придбання унікальних і автентичних товарів, характерних для певної дестинації;

- Відновлення інтересу до типу організації відпочинку по системі «все включено». При цьому популярності вона набуває серед туристів молодого віку, які частіше відмовляються від самостійного планування своїх подорожей;

- Подорожі в стилі JOMO (Joy of Missing Out) — це концепція відпочинку, заснована на усвідомленому відключенні від постійного інформаційного потоку, соціальних мереж. JOMO заохочує насолоджуватися моментом і спокоєм, не турбуючись про те, що відбувається десь ще або що публікують інші;

- Plan-free travel або подорожування баз плану та розкладу – турист може дізнатися в аеропорту про кінцеву точку маршруту, або обирає лише тип ландшафтного середовища для бажаної подорожі – все інше це робота туристичного підприємства;

- Відвідування природних дестинації з метою «полювання за природними явищами» тобто мета такої подорожі особисто побачити природні дива, як наприклад виверження вулкана, північне саяво, міграція тварин, прихід китів до узбережжя;

- Тренд «поїздки в один клік» укорінився через розвиток соціальних мереж в яким можливо здійснювати такі покупки та розвинених інтеграцій відомих тревел блогерів з діючими туристичними підприємствами. Перевагою є швидкий емоційний вибір, простота придбання турпродуктів, власне позиціонування в суспільстві з точки зору

причетності до певної категорії громадян;

- Soft Travel – М'які подорожі. Сучасні туристи все більше стикаються з проблемою не реалістичності та недостовірності зображень, які вони бачили при спогляданні туристичного центру у соціальних мережах та коли відбулося його відвідування оф-лайн. Через це споживачі відмовляються від надто дорогих і пафосних закладів на користь простішим та реалістичним;

- Slow Travel – Повільне подорожування – це нова концепція подорожування, яка передбачає глибоке занурення в пункт призначення, має подовжену тривалість та стиль поведінки притаманний місцевим жителям, для повного відчуття культурної ідентичності відвідуваної місцевості. Таке подорожування отримало розвиток через сучасний високий тем життя який постійно прискорюється.

- Silent travel – це тенденція, яка полягає в тому що туристи перебувають в місцях з мінімальним шумовим забрудненням і самі не створюють його. Безшумні подорожі це тихі медитаційні відпочинки, які проходять на відокремлених природних курортах, в тихих готелях, пішохідних екскурсіях, включають тиху ходу та навіть тихі дискотеки та концерти , коли всі присутні перебувають у навушниках.

- Multi-Generation travel – тенденція об'єднання в одній подорожі кількох поколінь членів однієї родини;

- Skip-gen travel, скорочення від «skip-a-generation» – це тренд подорожей, коли бабусі та дідусі беруть своїх онуків у відпустку без батьків.

- Sleep tourism. Це тенденція яка при плануванні відпочинку приділяє значну увагу якості сну, що проявляється зокрема в тому, що збільшилася кількість бронювань номерів парами але з окремими, а не спільним ліжком або бронювання суміжних номерів (дві окремі спальні кімнати) – це так звана тенденція – сон розлучення.

– Відпочинок по типу Huckle-Durkling. Буквально ця шотландська фраза означає «навмисно цілий день валятися в ліжку». При цьому це не в прямому сенсі валятися в номері в ліжку під час відпустки, справедливо це і для пляжного відпочинку, коли туристи цілий день проводять на ліжаках на морських узбережжях чи біля басейну.

– Подорожі повернення у дитинство / Ностальгічні подорожі/ Подорожі в часі – всі ці варіанти подорожування пов'язані з поверненням туристів в місця в яких вони подорожували раніше. Так 58 % мандрівників у світі повертаються у місця де вони подорожували в дитинстві, а 49 % у місця в яких вони вже були в дорослому віці.

– Туристичний синдром FOMO. Синдром FOMO (Fear of Missing Out) — це англійський термін, який означає «страх пропустити щось важливе». У контексті подорожей FOMO виражається як тривога або страх, що людина втрачає унікальний досвід, не побачить усіх визначних пам'яток або не зможе випробувати все, що пропонує певна дестинація. Це почуття може виникати через бажання побачити «все й одразу» або через тиск, що чиниться соціальними мережами, де люди постійно діляться захоплюючими моментами зі своїх подорожей і порівнюють свій відпочинок з іншими;

– «Travel Girl Math» – це вірусний тренд у соціальних мережах, зокрема, TikTok, де жінки діляться кумедними способами виправдання витрат на подорожі. Це частина загальнішого тренду Girl Math, який описує, як люди, особливо жінки, можуть раціоналізувати різні витрати, знаходячи нестандартні, а іноді й креативні аргументи, що роблять витрати більш прийнятними в їхньому уявленні.

– Високотехнологічні подорожі. Використання різноманітних технологій в подорожах набуло значного розвитку і продовжує ускладнюватися та розширюватися. Найбільшого розповсюдження отримали можливості он-лайн бронювання різноманітних туристичних

послуг. Також багато прикладів є в сфері ресторанного та готельного обслуговування зокрема технології «цифровий ключ» і «цифрова реєстрація» дозволяють споживачу відправитися прямо в номер, не зупиняючись біля стійки реєстрації, використання власних розробок додатків для мобільних телефонів для користування сервісами в готелях та на круїзних лайнерах;

– Подорожі типу «цифровий детокс» це поїздки, метою яких є повне або часткове відключення від цифрових пристроїв, таких як смартфони, ноутбуки, планшети. Цей тип відпочинку набуває популярності серед тих, хто прагне відновити внутрішній баланс, зменшити стрес, покращити ментальне здоров'я та отримати справжній відпочинок без постійних відволікань, викликаних технологіями;

– Використання криптовалют у туристичному бізнесі стає дедалі популярнішим, оскільки такі платежі надають нові можливості як для туристів, так і для компаній в плані безпечності та зручності оплати послуг;

– Використання ШІ. При цьому здебільшого це проявлялося у використанні чат-ботів зі штучним інтелектом, які допомагали планувати подорожі, то в наступні роки ШІ стане вже консультантом та помічником у подорожах, водночас його широке застосування викликаючи занепокоєння щодо потенційних негативних наслідків.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Охарактеризовані в даному дослідженні періоди та сучасний стан розвитку міжнародного туризму свідчить про його значну стійкість та практичне повне відновлення до показників допандемійного 2019 року. Також відзначається збереження географічного розподілу міжнародних туристичних потоків по туристичним регіонам і субрегіонам світу. Узагальнені в дослідженні тренди та тенденції сучасного туризму свідчать про значні зміни які відбуваються в уподобаннях споживачів та перевагах

щодо організації та проведення відпочинку, що необхідно враховувати туристсько-екскурсійним підприємствам при розробці та виводі на ринок нових турпродуктів. Наведений перелік тенденцій та трендів не претендує на виключну повноту та об'єктивність, що обумовлює необхідність продовження розвідок у даному напрямку.

Література/References

1. World Tourism Barometer. 2024. Volume 22, Issue 2. Market Intelligence, Policies and Competitiveness Department. URL: https://tourismmanifesto.eu/wp-content/uploads/2024/05/UN-tourism_Barom24_02_May_excerpt.pdf (date of access: 03.11.2024).
2. 2025 Hilton Trends Report. URL: <https://stories.hilton.com/2025trends> (date of access: 03.11.2024).
3. The biggest travel trends for 2024. URL: <https://www.cntraveller.com/article/travel-trends-2024> (date of access: 03.11.2024).
4. Unpack-25-Trend-Report. URL: https://www.expedia.co.uk/unpack-travel-trends/wp-content/uploads/2024/10/Unpack-25-Trend-Report_UK-EN.pdf (date of access: 03.11.2024).
5. Introducing Unpack '24: The Trends in Travel from Expedia, Hotels.com and Vrbo. URL: <https://www.expedia.com/newsroom/introducing-unpack-24-the-trends-in-travel-from-expedia-hotels-com-and-vrbo/> (date of access: 03.11.2024).
6. Revealed: the trending European destinations to visit this winter. URL: <https://www.timeout.com/news/revealed-the-trending-european-destinations-to-visit-this-winter-091224> (date of access: 03.11.2024).
7. This European ski resort has been crowned the best in the world. The research ranked a whopping 6,000 ski resorts on 11 factors, and the results have landed. URL: <https://www.timeout.com/news/this-european-ski-resort-has-been->

crowned-the-best-in-the-world-101824 (date of access: 03.11.2024).

8. 14 of the best places to go in Europe in winter. URL: <https://www.lonelyplanet.com/articles/best-winter-destinations-europe> (date of access: 03.11.2024).

9. Deloitte's 2024 travel industry outlook: Unpack the biggest travel trends for the year ahead. URL: <https://www.traveldailynews.com/statistics-trends/deloitte-s-2024-travel-industry-outlook-unpack-the-biggest-travel-trends-for-the-year-ahead/> (date of access: 03.11.2024).

10. International Association of Antarctica Tour Operators (IAATO). URL: <https://iaato.org/information-resources/data-statistics/> (date of access: 03.11.2024).