

ВИДИ ТУРИЗМУ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТУРИНДУСТРІЇ

А.А. Романова, кандидат економічних наук.
Чернігівський національний технологічний університет.

© Романова А.А., 2017.

Стаття отримана редакцією 29.05.2017 р.

Вступ. З метою задоволення різноманітних потреб споживачів, ефективного стратегічного планування, а також більш ґрунтовного аналізу функціонування туристичної індустрії сферу туризму й подорожей поділяють на види. Проте різні дослідники використовують індивідуальні підходи до виокремлення видів туризму та їх класифікації. Крім того, з розвитком сучасних тенденцій на ринку послуг туристична індустрія також зазнає трансформацій: відбувається зміна популярності різних видів туризму, виокремлення й поява нових. Наукові дослідження мають вчасно реагувати на потреби туристичної індустрії для формування відповідних державних та бізнес-моделей стратегій розвитку.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Дослідження сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії є актуальним для провідних економічних організацій світу. Такі міжнародні авторитетні організації, як Світовий економічний форум (World Economic Forum) [4], Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) [5] та Всесвітня рада з туризму й подорожей (World Travel & Tourism Council) [6] щороку публікують звіти з аналізом сучасного стану та прогнозами розвитку глобальної туристичної індустрії. Крім того Всесвітня туристична організація UNWTO постійно займається уніфікацією туристичних дефініцій, дослідженням і визначенням видів туризму.

На теренах українського наукового простору аналізом, систематизацією та визначенням видів туризму, їх класифікацією займаються такі вчені, як М.П. Мальська [3], В.К. Федорченко й І.М. Мініч [9]. У 2016 році науковці В.С. Ковешніков, О.С. Ліфіренко, Н.М. Стукальська зробили дослідження інноваційних видів туризму [2].

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження та визначення понять основних видів туризму в контексті сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії, а також аналіз чинників, які впливають на популярність видів туризму.

Основний матеріал і результати. У більшості джерел види туризму, як правило, обмежуються класифікацією залежно від мети та призначення подорожі. При цьому варіацій класифікацій видів туризму можна визначити набагато більше.

Усі види туризму можна класифікувати залежно від:

- 1) вигоди для економіки держави/місця призначення (в'їзний, внутрішній – як експорт послуг, виїзний – як імпорт послуг);
- 2) цілей подорожі (культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, діловий, подієвий, сільський тощо);
- 3) соціально-демографічних характеристик споживачів (дитячий, молодіжний, сімейний, жіночий, пенсійний, інклюзивний тощо);
- 4) джерел фінансування (комерційний, соціальний, профспілковий тощо);
- 5) способу пересування (автомобільний, залізничний, авіаційний, водний, мотоциклетний, велосипедний, пішохідний, кінний, космічний, комбінований тощо);
- 6) тривалості перебування (уїк-енд подорож, короткотривалий, довготривалий);
- 7) географічних напрямків;
- 8) способу замовлення туру (за допомогою реального консультування з турагентом або онлайн-ного бронювання тощо);
- 9) суб'єкта організації подорожі (організований, самодіяльний тощо);
- 10) кількості осіб (груповий, індивідуальний, соло-тури, селфі-тури тощо);
- 11) законності (легальний, нелегальний).

У Законі України «Про туризм» визначено такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо.

Проте види туризму, визначені у законодавчому полі України, мають підлягати уточненню, доповненню та більш логічному структуруванню з точки зору функціонального навантаження. Наприклад, постає питання відсутності у цьому переліку таких популярних і перспективних для розвитку в Україні видів туризму, як професійно-діловий, медичний, водний, шопінг-туризм, екстремальний, гастрономічний тощо. Що стосується соціальних груп населення, то важливим запитом сьогодення є створення умов для осіб з обмеженими можливостями, а отже, постає гостра необхідність уведення поняття інклюзивного туризму.

За умов стрімкої трансформації ринків споживання виникають нові види та напрями туризму й подорожей. Традиційні види туризму, такі як культурно-пізнавальний, пляжний, починають втрачати популярність або стають складовими інших видів туризму. На зміну їм приходять нові напрями, продиктовані змінами споживацького попиту. Зокрема, якщо за основу класифікації брати мету подорожі, такі види туризму, як пляжний, гірськолижний і культурно-пізнавальний майже припинили існувати у чистому вигляді. Пляжний та гірськолижний туризм поєднуються з іншими, такими як лікувально-оздоровчий, гастрономічний чи екстремальний. План-схема основних популярних видів туризму в умовах сучасності (залежно від мети подорожі) наведена на рис. 1.

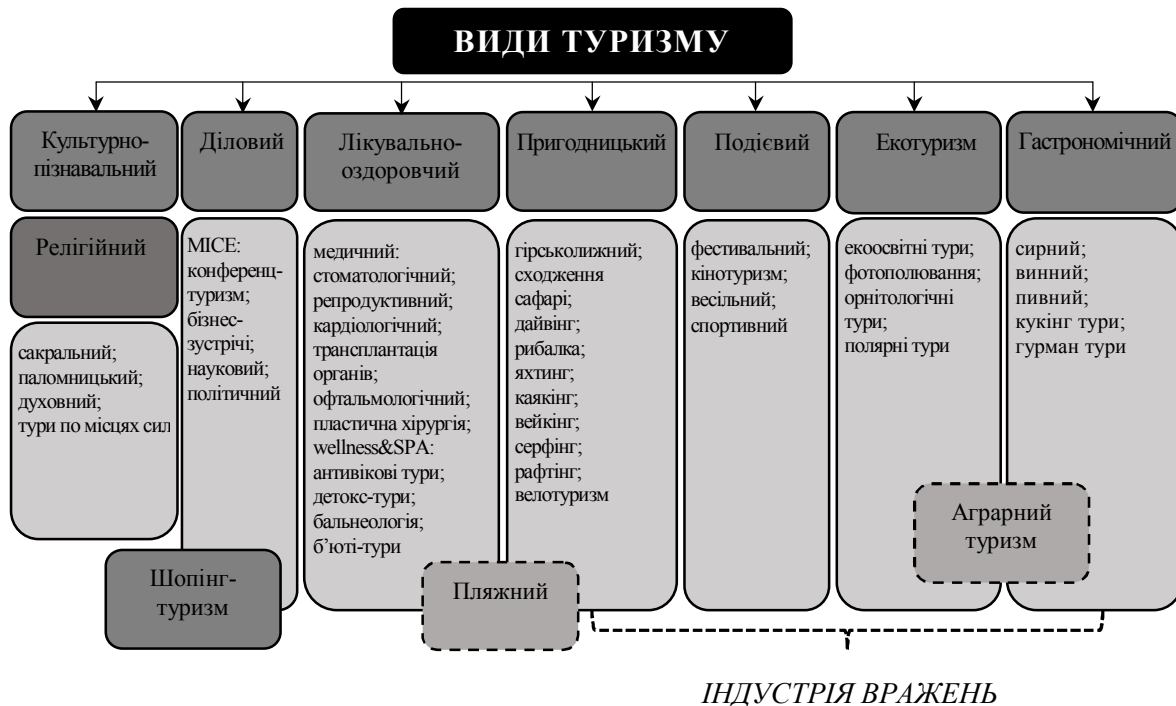


Рис. 1. Основні сучасні види туризму (за метою подорожі)

Проаналізуємо й сформулюємо визначення нових видів туризму, які з'явилися та/або стали актуальними в останнє десятиліття (за алфавітом).

Весільний туризм – вид туризму, метою якого є відвідання місцевості для проведення весільних церемоній, вінчання, медового місяця, відзначення річниці одруження. На сьогодні цей вид туризму доволі популярний серед китайців, а напрямки обираються різноманітні, починаючи від європейських замків і палаців для проведення весільної церемонії, закінчуючи екзотичними місцями на островах для проведення медового місяця та річниці одруження.

Військовий туризм – відвідання зони проведення активних військових дій. Як правило, подібна подорож відбувається нелегально, а цей вид туризму можна віднести до різновиду екстремального туризму.

Гастрономічний туризм – вид туризму, метою якого є ознайомлення з виробництвом, технологією приготування й дегустація національних страв та напоїв, а також вивчення кулінарних традицій народів світу (гурман-тури, кулінарні курси та майстер-класи, ферм-тури, гастрономічні фестивалі, гастрономічний екстрим тощо). На сьогодні найбільш популярними є гастрономічні тури до Італії, Франції, Швейцарії, Грузії, Малайзії тощо. Якщо брати до уваги італійців, у яких побутує культ їжі, то лише за кордоном у ресторанах вони витрачають понад 4 млрд євро на рік (дані 2012 р.) [11].

Гетто-туризм – відвідини місць, пов’язаних з хіп-хоп та гангстерською субкультурами. Може включати у себе ознайомлення з найбільш популярними у світі «гетто»-кварталами у Чикаго, Нью-Йорку, Лос-Анджелесі, відвідування музичних заходів у стилях реп та ритм-енд-блюз, а також екскурсії найбільш цікавими муралами (живописи на архітектурних об’єктах) світу.

Індустріальний туризм – це вид активного туризму, зосереджений у промислових регіонах, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування працюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів [8].

Інклюзивний (для осіб з обмеженими можливостями) – вид туризму, який поєднує різні його види, розрахований на осіб з інвалідністю, передбачає прилаштування туристичної інфраструктури до людей з особливими потребами та наявність спеціальних зручностей, створених у туристичних об’єктах.

Круїзний – вид туризму, метою якого є подорож на водних видах пасажирського транспорту, який є місцем проживання, харчування, оздоровлення, розваг тощо, під час котрої здійснюються радіальні берегові екскурсії у внутрішні райони країн.

Кінотуризм – вид туризму, метою якого є подорож до місць, де проходили зйомки фільмів, відвідування кіностудій та місць кіноподій (фестивалів, злетів, церемоній нагородження).

Медичний – складова лікувально-оздоровчого туризму, подорож для отримання суто медичних послуг.

Наркотицизм – подорож до країни, де легалізовані певні види наркотиків з метою особистого пробування наркотичних речовин або отримання вражень від атмосфери й іміджу місця. Найбільш популярними дестинаціями для наркотицизму є Амстердам (Нідерланди), Гоа (Індія), Колумбія тощо.

Політичний туризм – подорож, пов’язана з участю у виборчих процесах, якщо за такого роду діяльність не передбачена оплата у місці перебування туриста.

Репродуктивний туризм – різновид медичного туризму, метою якого є лікування безпліддя, запліднення та/або виношування дитини. Особливо високим попитом для репродуктивного туризму користуються країни з толерантним законодавством щодо донорського матеріалу, процедури ЕКЗ й сурогатного материнства, або з низькою вартістю цих процедур, або з високою якістю та ефективністю репродуктивних заходів.

Секс-туризм – подорож з метою отримати сексуальний досвід, як до країн з легалізованою проституцією, так і з прихованою, а також до місць з розвиненою секс-індустрією, тури по музеях еротики тощо. Одним з різновидів секс-туризму є ЛГБТ-туризм (тури для людей з нетрадиційною сексуальною орієнтацією), що останнім часом набув великої популярності.

Суїцидальний туризм – заборонений вид туризму, подорож з метою покінчити з життям шляхом самогубства чи евтаназії. Як правило, туристи-самогубці обирають знакові живописні місця, як міст Золоті Ворота у Сан-Франциско – одне з найпопулярніших місць у світі для самогубців або острови. Незважаючи на нелегальність такого виду туризму, він стихійно розвивається.

Темний туризм – відвідини місць, пов’язаних зі смертю (масової загибелі/страсти людей, техногенних, природних катастроф, кладовищ, ритуальних майданчиків тощо). Цей вид туризму є типовим продуктом індустрії вражень, яка актуальна для економіки XXI століття. Одне з найбільш відвідуваних місць у всьому світі – замок Дракули в Румунії, де за легендою жив граф, котрий катував людей, а одне з найбільш відвідуваних іноземними туристами місць в Україні – це Чорнобильська зона, місце найбільшої техногенної катастрофи в історії людства.

Толкієністичний туризм – різновид пригодницького туризму, метою якого є занурення в атмосферу творів за мотивами письменника Толкієна. Особливою популярністю для толкієністичного туризму користується Нова Зеландія як країна, де знімали більшу частину фільму «Володар перснів».

Тури з акулами – різновид екстремального туризму, що полягає у зануренні туриста під воду в клітці у місці скупчення акул.

Сентиментальний – вид туризму, метою якого є відвідання місцевості, пов’язаної з історією рідного народу, життям батьків, прашурів або особистим перебуванням у минулому, для отримання емоцій, відчуття ностальгії. Іноді сентиментальний туризм може поєднуватися з відвідуванням паломницьких місць, яскравим прикладом є відвідування могили пророка Нахмана хасидами в Умані.

Шопінг-туризм – вид туризму, метою якого є подорож для придбання товарів, відвідання торгово-розважальних центрів, інших комерційних закладів, а також торговельних виставок і модних показів.

Халальний туризм – це подорож (як правило, у мусульманську країну) з метою ознайомитися, підтримати та/або особисто практикувати ісламські традиції. На сьогодні цей різновид релігійного туризму набуває все більшої популярності та виокремлюється в окремий напрям.

Чинники, які впливають на популярність тих чи інших видів туризму й подорожей

Глобальні тенденції споживання та розвитку ринку послуг. Сучасний ринок товарів і послуг характеризується перенасиченням та зміщенням пріоритетів у бік запиту на безпеку, екологічність, низький рівень шкідливості для навколишнього середовища, здоров'я, краси, довголіття й водночас гострих емоційних вражень. Зміна поведінки споживачів зумовила появу та розвиток нових видів туризму.

Домінування індустрії вражень. Якщо взяти до уваги запит на враження, характерний для споживачьких ринків постіндустріального суспільства, то наприкінці ХХ століття, у 1998 році, Дж. Пайн і Дж. Гілмор уводять поняття економіки вражень та індустрії вражень [7]. Ці поняття зараз ще більше набрали популярності, особливо у сфері подорожей і туризму. Нові ринки споживачів туристичних послуг характеризуються відходом від традиційного культурно-пізнавального туризму, на сьогодні важливою є співучасть у процесі подорожування. Такі нові види туризму, як гастрономічний, темний, екстремальний, толкієністичний, секс-туризм, наркотуризм повністю відповідають запиту на враження й запиту на емоції та співучасть у процесі продукування туристичного продукту (послуги).

Інформатизація суспільства, перехід в онлайнний простір. Зі стрімким розвитком інформаційних технологій такі послуги, як бронювання квитків для перевезення туристів і багажу, замовлення місць у закладах розміщення, вибір туру й організація дозвілля під час подорожі все більше реалізуються за допомогою Інтернет-сервісів. З'явився новий вид туризму за формою організації та реалізації туристичного продукту (послуг) – *ETravel*.

Спостерігається швидке завоювання ринку такими онлайнними сервісами: Strip, Booking, Tripadvisor тощо. Вони дозволяють споживачу послуг не лише забронювати он-лайн різноманітні туристичні послуги, а ще й ознайомитися з враженнями споживачів від туристичних об'єктів, за допомогою яких формуються рейтинги, а також ділитися власними враженнями, фотографіями та відео.

TripAdvisor – найпопулярніший мобільний додаток для туризму, що нараховує понад 230 мільйонів завантажень і 150 мільйонів щомісячних активних користувачів. Онлайнне бронювання у подорожах (тури, квитки, розміщення, трансфер, екскурсії) збільшилося на 1700% за 2011 – 2015 рр., що становить зростання з 1 до 18% усіх доходів Інтернет-продажів [12].

Соціальні мережі здійснили революцію у сфері послуг та туризму, зокрема, наразі вони спричинили декілька тенденцій:

- перехід в онлайн простір споживачів послуг;
- потреба споживачів послуг (туристів) ділитися враженнями й бути задіяними у процес створення та популяризації турпродукту (турпослуги);
- поліпшення якості сервісу через можливість побачити численні відгуки клієнтів;
- гнучкість програм лояльності.

Протягом наступних чотирьох років ще 1 млрд людей у всьому світі перейде до онлайнного ринку, і слід урахувати, що для переважної більшості споживачів єдиним персональним цифровим пристроєм буде мобільний телефон. Отже, вже зараз варто брати до уваги такі тенденції при створенні електронних порталів продажу туристичних послуг.

Значний вплив на поведінку потенційних споживачів туристичних послуг чинять соціальні мережі, такі як Facebook, WeChat, Instagram, YouTube, Twitter тощо.

Незважаючи на домінуючі позиції онлайнного туризму у світі, спостерігається достатньо невелика кількість науково розроблених дефініцій електронному туризму (*ETravel*).

Тому пропонуємо власне визначення електронного туризму, а саме: *електронний туризм (онлайнний туризм, ETravel)* – це вид туризму й електронної комерції, при якому створення та/або реалізація туристичного продукту (послуги) відбувається за допомогою мережі Інтернет. Причому завдяки інформаційним технологіям продукувати туристичний продукт тепер може не лише суб'єкт туристичної діяльності, а також і безпосередньо споживач туристичних послуг.

Зміна соціально-демографічних характеристик туристів. Поява категорій туристів з новими потребами зумовила виникнення та домінування нових видів туризму. Новою найчисельнішою категорією, яка буде диктувати тренди туристичного попиту найближчі 20 років, стало покоління молодих людей, народжених у 2000-х роках (покоління «мілленіалс» від англ. millennials). Ця демографічна група стане основним споживчим сегментом у туристичній індустрії вже до 2020 року [10]. Туристичні бренди, які хочуть залишатися найприбутковішими, зараз масово інвестують у мобільні додатки для обміну повідомленнями, такі як Messenger, WhatsApp, WeChat і Snapchat, що є популярними серед мілленіалсів. Види туризму, які обирають мілленіалси, – все, що пов'язано з індустрією вражень, а саме: пригодницький та екстремальний туризм, гастрономічний туризм, йога-тури тощо.

Але також спостерігається процес розширення вікової групи туристів, зокрема популярність подорожування на пенсії. Що стосується літніх пенсіонерів-подорожувальників, вони, як правило, консервативні й обирають культурно-пізнавальний, екскурсійний туризм. Крім того, піклування про здоров'я у літньому віці зумовило популярність оздоровчого та медичного видів туризму.

Щодо характеристик статі, у світі набуває популярності жіночий одиночний туризм. На сьогодні близько 80% рішень про здійснення подорожі приймається саме жінками. І якщо раніше жінка приймала рішення та мотивувала поїхати у подорож свого супутника або сім'ю, зараз усе більше зростає кількість випадків одиночних жіночих подорожей. За даними досліджень, 72% американок здійснили одиночні подорожі у 2014 році [10].

Запит на екологічне споживання й життєдіяльність. Екологічний туризм, за прогнозами Всесвітньої туристської організації (ВТО), є одним з перспективних видів туристичної діяльності та входить до п'яти основних стратегічних напрямів розвитку туризму до 2030 року. Екологічний туризм належить до тих форм туризму, при яких робиться свідома спроба звести до мінімуму негативний вплив на навколишнє середовище, надати допомогу у фінансуванні охоронюваних природних територій, створити джерела доходу для місцевого населення. У міжнародній практиці реалізація екологічного туризму здійснюється на охоронюваних природних територіях.

Культ здорового способу життя, тренд здоров'я та довголіття. На сьогодні масовою популярністю набирає оздоровчий туризм. У 2015 році кількість міжнародних пацієнтів перевищила 30 млн осіб, вони витратили на лікувально-медичні послуги за кордоном більше 500 млрд дол. США. За прогнозами, обсяг витрат зросте до 1 трлн дол. США до 2023 року [14].

Запит на якість життя, довголіття й красу зумовив гіперпопулярність лікувально-оздоровчого туризму. Медичний туризм став різновидом глобальної лікувально-оздоровчої індустрії.

Наведемо схематично кількість різновидів лікувально-оздоровчого туризму (рис. 2).



Рис. 2. Різновиди лікувально-оздоровчого туризму

Рівень глобальної небезпеки. Військово-політичні конфлікти, загроза терористичних атак, природні катаклізми формують потребу в безпечних видах туризму. Ці фактори забезпечили потребу в екологічному туризмі, з максимальною мінімізацією антропогенних і техногенних ризиків.

Поява віртуальних турів. Однією з причин зменшення частки культурно-пізнавального й екскурсійного видів туризму, найбільш популярних у ХХ ст., є поява так званих «віртуальних турів», тобто подорожей он-лайн, без фактичного перебування у туристичній дестинації. Зокрема,

корпорація Google розробила та зробила можливим на основі власних Інтернет-сервісів Google TourBuilder (самостійне планування подорожей), Google Street View (віртуальні екскурсії туристичними містами), Google Earth (види Землі й геолокація за допомогою космічних супутників), а також Google Maps (глобальний навігатор) подорожування у режимі он-лайн майже всіма туристичними місцями планети. Темпи популярності віртуальних турів стрімко зростають. Так, у липні 2017 року стала доступною подорож на Міжнародну космічну станцію за допомогою порталу Google Street View. З одного боку, ця тенденція неминуча в еру глобалізації та інформатизації, але, з іншого боку, це певна загроза й виклик для існування туристичної індустрії як такої. Адже з популяризацією можливостей подорожувати віртуально зменшується частка реальних туристичних потоків. Таким чином, віртуальні тури – це одна з неминучих загроз глобальній індустрії подорожей.

Висновки. Отже, можна стверджувати, що однією із сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії є виникнення нових видів туризму та виділення підвидів із класичних видів, які домінували у ХХ ст. Крім того, спостерігається тенденція до зміни структури потреб туристів у видах туризму. Щодо прогнозів існування й трансформації видів туризму у найближчі роки можна з упевненістю констатувати, що: 1) буде сформована така система надання послуг у сфері туризму та подорожей, яка дозволить максимальною мірою персоніфікувати послуги відповідно до індивідуальних запитів споживача; 2) розвиватиметься і поглиблюватиметься форма співучасті, «співпродукування» споживачем інформаційно-туристичних послуг, причому це співпродукування буде як між постачальником та споживачем послуг, так і між самими споживачами («уберізація послуг»); 3) будуть розширюватися сфери розповсюдження креативного туризму, який передбачає самовдосконалення туриста у процесі отримання відповідних послуг; 4) посилюватиметься взаємопроникнення і комплексність різного роду інформаційно-туристичних послуг і формування на цій основі принципово нових продуктів у сфері розваг.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
2. Ковешніков В.С. Інноваційні види туризму / В.С. Ковешніков, О.С. Ліфіренко, Н.М. Стукальська // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №4. – С. 38–44.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. для ВНЗ / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
4. Офіційний сайт «World Economic Forum» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org>.
5. Офіційний сайт «World Tourism Organization UNWTO» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://unwto.org>.
6. Офіційний сайт «World Travel & Tourism Council» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.wttc.org>.
7. Пайн П. Дж., Гилмор Х. Дж. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / П. Дж. Пайн, Х. Дж. Гилмор // Издательство «Вильямс»: М., 2005.
8. Пацюк В.С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні / В.С. Пацюк // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського, Серія: Географія. – 2008. – № 15.
9. Туристський словник-довідник: Навч. посіб. / уклад.: В.К. Федорченко, І.М. Мініч; Київ. ін-т туризму, економіки і права. – К.: Дніпро, 2000.
10. Burkhard S., Kow N., Fuggle L. Travel Trend Report 2017. Trekkssoft ebook library. 2016. – P. 39.
11. Gheorghel G., Tudorache P., Nistoreanu P. Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? // Cactus Tourism Journal Vol. 9. 2014. p.12-21.
12. Gonzalo F. 16 Stats About Mobile Travel in 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://fredericgonzalo.com/en/2016/04/12/16-stats-about-mobile-travel-in-2016>].
13. Lunt N., Smith R., Exworthy M., Green S., Horsfall D. and Mannion R. Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review. 2015. OECD On-Line Bookstore [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>.
14. Medical Tourism – What is Medical Tourism? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.news-medical.net/health>.

УДК 338.48:339

Романова Анна Анатоліївна, кандидат економічних наук. Чернігівський національний технологічний університет. **Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій**

розвитку туристичної індустрії. Проаналізовано основні види туризму в контексті сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії. Запропоновано класифікацію видів туризму залежно від домінуючих ознак, таких як: вигода для економіки держави; цілі подорожі; соціально-демографічні характеристики споживачів; джерела фінансування; спосіб пересування; географія напрямків; спосіб замовлення туру; тривалість туру; суб'єкт організації туру; кількість осіб; законність тощо. Досліджено нові види туризму, які з'явилися в останні десятиріччя. Сформульовано визначення сучасних видів туризму. Визначено чинники, котрі впливають на популярність тих чи інших видів туризму та подорожей, сприяють появі нових видів туризму, а саме: глобальні тенденції споживання й розвитку ринку послуг; домінування індустрії вражень; інформатизація суспільства, перехід в онлайн-простір; зміна соціально-демографічного портрету туриста; культ здорового способу життя, тренд здоров'я та довголіття; запит на екологічне споживання й життєдіяльність; військово-політичні конфлікти, загроза терористичних атак, природні катаклізми; розвиток віртуальних турів тощо. Доведено, що поява нових видів туризму, а також зміни у структурі розподілу туристичного ринку за видами обов'язково повинні враховуватися з метою задоволення різних потреб споживачів, ефективного стратегічного планування, більш ґрунтовного аналізу функціонування туристичної індустрії.

Ключові слова: міжнародний туризм, види туризму, класифікація видів туризму, туристична індустрія.

UDC 338.48:339

Anna Romanova, PhD (Economics). Chernihiv National Technologic University. **Types of tourism and their classification in the context of modern trends of tourism industry development.** The author analyzes in the article main types of tourism in the context of modern trends of tourism industry development. The classification of tourism types has been proposed on the bases of the dominant features, such as: benefits for the economy of the country; purposes of travel; socio-demographic characteristics of consumers; sources of financing; mode of movement; geography of directions; type of booking a tour; duration of a tour; the subject of a tour organization; number of tourists; legality etc. The new types of tourism that appeared in the recent decades have been explored. The definition of modern types of tourism has been formulated. Certain factors that influence the popularity of certain types of tourism & travel and contribute to the emergence of new types of tourism have been identified. These are: global trends in consumption and development of the services market; domination of the impressions industry; informatization of society, transition to the online-space; socio-demographic change a tourist portrait of; the cult of a healthy lifestyle, the trend of healthy life and longevity; a request for environmental consumption and livelihoods; military and political conflicts, the threat of terrorist attacks, natural disasters, the development of virtual tours etc. The emergence of new types of tourism, as well as changes in the structure of the distribution of the tourism market by species should necessarily be considered to meet different consumer needs, for effective strategic planning, as well as a deeper analysis of the functioning of the tourism industry.

Keywords: international tourism, types of tourism, classification of tourism types, tourism industry.

УДК 338.48:339

Романова Анна Анатольевна, кандидат экономических наук. Черниговский национальный технологический университет. **Виды туризма и их классификация в контексте современных тенденций развития туристической индустрии.** Проанализированы основные виды туризма в контексте современных тенденций развития туристической индустрии. Предложена классификация видов туризма в зависимости от доминирующих признаков, таких как: выгода для экономики страны; цели путешествия; социально-демографические характеристики потребителей; источники финансирования; способы передвижения; география направлений; способ заказа тура; продолжительность тура; субъект организации тура; количество туристов; законность и т.д. Исследованы новые виды туризма, которые появились в последние десятилетия. Сформулировано определение современных видов туризма. Определены факторы, влияющие на популярность тех или иных видов туризма и путешествий, способствующие возникновению новых видов туризма, а именно: глобальные тенденции потребления и развития рынка услуг; доминирование индустрии впечатлений; информатизация общества, переход в онлайн-пространство; изменение социально-демографического портрета туриста; культ здорового образа жизни, тренд здоровья и долголетия; запрос на экологическое потребление и жизнедеятельность; военно-политические конфликты, угроза террористических атак, природные катаклизмы, развитие виртуальных туров и т.д. Доказано, что появление новых видов туризма, а также изменения в структуре распределения туристического рынка по видам обязательно должны учитываться для удовлетворения различных потребностей потребителей, эффективного стратегического планирования, более основательного анализа функционирования туристической индустрии.

Ключевые слова: международный туризм, виды туризма, классификация видов туризма, туристическая индустрия.