

ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ

Сфера інновацій охоплює не лише практичне використання науково-технічних розробок та винаходів, а й включає зміни у продукті, процесах, маркетингу та менеджменті.

Сьогодні дедалі більше з'являється інформації щодо нових видів туризму, проблем та перспектив їхнього розвитку і дедалі більше зарубіжних та вітчизняних науковців цікавляться цією тематикою (Лью А., Купер К., Мітчелл Дж., Вурцбургер Р., Боголюбов В., Гай А., Дроботова М., Здорова О., Кляп М., Смаль І., Шандор Ф., Шепелюк О.).

До інноваційних видів туризму, як нетрадиційних форм організації дозвілля, зокрема таких, як каучсерфінг, геокешинг, туризм людських слабкостей, джайло-туризм, бідняцький туризм, темний туризм, індустріальний туризм, віртуальний туризм, екотуризм та ін.

Новий вид туризму на сучасному етапі CouchSurfing. Каучсерфінг – це світова гостьова мережа у вигляді он-лайн сервісу, створена з метою сприяння процесу глобалізації. Учасники бета-версії сайту вважають своєю місією «створення надихаючого досвіду» і пропагують спосіб подорожування, який пробуджує в людині природний інтерес дізнаватися про щось нове.

Туризм автостопом – це різновид туризму, мета якого полягає у використанні для пересування попутних автомобілів. Мандрівники використовують сайт Hitchwiki.org., який містить карти з кращими місцями для автостопа в усіх країнах світу. Досвідчені хітч-хайкери перевіряють данні карт з додаткових джерел, таких як Google maps, де можна визначити стан дороги та приблизний потік машин. Мандрівки представників нетрадиційних сексуальних меншин (гей-туризм, ЛГБТ-туризм) – суб'єктами якого є представники сексуальних меншин, які відвідують країни та регіони, толерантні до нетрадиційних сексуальних і гендерних проявів, курорти і різноманітні заходи, популярні серед ЛГБТ-спільнот.

Інтим-туризм – охоплює поїздки основна мета яких еротичні враження, отримання інтимних послуг, підкорення сердець, медовий місяць або сватання в чужих краях, оглядини наречених після віртуального знайомства в Інтернеті.

Туризм людських залежностей – різновид туризму, головною метою якого є відвідування країн, пов'язаних з нарко- і алкоіндустрією.

Геокешинг (geocaching) – це різновид активного відпочинку і туристична гра. На сайті, присвяченому геокешингу в Україні, представлені карта користувачів і схованки (на території нашої країни заховано понад 2 тисячі «скриньок»).

Домашній туризм – Staycanion – організація одноденних поїздок за межі звичного середовища проживання, організацію одноденних поїздок з метою огляду місцевих пам'яток, парків, музеїв, поїдки до родичів на декілька днів.

Віртуальний (Second Life) або диванний туризм – не передбачає фактичної подорожі, але пропонує перегляд світу через Інтернет, відео-екскурсії по музеях, аудіо-книги, телебачення, сайти за інтересами.

Джайло-туризм – це різновид туризму, який передбачає життя туриста у первісному племені з усіма особливостями кочового побуту.

Бідняцький туризм (туризм у нетрі) – це різновид туризму, метою якого є відвідання місцевостей, в яких проживає найбідніше населення.

Темний туризм – туризм, який передбачає подорожі до місць, які пов'язані зі смертю та стражданнями.

Космічний туризм – це оплачений туризм власним коштом польоти у космос або на навколосезну орбітальну станцію з розважальною або науковою метою.

Сьогодні чимало туроператорів розробляють тури на «полювання за НЛО». Уфологічний заповідник «Молебський трикутник», де функціонують «аномальні» маршрути, а в Чилі почалося будівництво зони НЛО-туризму.

Індустріальний туризм – це дослідження туристами територій, будівель та інженерних споруд виробничого або спеціального призначення, а також будь-яких закинутих споруд з метою отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення.

Отже, основними напрямками інноваційної діяльності в туризмі є розробки нових видів турпродукту, використання нових туристських ресурсів (космічний туризм), використання нових технологій у виробництві традиційних продуктів (віртуальний туризм), зміни в організації виробництва та споживання традиційного турпродукту, запровадження нових підходів у маркетингу та менеджменті, виявлення нових ринків збуту та запровадження нетрадиційних варіантів організації дозвілля.