

ГИБРИДИЗАЦИЯ ТУРИЗМА ИДЕТ ПОЛНЫМ ХОДОМ



Что общего между кемпингом, отдыхом и работой? Ответ - гибридные концепции, наводняющие туристический сектор. Многие эксперты используют термин «гибридизация» для описания этих новых туристических практик на стыке двух и более сегментов.

В этом контексте следует сказать, что гибридные предложения явно расширяются, трансформируя, таким образом, туристический сектор.

Индустрия туризма была построена на предоставлении сопряженных услуг. Когда Томас Кук предложил свои первые маршруты в 1841 году, он хотел «использовать железную дорогу для борьбы с алкоголизмом, вывозя английских рабочих в сельскую местность».

Он составил предложение транспорта и предложение посещений, при этом изменив профиль работника на профиль туриста. Затем место предложения было построено рядом с туристической деятельностью (путешествия, ночевки) с мотивацией (научная, культурная, гастрономическая) или практикой (спорт, путешествия, море).

Таким образом, например, пребывание у местного жителя сочетает в себе повседневную жизнь хозяина с ночевкой и завтраком путешественников; агротуризм сочетает в себе повседневную деятельность производителей с открытием для любителей сельской местности; а восстановительный туризм способствует созданию устойчивого видения сотрудничества в этом секторе. В этом смысле предложения пересекаются и играют с позиционированием, чтобы приумножить и создать новый туристический опыт.

Комбинация процедур или гибридизация концепций

И как же на самом деле происходит гибридизация туризма? Постоянно появляются гибридные концепции, которые выявляют тенденции и характеризуют маргинальную, удивительную или необычную динамику.

Самым популярным является появление Glamping (шарм + кемпинг), который заново открывает для себя размещение с парадоксальным комфортом в нетипичных местах (караваны, автобусы и т. д.).

Для деловых путешественников это направление Bleisure, которое выделяется (бизнес + отдых) за счет поездок по различным направлениям. Кризис Covid-19 ставит под сомнение интерес и реальную важность деловых поездок, но также ускоряет появление новых концепций: так называемый workation (работа + отпуск) или staycation (пребывание + отпуск) для посещения местных / близлежащих туристических целей и направлений.

Таким образом, процедуры сливаются, и гибридизация туризма стала способом пропаганды нового туристического опыта и поведения, выходящих за рамки стандартных процедур, при этом оставаясь в полном соответствии с стремлением к индивидуальности и оригинальности современного путешественника.

Гибридные предложения в рамках трансформации сектора

Гибридизация туризма затрагивает большинство компонентов отрасли. Инициативы, представленные здесь, в зависимости от сфер деятельности, без колебаний сочетают в себе предложения по размещению и досугу, и в то же время реализуются очень гибко и новаторски.

Размещение

В гостиничном секторе наблюдается четыре волны гибридизации. Первая произошла в 1990-х годах, когда средства размещения (долгосрочные) сочетали гостиничную деятельность (краткосрочную) с гостиничными услугами (семинары, оздоровление и т. д.). Затем появились лайфстайл-отели. Затем стирание границ между гостиницами и хостелами, и, наконец, последняя волна связана с коливингом и коворкингом. Похоже, что гостиничному сектору необходимо переосмыслить устоявшиеся модели, диверсифицировать и отойти от простого предложения размещения.

Транспорт

Такие места, как например железнодорожные вокзалы, постепенно трансформируются с изменениями на рынке труда, которые переходят в сторону многофункциональности: гостиницы, художественные галереи, офисы и т.д.

Например, гибридный автомобиль - это просто сборка двух поршневых двигателей, но на самом деле его нельзя назвать гибридом. Чтобы стать гибридным, сектор должен быть преобразован по принципу Нурегloor, с помощью многофункционального автомобиля или путем изменения транспортных концепций с целью развития транспорта завтрашнего дня.

Пространство

Сегодня границы физического и виртуального пространств пересекаются. Восприятие места назначения больше зависит от его популярности в социальных сетях, чем от административных границ, которые его закрывают. Туристический опыт становится физическим (физическим + цифровым) и реконфигурирует туристическое пространство в соответствии с видением путешественника и его виртуальным представлением.

Это та же идея, которая кажется горизонтом сектора событий. Хотя физические встречи по-прежнему необходимы для объединения игроков, цифровые технологии рассматриваются как дополнение к деятельности, которая включает в себя развитие традиционных событий.

Управление

Управление туризмом отражает способ управления деятельностью тур направлений / целей. Однако это не только институциональные органы, но и все стороны, вовлеченные в процесс. Секторы объединяются (государственно-частное партнерство) и динамика растет (инкубаторы, третьи места и т. д.).

Эта администрация также становится гибридом с развитием кластеров, которые стремятся укрепить наследие туризма за счет объединения участников, будь то государственные, частные, академические, постоянные/временные, туристические или нет.

В то же время туризм становится сквозным, и туристические организации исчезают в пользу более привлекательных на глобальном уровне агентств. Таким образом, организации

объединяются и реформируются, чтобы найти лучший способ представить свою туристическую деятельность. Этот поиск гибкости в отношениях с заинтересованными сторонами по-прежнему важен для внесения вклада в разработку действенной и эффективной стратегии.

Гибридизация для улучшения предложения

Чтобы действительно создать гибридное сообщество, тур направления/цели должны быть переоценены с точки зрения многоцелевого использования и привлекательности для разных поколений. Олимпийские игры ясно показывают пределы точного развития деятельности и ущерб, нанесенный окружающей среде, экономике и устойчивости сооружений.

Аналогичным образом, пример преизбыточного туризма показывает, насколько важно вовлечение населения в развитие сбалансированного подхода. Таким образом, гибридизация туризма должна будет сочетать в себе действия, реально выгодные для жителей и туристических направлений. Новые концепции должны быть построены нестандартным образом, а тур предложение необходимо будет постоянно обновлять.

Date: 2021-09-06

Article link: <https://www.tourism-review.su/koncepciya-gibridizacii-turizma-news12153>