

**Канд. іст. наук Сливенко В. А, Дрижак О. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ЕКСТРЕМАЛЬНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ**

Сьогодні туризм увійшов в життя більшості людей на планеті, тому галузь дуже стрімко розвивається і разом з цим набувають популярності все нові її види. Як не дивно, сучасному туристу вже замало банального відпочинку на березі лазурного моря або екскурсій знаменитими замками Іспанії, він прагне отримати драйв та адреналін від подорожі, насамперед «полоскотати» собі нерви та отримати незабутні емоції, які не зрівняються з іншими різновидами рекреації, саме через це набуває популярності екстремальний туризм.

Екстремальний туризм – це по суті різновид пригодницького туризму, який потребує наявності природних ресурсів і полягає у відвідуванні туристом відповідних об'єктів задля отримання гострих відчуттів, при цьому він повинен вкладати значні свої ресурси, які включають як фізичні, так і психологічні, оскільки так чи інакше ризикує своїм здоров'ям [1]. Варто відмітити, що перевагою цього виду дозвілля є різноманітність, бо екстремальний туризм включає в себе дуже багато різновидів відпочинку, що дозволяють задовольнити потреби та інтереси кожного туриста індивідуально, а також доступність, оскільки з розвитком технологій такі подорожі стають доступнішими, а кількість і унікальність пропозицій від туристичних фірм лише зростає.

Поштовх у розвитку цей вид туризму отримав ще у ХХ ст., коли всесвітньо відомий французький альпініст Моріс Герцог здійснив перше сходження на гірський масив Аннапурну. Також свій внесок зробили новозеландський альпініст сер Едмунд Гіллари разом з відомим непальським провідником Тенцингою Норгеєм – вони здійснили перше сходження на гору Еверест у 1953 році, що прямо шокувало світову спільноту і викликало значний інтерес у туристів зі всього світу навколо такого екстремального дозвілля [2].

Завдяки своїй різноманітності, екстремальний відпочинок може приваблювати як заможних туристів, так і тих, хто розраховує на бюджетні варіанти подорожі.

Виходячи з цього, найпоширенішими видами такого відпочинку в Європі є:

- дайвінг (Туреччина, Іспанія, Велика Британія, Греція, Ірландія та Португалія);
- рафтинг (Норвегія);
- стрибки з парашутом, фрістайл (охоплюють майже всю Європу);
- альпінізм (Франція, Монако, Італія, Швейцарія, Німеччина, Австрія, Ліхтенштейн, Словенія);
- спелеотуризм (Швейцарія, Франція).

Абсолютно кожен зазначений вид має свої характерні особливості, переваги та недоліки, що дозволяє туристичним фірмам вільно формувати унікальні пропозиції для туристів, згідно їх побажань та інтересів, але важливим є попереднє інформування їх про ці особливості [3].

Окремої уваги вартий темний туризм (або його ще називають чорним) – це специфічний відпочинок для туристів з дійсно сталевими нервами, який несе пізнавальний характер та має на меті відвідування певних об'єктів, що безпосередньо пов'язані з трагічними подіями. Як приклад можна навести: подорож до місць, де відбулися катастрофи різного характеру та масштабу; містичний туризм – подорож до об'єктів, які відомі своїми легендами та незвичними явищами, що в них відбуваються, завдяки яким туристи занурюються у потойбічний світ [3].

Підсумовуючи можна сказати, що екстремальний туризм має вагомий потенціал для того, щоб стати одним із найпопулярніших видів подорожей, оскільки він є:

- достатньо доступним;
- не потребує значних капіталовкладень;
- легко підлаштовується під сучасні динамічні зміни туристичного ринку;
- викликає інтерес у молоді через те, що ця категорія туристів схильна до ризику, отримання адреналіну та гострих відчуттів [4].

Саме тому туризм більшості країн Європи розвиваються в цьому напрямку. Присутній постійний попит через наявність унікальних пропозицій, які доповнюються і удосконалюються, а також через наявність таких аспектів, які формують цей самий попит (культурний, природний та розважальний). Всі ці компоненти працюють як один механізм, тобто турист може одночасно поглиблювати свої

знання про культуру народу, насолоджуватися природою гірських масивів та розважатися шляхом заняття альпінізмом, дайвінгом та спелеотуризмом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кізюн А. Тенденції розвитку світового екстремального туризму: проблеми та перспективи URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/561/537>.
2. UNWTO: Global Report on Adventure Tourism. URL: <https://cdn-research.adventuretravel.biz/research/5bbf8f9d6e8306.18931611/UNWTO-global-report-on-adventure-tourism-web.pdf>.
3. Глебова А.О., Зозуля А.В., Солодовник М.О. Сучасний стан та перспективи розвитку екстремального туризму в Україні та світі. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1662/Hliebova.pdf?sequence=1&is>.
4. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро, 2023. 206 с. URL: [http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod\\_turyzm\\_ta\\_gostynnist\\_teoriya\\_ta\\_praktuka.pdf](http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktuka.pdf).

**Канд. іст. наук Сливенко В. А., Клочко М. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Сучасне суспільство і підприємництво не можуть існувати без соціальних мереж, адже вони працюють як ефективний інструмент для розширення каналів продажів і привернення нових клієнтів. З кожним наступним роком їх популярність та роль у розвитку міжнародного туристичного бізнесу збільшується, завойовуючи увагу людей у всьому світі. Соцмережі стають ключовим інструментом для інформування людей, впливу на їхні смаки та поведінку, а також для просування туристичних послуг.

Уже на сьогодні неможливо знайти туристичну компанію, яка б не мала власної сторінки в одній із соціальних мереж. А маловідомі фірми підтримують кілька офіційних профілів у соцмережах для відкритого онлайн-контакту зі своїми клієнтами. І це вже нова реальність, яка замінює традиційну офісну роботу. Вибір належних каналів соціальної мережі для туристичного бізнесу має вирішальне значення для компанії. Усі соціальні платформи не є ідентичними, і важливо фокусуватися на тих, які відповідають конкретній цільовій аудиторії