



Для поколения Z смартфон – это не просто инструмент бронирования и планирования поездки. Для зумеров важно, чтобы любыми новыми впечатлениями можно было быстро и легко поделиться в *Instagram*, *TikTok* и других соцсетях. Пейзаж с вершиной холма или улица старого города – это не просто красивый вид, а потенциальное «*инстаграмное место*». Поэтому цифровая вовлеченность влияет на привлекательность той или иной туристической локации. При этом зумеры удивительно серьезно относятся к таким ценностям, как устойчивость, экологичность и социальная ответственность. Для них это не тренды, а реальные ориентиры. Аутентичные и индивидуальные предложения вызывают у них больший интерес, чем идеально выверенные, но обезличенные туристические продукты.

Традиционный австрийский подход к отпуску – две поездки в год по заранее согласованному графику – всё чаще уступает **место гибким и частым путешествиям**. Молодежь планирует поездки спонтанно, чаще – на короткий срок. Это требует от туроператоров создания мобильных, гибких и четко сформулированных туристических предложений. Да, цена имеет значение, но ключевым фактором становится возможность получить вдохновляющий опыт, которым хочется делиться.

Исследование *ÖW Summer Potential Study*, проведенное **Австрийским туристическим офисом**, проливает свет на поведенческие особенности зумеров в контексте путешествий. Вот некоторые ключевые выводы:

- **Позднее бронирование.** Несмотря на то, что молодые

КАК ПУТЕШЕСТВУЕТ ПОКОЛЕНИЕ Z: ЦЕННОСТИ, СПОНТАННОСТЬ И СТОРИС

ЗУМЕРЫ (ПОКОЛЕНИЕ Z) – МОЛОДЫЕ ЛЮДИ, РОДИВШИЕСЯ С СЕРЕДИНЫ 1990-Х ДО НАЧАЛА 2010-Х ГОДОВ, – СКОРО СТАНУТ ОСНОВНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ СЕРВИСОВ. ХОТЯ МНОГИЕ ИЗ НИХ ВСЁ ЕЩЕ ПУТЕШЕСТВУЮТ С РОДИТЕЛЯМИ, ИХ ЛИЧНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И РЕШЕНИЯ УЖЕ АКТИВНО ФОРМИРУЮТ РЫНОК. ЧТО ВАЖНО ДЛЯ НОВОЙ, ЦИФРОВО ПОДКОВАННОЙ И ЦЕННОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА?

туристы уже знают, куда хотят отправиться, они гораздо позже принимают решение о бронировании жилья. Доля тех, кто еще не задумывался о летнем отпуске, также выше, чем в среднем по другим возрастным группам.

- **Ограниченный бюджет, но высокий интерес.** Многие представители поколения Z признают, что не располагают достаточными средствами для отдыха. Однако желание путешествовать столь же велико, как и у старших поколений. Не поехать в отпуск для них – не вариант.

- **Частые поездки.** Зумеры путешествуют даже чаще, чем жители Австрии в целом: поч-

ти половина 18–29-летних планируют несколько длительных поездок в году (более пяти дней), а свыше 60 % – дополнительно несколько коротких.

- **Интересы и формат отдыха.** Молодая аудитория активнее интересуется спортом, приключениями, вечеринками и шопингом. Чаще выбирает апартаменты и бюджетные варианты размещения (включая Airbnb и хостелы), при этом всё более заметную роль в принятии решений играют экологические аспекты отдыха.

По материалам Австрийского туристического офиса