ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ И ТУРИЗМ: КАК МЕНЯЮТСЯ ЦЕННОСТИ И ФОРМИРУЮТСЯ НОВЫЕ ТРЕНДЫ

DOI: 10.52174/2579-2989_2026.2-32

Ключевые слова: *теория поколений, ценности поколений, туризм, трансформация туризма, цифровизация, устойчивый туризм, персонализированный туризм.*

В статье рассматривается теория поколений и её влияние на формирование ценностей, а также на развитие туристической индустрии. Показано, как каждое поколение - от Молчаливого до Поколения Бета - формирует уникальные приоритеты, которые отражаются на туристических предпочтениях и практиках: от оздоровительного и культурного туризма до экологически ориентированных и технологически интегрированных путешествий. Проведен сравнительный анализ ценностей поколений, их подходов к работе, обществу и культуре, а также влияния этих изменений на трансформацию туризма. В работе делается вывод, что понимание ценностей разных поколений позволяет индустрии туризма адаптировать свои стратегии, разрабатывать персонализированные и устойчивые туристические продукты, а также прогнозировать будущие тренды.



Гаяне ТОВМАСЯН

Кандидат экономических наук, доцент

В 2010 г. с отличием окончила Армянский государственный экономический университет (АГЭУ) по специальности «Менеджмент». В 2014 г. получила степень кандидата экономических наук, в 2021 году - звание доцента.

С 2016 года - сотрудник исследовательского центра АГЭУ «Амберд». С 2016 г. преподает в Академии государственного управления РА, с 2019 г. - в АГЭУ, с 2023 г. - в ЕГУ и в Ереванском государственном университете языков и социальных наук имени В. Я. Брюсова.

Автор и соавтор более 150 научных публикаций, в том числе 10 монографий и 4 учебных пособий, а также одного университетского учебника. 25 статей были опубликованы в журналах, включенных в базы данных Scopus и Web of Science.

ORCID - https://orcid.org/0000-0002-4131-6322
Web of Science ResearcherID: AAH-5677-2021
Scopus Author ID: 56690085600

Ценности разных поколений оказывают значительное влияние на развитие общества, экономики и культуры. Каждое поколение формировалось в уникальных исторических, социальных и технологических условиях, что отразилось на приоритетах, образе мышления и стиле жизни.

Туризм, как и общество в целом, постоянно трансформируется под влиянием изменений ценностей присущих разным поколениям. Каждое новое поколение приносит свои ценности, приоритеты и образ жизни, которые определяют, как люди путешествуют, какие впечатления

ищут и как взаимодействуют с туристическими направлениями. От Молчаливого поколения, для которого путешествия были редкой привилегией, до Миллениалов и Поколения Z, превративших туризм в форму самовыражения, активизма и цифровой идентичности, индустрия прошла глубокую эволюцию. Сегодня поколения Альфа и Бета, растущие в условиях полной цифровизации и ориентации на устойчивость, формируют новые тенденции: гибридные форматы путешествий, экологические практики и технологически насыщенные впечатления. Понимание этих изменений крайне важно для прогнозирования будущего туризма и адаптации стратегий индустрии под ценности будущих путешественников.

Цель статьи - проанализировать ценности различных поколений от Молчаливого до Поколения Бета и определить их влияние на формирование туристических практик и развитие туристической индустрии, а также выявить ключевые тенденции развития туризма будущего.

Поколение - это общественная группа людей, родившихся в один хронологический промежуток времени, которые росли в аналогичных условиях[1].

Теорию поколений разработали американские писатели Нил Хау и Уильям Штраус[2]. В 1991 году они выпустили книгу «Поколения: История будущего Америки, с 1584 по 2069», в которой проследили историю США через биографии выдающихся людей. В ней авторы заложили основы теории, которые расширили в книге «Четвертый поворот»[3] (вышла в свет в 1997 году). Суть теории в том, что каждое поколение социализируется в различных общественных, политических и экономических условиях, под влиянием которых формируются ценности данного поколения. Представителей одного поколения от другого отделяют 20 лет. Поэтому каждое следующее поколение проходит психологическое становление в новых условиях[4].

Теория поколений - это концепция, которая утверждает, что представители одного поколения имеют схожие поведенческие модели, поскольку росли в одинаковых социокультурных условиях и под влиянием общих исторических событий. Проще говоря, теория поколений объясняет вечный конфликт отцов и детей: люди разных возрастов с трудом понимают друг друга из-за различий в жизненном опыте. На первый взгляд она не имеет никакой научной ценности. Однако ее используют, чтобы выявлять и исследовать социокультурные различия между поколениями[5].

Выделяют следующие поколения[6]:

- **Молчаливое поколение (Silent Generation) (1928-1945):** стремились к стабильности, были практичными и экономными. Представители этого поколения отличаются дисциплинированностью и трудолюбием, а также стремятся к стабильности - это объясняется тем, что их детство и юность проходили в сложных исторических условиях. На людей этого поколения повлияли Великая депрессия и

[1] Теория поколений... X, Y, Z и A (альфа)- кто есть кто?, http://spsu.ru/news/4525-teoriya-pokolenij-x-y-z-i-a-al-fa-kto-est-kto

[2] Strauss–Howe Generational Theory, https://www.glostat.com/terminology/strausshowe-generational-theory/

[3] Strauss W., Howe N., The Fourth Turning. An American Prophecy, 318p.,1997, https://avalonlibrary.net/ebooks/William%20Strauss,%20Neil%20Howe%20-%20The%20Fourth%20Turning%20-%20An%20American%20Prophecy%20-%20What%20the%20Cycles%20of%20History%20Tell%20Us%20About%20America's%20Next%20Rendezvous%20with%20Destiny.pdf

[4] Фролова М., Теория поколений по годам: как отличить бумера, миллениала, зумера и альфу, https://lenta.ru/articles/2025/03/17/teoriya-pokoleniy/

[5] Теория поколений по годам: характеристика и различия X, Y, Z и Альфа, https://school.synergy.ru/psychology/teoriya-pokoleniy-po-godam-harakteristika-i-razlichiya

[6] Теория поколений: Чем отличаются зумеры, бумеры, миллениалы, поколения X и альфа, https://rg.ru/2024/03/01/teoriia-pokolenij-chem-otlichaiutsia-zumery-bumery-millenialy-pokoleniia-x-i-alfa.html#3;
Фролова М., Теория поколений по годам: как отличить бумера, миллениала, зумера и альфу, https://lenta.ru/articles/2025/03/17/teoriya-pokoleniy/;
Теория поколений: как она работает и работает ли вообще, https://trends.rbc.ru/trends/education/6156efb59a79477bf9ca5893?from=copy;
Поколение Бета: какими будут дети, которые родятся в 2025 году, https://mel.fm/blog/anna-nyumayer/30594-pokoleniye-beta-kak-uchit-detey-kotoryye-rodyatsya-v-2025-godu#:~:text=%D0%95%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%2C%20%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%D0%BE%D0%BA%D1%80%D1%83%D0%B3,%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%B%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%20%D0%BD%D0%B5%C2%A0%D0%B1%D1%83%D0%B4%D1%83%D1%82

Вторая мировая война. Представители этого поколения воспринимали службу государству и обязательства перед семьей как необходимость, а также были преданы своему делу, несмотря на трудности.

• **Бэби-бумеры (Baby Boomers) (1946-1964):** старались построить карьеру, рано заводили семью, отличались решительностью и патриотизмом. После Второй мировой войны начался резкий рост рождаемости, благодаря которому поколение и получило свое название.

Его представители выросли в эпоху экономического роста, социальных перемен и развития технологий. Это позволило бэби-бумерам наслаждаться относительно стабильным материальным благополучием. Благодаря росту экономики и доступности образования средний класс значительно увеличился, и для бэби-бумеров открылось больше возможностей. Изменилась модель потребления: люди начали ориентироваться на стиль жизни и личное удовольствие. Они верили в светлое будущее, а потому активно инвестировали в жилье и образование, что способствовало развитию определенных секторов экономики.

• **Поколение X (Generation X) (1965-1980):** прагматики, которые во всем ищут практическую пользу. Большие индивидуалисты по сравнению с бумерами. Они столкнулись с началом цифровой революции и глобализацией, что повлияло на их подход к работе и жизни. От бэби-бумеров, которые придерживались традиций, поколение X отличается прагматизмом и индивидуализмом. Для них важны материальные ценности и независимость.

• **Поколение Y, миллениалы (1981-1996):** технологически подкованные, ценят самовыражение и стараются продлить свою молодость. Не хотят рано заводить семью и много внимания уделяют карьере. Они встретили новое тысячелетие подростками или детьми. Порой миллениалов также называют «поколением большого пальца» за способность набирать сообщения пальцем одной руки на смартфонах и планшетах. В системе их ценностей высокое место занимает постоянное саморазвитие, толерантность и забота об окружающей среде. Миллениалы придают большое значение непрерывному обучению. Они активно посещают курсы, тренинги и семинары, стремятся постоянно повышать свою квалификацию и развивать новые навыки.

• **Поколение Z, зумеры (1997-2010):** почти не представляют свою жизнь без интернета, креативные и толерантные, внимательны к своему психологическому состоянию. Про зумеров важно знать, что они стали первыми, для кого интернет, соцсети и игры на смартфонах всегда были частью сознательной жизни - это наложило глубокий отпечаток на их мировоззрение, ценности и поведение. Поколение Z - будущее современного общества. Они несут новые идеи, технологии и подходы к решению глобальных проблем. Их открытость, готовность к сотрудничеству как друг с другом, так и с другими поколениями, а также технические навыки делают зумеров мощной силой для развития общества. При этом есть мнение, что у зумеров меняется подход к знаниям и тип памяти: они предпочитают запоминать не саму информацию, а способ ее получить - например, как найти ее в интернете.

• **Поколение альфа (2011-2024):** первое поколение, с самого детства погруженное в цифровой мир и привыкшее к почти неограниченным материальным благам. Название «Альфа» ввел маркетолог Марк Маккриндл: он предложил в качестве термина первую букву греческого алфавита - это символ того, что началась новая эра. Основные перспективы этого поколения связаны с технологическим прогрессом, глобальными изменениями и новыми моделями воспитания и образования[7].

Социальные сети и мессенджеры становятся основными средствами общения для своей главной целевой аудитории - детей. Они учатся взаимодействовать с миром через экраны, что влияет на их социальные навыки и восприятие общения.

Существует риск, что дети станут зави-

[7] Understanding Generation Alpha, https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/#alpha_naming

ТАБЛИЦА 1

Сравнение поколений

Аспект	Молчаливое поколение	Бэби-бумеры	Поколение X	Поколение Y / Миллениалы	Поколение Z, зумеры	Поколение альфа	Поколение бета
Технологии	Радио, ТВ	Первые персональные компьютеры	Персональные компьютеры, мобильные телефоны	Интернет, соцсети	Цифровые аборигены, соцсети	VR, ИИ, гаджеты с детства	Искусственный интеллект, метавселенная, роботизация
Ценности	Дисциплина, семья	Карьера, стабильность, патриотизм	Независимость, прагматизм, баланс работа–жизнь	Саморазвитие, опыт, баланс	Индивидуальность, соц. справедливость	Технологичность, глобальность, комфорт	Устойчивость, цифровая идентичность, интеграция человека и технологий
Работа	Лояльность, стабильность	Иерархия, карьерный рост	Стабильность, личная свобода	Гибкость, поиск смысла	Индивидуализация, нестандартные пути	Скорость, эффективность, инновации	Гибрид работы и технологий, сотрудничество с ИИ
Общество/культура	Консерватизм, традиции	Социальные и культурные изменения, рост среднего класса	Скепсис, личная свобода, образование	Глобальные вопросы, цифровая культура	Социальный активизм, экологии, цифровая коммуникация	Мультикультурность, цифровая идентичность, экологическая осознанность	Технологическая интеграция, постнациональное мышление, устойчивое развитие

Источник: составлено автором.

сеть от гаджетов и соцсетей, а это ухудшит качество жизни и общения, приведет к нарциссизму и эгоизму. Замена живого общения виртуальным может ослаблять навыки межличностного взаимодействия и эмпатии.

• **Поколение бета (2025-2039):** новое поколение, которое будет жить в эпоху нейросетей. Они будут жить в полной цифровизации, мире алгоритмов и виртуальной социализации. В реальности, где удаленная работа стала нормой, отношения онлайн будут так же важны, как взаимодействие офлайн.

Вероятно, новое поколение вырастет в период, когда нейросети и искусственный интеллект станут частью повседневной жизни - от культуры до здравоохранения и образования. Но как именно это повлияет на людей, можно только догадываться.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ поколений.

Влияние ценностей на будущее мира

Ценности каждого поколения не только отражают социально-экономическую реальность их времени, но и задают направление развития общества в будущем[8]:

• **Представители «молчаливого поколения»,** для которых ключевыми были дисциплина и стабильность, заложили основы государственных институтов, систем образования и здравоохранения, которые продолжают функционировать и сегодня.

• **Бэби-бумеры** акцентировали внимание на карьерном росте и материальном благополучии, что способствовало формированию общества массового потребления, но одновременно стало источником экологических вызовов современности.

• **Поколение X** с их стремлением к независимости и прагматизму способствовало развитию предпринимательства и первых цифровых инноваций.

• **Миллениалы** продвинули идеи гибкости, креативности и глобальной взаимосвязанности, став инициаторами экологических и социальных движений.

• **Поколение Z** формирует ценности социальной справедливости, индивидуальности и экологической ответственности, что усиливает тренды активизма и цифровой идентичности.

• **Поколение Альфа** вырастает в условиях повсеместной цифровизации и искусственного интеллекта, и именно они

[8] TParry, E., & Urwin, P. (2011). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. International journal of management reviews, 13(1), 79-96, https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00285.x;
Leijen, I., van Herk, H. & Bardi, A. Individual and generational value change in an adult population, a 12-year longitudinal panel study. Sci Rep 12, 17844 (2022). https://doi.org/10.1038/s41598-022-22862-1;
Kasser, T. (2011). Cultural values and the well-being of future generations: A cross-national study. Journal of Cross-Cultural Psychology, 42(2), 206–215. https://doi.org/10.1177/0022022110396865

будут задавать новые стандарты мультикультурности, технологичности и устойчивого образа жизни.

• **Поколение Бета,** по всей вероятности, станет «зелёным поколением», для которого центральными будут устойчивое развитие, интеграция с цифровыми технологиями и формирование новой этики взаимодействия человека и искусственного интеллекта.

Таким образом, происходит очевидный сдвиг от ценностей, связанных с материальным ростом и потреблением к ценностям сохранения, устойчивости и глобального сотрудничества. Это свидетельствует о том, что будущее мира будет определяться не количеством ресурсов, которыми мы обладаем, а тем, насколько ответственно и инновационно мы ими распоряжаемся.

Влияние ценностей поколений на развитие туризма.

Эволюция туризма напрямую связана с изменением ценностей разных поколений. Каждый переход от одного поколения к другому сопровождался сдвигом в туристических практиках: от оздоровительного и культурного туризма к поиску уникального опыта, устойчивости и цифровизации[9].

1. От стабильности к массовости (Молчаливое поколение → Бэби-бумеры). Молчаливое поколение ориентировалось на здоровье, безопасность и традиции, именно это поколение заложило основу оздоровительного и лечебного туризма (санатории, спа-курорты). Бэби-бумеры с их ценностью материального достатка и комфорта вывели туризм на уровень массового потребления: авиаперелёты стали доступнее, появились круизы, курорты и пакетные туры. Они сделали туризм массовым и сформировали индустрию «all inclusive».

2. От массового к индивидуальному (Поколение X). Прагматизм и стремление к независимости у поколения X вызвали рост интереса к индивидуальным маршрутам, самостоятельным путешествиям, активным видам отдыха. Лоукостеры, онлайн-бронирования, первые тревел-блоги - отражение этих ценностей. Туризм начал уходить от стандартизированных туров к большей персонализации.

3. От индивидуальности к опыту и смыслу (Миллениалы). Миллениалы ценят самореализацию и опыт. Для них путешествие - это не отдых, а способ «жить как местный», открыть культуру через гастрономию, искусство и креатив. Они поддерживают экологические инициативы, локальный бизнес. Туризм стал инструментом самоидентификации и поиска смысла, а не просто формой досуга.

4. От опыта к активизму и цифровизации (Поколение Z). Поколение Z фокусируется на экологии, социальной справедливости и цифровой идентичности. Их выбор: экотуризм, волонтёрские поездки, креативный туризм. Соцсети (Instagram, TikTok) формируют маршруты и тренды.

5. От цифровизации к гибридности (Поколение альфа → Поколение бета). Поколение альфа растут в технологической среде, их привлекает edutainment туризм (форма путешествий, которая сочетает в себе элементы обучения (education) и развлечения (entertainment)), VR-экскурсии, геймификация маршрутов. Поколение бета будут искать гибридные форматы - сочетание физических и виртуальных путешествий, приоритет экологии, цифровая персонализация через ИИ. Туризм будущего будет объединять реальность и метавселенную, а также опираться на устойчивость и цифровую этику.

Эволюция ценностей поколений при-

[8] Gorenak, M., & Trdina, A. (2018). The influence of generations and their values on tourism product selection–Theoretical overview. Responsible hospitality: Inclusive, active, green, pp. 165-190, https://www.academia.edu/48193724/The_meaning_of_accessible_tourism
Kamboj, R., & Sharma, P. (2016). Tourism for tomorrow: Travel trends across generations: From baby boomers to millennials. Amity Research Journal of Tourism, Aviation and Hospitality, 1(2), 70-83. https://amity.edu/aitt/arjtah/pdf/vol1-2/9.pdf;
Garikapati, V. M., Pendyala, R. M., Morris, E. A., Mokhtarian, P. L., & McDonald, N. (2016). Activity patterns, time use, and travel of millennials: a generation in transition? Transport Reviews, 36(5), 558–584. https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1197337;
Popșa, R. E. (2024). Exploring the generation Z travel trends and behavior. Studies in Business and Economics, 19(1), 189-189. DOI:10.2478/sbe-2024-0010

вела к тому, что туризм из роскоши став массовым продуктом, превратился в индивидуальную практику, трансформировался в опыт и самовыражение, перешёл в активизм и цифровую идентичность и сегодня стремится к гибридному, устойчивому и технологичному будущему.

Если учитывать все ценностные сдвиги поколений, то туристическая индустрия должна постоянно адаптироваться, иначе она потеряет новых клиентов. ***Вот что должна делать туристическая индустрия с учётом изменений ценностей поколений:***

➢ Персонализация и индивидуализация услуг: от стандартных пакетов к гибким маршрутам, учитывающим личные интересы и ценности.

➢ Устойчивое развитие и экотуризм: минимизировать экологический след, внедрять «зелёные» практики (локальные продукты, возобновляемая энергия).

➢ Интеграция технологий: Использовать VR/AR, AI-гидов, цифровые платформы для планирования и уникального опыта.

➢ Опыт и эмоции вместо потребления: Создавать турпродукты, где главная ценность - впечатления, обучение и участие, а не только сервис.

➢ Креативность и культурная аутентичность: Поддерживать локальные сообщества, культурные практики, гастрономический и винный туризм.

➢ Социальная ответственность и ценности: Поддержка местных сообществ, волонтёрские проекты, прозрачность и этичность бизнеса.

➢ Гибридные форматы: Развивать сочетание реальных и виртуальных путешествий (метавселенные, VR-туризм как дополнение).

Чтобы оставаться актуальной, туристическая индустрия должна учитывать ценностные сдвиги каждого поколения, адаптировать свои продукты и услуги, внедрять цифровые технологии, поддерживать устойчивость и экологичность, а также создавать уникальный опыт, отвечающий ожиданиям путешественников будущего. Понимание ценностей поколений позволяет не только прогнозировать будущее туризма, но и формировать его так, чтобы он соответствовал потребностям и этическим приоритетам общества.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Поколение Бета: какими будут дети, которые родятся в 2025 году, https://mel.fm/blog/anna-nyumayer/30594-pokoleniye-beta-kak-uchit-detey-kotoryye-rodyatsya-v-2025-godu#:~:text
2. Теория поколений по годам: характеристика и различия X, Y, Z и Альфа, https://school.synergy.ru/psychology/teoriya-pokoleniy-po-godam-harakteristika-i-razlichiya
3. Теория поколений… X, Y, Z и A (альфа)- кто есть кто?, http://spsu.ru/news/4525-teoriya-pokolenij-x-y-z-i-a-al-fa-kto-est-kto
4. Теория поколений: как она работает и работает ли вообще, https://trends.rbc.ru/trends/education/6156efb59a79477bf9ca5893?from=copy
5. Теория поколений: Чем отличаются зумеры, бумеры, миллениалы, поколения X и альфа, https://rg.ru/2024/03/01/teoriia-pokolenij-chem-otlichaiutsia-zumery-bumery-millenialy-pokoleniia-x-i-alfa.html#3
6. Фролова М., Теория поколений по годам: как отличить бумера, миллениала, зумера и альфу, https://lenta.ru/articles/2025/03/17/teoriya-pokoleniy/
7. Garikapati, V. M., Pendyala, R. M., Morris, E. A., Mokhtarian, P. L., & McDonald, N. (2016). Activity patterns, time use, and travel of millennials: a generation in transition? Transport Reviews, 36(5), 558–584. https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1197337
8. Gorenak, M., & Trdina, A. (2018). The influence of generations and their values on tourism product selection–Theoretical overview. Responsible hospitality: Inclusive, active, green, pp. 165-190, https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00285.x
9. Kamboj, R., & Sharma, P. (2016). Tourism for tomorrow: Travel trends across generations: From baby boomers to millennials. Amity Research Journal of Tourism, Aviation and Hospitality, 1(2), 70-83. https://amity.edu/aitt/arjtah/pdf/vol1-2/9.pdf
10. Kasser, T. (2011). Cultural values and the well-being of future generations: A cross-na-

tional study. Journal of Cross-Cultural Psychology, 42(2), 206–215.
https://doi.org/10.1177/0022022110396865
11. Leijen, I., van Herk, H. & Bardi, A. Individual and generational value change in an adult population, a 12-year longitudinal panel study. Sci Rep 12, 17844 (2022).
https://doi.org/10.1038/s41598-022-22862-1
12. Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. International journal of management reviews, 13(1), 79-96,
13. Popșa, R. E. (2024). Exploring the generation Z travel trends and behavior. Studies in Business and Economics, 19(1), 189-189.
DOI:10.2478/sbe-2024-0010
14. Strauss W., Howe N., The Fourth Turning. An American Prophecy, 318p.,1997,
https://avalonlibrary.net/ebooks/William%20Strauss,%20Neil%20Howe%20-%20The%20Fourth%20Turning%20-%20An%20American%20Prophecy%20-%20What%20the%20Cycles%20of%20History%20Tell%20Us%20About%20America's%20Next%20Rendezvous%20with%20Destiny.pdf
15. Strauss–Howe Generational Theory,
https://www.glostat.com/terminology/strauss-howe-generational-theory/
16. Understanding Generation Alpha,
https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/#alpha_naming

Գայանե ԹՈՎՄԱՍՅԱՆ
«Ամբերդ» հետազոտական կենտրոնի փորձագետ-գիտաշխատող, ՀՊՏՀ, տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ

ՐԹՈՒԹՅՈՒՆ, ՆՈՐԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ, ԳԻՏԵԼԻՔ

ՍԵՐՈՒՆԴՆԵՐԻ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅՈՒՆԸ. ԻՆՉՊԵ՞Ս ԵՆ ՓՈՓՈԽՎՈՒՄ ԱՐԺԵՔՆԵՐԸ ԵՎ ՁԵՎԱՎՈՐՎՈՒՄ ՆՈՐ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ

Հոդվածում ուսումնասիրվում է սերունդների տեսությունը՝ բացահայտելով դրա ազդեցությունը արժեքների ձևավորման ու զբոսաշրջության արդյունաբերության զարգացման վրա: Ցույց է տրվում, թե յուրաքանչյուր սերունդ, սկսած «Լուռ սերնդից» մինչև «Բետա սերունդ», ինչպես է մշակում եզակի առաջնահերթություններ, որոնք ազդում են զբոսաշրջության վրա՝ նախասիրությունների և գործելակերպի ձևավորման տեսանկյունից: Խոսքը առողջարար և մշակութային զբոսաշրջության, ինչպես նաև էկոլոգիական և տեխնոլոգիապես ինտեգրված ճանապարհորդության մասին է: Ներկայացվում է արժեքների, աշխատանքի, հասարակության և մշակույթի նկատմամբ սերունդների մոտեցումների, ինչպես նաև զբոսաշրջության վերափոխման վրա դրանց ազդեցության համեմատական վերլուծություն: Տարբեր սերունդների արժեքների ըմբռնումը թույլ է տալիս զբոսաշրջության ռազմավարությունները հարմարեցնել համապատասխան արդյունաբերությանը, մշակել անհատականացված և կայուն զբոսաշրջային արդյունքներ ու կանխատեսել ապագա միտումները:

Հիմնաբառեր. *սերունդների տեսություն, սերունդների արժեքներ, զբոսաշրջություն, զբոսաշրջության վերափոխում, թվայնացում, կայուն զբոսաշրջություն, անհատականացված զբոսաշրջություն*

Gayane TOVMASYAN
Expert-Researcher at the «Amberd» Research Center, ASUE, PhD in Economics, Associate Professor

EDUCATION, INNOVATION, KNOWLEDGE

GENERATIONAL THEORY AND TOURISM: HOW VALUES ARE CHANGING AND NEW TRENDS ARE FORMING

This paper examines generational theory and its influence on the formation of values and on the development of the tourism industry. It shows how each generation, from the Silent Generation to Generation Beta, develops unique priorities that influence tourism preferences and practices, ranging from wellness and cultural tourism to eco-oriented and technologically integrated travel. A comparative analysis of generational values, their approaches to work, society, and culture, as well as the impact of these changes on the transformation of tourism, is provided. The paper concludes that understanding the values of different generations allows the tourism industry to adapt its strategies, develop personalized and sustainable tourism products, and predict future trends.

Keywords: *generational theory, generational values, tourism, tourism transformation, digitalization, sustainable tourism, personalized tourism*