

Орислава ГРАФСЬКА

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
*Львівський державний університет
фізичної культури імені Івана Боберського,
м. Львів, Україна*

Тарас ПЕРЕГІНЯК

аспірант
*Львівський університет бізнесу та права,
м. Львів, Україна*

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА В УМОВАХ СЕРВІСІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ВИКЛИКИ Й МЕГАТРЕНДИ

У період інтенсивного розвитку, глобальних трендів і викликів суспільно-економічного розвитку, процеси глобалізації, інтеграції та сервісизації характеризуються високим динамізмом впливу на всі сфери економічної діяльності, а тому без превентивного реагування на зовнішні впливи ефективний розвиток економічної системи країн буде ускладнений.

Значимо, що термін «сервісизація» походить від англійського слова *service* – послуга. Сервісизація є багатограний процес активного інвестування в інфраструктурні галузі, який зумовлений зростанням доходів, розширенням потреби в кредитних ресурсах, прискоренням темпів розвитку й пошуком ресурсозбережних технологій у сфері виробництва й реалізації продукту та послуг [1].

Відзначимо, що особливо це актуально для туристично-рекреаційної сфери, яка має міжнародний характер і взаємопов'язана з глобальними мегатрендами й економічними циклами розвитку суспільства. Висхідна чи спадна економічна динаміка розвитку прямо пропорційно корелює з динамікою

туристичних потоків. Нині світова туристична система формує близько 9,5% ВВП і забезпечує 266 млн робочих місць у економіці. Аналітики UNWTO також прогнозують подальше зростання кількості міжнародних туристичних візитів у світі. Україна виявляє політику відкритості та інтеграції до світового економічного простору. Відбуваються позитивні тенденції нарощення обсягів і змін структури в'їзного туристичного потоку.

Проаналізувавши результати досліджень щодо виявлення головних драйверів розвитку туризму, експерти визначили, що в умовах переходу економічних систем до постіндустріальної (інформаційної) ери, зростає необхідність орієнтування на характерні їй «проривні інновації», якими є продукти й сервіси, що відповідають запитам інформаційної економіки – технологічні стартапи. Поширення технологічних мегатрендів – результат глобалізації. Вони можуть спричинити кардинальні зміни у світовій туристичній системі і, відповідно, туристичній системі України. Водночас вплив технологічних трендів на туризм – це технології блокчейн та її потенційні можливості, пов'язані з процедурами ідентифікації туристів, поліпшення якості обслуговування, появою кардинально інших механізмів організації подорожей, можливостями моніторингу ринку туристичних послуг тощо [2].

На базі високого потенціалу розвитку в Україні ІТ-сфери можна вже сьогодні закладати інноваційні засади надання туристично-рекреаційних послуг. Україна першою у світі запустила електронний державний аукціон на основі технології блокчейн – систему державних електронних торгів із заставним майном (СЕТАМ), після ребрендингу – торгова марка OpenMarket [3].

Нові інформаційні технології широко застосовують у міжнародному туризмі. Згідно з даними UNWTO, понад 33% клієнтів туристичних агентств у віці від 18 до 47 років вважають за краще використовувати інтерактивні системи й

туристичні онлайн-сервіси для добору та оформлення туристичної поїздки. Понад 53% клієнтів вважають за краще використовувати доступні популярні месенджери для уточнення деталей поїздки. Багато компаній розробляють і активно впроваджують свої додатки для смартфонів.

Формування моделі національної цифрової економіки може послужити акселератором розвитку як загалом економіки країни, так і її туристично-рекреаційної сфери. Детермінанти розвитку туризму:

- посилення впливу централізованих (Booking, Airbnb) та децентралізованих платформ (так звані «убивці Airbnb»), що звільняють готелі й споживачів від сплати комісійних зборів);
- поширення мобільних додатків;
- зростання придбань туристичних продуктів і послуг в інтернет-середовищі;
- зростання залежності, бронювань послуг від чисельності відвідувань сайту (конверсія);
- упровадження технологій спільного споживання.

Зазначимо, що цифрові маркетингові комунікації є одночасно і сучасним викликом, і інструментом розвитку комунікації між курортно-рекреаційними підприємствами, з одного боку, і споживачами і стейкхолдерами – з другого. Особливого значення вони набули в умовах інформатизації суспільства, оскільки, за даними Асоціації готельного маркетингу, соціальні мережі охоплюють 77% онлайн-населення і мільйони людей використовують сайти соціальних мереж, такі як «Твіттер», «Інстаграм», «Фейсбук».

Екологізація мислення. Упродовж останніх років Європейська комісія виступила з кількома важливими ініціативами в галузі ефективності використання ресурсів, які втілилися в «Пакет циркулярної економіки» (грудень 2015 р.). Економіка замкнутого циклу, або циркулярна економіка (англ. Closed-loop economy, Circular economy), – модель економіч-

ного розвитку, заснована на відновленні й раціональному споживанні ресурсів, альтернатива традиційній, лінійній економіці.

Тиск глобальних мегатрендів формує потребу в численних і різноманітних змінах, а отже, і відповідну стратегічну платформу для виваженої та обґрунтованої економічної політики багатьох країн. Також зазначимо, що досягнення країн у сфері управління природними ресурсами та їх раціонального використання за рівнем екологічної ефективності відображені в результатах глобального дослідження визначних науковців та дослідників, праці яких увійшли в історично-культурний потенціал. Компаративний аналіз взаємозв'язку між індексами екологічної ефективності та економічним добробутом (ВВП на одну особу) країн показав позитивну кореляцію. І, власне, для досягнення завдань щодо забезпечення сталого розвитку необхідний рівень економічного розвитку дає змогу реалізувати інвестиції в інфраструктуру, необхідну для охорони здоров'я людини та екосистем (рис.1).

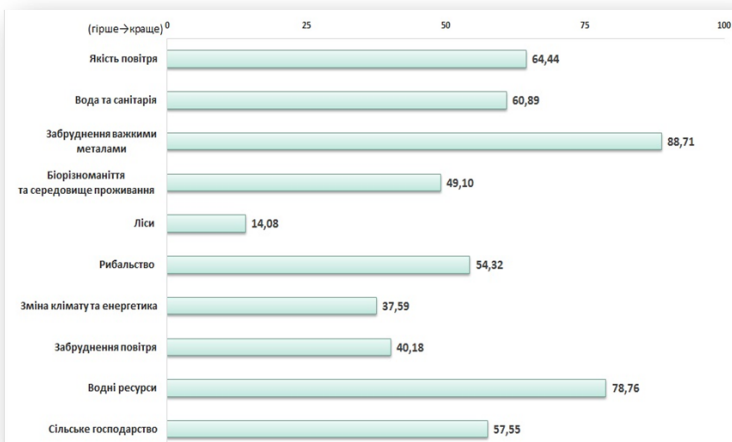


Рис.1. Основні складники індексу екологічної ефективності України у 2018–2022рр. (середньостатистичні дані)*

Ключові слова: сервісизація, мегатренди, туристично-рекреаційна сфера.

Список використаних джерел

1. Мазаракі А.А. Детермінанти розвитку туризму. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* (Пряшів, 10–11 квіт. 2019 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 196 с. – С.76-78.
2. Асоціація готельного маркетингу. URL: <https://hotelmarketingassociation.com/blog/hotel-marketing-trends-2019/>
3. Романчук Л.Д. Цифрові маркетингових комунікацій курортнорекреаційних підприємств. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* (Пряшів, 10–11 квіт. 2019 р.)