

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА МЕГАТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ

©2020 ГРАФСЬКА О. І.

УДК 338:48
JEL Classification: L83

Графська О. І.

Сучасні виклики та мегатренди розвитку туристично-рекреаційної сфери

Глобальні тренди та виклики 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. Особливо це актуально для туристично-рекреаційної сфери, яка має міжнародний характер і взаємопов'язана з глобальними мегатрендами й економічними циклами розвитку суспільства. Метою дослідження є виявлення сучасних викликів і мегатрендів розвитку туристично-рекреаційної сфери як детермінант формування та використання туристичного потенціалу України. Встановлено, що необхідність фокусування на основних глобальних трендах і викликах розвитку туристично-рекреаційної сфери особливо важлива сьогодні для обґрунтування виваженої політики та механізмів виходу вітчизняного туристичного бізнесу з кризи, а також виявлення додаткових можливостей і передумов нарощення потенціалу туристично-рекреаційної сфери в територіальних громадах і національному суспільно-економічному просторі загалом. Встановлено вплив урбанізації як мегатренду суспільно-економічного розвитку на туристично-рекреаційну сферу, а саме, що це призводить до надлишкового туризму, тобто зростання туристичних потоків. Доведено, що сьогодні нові інформаційні технології широко застосовуються в міжнародному туризмі, і це є прикладом для впровадження таких технологій у вітчизняну практику. Охарактеризовано вплив віртуальних мереж як сучасних глобальних трендів на міжнародному ринку туристичних послуг. Досліджено вплив процесів COVID-19 на сферу туризму та визначено основні проблеми, з якими сьогодні зіткнулася сфера туризму. Запропоновано шляхи виходу з сучасної кризи. Простежено, що пандемія коронавірусу сьогодні має вплив не тільки на туристично-рекреаційну сферу, але й світову економіку загалом.

Ключові слова: туризм, мегатренд, туристично-рекреаційна сфера.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-17-23>

Бібл.: 26.

Графська Оріслава Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (вул. Костюшка, 11, Львів, 79007, Україна)

E-mail: grafskayaorislava@gmail.com

УДК 338:48
JEL Classification: L83

Графская О. И. Современные вызовы и мегатренды развития туристско-рекреационной сферы

Глобальные тренды и вызовы общественно-экономического развития, процессы глобализации, интеграции и сервисизации характеризуются высоким динамизмом влияния на все сферы экономической деятельности, а потому без превентивного реагирования на внешние воздействия эффективное развитие экономической системы стран будет затруднено. Особенно это актуально для туристско-рекреационной сферы, которая имеет международный характер и взаимосвязана с глобальными мегатрендами и экономическими циклами развития общества. Целью исследования является выявление современных вызовов и мегатрендов развития туристско-рекреационной сферы как детерминант формирования и использования туристического потенциала Украины. Установлено, что необходимость фокусировки на основных глобальных трендах и вызовах развития туристско-рекреационной сферы особенно важна сегодня для обоснования взвешенной политики и механизмов выхода отечественного туристического бизнеса из кризиса, а также выявления дополнительных возможностей и предпосылок наращивания потенциала туристско-рекреационной сферы в территориальных общинах и национальном общественно-экономическом пространстве в целом. Установлено влияние урбанизации как мегатренда общественно-экономического развития на туристско-рекреационную сферу, а именно, что это приводит к избыточному туризму, то есть росту туристических

UDC 338:48
JEL Classification: L83

Grafka O. I. Modern Challenges for and Megatrends in the Development of the Tourism and Recreation Sphere

Global trends in and challenges for the socio-economic development, globalization, integration and service processes are characterized by high dynamism of their effect on all spheres of economic activity. Therefore, without a preventive response to external influences, effective development of the economic system of countries will be hindered. This is especially true for the tourism and recreation sector, which is international in nature and interconnected with global megatrends and economic development cycles of society. The aim of the study is to identify contemporary challenges for and megatrends in the development of the tourism and recreation sphere as determinants of the formation and use of the tourism potential of Ukraine. It is established that the need to focus on the main global trends in and challenges for the development of the tourism and recreation sector is especially important today to justify a balanced policy and mechanisms for surmounting the crisis in the domestic tourism sector as well as to identify additional opportunities and prerequisites for building the potential of the tourism and recreation sector in territorial communities and national socio-economic space as a whole. The study reveals the effect of urbanization, as a megatrend in socio-economic development, on the tourist and recreation sphere, namely, that it leads to excessive tourism, i.e., an increase in tourist flows. It is proved that today new information technologies are widely used in international tourism, which is an example for applying such technologies in domestic practice. The effect of virtual networks as modern global trends in the international tour-

потоков. Доказано, что сегодня новые информационные технологии широко применяются в международном туризме, и это является примером для внедрения таких технологий в отечественную практику. Охарактеризовано влияние виртуальных сетей как современных глобальных трендов на международном рынке туристических услуг. Исследовано влияние процессов COVID-19 на сферу туризма, и определены основные проблемы, с которыми сегодня столкнулась сфера туризма. Предложены пути выхода из современного кризиса. Прослежено, что пандемия коронавируса сегодня имеет влияние не только на туристско-рекреационную сферу, но и мировую экономику в целом.

Ключевые слова: туризм, мегатренд, туристско-рекреационная сфера.

Библ.: 26.

Графская Орислава Ивановна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры гостинично-ресторанного бизнеса, Львовский государственный университет физической культуры имени Ивана Боберского (ул. Костюшко, 11, Львов, 79007, Украина)

E-mail: grafskayaorislava@gmail.com

ism services market is characterized. The influence of COVID-19 processes on the tourism industry is investigated, and the main problems that the tourism industry is facing today are identified. The ways for overcoming the current crisis are proposed. It is found that the coronavirus pandemic has an impact not only on the tourism and recreation sector but also on the global economy as a whole.

Keywords: tourism, megatrend, tourism and recreation sphere.

Bibl.: 26.

Grafkska Oryslava I. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture (11 Kostyushko Str., Lviv, 79007, Ukraine)

E-mail: grafskayaorislava@gmail.com

Постановка проблеми. Глобальні тренди та виклики 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. Особливо це актуально для туристично-рекреаційної сфери, яка має міжнародний характер і взаємопов'язана з глобальними мегатрендами й економічними циклами розвитку суспільства. Зростаюча чи спадна економічна динаміка розвитку прямопропорційно корелює з динамікою туристичних потоків. Нині світова туристична система формує 9,5 % ВВП і забезпечує 266 млн робочих місць у економіці. Аналітики UNWTO [25] 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. Тому прогнози щодо подальшого розвитку та нарощення потенціалу національної туристично-рекреаційної сфери мають всі шанси на здійснення, проте залишається високий рівень невизначеності і волатильності, що пов'язано з глобальними впливами, в тому числі зумовленими пандемією COVID-19, нестабільністю зовнішнього середовища, коливаннями кон'юнктури, загостренням конкуренції на світовому ринку туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туристично-рекреаційної сфери приділено багато уваги з боку зарубіжних і вітчизняних дослідників. Серед них Андреева Н., Бовен Дж., Вестон С., Каспар С., Котлер Ф., Любіцева О., Мазаракі А., Макенс Дж., Мальська М., Мюллер Б., Райян К., Романчук А., Смирнов І., Сокол Т., Ткачук Т., Федякин А., Шикіна О. та ін. Більшість фахівців зазначають, що функціонування туристично-рекреаційної сфери відбувається в дуже динамічних умовах під дією низки чинників національного і глобального масштабів. Тому виникає потреба виявлення та оцінки су-

часних трендів і викликів розвитку цієї сфери, що дозволить прогнозувати тенденції її розвитку.

Метою дослідження є виявлення сучасних викликів і мегатрендів розвитку туристично-рекреаційної сфери як детермінант формування та використання туристичного потенціалу України.

Виклад основного матеріалу. 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 і 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, покращення якості обслуговування, появою кардинально інших механізмів організації подорожей, можливостями моніторингу ринку туристичних послуг тощо [8]. 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 [19].

Нові інформаційні технології широко застосовуються в міжнародному туризмі. Згідно з даними UNWTO, понад 33 % клієнтів туристичних агентств у віці від 18 до 47 років вважають за краще використовувати інтерактивні системи і туристичні онлайн-сервіси для підбору й 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 [3]. Ці тенденції слід враховувати, аналізуючи поведінкові особливості основної групи споживачів послуг та обґрунтовуючи стратегічну маркетингову політику туристичної компанії, а також визначаючи пріоритети розвитку туристично-рекреаційної сфери на національному та локальному рівнях.

Формування моделі національної цифрової економіки може послугувати акселератором розвитку як загалом економіки країни, так і її туристично-рекреаційної сфери. Детермінантами розвитку туризму називають [8]:

- посилення впливу централізованих (Booking, Airbnb) та децентралізованих платформ (так звані «убивці Airbnb»), що звільняють готелі та споживачів від сплати комісійних зборів) бронювання засобів розміщення; соціальних мереж, хостингів, мобільних технологій (Facebook, Instagram, Youtube, Viber, TripAdvisor);
- поширення мобільних додатків;
- зростання придбань туристичних продуктів і послуг в інтернет-середовищі;
- зростання залежності, бронювань послуг від чистельності відвідувань сайту (конверсія);
- упровадження технологій спільного споживання.

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. Особливе 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 Twitter, Instagram і Facebook [1]. Курортно-рекреаційні підприємства, задовольняючи очікування споживачів через спогади та досвід, які вони отримують під час свого перебування у підприємствах курортно-рекреаційної сфери і якими можуть поділитись у соціальних мережах, використовують маркетингові комунікації в соціальних мережах. Найбільш ефективним способом просування курортно-рекреаційних підприємств є сайти онлайн-бронювання (hotels.com, booking.com, trivago.com, agoda.com, expedia.com і т. д.) Крім того, для курортно-рекреаційних підприємств дуже важливо застосовувати методи заохочення споживачів, щоб вони бажали залишати відгуки, фото та відео на онлайн-сайтах, таких як: booking.com, TripAdvisor, Facebook, Instagram і Twitter [11; 22]. Тобто за допомогою маркетингових комунікацій підтримується взаємозв'язок зі всіма стейкхолдерами, що дозволяє підвищувати якість надання курортно-рекреаційних послуг.

Екологізація мислення. Упродовж останніх років Європейська Комісія виступила з кількома важливими ініціативами у галузі ефективності використання ресурсів, які втілились у «Пакет циркулярної економіки» (грудень 2015 р.). Економіка замкненого циклу або циркулярна економіка (англ. Closed-loop economy, Circular economy) – модель економічного розвитку, заснована на відновленні та раціональному споживанні ресурсів, альтернатива традиційній, лінійній економіці [9]. Європейський Союз запровадив ініціативу – побудувати «зелену» інфраструктуру екосистемних послуг. За визначенням фахівців ООН,

екосистемні послуги становлять собою безліч вигід, якими природа наділяє суспільство. Екосистемні послуги створюють можливості для життя людей, наприклад, шляхом надання їм калорійної їжі і чистої води, регулювання захворювань і клімату, сприяння запиленню культур і формуванню ґрунтів, а також забезпечення туристичних, рекреаційних, культурних потреб населення [10]. Глобальні виклики останніх років щодо погіршення стану здоров'я населення, незадовільної екологічної ситуації, перевантаження тощо. Тому сьогодні не просто модно бути здоровим, а цей тренд переходить на туризм – розвивається окремий сегмент туристів LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), які віддають перевагу зеленому й екологічному туризму, дбають про навколишнє середовище, обирають екологічні види транспорту, споживання органічних продуктів, вирощених у приватних господарствах.

Сучасними трендами розвитку екосистемних послуг у сфері немасових видів туризму є:

- 1) фермерський туризм – як швидко зростаючий ринок послуг, що дозволяє городянам поєднатися з природою;
- 2) туризм на природоохоронних територіях з водними акваторіями та рибальськими селищами. Фахівці вважають, що послуги рекреаційної риболовлі – це зростаючий туристичний сектор з приблизно 118 мільйонами рибалок у розвиненому світі;
- 3) природний туризм у лісах, який слід враховувати у регіональному плануванні та управлінні лісогосподарською діяльністю.

Таким чином, доходи від «зеленого» туризму можуть стати стимулом для впровадження заходів сталого розвитку сільських і природоохоронних територій, регіональної інфраструктури [16; 17].

Згідно з проведеним опитуванням TrekkSoft [26] екологічні тури – це найпопулярніші тури, пропонувані багатьма туроператорами. Найчастіше – це незвичайні тури, що дають той самий unique experience, вони є навчальними, інформативними як про окремі дестинації, так і про можливі шляхи вирішення глобальних і локальних екологічних загроз. Згідно з опитуванням Booking.com [18] 86 % туристів готові співпрацювати з організаціями, що займаються зменшенням згубного впливу їх поїздки на навколишнє середовище – чи то прибирання пляжів, чи відмова на час відпустки від автомобіля.

Досягнення країн у сфері управління природними ресурсами та їх раціонального використання за рівнем екологічної ефективності відображені у результатах глобального дослідження Йельського і Колумбійського університетів у співпраці з Всесвітнім економічним форумом. Розрахований ними Індекс екологічної ефективності [5] у 2018 р. містить 24 показники в 10 категоріях, які відображають різні аспекти стану навколишнього природного середовища та життєздатності її екологічних систем, збереження біологічного різноманіття, протидії зміні клімату, стану здоров'я населення, практику економічної діяльності і ступінь її навантаження на навколишнє середовище, а також ефективність державної політики у сфері екології, що дозволяє оцінити стан навколишнього середовища та

життєздатність екосистем 180 країн світу. У 2018 р. лідером за рівнем екологічної ефективності визнано Швейцарію. У першу десятку лідерів також увійшли Франція, Данія, Мальта, Швеція, Велика Британія, Люксембург, Австрія, Ірландія та Фінляндія. Україна в рейтингу посіла 109 сходинку і опинилась між Туреччиною (108) та Гватемалою (110). Останні сходинки рейтингу зайняли Бангладеш і Бурунді.

У поточному році індекс України склав 52,87 бали. Водночас найгірше значення отримав показник, який оцінює втрати нами лісового покриття (14,08). Крім того, низка показників оцінена менш ніж на 50 балів. Найкращий бал (88,71) присвоєно Україні за категорію «забруднення важкими металами», яка розглядає вплив наявного у повітрі, воді, ґрунті та штучних матеріалах свинцю на стан здоров'я людей.

Компаративний аналіз взаємозв'язку між індексами екологічної ефективності та економічним добробутом (ВВП на одну особу) країн показав позитивну кореляцію. І, власне, для досягнення цілей щодо забезпечення сталого розвитку необхідний рівень економічного розвитку дозволяє реалізувати інвестиції в інфраструктуру, необхідну для охорони здоров'я людини та екосистем. В умовах нарощення процесів урбанізації важливе екологічно орієнтоване будівництво з покращенням джерел доставки питної води, управління стічними водами та зменшення забруднення. Проте характерною перешкодою сталому розвитку є те, що зростання доходів занадто часто відбувається за рахунок навколишнього середовища, особливо використання природних ресурсів і безконтрольної індустріалізації.

Тиск глобальних мегатрендів (серед яких збільшення тривалості життя, вплив соціальних медіа, використання Big Data, повсюдне використання інформаційних, високоефективних, інноваційних технологій, зміна центрів впливу в економіці, конвергенція продуктів, пристроїв, послуг, індивідуалізація товарів і послуг, кліматичні зміни, перевага екологічно чистої продукції, дефіцит ресурсів, урбанізація) формує потребу у численних і різноманітних змінах, а отже, і відповідну стратегічну платформу для вираженої та обґрунтованої економічної політики багатьох країн. Адже наслідки кожного з перелічених мегатрендів мають скерувати секторальну, регіональну і державну політику України в русло необхідних змін і реформ.

Урбанізація як мегатренд суспільно-економічного розвитку особливим чином впливає на туристично-рекреаційну сферу, але останніми роками з'явився такий новий термін, як «*overtourism*» (у перекладі з англ. – надлишковий туризм) як реакція на виклики щодо управління зростаючими туристичними потоками у міських дестинаціях, зважаючи на вплив урботуризму на міста та їхніх мешканців [24]. Зростаюча кількість урботуристів збільшує споживання природних і туристичних ресурсів міст, здійснює соціокультурний вплив і зростаючий тиск на міську інфраструктуру. Ще задовго до появи терміна «*overtourism*» ЮНВТО визначила поняття туристичної місткості (пропускної спроможності) «як максимальну кількість людей, які можуть відвідати туристичну дестинацію одночасно без здійснення деструктивного впливу на природне, економічне та соціокультурне середовище та погіршення якості туристичних продуктів, що надаються».

Ця мета може бути досягнута через участь територіальних громад (місцевих влад) у розвитку туризму, управлінні туристичними потоками, зменшенні сезонності туризму, ретельному плануванні туризму в дестинаціях, яке враховує їхню туристичну спеціалізацію та диверсифікацію туристичних продуктів, а також максимально можливу туристичну місткість [13].

Вирішити проблеми, що стоять перед урботуризмом, сьогодні є складним завданням. «Нова програма ООН з розвитку міст» вказує на 17 цілей їх сталого розвитку, водночас особливо слід виділити Ціль 11 «Зробити міста інклюзивними, безпечними, пружними та сталими». За кілька останніх десятиріч чисельність міського населення, як і територія міст, динамічно зростали та трансформувалися. Згідно з даними ООН у 1990 р. 43 % світового населення проживало в урбанізованих ареалах, на 2015 р. цей показник склав 54 % та очікується його зростання до 60 % у 2030 р. Водночас із прискореною урбанізацією у світі спостерігається зростання урботуризму через те, що міста вважаються дуже популярними дестинаціями для бізнесового та пізнавально-відпочинкового туризму. Чисельність міжнародних туристів зростає з 20 млн у 1950 р. до понад 1,3 млрд осіб у 2017 р. ЮНВТО прогнозує, що світовий туризм буде динамічно розвиватися і далі – з середньорічним темпом 3,3 % за рік до 2030 р., коли чисельність туристів у світі досягне 1,8 млрд осіб [24]. Нині дохід, що отримується як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, є важливим чинником соціоекономічного та культурного розвитку багатьох міст і міських агломерацій. Водночас зростання урботуризму призводить до появи різноманітних викликів щодо забезпечення сталого зростання та практик, які б мінімізували від'ємний вплив туризму в містах, зокрема з використання природних ресурсів, соціокультурного впливу, зростаючого навантаження на інфраструктуру та управління мобільністю та концентрацією (скупченнями) туристів. Останніми роками ці виклики також супроводжувались збільшенням пропозиції проживання туристів у містах через нові віртуальні платформи туристичного сервісу [13]. У результаті наростає конфліктогенність міського простору, що проявляється через негативне ставлення мешканців міст до туристів через їх надмірну концентрацію, особливо в центральних осередках міст, підвищений гам і засмічення, а також інших незручностей, пов'язаних з перебуванням туристів.

Розвиток *віртуальних мереж* як сучасний глобальний тренд на міжнародному ринку туристичних послуг пояснюється інформаційною насиченістю сфери туризму, багатоаспектністю ділових відносин з усіма стейкхолдерами, можливостями індивідуального вибору й ексклюзивністю туристичних послуг, потребою їх швидкої доступності та технологічного удосконалення, динамічністю економічних змін і високою конкуренцією. Згідно з аналізом статистичної звітності, наданої компанією eMarketer, світовий обсяг продажів туристичних послуг у віртуальному просторі склав 612,91 млрд дол. США у 2017 р., що на 11,7 % більше, ніж у попередньому році [12]. Тому впровадження сучасних ІТ-технологій забезпечить інформатизацію та швидкий обмін даними, інтеграцію та комунікацію всіх гравців туристичного ринку, можливість вивчення та надання

індивідуальних потреб споживачів, активну комунікацію, зростання якості та швидкості обслуговування у процесі надання туристичних послуг, зростання результативності туристичної індустрії.

Активізація діяльності віртуальних мереж на міжнародному ринку туристичних послуг¹ обумовлена перевагами їх розвитку (у чому числі, на базі франчайзингу) [15]:

- віртуальний простір як потужна платформа співпраці з партнерами та клієнтами у режимі реального часу;
- розширення можливостей доступу споживачів до асортименту пропонованих туристичних послуг;
- одночасне здійснення кількох операцій на одній онлайн-платформі;
- доступність ознайомлення та придбання туристичних послуг для людей з обмеженими можливостями;
- необмеженість у часі та пошук туристичних напрямів відповідно до індивідуальних потреб споживача; створення та функціонування нового віртуального підприємства в мережі з мінімальними витратами на розвиток;
- зростання кількості пропонованих брендів переважно за рахунок злиття або утворення спільних об'єднань з конкурентами, що дозволяє пропонувати нові або використовувати удосконалені онлайн-платформи для обслуговування споживачів і налагодження партнерських бізнес-відносин.

На сьогодні *індивідуалізація товарів і послуг* є глобальним мегатрендом розвитку національних економік, і, власне, у туристично-рекреаційній сфері туроператори отримують щораз більшу кількість заявок на унікальні тури, які хочуть отримати щось особливе, певний унікальний досвід – *once-in-a-life time experience*.

Згідно з даними звіту Booking.com найближчим часом ми, ймовірно, побачимо стрімкі зміни у ставленні до подорожі як до продукту. Звичні путівники поступляться місцем ємному, максимально актуальному контенту, який легко вміститься в стрічках новин мандрівників. Третина опитаних (34 %) хотіли б одержувати готові персональні рекомендації про подорожі, а 41 % учасників дослідження хотіли б, щоб туристичні бренди впроваджували такі технології, як штучний інтелект, і пропонували варіанти на основі аналізу минулих подорожей. Понад половина (52 %) респондентів зацікавлені в технологічних інноваціях (наприклад, цифрових туристичних гідів), які допоможуть зробити враження від поїздки дійсно унікальними [18]. За даними TripAdvisor, підвищиться роль впливових людей (influencers), на сайті будуть додані професійні відгуки впливових людей, що мають велике охоплення на своїх сайтах і в соціальних мережах, або тих, хто працює в надійних виданнях, включаючи National Geographic, Business Insider і theTravel Channel [23]. Крім того, в умовах індивідуалізації туристичних послуг ускладнюються мотиви і критерії подорожей (екологічність туризму, волонтерство, акцент на отриманні незвичайного досвіду і вражень), відкривається

все більше нових і цифровізованих travel-платформ. Організація турів переходить в онлайн, а маркетингові технології та мотивація туристів набуває більш витончених, нових і водночас непростих граней.

Одним із сучасних глобальних трендів розвитку туристично-рекреаційної сфери є *нарощення масштабів круїзного туризму*. У 2017 р. на ринку круїзного туризму обслуговано 25,2 млн осіб (37,1 млрд дол. США), що на 6,6 % більше порівняно з 2016 р. і на 63,4 % – порівняно з 2007 р. [21]. Глобальний круїзний ринок формували 365 суден і 535 тис. пасажирських причалів на початок 2018 р. Водночас, за прогнозами, що базуються на обсягах суднобудівних замовлень, до 2027 р. кількість причалів зросте до 750 тис. для обслуговування 434 суден круїзного флоту [20]. Синергетичний ефект у розвитку круїзного туризму забезпечується диверсифікацією та диференціацією пропозиції – задоволення різних груп потреб (мотивів) споживачів, зростанням якості обслуговування пасажирів, розвитком дестинацій та освоєнням нових географічних територій, що зумовлює формування нових робочих місць і зростання бюджетних відрахувань у круїзних центрах.

Пандемія коронавірусу COVID-2019 як новий виклик завдає значних втрат як для розвитку туристично-рекреаційної сфери, так і світової економіки загалом. Як заявила голова Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC) Глорія Гевара в інтерв'ю газеті «El Mundo», світовий туризм може зазнати збитків розміром 22 млрд дол. США через спалах коронавірусу COVID-2019: «Ще зарано, щоб зрозуміти ступінь впливу (спалаху коронавірусу на туристичну галузь – ред.), але Всесвітня туристична організація спільно з Oxford Economics провели попередні розрахунки, згідно з якими ця криза обійдеться галузі щонайменше в \$22 млрд. Розрахунки ґрунтуються на досвіді попередніх криз, як-от SARS або H1N1, і базуються на втраті китайських туристів, які більше не подорожують у цей період» [2; 4]. Глава WTTC прогнозує, що найбільший вплив епідемія матиме на галузь в Азії, насамперед у Китаї, де туризм становить 11 % ВВП. Уже зараз китайці відмовляються від поїздок, хоча «вони витрачають найбільше, коли подорожують» [3].

Також у Державному агентстві з розвитку туризму України повідомили, що найбільше карантин і пандемія коронавірусу вдарили по туристичній галузі. Однак остаточних даних щодо збитків там підрахувати не можуть, оскільки відсутня статистична інформація. Голова агентства Мар'яна Олексів зазначає: «На сьогодні сектор туризму є одним із найбільш постраждалих у світі від спалаху COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію. Це провокуватиме подальший регрес в умовах слабшої світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірної ефективності серед основних виїзних ринків подорожей» [7].

Такий серйозний виклик сьогодні як пандемія коронавірусу впливає сьогодні не лише на туристично-рекреаційну сферу, але й світову економіку загалом, зокрема, характеризується такими наслідками:

- падіння цін на нафту. Наприклад, за даними агентства Bloomberg, попит на нафту в Китаї впав приблизно на 3 млн барелів на добу, що становить

¹ Expedia Inc., YTB Global Travel, Travelport, World Travel Holdings, eDreams ODIGEO, eLong Inc, Tongcheng Tourism, MakeMyTrip Limited, Yatra Online Inc, Travix International BV, Webjet Limited.

близько 20 % обсягу споживання. А Міжнародне рейтингове агентство Fitch Ratings прогнозує, що триваюче поширення коронавірусу може стримати зростання попиту на нафту, і це призведе до посилення перевиробництва через збільшення видобутку в Бразилії, Норвегії та США [6];

- падіння цін на міжнародному ринку на зернові та олійні культури;
- впав індекс цін на промислові метали – у середині січня 2020 р. він знизився на 7,1 %, а в кінці місяця він був найнижчим з червня 2017 р. Індекс міді впав на 10,4 %, нікелю – на 8,7 %, олова – на 8,2 %, цинку – на 7,3 %, свинцю – на 4,6 %, алюмінію – на 3,5 %;
- обвал китайських фондових ринків, наприклад, за один день, 3 лютого, акції компаній Китаю, за розрахунками Reuters, втратили 420 млрд дол. США. Основний індекс CSI 300, що розраховується на базі двох найбільших бірж акцій континентального Китаю в Шанхаї і Шенжені, обрушився на 9,1 %. Індекс Шанхайської фондової біржі Shanghai Composite – на 7,7 %. Таке падіння китайського фондового ринку стало піковим за останні 12 років;
- великі компанії миттєво відреагували на поширення вірусу, а саме Starbucks закрила понад 2 тис. точок у Китаї, це половина від усієї кількості. McDonalds закрила сотні ресторанів, у магазинах Walmart Inc закінчується продукція, а парки розваг Walt Disney Co у Шанхаї та Гонконзі не працюють. Google заявила, що тимчасово закриває свої офіси у Китаї і Тайвані, щоб забезпечити своїх співробітників від поширення китайського коронавірусу. Автовиробники Ford Motor Co. та Fiat Chrysler Automobiles NV, Nissan Motor Co., Tesla тимчасово обмежують, а деякі призупиняють свою діяльність;
- призупиняється залізничне та авіасполучення, закриваються наземні пункти пропуску на кордонах багатьох країн, зупиняється рух робочої сили, руйнуються усталені ланцюжки міжнародних поставок товарів, послуг, що не може не позначитися на добробуті громадян і падінні світової економіки.

Економісти Оксфорда підраховали, що збитки для світової економіки від епідемії можуть сягати понад трильйон дол. США – це ВВП Індонезії, економіка якої посідає 16-ту сходинку серед найбільших у світі. А найбільший банківський холдинг США, JPMorgan, уже переглянув прогнози зростання світового ВВП, зменшивши його зростання за перший квартал 2020 р. наполовину – до 1,3 %. Це найгірший показник з часів глобальної фінансової кризи 2008–2009 рр. А через те, що в Китаї – другій економіці світу – розміщуються виробничі потужності багатьох провідних компаній, спалах коронавірусу боляче вдарить і по них. Передусім – по таких технологічних гігантах, як Apple, Facebook, Tesla чи Amazon [14]. Тобто сьогодні вірус сильно впливає на світову економіку, а особливо на туристично-рекреаційну сферу. А панічна реакція людей збільшує реальні ризики і негативно позначитися на економіці багатьох країн.

Висновки. Необхідність фокусування на основних глобальних трендах і викликах розвитку туристично-рекреаційної сфери особливо важлива сьогодні для обґрунтування виваженої політики та механізмів виходу вітчизняного туристичного бізнесу з кризи, а також виявлення додаткових можливостей і передумов нарощення потенціалу туристично-рекреаційної сфери в територіальних громадах і національному суспільно-економічному просторі загалом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Асоціація готельного маркетингу. URL: <https://hotelmarketingassociation.com/blog/hotel-marketing-trends-2019/>
2. Всесвітня рада з туризму оцінила втрати галузі через коронавірус у \$22 млрд. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/money/-vsesvitnja-rada-z-turizmu-otsiniv-vtrati-galuzi-cherez-koronavirusa-v-22-mlrd-1489002.html>
3. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org>
4. Втрати туризму від коронавірусу оцінюють у 22 мільярди доларів // Українська правда від 28 лютого 2020 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/28/657591/>
5. Індекс екологічної ефективності. URL: https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline?country=&order=field_epi_score_new&sort=asc
6. Коронавірус б'є не тільки по людях: чим епідемія з Китаю загрожує світовій економіці. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/02/4/656608/>
7. Коронавірус призвів до кризи у туристичній галузі України – Держагентство з туризму. URL: <https://hromadske.ua/posts/koronavirus-prizviv-do-krizi-u-turistichnij-galuzi-ukrayini-derzhagentstvo-z-turizmu>
8. 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 : КНТЕУ, 2019. С. 76–78.
10. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна». URL: <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/4203-2017-natsionalna-dopovid-tsili-staloho-rozvytku-ukraina-iakavyznachaie-bazovi-pokaznyky-dliadosiahnennia-tsilei-staloho-rozvytkutssr>
11. Нездоймінов С. Г., Гуцуляк М. Проблеми екологізації та напрями розвитку немасових видів туризму на сільських територіях України. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10659/1/pdf>
12. Романчук Л. Д. Цифрові маркетингових комунікацій курортно-рекреаційних підприємств // 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 : КНТЕУ, 2019. С. 47–48.
13. Сайт дослідницької компанії цифрового маркетингу «E marketer». URL: <https://www.emarketer.com>
14. Смирнов І. Г. «Овертуризм»: глобальний виклик XXI століття. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjlxNw==/fb98ed3d7736d1f83d300a7243ccbe4.pdf>
15. Спад економіки, закриті кордони та ксенофобія: як спалах коронавірусу впливає на світ. URL: <https://hromadske.ua/posts/spad-ekonomiki-zakriti-kordoni-ta-ksenofobiya-yak-spalah-koronavirusu-vplivaye-na-svit>

16. Ткачук Т. М. Віртуальні франчайзингові туристичні мережі світу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 1. С. 72–85.

17. Шикіна О. В., Нездойминов О. В. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку // *Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global : conferinta internationala știintifico-practica*, 29 februar, 2016. Chisinau, 2016. P. 167–171.

18. Andryeyeva N., Nezdoyminov S., Martyniuk O. «Green» infrastructure of the economy of recreational nature use. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4 (4). P. 6–13. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/issue/view/18>

19. Booking.com представляє 8 трендов в сфері подорожей в 2019 році. URL: <https://news.booking.com/Bookingcom--представляет-трендов-в-сфере-путешествий-в-году>

20. CETAM. Open Market. URL: <https://setam.net.ua/>

21. Cruise Industry News Annual Report. URL: <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>

22. Cruise Market Watch. URL: <http://www.cruise-marketwatch.com/>

23. Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C., Baloglu S. *Marketing communication strategies Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson : England, 2017. 668 p.

24. Moving From User Reviews Toward Professional Content Travel. URL: <https://skift.com/2018/09/18/tripadvisor-ceo-on-moving-from-user-contenttoward-professional-reviews>

25. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions // UNWTO Library, 2018. URL: <https://www.e-unwto.org/doi.pdf>

26. Travel & Tourism Economic Impact 2017 World. URL: <http://www.wttc.org>

27. TrekkSoft Travel Trends Report 2019 Travel. URL: <https://www.treksoft.com/en/academy/ebooks/travel-trends-2019>

REFERENCES

Andryeyeva, N., Nezdoyminov, S., and Martyniuk, O. «Green» infrastructure of the economy of recreational nature use. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/issue/view/18>

Asotsiatsiia hotelnoho marketynhu. <https://hotelmartingassociation.com/blog/hotel-marketing-trends-2019/>

“Booking.com predstavlyayet 8 trendov v sfere puteshestviy v 2019 godu” [Booking.com Presents 8 Travel Trends in 2019]. <https://news.booking.com/Bookingcom--представляет-трендов-в-сфере-путешествий-в-году>

“Cruise Industry News Annual Report”. <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>

Cruise Market Watch. <http://www.cruise-marketwatch.com/>
“Indeks ekolohichnoi efektyvnosti” [Environmental Efficiency Index]. https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline?country=&order=field_epi_score_new&sort=asc

“Koronavirus bie ne tilky po liudiakh: chym epidemiia z Kytau zahrozhuie svitovii ekonomitsi” [Coronavirus Strikes not Only on People: What the Epidemic from China Threatens the World Economy]. <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/02/4/656608/>

“Koronavirus pryzviv do kryzy u turystychnii haluzi Ukrainy - Derzhahentstvo z turizmu” [Coronavirus Has Led to a Crisis in the Tourism Industry of Ukraine - the State Agency for Tourism]. <https://hromadske.ua/posts/koronavirus-prizviv-do-kryzi-u-turistichnij-galuzi-ukrayini-derzhahentstvo-z-turizmu>

Kotler, P. et al. *Marketing communication strategies Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson: England, 2017.

“Moving From User Reviews Toward Professional Content Travel”. <https://skift.com/2018/09/18/tripadvisor-ceo-on-moving-from-user-contenttoward-professional-reviews>

Mazaraki, A. A. “Determinanty rozvytku turizmu” [Determinants of Tourism Development]. *Turyzm XXI stolittia: hlobalni vyklyky ta tsyvilizatsiini tsinnosti*. Kyiv: KNTEU, 2019. 76-78

“Natsionalna dopovid «Tsili Staloho Rozvytku: Ukraina»” [National Report «Sustainable Development Goals: Ukraine»]. <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/4203-2017-natsionalna-dopovid-tsili-staloho-rozvytku-ukraina-iakavyznachaie-bazovi-pokaznyky-dlia-dosiahnennia-tsilei-staloho-rozvytkutssr>

Nezdoimov, S. H., and Hutsuliak, M. “Problemy ekolohizatsii ta napriamy rozvytku nemasovykh vydiv turizmu na silskykh terytoriiakh Ukrainy” [Problems of Greening and Directions of Development of Non-mass Types of Tourism in Rural Areas of Ukraine]. <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10659/1/pdf>

“Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions”. UNWTO Library, 2018. <https://www.e-unwto.org/doi.pdf>

Romanchuk, L. D. “Tsyfrovii marketynhovykh komunikatsii kurortno-rekreatsiinykh pidpriemstv” [Digital Marketing Communications of Resort and Recreational Enterprises]. *Turyzm XXI stolittia: hlobalni vyklyky ta tsyvilizatsiini tsinnosti*. Kyiv: KNTEU, 2019. 47-48.

“Spad ekonomiky, zakryti kordony ta ksenofobiia: yak spalakh koronavirusu vplyvaie na svit” [Economic Downturn, Closed Borders and Xenophobia: How the Coronavirus Outbreak Affects the World]. <https://hromadske.ua/posts/spad-ekonomiki-zakryti-kordoni-ta-ksenofobiya-yak-spalakh-koronavirusu-vplyvaie-na-svit>
Sait doslidnytskoi kompanii tsyfrovoho marketynhu «Emarketer». <https://www.emarketer.com>

SETAM. Open Market. <https://setam.net.ua/>

Shykina, O. V., and Nezdoimov, O. V. “Monitorynh turystychnoho potoku v konteksti stratehii rehionalnoho rozvytku” [Tourism Flow Monitoring in the Context of Regional Development Strategy]. *Dezvoltarea sistemelor sociale si economice intr-un mediu competitiv la nivel global*. Chisinau, 2016. 167-171.

Smyrnov, I. H. “«Overtourism»: hlobalnyi vyklyk XXI stolittia” [Overtourism: A Global Challenge for the 21st Century]. <https://knute.edu.ua/file/MjlxNw==/fb98ed3d77f36d1f83d300a7243c-cbe4.pdf>

Tkachuk, T. M. “Virtualni franchayzhynovi turystychni merezhi svitu” [Virtual Franchised Travel Networks of the World]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, no. 1 (2018): 72-85.

Travel & Tourism Economic Impact 2017 World. <http://www.wttc.org>

TrekSoft Travel Trends Report 2019 Travel. <https://www.treksoft.com/en/academy/ebooks/travel-trends-2019>

“Vsesvitnia rada z turizmu otsynila vtraty haluzi cherez koronavirus u \$22 mlrd” [The World Tourism Council Estimates the Industry's Coronavirus Losses at \$ 22 Billion]. <https://gordonua.com/ukr/news/money/-vsesvitnja-rada-z-turizmu-otsyniv-vtrati-galuzi-cherez-koronavirusa-v-22-mlrd-1489002.html>

“Vtraty turizmu vid koronavirusu otsiniuiut u 22 miliardy dolariv” [The Loss of Tourism from the Coronavirus Is Estimated at \$ 22 Billion]. *Ukrainska Pravda*. February 28, 2020. <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/28/657591/>

Vsesvitnia turystychna orhanizatsiia. <http://www2.unwto.org>

Стаття надійшла до редакції 06.04.2020 р.