

УДК 338.486.22

Соболь О.С.¹, Бут Т.В.²

¹ студ. гр. МТЕ-120 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНИХ ПІДХОДІВ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Оскільки на сьогодні існує велика конкурентоспроможність по наданню туристичних послуг в світі, європейські країни зосереджені на сприянні інноваціям для зміцненні інтелектуальних та стійких туристичних напрямків у Європі, розширенні туристичні пропозиції для відвідувачів та сприянні новим партнерствам на основі створення мереж та обміну найкращими практиками. Завдання Європейського Союзу та європейських країн направлене на просуванні перспективної туристичної пропозиції ЄС для глобальної аудиторії і стійко збільшувати відвідуваність новаторських напрямків, які пропонують унікальні враження відвідувачам.

Ініціатива здійснюється Генеральним директором Європейської комісії з внутрішнього ринку, промисловості, підприємництва та малих і середніх підприємств. Вона підтримується програмою єдиного ринку і є результатом підготовчих заходів, запропонованих Європейським парламентом.

Визначено пріоритетні напрямки зміцнення ринку туристичних послуг та сприяння обміну передовим досвідом Європейською Комісією у чотирьох категоріях: стійкість, доступність, цифровізація, а також культурна спадщина та креативність.

Розумний туризм – це ініціатива ЄС, фінансування якої формується в рамках програми єдиного ринку (SMP) – колишньої програми COSME. Він заснований на успішному досвіді підготовчих заходів, запропонованих Європейським парламентом і реалізованих Європейською комісією [3].

В Європі є єдина європейська програма, спрямована виключно на підтримку культурного і креативного секторів – «Креативна Європа». Програма призначена на термін 2021-2027 роки, триває як самостійна

програма. Креативна Європа не існує ізольовано повністю приведена у відповідність з політичними принципами Європейського Союзу. Основними політичними пріоритетами креативного підходу європейської програми в галузі культури є «Зелений курс» ЄС, гендерна рівність та ін.

Втім, креативні підходи до світового ринку туристичних послуг спостерігаються не тільки в Європі, а і в інших країнах світу. Вищедосліджені пріоритетні напрямки Європейської Комісії зміцнення ринку туристичних послуг а також впровадження успішних стратегій зі стимулювання сталого туризму в своїх містах в країнах світу, акцентували свої дії на основі практик переходу до екосистемної стратегії.

Привабливість екосистем – взаємопов'язаний набір послуг, за допомогою яких користувачі можуть задовольнити різноманітні міжгалузеві потреби в одному інтегрованому досвіді – лише зросла, оскільки глобальна пандемія прискорила міграцію споживачів у цифрові технології. Споживачі сприймають цей зсув: 71 відсоток опитаних заявили, що готові до інтегрованих екосистем [1].

Дійсно, до 2030 року інтегрована мережева економіка може становити 25 % від загальної економіки – з 1 до 2 % сьогодні – з глобальним доходом у 70 трильйонів доларів [1]. Модель екосистеми стає все більш важливою та актуальною. Попит клієнтів є чітким і вимірюваним. Багато компаній усіх розмірів і галузей почали розробляти міжгалузеві екосистемні пропозиції, а фінансові ринки визнали силу екосистемних ігор. Оскільки туристична галузь взаємопов'язана з іншими галузями економічного світового господарства, створення взаємопов'язаних послуг, які задовольняють потреби користувачів у різних секторах, є складним завданням, що вимагає не лише узгодженої стратегії, але й дизайнерського підходу.

Перевагами такої екосистеми в наданні туристичних послуг вважаються визначення змін поведінки споживачів у майбутньому. Компанії проєктують свою екосистему. Складання мапи подорожей допомагає організаціям увияти досвід з точки зору споживачів. Кожна подорож розробляється як взаємопов'язаний наскрізний досвід.

Таким чином, використання креативних підходів світового ринку туристичних послуг дозволить мобілізувати свої туристичні ресурси країнам світу і підвищити свою конкурентоспроможність на світовому ринку туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Hariharan N.J. A design-led approach to embracing an ecosystem strategy / N.J. Hariharan, H.Khan H., I. Rab.. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-design/our-insights/a-design->

led-approach-to-embracing-an-ecosystem-strategy (дата звернення: 26.03.2024). McKinsey & Company.

2. Creative Europe Communication Strategy, 2021. <https://culture.ec.europa.eu/sites/default/files/2021-06/Creative%20Europe%20Communication%20Strategy.pdf> (дата звернення: 26.03.2024). European Commission.

3. But T. A Conceptual Model for Creating Smart Cities in Czechia Based on Smart Specialization / T. But, D. Mamotenko, L. Lnenicka, T. Pulina, V. Židová // Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration. – 2023. - 31(2). – 1736. <https://doi.org/10.46585/sp31021736>