

Anatolii Prylutskyi
*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of International Management,
Hotel and Restaurant Business and Tourism
Vinnytsia National Agrarian University*

Прилуцький А.М.
*к.е.н., доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницького національного аграрного університету*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-295-1-148>

DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Труднощі, з якими зіткнулися країни в ході реалізації концепції сталого розвитку, нові виклики, зумовлені пандемією КОВІД-19 та війною в Україні зажадали серйозної модернізації стратегій сталого соціально-економічного розвитку на всіх рівнях управління. Пошук напрямів коригування стратегій та нових механізмів їх реалізації призвів до розуміння необхідності принципової зміни економічної моделі, переходу від «коричневої» до «зеленої» економіки, побудованої на засадах економічної безпеки, ресурсної ефективності та соціальної справедливості.

Характеристики «зелений», екологічний туризм відносяться до поведінки туриста і визначаються не лише його вибором мети подорожі (екологічні стежки, національні парки, пам'ятники природи), а й транспорту (екологічно безпечного), засобів розміщення (еко-готелі), що використовується, екологічності споживаних у подорожі товарів та послуг, рівнем його екологічної освіти та культури, ставленням до культурної спадщини та традицій. У цьому сенсі «зелена» поведінка туриста реалізується не в якомусь окремому виді туризму, наприклад, екологічному, а в ході подорожі та споживання туристських товарів та послуг з будь-якими цілями, чи то релігійна проща, чи участь у міжнародному конгресі.

Індустрія туризму, забезпечуючи майже 10% світового ВВП і демонструючи стабільне зростання споживання енергії в рамках «коричневої» економіки, здатна при «озелененні» зробити істотний внесок у досягнення поставленої мети. У світі вже є значний позитивний досвід використання альтернативних джерел енергії у виробництві туристського продукту. Відомо, що є міжкраїнні відмінності у значимості проблеми зниження енергоємності туристського продукту, зумовлені, зокрема, місцем промисловості туризму економіки країни. Однак, для цілого ряду економік, що розвиваються, ця проблема дуже актуальна [1, с. 55].

Індустрія туризму має низку особливостей, що впливають на процеси її екологізації. Це, перш за все, залежність обсягів та якості туристичного продукту від обсягів та якості природного та культурного капіталу, що визначають атрактивність дестинації для туристів. Деградація природних ресурсів, знищення пам'яток природи, забруднення водойм, порушення ландшафтів, зниження біорізноманіття ведуть до скорочення або повної відсутності туристичного потоку і, як наслідок, до колапсу економіки, в якій цей сектор був ключовим.

Залучення значних туристичних потоків, забезпечуючи зайнятість та доходи, одночасно загострює конкуренцію за право використання обмежених природних

ресурсів (енергоресурси, земля, вода, асиміляційний потенціал навколишнього середовища та ін.) як між галузями та видами діяльності, так і всередині індустрії туризму, стимулює пошук та використання технологій подвійного виграшу.

У туристичному бізнесі переважають мікро-, малі та середні підприємства. Хоча онлайн-турагентства та великі туроператори керують значною часткою міжнародних подорожей у Європі та Північній Америці, на масових напрямках туризму переважають малі підприємства. Наприклад, близько 80% всіх готелів у всьому світі є малими та середніми, а в Європі цей показник становить 90%. Крім того, постачальники товарів та послуг для підприємств туризму, як правило, також невеликі місцеві підприємства. Малі розміри і, як наслідок, обмеженість фінансових та організаційних ресурсів для розробки та реалізації «зелених» стратегій розвитку, а також відсутність чіткого бачення економічних вигод та конкурентних переваг екологічно відповідальної поведінки ведуть до того, що лише 9% малих та середніх підприємств Європи розглядають екологічні цілі як пріоритетні [1, с. 57].

Залучення цих найважливіших суб'єктів до процесів розробки та реалізації програм екологізації є необхідною умовою для забезпечення сталого розвитку та дестинації в цілому. Проте досягнення загального розуміння цілей, завдань та шляхів озеленення туризму серед такого широкого спектру малих підприємств, численних секторів – непросте завдання. Нестача інформації, знань та ефективних інструментів стимулювання в цих умовах робить вирішення цього завдання практично неможливим.

Багатогалузевий характер туристського продукту, забезпечуючи мультиплікативний ефект, також створює проблеми з вироблення єдиних підходів до екологізації процесів його виробництва та споживання, оскільки в кожній галузі вони можуть бути свої. Фактично, підприємства туріндустрії є споживачами зелених товарів та технологій, вироблених іншими галузями економіки, адаптуючи їх до потреб власного технологічного процесу. З цієї точки зору рівень екологічності кінцевого туристичного продукту залежить від екологічності виробництв його складових частин та сприйнятливості до зелених інновацій самої туріндустрії [3].

«Зелена» економіка, як зазначалося, є наукомістким, високотехнологічним сектором. Реалізація «зелених» стратегій розвитку та перехід на енерго- та ресурсно-ефективні, маловідходні технології виробництва туристського продукту потребує інвестиційних цифрових ресурсів, якими малі та середні підприємства, як правило, не володіють. У зв'язку з цим доступність інвестиційних ресурсів для суб'єктів туріндустрії через диджиталізацію стає визначальним чинником формування та розвитку «зеленої» індустрії туризму. В даний час приклади успішного впровадження «зелених» технологій, екологічної сертифікації стосуються, головним чином, великих готельних комплексів, але запровадження для малих та середніх туристичних підприємств цих факторів дає змогу визначити ефективність екологічної політики, планів та програм.

Найбільших успіхів досягають ті країни та регіони, які мають чітко виражену, узгоджену за рівнями управління екологічну політику, спираються на результати наукових досліджень та якісну інформаційну базу при виборі використовуваних методів, активно залучають усіх стейкхолдерів, включаючи представників громадянського суспільства, до розробки та реалізації «зелених». стратегій, планів та програм їх реалізації [4].

Насамкінець слід зазначити, що «зелена» трансформація індустрії туризму, як і будь-якої іншої сфери діяльності, можлива за умови екологізації всієї системи управління економікою, починаючи з законодавства – створення нормативно-правових основ переходу на нову економічну модель, і закінчуючи всією палітрою

інструментів, що забезпечують стимулювання “зеленої” поведінки виробників та споживачів, включаючи податки, ціни, “зелені” кредити та інвестиції.

Література:

1. Безугла Л.С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 2 (39). С. 50-57/ DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).50-57](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).50-57)

2. Грановська В.Г., Бойко В.О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 57-65.

3. Мазур С.А., Прилуцький А.М. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/47.pdf (дата звернення: 17.03.2023).

4. Ставська Ю.В. Сільський зелений туризм як напрям розвитку сільських територій. *Економіки. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. Випуск 1'2019 (41). С. 83-95.