

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
Еколого-економічний факультет
Кафедра економіки та підприємництва

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

«Перспективи розвитку екологічної відповідальності сучасного туризму»
«Prospects for the development of environmental responsibility of modern
tourism»

Виконав здобувач денної форми навчання
спеціальності 101 Екологія
Освітня програма «Організація еколого-
туристичної діяльності»

Магеррамов Міразіз Ельсевер огли
Керівник:

к.е.н., доцент Попова М.О.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали) (підпис)

Рецензент:

д.екон.н., професор, Садченко О.В.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)

Рекомендовано до захисту:
протокол засідання кафедри
економіки та підприємництва
№ ____ від __.__.20__р.

Завідувачка кафедри

(підпис) Ломачинська І.А.
(прізвище, ім'я)

Захищено на засіданні ЕК № _____
протокол № __ від _____.____.20__ р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою/шкалою ECTS/ бали)

Голова ЕК

(підпис) Колісник А.В.
(прізвище, ім'я)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний

Кафедра економіки природокористування

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 101 «Екологія»

(шифр і назва)

Освітня програма «Організація еколого-туристичної діяльності»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки

природокористування

Губанова О.Р.

«25» квітня 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

студенту Магеррамову Міразізу Ельсеверу огли

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Перспективи розвитку екологічної відповідальності сучасного туризму

керівник роботи к.екон.н., доц. Попова Марія Олександрівна,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ОДЕКУ від «28» лютого 2024 року № 21-С

2. Строк подання студентом роботи 04.06.2024 року

3. Вихідні дані до роботи: матеріали періодичних видань, монографій, нормативно-правові акти, статті фахових збірників наукових робіт, статистична інформація, матеріали сайтів Інтернет-мережі

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

4.1. Теоретичні засади організації туристичної діяльності в сучасних умовах

4.2. Дослідження процесу формування успіху відповідальної туристичної діяльності на підставі екологізації

4.3. Шляхи підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасної туристичної діяльності

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

5.1. Екологічний тиск, пов'язаний з туризмом

5.2. Наслідки туристичних послуг

5.3. Канали, за якими час та гроші, що генеруються туризмом, можуть безпосередньо підтримувати стратегії збереження навколишнього середовища

5.4. Моделі збереження екологічно відповідальної туристичної діяльності

5.5. Стратегії збереження екологічно відповідального туризму

5.6. Основні перспективні напрямки сталого туризму

5.7. Запропонована модель підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасного туризму

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
	немає		

7. Дата видачі завдання 25 квітня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1.	Аналіз наукової літератури з досліджуваної теми, складення змісту, написання вступу.	25.04.24-02.05.24	80	4 (добре)
2.	Написання першого розділу.	03.05.24-11.05.24	80	4 (добре)
3.	Написання другого розділу.	12.05.24-19.05.24	80	4 (добре)
	<i>Рубіжна атестація.</i>	20.05.24-24.05.24	80	4 (добре)
4.	Написання третього розділу.	25.05.24-31.05.24	80	4 (добре)
5.	Узагальнення отриманих результатів. Написання висновків та оформлення переліку посилань.	01.06.24-03.06.24	80	4 (добре)
6.	Подання роботи на перевірку керівнику, встановлення ступеню оригінальності, оформлення протоколу та висновку керівника.	04.06.24-06.06.24		
7.	Укладення авторського договору на розміщення в репозитарій, оформлення остаточної електронної версії роботи	07.06.24-10.06.24		
8.	Подання КРБ на перевірку завідувачу кафедри, передача до деканату, рецензування роботи.	11.06.24-19.06.24		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		80	4 (добре)

Студент _____
(підпис)

Магеррамов М.Е.огли
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Попова М.О.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота бакалавра на тему «Перспективи розвитку екологічної відповідальності сучасного туризму» Магеррамова Міразіза Ельсевера огли

Актуальність теми. Незважаючи на велику кількість робіт, проблема розвитку екологічної відповідальності сучасного туризму потребує глибокого опрацювання та якісного дослідження в силу часто мінливої навколишньої обстановки, кризових явищ і, як наслідок, зміни вимог до сучасних методів управління. В даний час не існує надійної моделі шляхів підвищення ефективності екологічної відповідальності функціонування сучасного туристичного бізнесу, яка б забезпечувала комплексний підхід до впровадження екологічних принципів. У зв'язку з цим тема нашого дослідження є досить актуальною і своєчасною.

Мета і задачі дослідження. Мета роботи – на основі сучасних наукових підходів до організації туристичної діяльності в сучасних умовах провести аналіз обраного об'єкта дослідження і визначити шляхи вдосконалення в цій області.

Для досягнення мети були поставлені і вирішені наступні завдання:

- визначені основні сучасні тенденції туристичної діяльності;
- розглянуто зарубіжний досвід щодо екологічного туризму;
- проведено аналіз впливу екологічних аспектів туризму на навколишнє середовище;
- розроблені шляхи підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасної туристичної діяльності.

Об'єктом дослідження виступає процес формування екологічної відповідальності сучасної туристичної діяльності.

Предметом дослідження є туристична діяльність і механізм формування ефективної стратегії впровадження концепції еко-туризму в сучасний період.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є фундаментальні концепції теорії комунікацій та теорії управління, наукові положення в галузі туризму та міждисциплінарних наук, роботи з вдосконалення конкурентоспроможності туристичного підприємства в контексті вирішення проблем з запобігання кризових ситуацій в туристичній галузі.

Інформаційною базою виступають нормативно – законодавчі акти України, статистичні дані, отримані вітчизняними та зарубіжними вченими, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, інформація електронних Інтернет-ресурсів.

Результати дослідження. У кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто основні сучасні тенденції туристичної діяльності та розроблено практичні рекомендації щодо підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасної туристичної діяльності.

Сформульовані та обґрунтовані положення та рекомендації можна застосовувати для подальшого розвитку науково-практичних підходів щодо формування системи сприяння впровадженню концепції еко-туризму в сучасну діяльність.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту кваліфікаційної роботи бакалавра – 72 сторінок, таблиць – 7, рисунків – 7.

Перелік ключових слів: туризм, екологізація, туристична діяльність, екологічна відповідальність, еко-туризм.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	7
1.1. Основні сучасні тенденції туристичної діяльності	7
1.2. Дослідження зарубіжного досвіду щодо екологічного туризму	11
2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ УСПІХУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДСТАВІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ	27
2.1. Аналіз впливу екологічних аспектів туризму на навколишнє середовище	27
2.2. Дослідження еколого-економічного аспекту в туристичної діяльності	39
3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	46
3.1. Сталий туризм як інструмент збереження природи та впровадження екологічних напрямків	46
3.2. Пропозиції щодо впровадження концепції еко-туризму та перспективні напрями в сучасний період	53
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	69

ВСТУП

Розвиток туризму в кількох аспектах глибоко пов'язаний з екологічними умовами. Цей зв'язок має значні екологічні результати і може впливати на навколишнє середовище як сприятливо, так і несприятливо.

Більшість екологічних проблем, викликаних розвитком туризму, мають місцеве значення, і в більшості випадків їх можна вирішити за допомогою відповідної інфраструктури або відповідного дизайну. Як місцеві, так і міжнародні органи влади вживають заходи і визначають методи для мінімізації негативного впливу туризму на навколишнє середовище.

Нині спроби захисту навколишнього середовища стають дедалі інтенсивнішими як на національному, так і на міжнародному рівні. Негативний вплив на навколишнє середовище, зміна клімату, розтрата природних ресурсів, забруднення, зміна екосистем та інші стають як ніколи очевидними. Навколишнє середовище безпосередньо пов'язане з індустрією туризму. Ось чому «відповідальний» туризм останнім часом є однією з найбільш обговорюваних альтернативних можливостей.

Сталий розвиток туризму під впливом необхідності пошуку нового процесу розвитку, який не вичерпатиме екологічні ресурси, а буде експлуатувати їх у сталий спосіб, стає виміром перспективного розвитку, який може дати туризму новий продукт для вже насиченої споживчої аудиторії.

Таким чином, сучасне дослідження може сприяти мотивуванню майбутніх методів організації туристичної діяльності в сучасних умовах, виявленню оптимальних стратегічних напрямків просування туристичного продукту.

Мета роботи – на основі сучасних наукових підходів до організації туристичної діяльності в сучасних умовах провести аналіз обраного об'єкта дослідження і визначити шляхи вдосконалення в цій області.

Для досягнення мети були поставлені і вирішені наступні завдання:

- визначені основні сучасні тенденції туристичної діяльності;
- розглянуто зарубіжний досвід щодо екологічного туризму;
- проведено аналіз впливу екологічних аспектів туризму на навколишнє середовище;
- розроблені шляхи підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасної туристичної діяльності.

Об'єктом дослідження виступає процес формування екологічної відповідальності сучасної туристичної діяльності.

Предметом дослідження є туристична діяльність і механізм формування ефективної стратегії впровадження концепції еко-туризму в сучасний період.

У дослідженні використовувалися такі методи: комплексного аналізу – у процесі узагальнення теоретико-методологічних положень організації туристичної діяльності в сучасних умовах; спостереження, порівняння, аналізу, узагальнення.

При написанні роботи були використані різноманітні посібники, спеціалізовані дослідження, періодичні друковані та практичні матеріали з роботи туристичних підприємств, які були проаналізовані.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1. Основні сучасні тенденції туристичної діяльності

У туризмі низка різних подій призвела до змін у поведінці споживачів та бізнес-процесах, при цьому з'явилися і нові тенденції у туристичній діяльності. Тенденцію можна визначити, як загальну зміну ситуації чи поведінки, чи загальний напрямок, у якому відбуваються події.

Пандемія коронавірусу зосередила увагу на гігієні, безпеці та місцевих, а не міжнародних послугах, а також прискорила використання безконтактних платежів та впровадження віддаленої роботи. Тим часом турбота про навколишнє середовище додалася до підходу багатьох клієнтів, орієнтованих на місцеві умови, і породила тенденції, пов'язані з органічними продуктами харчування та еко-подорожами.

Однак більшість закономірностей виникло внаслідок більш загальних змін у поведінці клієнтів. Нижче наведені деякі тенденції у туризмі, які вплинули на індустрію туризму загалом.

1. Тенденції туризму у сфері безпеки та гігієни. Будь то авіакомпанії, круїзи, готелі, ресторани або бари, з моменту спалаху коронавірусу стандарти безпеки та гігієни мають першорядне значення. Маючи це на увазі, існує ряд туристичних тенденцій, пов'язаних з цим: посилення прибирання, соціальне дистанціювання, надання гелю для рук та примусове використання масок у деяких умовах.

В даний час це також є життєво важливою частиною туристичного маркетингу, оскільки компаніям необхідно чітко вказати, яка їхня політика в галузі гігієни та безпеки та які заходи вони вживають для забезпечення безпеки клієнтів. Загроза коронавірусу призвела до того, що люди з меншим бажанням подорожують і відвідують гарячі точки туризму, тому їх необхідно переконати в тому, що це безпечно.

2. Підвищена увага до відпочинку. Коронавірус змусив країни ввести обмеження на поїздки, у той час як багато компаній заохочують співробітників працювати з дому та використовувати відеозв'язок. В результаті особливо сильно постраждали ділові заходи, і однією з тенденцій у туризмі, що випливають з цього, стало зміщення акценту в бік відпочиваючих [40].

Пандемія сильно вдарила по людях, і багато хто відчайдушно потребує відпочинку. Залежно від виду туристичного бізнесу можна зосередити зусилля на сім'ях, парах або групах друзів, а також потенційно створювати пакетні пропозиції, щоб залучити цю демографічну групу. Також корисно оцінити, як конкуренти відреагували на кризу і чи роблять вони щось, що сприяло б розвитку нових напрямів.

3. Перехід від міжнародного до місцевого. Різні обмеження на поїздки та небажання багатьох людей виїжджати за кордон означають, що багатьом підприємствам в індустрії туризму доводиться орієнтуватися на місцевих клієнтів, а не на міжнародних. Це не означає повної відмови від міжнародних мандрівників, але, ймовірно, вимагатиме зміни основних маркетингових стратегій.

Що стосується готелів, то найкраще виділити ті об'єкти, які можуть сподобатися місцевому ринку, такі як ресторан, тренажерний зал, Wi-Fi і навіть той факт, що готельні номери ідеально підходять для віддаленої роботи. Авіакомпаніям та компаніям з управління туризмом, можливо, також доведеться віддати пріоритет внутрішнім туристам.

Варто пам'ятати, що місцеві клієнти також з меншою ймовірністю скасують бронювання, тому що їм потрібно буде лише звертати увагу на місцеві обмеження і, швидше за все, їм не доведеться знаходитися у карантині після відвідування.

4. Зростання безконтактних платежів. Безконтактні платежі вже деякий час є одним з основних продуктів, коли йдеться про технології в туризмі, але поява таких опцій, як Google Pay та Apple Pay, допомогла вивести це на

новий рівень, а це означає, що клієнтам навіть не потрібно носити із собою дебетову картку.

Дозвіл безконтактних платежів дозволив туристичним компаніям зменшити тертя та підвищити швидкість реєстрації та виїзду. Це також означає, що товари можна оплачувати швидко, що сприяє спонтанним покупкам. У зв'язку з коронавірусом безконтактні платежі користуються більшим попитом, ніж будь-коли, оскільки співробітники та клієнти часто воліють не мати справу з готівкою.

5. Голосовий пошук та голосове управління. Зі зростанням популярності домашніх розумних колонок, а також мобільних помічників, таких як Siri, Google Assistant та ін., дедалі більше клієнтів у сфері туризму звертаються до голосового пошуку. Для тих, хто працює в індустрії туризму, важливо залучити цих гостей, правильно структурувавши контент веб-сайту, щоб він відображався в голосовому пошуку та дозволяв голосове бронювання.

Туристична інформація є ключовою частиною обслуговування клієнтів у багатьох компаніях, і голосове управління та штучний інтелект можуть бути безцінними. Крім того, у готельних номерах можуть бути встановлені розумні колонки або інші пристрої IoT, сумісні з голосовим керуванням, що дозволяє користувачам легше вмикати та вимикати пристрої або змінювати налаштування у своїх номерах.

6. Тенденції туризму у віртуальній реальності. Віртуальна реальність – ще одна з основних тенденцій у сфері туризму, причому використання цієї технології може надати перевагу перед конкурентами, які ще не запровадили її. За допомогою онлайн турів віртуальної реальності клієнти можуть побачити інтер'єри готелів, інтер'єри ресторанів, туристичні пам'ятки та багато іншого, не виходячи з дому. Що особливо важливо, вони можуть зробити це на етапі ухвалення рішення. Більшість сучасних VR-турів також доступні в Інтернеті, тобто їх можна переглядати у будь-якому звичайному

веб-браузері. Потім якість віртуального туру і рівень занурення можна поліпшити за допомогою гарнітур віртуальної реальності.

7. Місцевий досвід. Сьогоднішні туристи не хочуть бути ізольованими від місць, які вони відвідують усередині культурного міхура. Вони хочуть займатися та брати участь у місцевій культурі. Від насолоди місцевою кухнею до святкування регіональних фестивалів та свят, місцевий досвід стане одним із головних туристичних трендів, за яким варто стежити. Одним із прикладів популярного місцевого досвіду може бути відвідування Японії під час великого фестивалю, оренда офіційного японського одягу для носіння, вживання регіональних делікатесів та участь у традиційних іграх чи культурних заходах.

8. Здорова та органічна їжа. Здорова їжа та та їжа, яку споживають туристи, раніше були антонімами у свідомості багатьох мандрівників, а свята традиційно являли собою можливість порушити дієту та побалувати себе забороненими частуваннями. Попит на чудову кухню з метою покращення харчування є рушійною силою нових тенденцій у туризмі. Сучасний турист хоче знати, що їжа, яку він їсть, настільки ж корисна, наскільки смачна. Рух за органічні продукти харчування також впливає на тенденції туризму: дедалі більше закусок та готелів пропонують органічні варіанти.

9. Еко подорожі. Тенденції туризму багато в чому залежать від проблем та вдач клієнтської бази. У міру того, як нове покоління стає все більш значущим на ринку, ідеали, що визначають їхнє рішення про покупку, створюють нові тенденції у туризмі. Еко-подорожі – лише один із прикладів цих туристичних тенденцій, що відображає занепокоєння сучасних мандрівників з приводу варіантів етичного та сталого туризму. Еко-подорожі включають прості зміни, такі як наявність вуглецевих кредитів при бронюванні рейсу або можливість орендувати електромобіль замість звичайного автомобіля. Більш складні приклади можуть включати туризм з волонтерським елементом, можливо роботу в заповіднику або участь у природоохоронних роботах.

Екотуризм сприяє збереженню природних ресурсів та раціональному використанню природних та культурних ресурсів. Місцеві жителі отримують економічні та соціальні вигоди, сприяючи довгостроковому успіху проекту. Екотуризм включає екологічну та культурну освіту.

Переваги та причини зростання екотуризму:

1. В даний час легше дістатися до віддалених місць екотуризму завдяки дешевим рейсам та доступній інфраструктурі.
2. Багато людей незадоволені традиційними туристичними напрямками та заходами, тому існує більший інтерес до складного та пізнавального туризму.
3. Зростає усвідомлення необхідності захисту довкілля та бажання зробити свій внесок у цю справу.
4. Екотуризм може допомогти захистити чутливі до навколишнього середовища місця та підвищити поінформованість про місцеві екологічні та соціальні делікатні проблеми.
5. Екотуризм може створити змогу отримання доходу місцевим населенням.

Таким чином, екотуризм, як один із трендів сучасної туристичної діяльності – це форма туризму, що передбачає відповідальну подорож (з використанням екологічного транспорту) до природних зон, збереження навколишнього середовища та поліпшення добробуту місцевого населення.

1.2. Дослідження зарубіжного досвіду щодо екологічного туризму

Сьогодні сучасні туристи очікують і вимагають високоякісного природного середовища в місцях, які забезпечують відпочинок та дозвілля. Розглянемо Словенію, яка наділена багатими природними умовами, придатними для екологічного туризму, оскільки майже 60% її ландшафту вкриті лісами, а країна розташована на узбережжі Адріатичного моря. Крім «зелених» природних лісових умов, існує частина Альп з озерами, яка є

чудовим місцем якісного природного середовища для відпочинку та дозвілля. Високоякісне природне середовище було оцінено під час відвідувань особливо туристами з Німеччини, Італії та Австрії, але останнім часом регіон приваблює туристів з усього світу. Відомо, що багато німецьких туристів цінують якісне природне середовище як важливий фактор конкурентоспроможності дестинації та попиту туристів на відпочинок. Наприклад, на запитання «Коли ви думаєте про свій наступний відпочинок, які природні фактори навколишнього середовища є найважливішими для ваших рішень?», найчастіше німецькі туристи відповідали – «чисті пляжі та чиста вода, відсутність пилу в туристичних містах і навколо них». Словенія є туристичним напрямком, який відповідає таким очікуванням, оскільки є однією з країн ЄС з найбільшим ступенем біологічного різноманіття. Зростаюча кількість туристів потребує «зеленого» та свіжого, якісного природного середовища, що визначається зростанням туристичних доходів, але стикається у житті з спекотними погодними умовами з підвищенням температури, спричиненими кліматичними змінами та глобальним потеплінням (табл. 1.1.). Це виклик для туристичних підприємств, які значною мірою розуміють важливість екостандартів та екологічного маркування.

Таблиця 1.1.

Очікування німецьких туристів у місцях відпочинку та дозвілля з урахуванням факторів навколишнього середовища [1].

Фактори навколишнього середовища	Частка у %
Чисті пляжі та вода	64.5
Відсутність пилу в туристичних місцях та околицях	59.1
Неурбанізована місцевість	50.0
Якісна охорона природи в туристичному об'єкті	45.8
Без шумового забруднення через рух транспорту та дискотек	51.0
Екологічно чисті умови проживання	41.8
Невеликий рух та налагоджений громадський транспорт у туристичному місці	35.1
Можливість легкого доступу до туристичного місця на автобусі та поїзді	29.0
Пропозиції екологічно чистого розміщення в каталогах туроператорів і туристичних агентств	18,7

Як видно з таблиці 1.1., де перераховані деякі з найважливіших потреб німецьких туристів на світових туристичних ринках, близько половини німецьких туристів хочуть проводити відпустку та вільний час у добре доглянутому природному середовищі [1].

Такі туристичні очікування та запити дають сигнали для туристичних продуктів і пропонують напрямки їх коригування та інновацій у сферах еколого-екологічного менеджменту та сталого розвитку туризму. Подібні очікування та запити існують і серед туристів з інших країн ЄС, таких як Австрія, Великобританія та Франція.

У Європі розроблено понад 50 екологічних брендів та сертифікатів у сфері туризму для надання туристичним продуктам відповідно до узгоджених умов та критеріїв в різних країнах. Екомаркування та розробка екосертифікатів забезпечують екологічно чисті туристичні об'єкти, які відповідають екологічним запитам туристів у готелях, таборах, пляжах, пристанях для яхт, природно-заповідних територіях, ресторанах, полях для гольфу, туристичних агентствах та інших туристичних напрямках [8]. Варто згадати кілька відомих прикладів передової практики, які успішно функціонують та впроваджують ці екологічні аспекти в туризмі протягом багатьох років: «біо-готелі» в Австрії, Німеччині, Італії, Швейцарії, Ірландії, Іспанії та Франції; «Ibex-label» у Швейцарії; «екологічний знак» у Люксембурзі; «Distintiu de garantía de qualitat ambiental» в Іспанії [4]; «Північний лебідь і зелений ключ» у Скандинавії; «Схема бізнесу зеленого туризму» у Великобританії; «Мільеубарометр» в Нідерландах; «Clefs Vertes» у Франції; «Legambiente Turismo» в Італії та Європейський блакитний прапор та Зелений глобус [7]. У 2004 році в ЄС була створена схема екологічного маркування, яка називається «Екомаркування», для туристичних місць. Цей екологічний символ став впізнаваним завдяки вже відомим логотипам екологічно чистих промислових продуктів, таких як Green Daisy. Його також прийняла Словенія, яка до вступу до ЄС не розробила власну схему екологічних сертифікатів.

Використання екологічних символів в ЄС підтвердило, що більшість сертифікованих туристичних підприємств зуміли зменшити кількість відходів і використання води, енергії та миючих засобів. Ці туристичні підприємства також активно співпрацюють з місцевими громадами для вирішення транспортних проблем та збереження навколишнього середовища. Кілька туристичних підприємств вирішили отримати екосертифікати, тому вони інвестували в його просування з розрахунком, що вони знизять витрати, залучуть більше відвідувачів і в довгостроковій перспективі підвищать свої доходи. Однак не існує єдиного погляду на концепцію сталого розвитку туризму через специфічні практики в різних середовищах, де розвивається та діє туризм. У літературі існують різні визначення сталого розвитку туризму [5]. На основі найбільш часто цитованих компонентів сталого розвитку туризму в літературі 74 провідними фахівцями у галузі туризму з усього світу було запропоновано перелік з 16 характеристик, щоб вибрати з них п'ять найважливіших і ранжувати їх відповідно до їх важливості за шкалою від 1 до 5 [9].

Довгостроковий погляд був підтверджений як найважливіша характеристика сталого розвитку туризму. На другому місці була ознака того, що сталий розвиток туризму містить добре підготовлені програми розвитку туризму, а далі дві не менш важливі характеристики – що він забезпечує ефективне використання ресурсів та передбачає залучення місцевих громад. На четвертому місці опинилася особливість, що вона зберігає запаси природних ресурсів. Результати цих досліджень підтвердили, що деякі показники сталого розвитку туризму суттєво відрізняються від однієї території до іншої, тоді як деякі інші показники дійсно мають глобальний характер. У зв'язку з розумним програмуванням розвитку туризму необхідно встановити індикатори сталого розвитку туризму в різних середовищах та порівняти їх з уже наявними показниками. Одним із цих показників є моніторинг використання води та енергії, який додатково досліджується у випадку готелів у Північній Адріатиці.

На даний момент 11% загальної території Словенії є під захистом. З реалізацією Стратегії територіального розвитку в Словенії з липня 2004 року природно-заповідні території становлять 33% її території, з яких Національний парк Триглав становить 4,1% території Словенії. Крім того, охороняються 3 регіональні парки, 40 ландшафтних парків, 49 заповідників і 623 пам'ятки природи. Однак існують певні недоліки в реалізації запропонованих природоохоронних територій, які пов'язані з нестачею кваліфікованої робочої сили, браком фінансів та відповідного досвіду, відсутністю інтересу до муніципалітетів та відсутності політичної підтримки, а також реорганізації штатів на місцевому рівні, рівня управління та майже відсутній міжгалузевий взаємний інтерес і співпраця. Словенія була визначена як країна з найбільшим ступенем біологічного різноманіття в ЄС [7]. Було визначено 286 територій, з яких 260 були визначені на основі регулювання середовищ існування (32% території Словенії) і 26 на основі регулювання птахів (23% території Словенії). Часто між цими географічними територіями є накладення, оскільки 60% територій, запропонованих на основі регулювання про середовище проживання, також включені до запропонованих особливо охоронюваних територій згідно з положеннями про птахів. Більшість заповідних територій вкриті лісами, які також пов'язані з переважаючим ландшафтом Словенії. Значну частину заповідних територій становлять кам'янисті ділянки без рослинності; 9% заповідних територій розташовані вище межі лісового господарства, а значна частина вкрита пасовищами. Двадцять п'ять відсотків території розташовано в межах заповідних територій (у Триглавському національному парку, регіональних і ландшафтних парках, а також у заповідниках і пам'ятках природи), які також входять до територій Natura 2000.

Збереження природи, зокрема біотичного різноманіття, є завданням не лише природоохоронного сектору, який не має для цього достатньо кадрів та ресурсів. У зв'язку з цим сектор охорони природних ресурсів потребує подальшого розвитку та особливо зміцнення для партнерства та співпраці з

іншими секторами-учасниками, такими як лісове господарство, сільське господарство, туризм та подібні види діяльності, які працюють із більшістю природних визначних пам'яток та ресурсів для підтримки біотичного різноманіття, особливо для надання консультацій та контролювання впровадження.

Проте дотепер словенська держава не створила системи для надання природним заповідним територіям певної порівняльної переваги щодо реалізації в обмін на обмеження їх економічного розвитку, незалежно від того, що природні заповідні території забезпечують загальні екологічні переваги. Така ситуація, що склалася у впровадженні природоохоронних територій, пов'язана із загальноприйнятою нормативною охороною, яка базується на системі заборон та обмежень, але на практиці не забезпечує достатньої реальної уваги, ресурсів та експертної підтримки запропонованим природно-заповідним територіям. З іншого боку, у Словенії є певний хороший досвід впровадження та моніторингу природних заповідних територій у національному парку Триглав, регіональному парку Шкоцянська печера та природних парках у долині Логарської та районах виробництва солі Сечовле, де є певні порівняльні переваги, засновані на забезпеченні екологічних товарів, які особливо визначені як важливі для розвитку туризму. Однак це маловідомо, не помітно і погано представлено ширшому суспільству, місцевим громадам та місцевим економікам, які розташовані на територіальних територіях, які передбачені для природоохоронних територій у Словенії.

Порівняльні переваги, які випливають з вигащів охорони навколишнього середовища на економічному розвитку можна досягти лише в довгостроковій перспективі. Охорона довкілля певної території може спричинити соціально-економічні зміни через змінені, а часто й скорочені можливості традиційного економічного розвитку на нових природно-заповідних територіях. Але водночас це надає нові можливості для розвитку

таких видів діяльності, як сталий туризм та екологічно чистий розвиток сільського та лісового господарства.

Без участі місцевих громадян важко очікувати реалізації екологічних інтересів у сталому розвитку, незважаючи на нормативно природні заповідні території. Те саме стосується охорони природних пам'яток і природних цінностей за межами природно-заповідних територій. Зокрема, практика впровадження на запропонованих природоохоронних територіях досі не вдалася, оскільки вони надійшли на місцевий рівень із затримками та/або непідготовленими. Навіть коли рішення та практика реалізації природоохоронних територій є компетенцією держави, існує необхідність з самого початку забезпечити співпрацю з місцевими громадами та місцевими економіками. Великий потенціал і невикористані можливості в розвитку сталого туризму вбачаються з маркетингу природно-заповідних територій як туристичних об'єктів та місцевих територіальних продуктів і послуг, які базуються на якості сільськогосподарських, продовольчих та туристичних продуктів і послуг. Ці стратегії сталого розвитку туризму мають підтримуватися запровадженням визнаних брендів місцевих продуктів і послуг на територіях природних парків [16].

Група експертів зі зміни клімату при ООН [32] прогнозують, що глобальне потепління та кліматичні зміни, як очікується, матимуть значний вплив на розвиток туризму. Наслідки кліматичних змін для розвитку туризму відрізняються для кожного регіону [31]. Тому виникає питання, як кліматичні зміни можуть вплинути на оцінку туристичних ресурсів у різних туристичних регіонах Словенії. Очікується, що підвищення температури повітря та води для купання, а також збільшення кількості спекотних днів [12] позитивно вплинуть на розвиток туризму завдяки:

- довший купальний сезон і більший інтерес до купання з боку туристів на приморських туристичних курортах (у порівнянні з нинішньою ситуацією, наприклад, в Іспанії та Греції) та в інших курортних та курортних

туристичних містах Словенії (наприклад, Помур'є та Посотельє, серед інших);

- наявність кращих та покращених таласотерапій та кліматичних бальнеологічних курортів у Словенії; у зв'язку з очікуваним зростанням попиту на ці послуги з боку туристів, збільшення пропозиції цих послуг можна очікувати як у прибережних, так і в гірських туристичних регіонах [11].

З іншого боку, декілька факторів вказують на те, що водночас може мати негативний вплив змін клімату на туристичні регіони та розвиток туризму в Словенії. Для пом'якшення та усунення негативного впливу кліматичних змін на розвиток туризму необхідно забезпечити такі додаткові ресурси:

1. Збільшити енергопостачання для кондиціонування повітря в прибережних та інших туристичних регіонах.
2. Покращити теплоізоляцію об'єктів туристичного житла.
3. Виготовлення штучного снігу, що буде дуже складним і дорогим. Більш короткий гірськолижний сезон із «сірими» і «зеленими» ландшафтами замість очікуваних «білих» засніжених ландшафтів у гірськолижних туристичних місцях, ймовірно, знизить їхню привабливість для туристів, що змусить їх неохоче переїжджати з місць свого проживання до катання на лижах, зменшуючи таким чином відвідування лижних місць і бажання кататися загалом. Приклади такої ситуації вже спостерігалися в деякі зимові сезони в географічних місцях між столицею Любляннюю і гірськолижним курортом Крваец, а також іншими гірськолижними місцями Словенії. Ці нові розробки вимагають розвитку нових туристичних об'єктів та туристичних пропозицій в існуючих гірськолижних місцях.
4. Запровадження нових заходів та вдосконалення існуючих заходів для економії використання енергії.

5. Перехід від традиційних джерел енергії до відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна енергія, використання біомаси, біогазу та геотермальної енергії.

Очікується, що менша кількість опадів матиме такі наслідки для туристичних ресурсів Словенії:

- у середземноморських частинах Словенії та в інших частинах Словенії з дефіцитними водними ландшафтами, очікується, що виникне дефіцит питної води та води для зрошення, миття та подібних видів використання;

- в літній період часто можна очікувати збільшення випалених жовтих ландшафтів протягом більш тривалого періоду;

- зростання небезпеки від природних пожеж;

- у вищих гірських частинах Юліанських і Камніцько-Савинських Альп і особливо в лижних центрах на нижчих висотах Погор'я та інших підальпських лан краєвидів (Церкно, Старий Врх над Шкоф'я-Локою та подібні місця) і на ландшафтах вищих карстових пагорбів (Каліч, Рог-Чермошніце та подібні місця), можна очікувати менше днів, коли ландшафт буде вкритий снігом.

У туристичних регіонах з тимчасовою нестачою води (напр., Словенська Істрія та Карст), є необхідність створення систем економії питної води та переробки стічних вод. Можна знайти приклади таких систем у таких країнах, як Німеччина, де були побудовані окремі резервуари та водопровідні установки для переробки води з очисних установок для зрошення, туалетів, громадських місць тощо. За допомогою таких установок нові інвестиції в туристичну економіку (наприклад, готель Palace в Порторозі, готелі в Бледі та готелі в курортних туристичних місцях у Словенії) забезпечили б ефект поширення передової практики для інших туристичних постачальників, а також для більшого громадянського суспільства та нішеві туристичні групи з ефективним повідомленням про екологічну та соціальну відповідальність за сталий розвиток. Включення таких екологічних заходів для сталого розвитку

туризму має бути стратегією для найбільших інвесторів у туристичну економіку Словенії (наприклад, Istrabenz Group, Sava Group та деяких інших провідних туристичних підприємств). Для популяризації такої практики було б бажано, щоб приклади передової практики екологічного менеджменту були представлені та опубліковані на веб-сайтах цих підприємств та за допомогою інших засобів маркетингової комунікації.

Інші екстремальні погодні умови, такі як частіші повені, можуть завдати шкоди до ландшафтів (ліси, сільське господарство тощо), транспортної та туристичної інфраструктури в долинах річок. У зв'язку з цим необхідно уникати таких потенційно ризикованих територій для будівництва туристичної та іншої супутньої інфраструктури, щоб уникнути стихійних лих, або будувати їх відповідно до нормативних документів для таких небезпечних територій.

Критичними ресурсами під час очікуваних кліматичних змін є постачання електроенергії та води. Це справедливо й у сфері туризму, де туристичні підприємства та туристичні регіони вже відчувають тимчасові труднощі із забезпеченням достатньою кількістю води та енергії. У сфері туризму є декілька завдань, які необхідно виконувати у співпраці з державою, муніципалітетами, підприємствами та окремими особами, щоб уникнути потенційного дефіциту енергії та природних ресурсів:

1. Держава має передбачити та підготувати стратегію та програму заходів щодо зменшення ризиків для туризму через глобальні кліматичні зміни, передбачити вжиття відповідних заходів, таких як зниження податків та фінансова підтримка наукових досліджень, впровадження інноваційних заходів у туристичних підприємствах і домогосподарствах, а також налагодити комплексний моніторинг природних ресурсів.

2. Муніципалітети мають бути спроможними прийняти очікувані кліматичні зміни за допомогою відкоригованих територіальних та інших програм розвитку з інвестиційною підтримкою використання пасажирських перевезень загального користування та будівництва об'єктів для спортивних

заходів, відпочинку, культурного життя та громадських заходів, а також шляхом налагодження постійного моніторингу довкілля, використання систем утеплення та інформування громадян та підприємств.

3. Туристичні підприємства мають запровадити економічні заходи для більш раціонального використання природних та енергетичних ресурсів, пришвидшити екологічне маркування послуг та продуктів (Eco-label) та ін., прийняти соціальну та екологічну відповідальність (прийняття екологічних меморандумів, інтегрована реклама, спонсорство та пожертвування) та інтегровану систему екологічного менеджменту (ISO 14001, Схема екологічного менеджменту та аудиту (EMAS) тощо).

4. У рекреаційно-туристичній діяльності слід практикувати екологічно безпечне використання природних ресурсів та змінювати купівельні звички (придбання сільськогосподарської та продовольчої продукції з простежуваним географічним походженням та вибір натуральних сертифікованих послуг і продуктів у екологічно та соціально відповідальних постачальників/виробників); підтримувати якість життя за допомогою здорового харчування та більшої кількості фізичних навантажень на природі; навчатися у природи, відстежуючи та зменшуючи негативний вплив на навколишнє середовище (наприклад, розрахунок власного CO₂).

Наведемо приклади впровадження екологічного менеджменту на туристичних підприємствах Словенії. СПА Snovik поблизу Камніка є єдиним зареєстрованим туристичним підприємством у Словенії, яке сертифіковане екологічним знаком ЄС. Крім того, вісім пляжів і марин сертифіковані екологічним символом Блакитного прапора, який був введений як екологічний символ у Словенії. Використання екологічної символіки в країнах ЄС показало, що більшість сертифікованих підприємств почали вести себе більш екологічно, утворюючи меншу кількість відходів та раціональніше використовувати воду, енергію та мийні засоби. Таким чином, введення екологічних символів зменшило негативний вплив на навколишнє середовище. Такі сертифіковані підприємства також займаються вирішенням

проблем, пов'язаних з транспортом та охороною навколишнього середовища на місцевому рівні. Серед важливих мотивів таких екологічно чистих практик, пов'язаних із запровадженням екологічних сертифікатів, є зниження витрат туристичних постачальників, збільшення попиту туристів на екологічно чисті продукти та послуги та довгостроковий визнаний сталий розвиток туризму. Все вище перераховане призводить до покращення економічних показників із вищими доходами від продажів та підприємницької діяльності.

Протягом кількох років Terme Radenci, яка є частиною Pannonia Terme, що належить Сава Крань, була єдиним готельним підприємством у Словенії, яке отримало Стандарт ISO 14001 частково для впровадження інтегрованої системи екологічного менеджменту. Нещодавно подібний сертифікат та екомаркування ЄС отримали Терми Snovik поблизу Камніка. Підприємства, що мають екологічний сертифікат ISO 14001 або EMAS в цілому, відповідають критеріям екологічного менеджменту, які передбачені для отримання екологічного знака ЄС.

У 2005 році готель «Златорог» у Богині був першим сертифікованим готелем і єдиним біо-готелем в Словенії. Цей готель розташований у передмісті Національного парку Триглав біля озера Бохінь. У нього були складнощі із забезпеченням біологічно виробленої їжі словенського походження, тому вони повернули сертифікат біоготелю у 2007 році. Асоціація екологічних ферм Словенії налічує понад 1000 членів, але поки що вони виробляли лише невелику кількість різноманітних продуктів. Довгострокова та міцна співпраця з каналами роздрібною торгівлі є досить слабкою, також як і туристична економіка, яка, згідно з позитивним досвідом Австрії, могла б покращити загальну доступність та економічну ефективність виробництва екологічної продукції.

Основна причина низького ступеня впровадження екологічних символів та сертифікатів в словенських туристичних підприємствах пояснюється відносно низьким розумінням важливості екологічних проблем

з боку вищого керівництва. З одного боку, вони не бачать переваг і можливостей, які пов'язані із впровадженням екологічного менеджменту в підприємницьку діяльність туристичних підприємств. З іншого боку, вони наголошують на додаткових витратах, пов'язаних із впровадженням екологічного менеджменту. Більше того, існує дуже мало співробітництва між суб'єктами, які можуть через спільну діяльність та взаємне партнерство сприяти покращенню та, таким чином, рухати розвиток подій у позитивному напрямку. Це справедливо для різних державних установ та місцевих громад, а також для туристичної економічної діяльності, як-от сільське господарство, харчова промисловість та лісове господарство, серед інших.

Опитування, проведені раніше в готелях Північної Адриатики, підтвердили відносно слабкі управлінські знання щодо управління навколишнім середовищем у термінах використання електричної енергії та води [16]. У деяких випадках дані про кількість використання води були відсутні (табл. 1.2.). Відмінності у використанні електричної енергії та води в словенських туристичних підприємствах пов'язані з різними туристичними об'єктами, які пропонуються (басейни, різні спортивні споруди тощо) та їх географічним розташуванням (Середземномор'я, континентальна частина, Альпи та подібні географічні туристичні об'єкти) [17–19]. У зв'язку з цим кількість водокористування було вилучено зі списку критеріїв екомаркування, а натомість запроваджено більше критеріїв, які забезпечують економію води та енергії. Найважливіша мета полягає в тому, щоб керівники туристичних підприємств розуміли важливість цих даних щодо використання природних та енергетичних ресурсів під час прийняття управлінських рішень щодо раціонального використання цих ресурсів та довгострокового скорочення їх використання на одну ніч або за туристичний продукт.

Таким чином, вони можуть сприяти зниженню витрат бізнесу, тоді як запровадження екологічних марок і сертифікатів лише покращує імідж підприємства та туристичної дестинації [20]. Завдяки короткому, описовому аналізу витрат і вигод можна прийти до наступних висновків та наслідків, які

можуть створити стимули для менеджерів та власників туристичних підприємств у Словенії для більш інтенсивного впровадження екологічного менеджменту.

Таблиця 1.2.

Споживання електроенергії та води в готелях за добу [16–19].

Держава – регіон	Електрична енергія (кВт·год)	Вода (l)
Словенія – Істрія	8,4	347
Словенія – Юліанські Альпи	8,4	283
Хорватія – Істрія та Кварнер	7,5	371
Італія – Північна Адріатика	13,5	423
Німеччина	–	92–180
Чорногорія	–	200–350
Малайзія	–	100–130

Очікувані витрати на впровадження екологічного менеджменту в туристичних підприємствах включають:

- інвестиції та адаптацію, реструктуризацію та нові будівлі для відповідності вимогам щодо індивідуального сертифіката;
- навчання працівників;
- зміни способів управління навколишнім середовищем;
- консультування, управління та моніторинг проектів.

Очікувані переваги впровадження екологічного менеджменту в туристичних підприємствах включають:

- кращу впізнаваність та імідж продуктів і послуг;
- вищі ціни на послуги;
- вищі вимоги екологічно орієнтованих туристів;
- виражену екологічну та соціальну відповідальність;
- нижчі матеріальні витрати (до 30% або близько 10% щорічно);
- вищий рівень освіти працівників у сфері екологічного менеджменту;
- підтримку державних та структурних фондів ЄС для інвестицій.

Таким чином, відбулося значне зростання значення екологічних факторів та високоякісного природного середовища у запитах туристів на

відпочинок та дозвілля. Така модель попиту спонукала туристичні підприємства розглянути важливість сталого розвитку туризму на рівні мікробізнесу. Нами було досліджено розвиток сталого туризму в Словенії, яка вважається однією з країн ЄС з найбільшим ступенем біологічного різноманіття. Ми визначили як переваги, так і недоліки, які призводять до обмежень і недоліків, тим самим збільшуючи розрив між офіційним прийняттям екологічних заходів та труднощами у реалізації заходів щодо охорони природних ресурсів. Запровадження екологічного менеджменту на словенських туристичних підприємствах також стикається з очікуваними змінами клімату. Однак економічні причини вигод визначаються як вирішальні чинники, які пояснюють, чому словенські туристичні менеджери не бажають запроваджувати екологічний менеджмент в туристичних підприємствах і дотримуватися екологічних стандартів для отримання екологічних марок та інших екологічних символів. Нами було наведено рідкісні приклади словенських туристичних підприємств, де екологічний менеджмент використовувався як фактор конкурентоспроможності на туристичних ринках.

Уряд Словенії усвідомлює важливість екологічного менеджменту для розвитку словенських туристичних підприємств. У червні 2007 року Міністерство економіки Республіки Словенія вперше оголосило публічний тендер на співфінансування інвестицій в туристичну інфраструктуру шляхом запровадження спеціальних критеріїв бонусу з екологічного менеджменту для оцінки запропонованих проектів із фондів ЄС. Бонус застосовується лише в тому випадку, якщо підприємство, яке подала заявку на співфінансування проекту, вже запровадило екологічний менеджмент. Додаткова, ще не використана можливість для швидкого впровадження екологічного менеджменту на словенських туристичних підприємствах – це пряма фінансова підтримка системи державної підтримки екологічних марок і сертифікатів (Еко-маркування, Біо-готель тощо), а також впровадження інтегрованих систем екологічного управління (наприклад, ISO 14001 або

EMAS). Іспанія та Італія є прикладами передового досвіду в цих сферах протягом останніх кількох років. Також можна знайти деякі позитивні приклади в інших добре розвинутих туристичних напрямках по всьому світу. Іншим додатковим стимулом для словенських готелів є настанова щодо екологічних заходів та покращення словенських готелів, яка була підготовлена Міністерством економіки Республіки Словенія.

2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ УСПІХУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДСТАВІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ

2.1. Аналіз впливу екологічних аспектів туризму на навколишнє середовище

Туризм – це сукупність видів діяльності, послуг і галузей, які надають відчуття від подорожей: транспорт, проживання, заклади харчування та пиття, магазини, розважальні заклади та інші послуги гостинності, доступні для окремих осіб або груп, які подорожують далеко від дому. Він охоплює всіх постачальників послуг, пов'язаних із відвідувачами [14, 101-112].

Туризм в цілому є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у Європі та у всьому світі. Туризм визначається як «тимчасове переміщення в пункти призначення за межі звичайного будинку та робочого місця, діяльність, що здійснюється під час перебування, і засоби, створені для задоволення потреб туристів». Воно включає всі види подорожей – одноденні поїздки, короткі перерви чи тривалі канікули, візити до друзів та родичів, подорожі для відпочинку чи по справах, у цю країну чи за кордон. Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC) визначає подорожі та туризм як «діяльність осіб, які подорожують та перебувають у місцях за межами свого звичайного середовища протягом не більше одного року поспіль для відпочинку, бізнесу та інших цілей, які не оплачуються в межах відвідуваного місця» [13, 45-52].

Туризм є особливим типом продукту, і його потрібно аналізувати у двох вимірах. По-перше, як загальний туристичний продукт, тобто поєднання всіх елементів обслуговування, які відвідувачі споживають від моменту виходу з дому до моменту повернення. Загальний туристичний продукт складається з п'яти основних компонентів; визначні пам'ятки, об'єкти призначення, доступність, зображення та ціна. А по-друге, туризм

відноситься до комерційних продуктів, які є складовими загального туристичного продукту, таких як розміщення, транспорт, атракціони.

Туризм приносить значні економічні та соціальні вигоди країнам, громадам та окремим особам. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), індустрія туризму є однією з найбільших і швидко розвиваючихся галузей, на неї припадає майже 9,8% світового ВВП і є посередником для робочої сили з понад 284 мільйонів співробітників, тобто 1 з 11 робочих місць на планеті. Ця галузь має зіткнутися з макроекономічними умовами та іншими проблемами, але, тим не менш, очікується, що вона буде працювати зі стабільними темпами зростання та знову перевершить глобальне економічне зростання. Прогнози подорожей і туризму на найближчі десять років також виглядають надзвичайно сприятливими з прогнозованими темпами зростання в 4% щорічно (WTTC, 2015).

Індустрія туризму має потенціал для отримання валютних надходжень, створення робочих місць, сприяння розвитку в різних частинах країни, зменшення диспропорції в доходах та зайнятості між регіонами, зміцнення зв'язків між багатьма секторами національної економіки та допомоги у подоланні бідності.

З іншого боку, туризм є одним з видів економічної діяльності з найбільшим впливом на зміну клімату. Споживання туристичних товарів становить від 3,9% до 6% загального обсягу викидів CO₂ для світової економіки, а також від 5% до 14% ядерної енергії та інших парникових газів (UNWTO, 2008).

Протягом останнього десятиліття туристичні та готельні організації, а також державні органи впроваджують низку основних екологічних ініціатив. Якість навколишнього середовища є важливою частиною туризму. Туристична діяльність, така як готелі, ресторани, магазини, поля для гольфу та розважальні центри, може мають несприятливий вплив на навколишнє середовище.

Основним тиском на навколишнє середовище, зазвичай пов'язаним з туризмом, традиційно були енергія, транспорт, використання води, фізичні впливи та відходи, як показано на рис. 2.1.

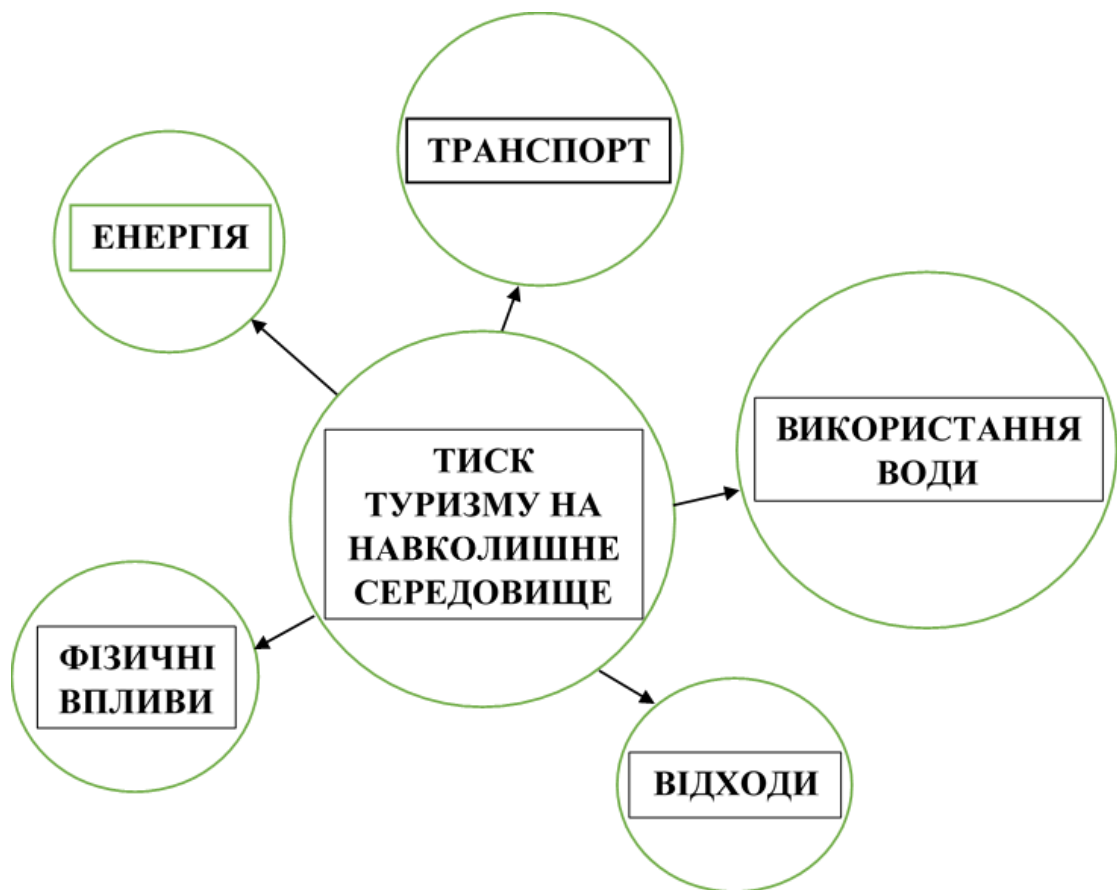


Рис. 2.1. Екологічний тиск, пов'язаний з туризмом

У цій роботі нами буде розглянуто теоретичний підхід до ролі екологічної відповідальності в туризмі. Критичний аналіз тематичних досліджень надає цінну інформацію про те, як туризм включає екологічну відповідальність.

Останніми роками зростає занепокоєння та збільшується кількість спроб підвищити обізнаність щодо екологічних проблем. Індустрія туризму черпає свою силу з крихких джерел, таких як навколишнє середовище, історія та культура.

Туризм можна розглядати як фактор екологічного та соціального навантаження, який заважає нормальному функціонуванню місцевих громад та місцевого туризму. Таблиця 2.1. показує деякі з найбільш виявлених негативних впливів туризму.

Організації, що займаються туристичною індустрією, були змушені пристосувати свою діяльність до нової ери «зелених питань» та відповідати певним стандартам, які постійно переглядаються місцевими органами влади, на європейському та навіть на глобальному рівні комітетами, пов'язаними з ООН.

Таблиця 2.1.

Негативні впливи туризму на суспільство та навколишнє середовище

НЕГАТИВНІ ВПЛИВИ	
Навколишнє середовище	<ul style="list-style-type: none"> • Втрата місць проживання через розвиток туризму, зокрема розвиток курортів у незайманих районах • Підвищений попит на водопостачання • Збільшення попиту на енергопостачання • Збільшення навантаження на поводження з твердими побутовими відходами • Забруднення водоймів • Забруднення повітря різними видами транспорту • Зміна природного середовища – океанське дно, мангрові зарості, пляжі • Ерозія землі та стік води під час будівництва
Соціальний	<ul style="list-style-type: none"> • Перехід традиційного способу життя до модернізму • Конфлікт цінностей або погіршення місцевої ідентичності та системи цінностей від зустрічі різних культур • Втрата традиційної економіки на користь економіки, пов'язаної з туризмом • Потенційне переміщення місцевого населення на користь розвитку туризму • Втрата автентичності місцевого декоративно-прикладного мистецтва на товар • Стандартизація туристичних об'єктів • Збільшення злочинності • Низькооплачувані роботи

Однак туризм впливає не тільки на навколишнє середовище, а й навколишнє середовище впливає на нього.

Згідно зі звітом Європейської туристичної комісії, зміна клімату є однією з найважливіших проблем, яка вплине на туризм у довгостроковій

перспективі. Вважається, що зміна клімату призведе до втрати кількох напрямків, які приваблюють бізнес через своє природне середовище. Низько лежачі прибережні напрямки будуть першими, хто зазнає такого впливу, як це вже можна побачити у випадку з Венецією (Європейська комісія з подорожей, 2006).

Тим не менш, навколишнє середовище не впливає на туризм лише фізично і безпосередньо.

Промисловість змушена платити великі премії через проблеми, пов'язані з навколишнім середовищем. Прикладом таких надбавок є податок на авіапасажирські збори, який вважається запровадженим з використанням навколишнього середовища як виправдання. Хоча це питання може мати політичний чи економічний заголовок, це питання, викликане необхідністю вирішення екологічних проблем.

Екологічні проблеми певним чином покращили роботу туристичної індустрії сьогодні. Зацікавлені сторони в усіх галузях промисловості були змушені вирішувати екологічні проблеми, які стосуються сфери їх діяльності, причому деякі з них постраждали більше, ніж інші. Очевидно, що навколишнє середовище змусило організації туристичної індустрії вирішувати екологічні проблеми, покращуючи наявну інфраструктуру та обладнання, замінюючи його, покращуючи ефективність готелів та їхню діяльність загалом.

Вплив навколишнього середовища на туризм є не тільки вже помітним, але й одним із найважливіших питань на майбутнє. У звіті «Туризм 2023» від «Форуму майбутнього» зазначено, що «зміна клімату також матиме драматичний вплив на те, як, куди і коли (і навіть якщо) люди подорожують, і це з часом змінить галузь». Це твердження яскраво зображує необхідність екологічної відповідальності в туризмі

Питання зміни клімату зараз як ніколи є причиною, чому туристична індустрія повинна враховувати екологічну відповідальність. Це питання, яке постійно розвивається і певним чином змінює туристичну політику. Як уже

згадувалося, зміна клімату матиме серйозний вплив на туризм у найближчому майбутньому.

Окрім прямого впливу зміни клімату, ще одна причина, чому туристична галузь повинна серйозно ставитися до екологічної відповідальності, – це тиск споживачів та зацікавлених сторін. Встановлено, що прийняття ініціатив щодо екологічної відповідальності позитивно впливає на ставлення та сприйняття споживачів [16]. Однак, як було виявлено, серед мандрівників існує високий рівень скепсису, оскільки 63% з них погоджуються, що компанії використовують екологічні та етичні питання лише для того, щоб виглядати добре. Як і у випадку з торгівлею вуглецем, мандрівників потрібно переконати, що добрі наміри принесуть відчутні результати. Тиск споживачів також здійснюється через високопоставлені туристичні путівники, де компанії та продукти маркуються відповідно до рівня їхньої екологічної відповідальності. Прикладом такого туристичного довідника є Green Resort Guide, створений Гірськолижним клубом Великобританії, де понад 200 курортів були оцінені на основі критеріїв, пов'язаних з енергоменеджментом та ефективністю. Вважається, що оскільки учасники зимових видів спорту цінують навколишнє середовище, цей посібник може вплинути або сформувавати їхній наступний вибір.

Сучасний спосіб життя призвів до збільшення викидів вуглекислого газу, а також до інтенсивного використання всіх доступних ресурсів, що збільшує ризики для планети. Ось чому останніми роками законодавство викликає дедалі більше занепокоєння та є важливою причиною, чому туристична галузь має стати більш відповідальною щодо навколишнього середовища.

Організації, які займаються туристичною індустрією, були змушені пристосувати свою діяльність до нової ери «зелених питань» та відповідати певним стандартам і постійному новому законодавству, що встановлюють

або місцеві органи влади, де вони діють, або на міжнародному рівні, як-от ЄС чи ООН.

Галуззю, де докладаються серйозні зусилля для контролю викидів і сприяння екологічній відповідальності, є авіакомпанії. Авіакомпанія є основною складовою індустрії туризму, і будь-яке законодавство має безпосередній вплив на всю галузь. Прикладом законодавства, що демонструє, чому туристична галузь була змушена враховувати екологічну відповідальність, є система торгівлі викидами ЄС (ETS), накладена на авіакомпанії. У лютому 2009 року було введено законодавство Європейського Союзу, яке включало авіацію до ЄС ETS [8]. Практично всі авіакомпанії, які здійснюють рейси в ЄС, з ЄС і в межах ЄС, підпадають під дію директиви, включаючи авіакомпанії, що не входять до ЄС. Щоб виконати вимоги цього закону, авіакомпаніям надано рекомендації, яких вони повинні дотримуватися, щоб контролювати свої викиди та звітувати про них.

Економія витрат також пов'язана з екологічною відповідальністю і повинна розглядатися як можливість. Бути екологічно відповідальним означає, що буде досягнуто певної операційної ефективності, що також матиме фінансову вигоду. Екологічна відповідальність може бути використана як інструмент економії палива та енергії, що принесе негайну фінансову вигоду. Це спосіб підвищити рівень ефективності, який, у свою чергу, може запропонувати конкурентну перевагу перед іншими компаніями, які не можуть або вирішують не бути екологічно відповідальними.

Маркетингові переваги є ще однією важливою причиною, чому індустрія туризму повинна враховувати екологічну відповідальність у своїй діяльності. Етикетка «збалансований туризм» додасть довіри до компанії, як етикетки «органічні» та «справедлива торгівля» до харчових продуктів. Це додасть авторитету, який пропонує сертифікатор, тому чим сильніший бренд органу з сертифікації, тим більшою буде привабливість для мандрівників. Дослідники перелічують низку переваг, які пропонують екологічно відповідальне рішення, як-от підвищення обізнаності під час процесу

сертифікації, маркетинговий вплив через рекламні канали сертифікатора та покращення суспільної картини, що підвищить довіру клієнтів.

Потреба в екологічній відповідальності призвела до попиту на належні рейтинги та сертифікати. Одним із міжнародно визнаних знаків сертифікації щодо екологічної відповідальності є ISO 14001. Крім того, у відповідь на потребу в вимірюванні та оцінці екологічної відповідальності були розроблені показники екологічної ефективності (EPI) [7]. EPI формують кількісне визначення взаємодій між економічною діяльністю та навколишнім середовищем, і їх можна використовувати для порівняння екологічних показників різних організацій. Крім того, EPI корисні для встановлення внутрішніх цілей і виділення потенційних сфер оптимізації. Використання інструментів і методів повного управління якістю, таких як сертифікація ISO та використання EPI, в кінцевому підсумку призводить до структурованого та ефективного управління навколишнім середовищем, що призводить до багатьох позитивних ефектів, як згадувалося раніше.

Розглянемо докази щодо екологічної відповідальності в індустрії туризму. Прикладом у галузевому масштабі того, як індустрія туризму впроваджує принцип екологічної відповідальності через ініціативи з підвищення обізнаності у своїй діяльності, є Служба компенсації вуглецю в індустрії туризму (TICOS). TICOS – це індивідуальна послуга для всіх компаній, пов'язаних із подорожами та туризмом, яка спрямована на підвищення їх обізнаності щодо екологічної відповідальності. Основна увага індустрії туризму була зосереджена на авіакомпаніях і викидах CO₂, що виділяються в результаті авіаперевезень, тому TICOS пропонує послугу, яка застосовується до всіх аспектів галузі. TICOS розробляє програми з багатьма перевагами, крім скорочення викидів парникових газів, які також підтримують місцеві громади та освіту. Він був запусканий на початку 2007 року з метою підтримки ініціативи Асоціації британських туристичних агентів (ABTA), Асоціації незалежних туроператорів (AITO) та Федерації туроператорів (FTO) щодо вирішення всієї індустрії потреби діяти проти

загрози зміни клімату через викиди вуглецю та інших парникових викидів. TICOS пропонується всім членам вищезгаданих асоціацій, які хочуть розробити програми для скорочення викидів і працювати в більш відповідальній сфері сучасного туризму.

Кошти, зібрані організацією, використовуються для фінансування проектів у туристичних сферах і мають на меті включати ширші соціальні вигоди, які впливають на навколишнє середовище, такі як дика природа, погана політика та покращення громад, деякі з яких: дослідження нових альтернативних технологій, нові форми не- викопного палива, захоплення та використання природної енергії, такої як енергія вітру, хвиль і сонячних променів, і амбітні цілі, такі як вуглецево-нейтральний статус для деяких туристичних напрямків.

Випадок British Airways є прикладом включення екологічної відповідальності та уникнення законодавства. Хоча статистика показує, що авіаційна галузь відповідає лише за 2% глобальних викидів вуглецю, це була одна з перших галузей, яка почала регулюватися.

Задовго до того, як ЄС запровадив ETS, авіакомпанією, яка зобов'язується відповідально ставитися до навколишнього середовища, була British Airways. British Airways зазначає, що мінімізує їх вплив завдяки ефективній роботі. Серед багатьох інших речей, яким прагне авіакомпанія, вона постійно зменшує викиди, відповідально обробляє відходи та знижує рівень шуму, щоб покращити якість повітря та поважати громади навколо аеропортів, які вони експлуатують. British Airways стверджує, що є першою авіакомпанією, яка звітує про екологічні результати з 1992 року. Вони мають детальний підхід до екологічної відповідальності і на кількох сторінках на своєму веб-сайті вони описують свою політику щодо навколишнього середовища, зміни клімату, шуму, якості повітря та їхній вплив на громаду.

Однією з найбільших зацікавлених сторін галузі, яка також взяла участь у екологічній відповідальності, демонструючи почуття лідерства та показуючи приклад для ринку масового туризму, є TUI group. Вони

стверджують, що постійно прагнуть покращити свої стандарти екологічної відповідальності. У 2002 році вони запровадили систему екологічного менеджменту (EMS), яка мала на меті покращити їхній вплив на навколишнє середовище та заохотити своїх партнерів робити те саме. Оскільки ця група надає такий спектр послуг, пов'язаних з туризмом, вони пройшли повторну сертифікацію відповідно до Міжнародного екологічного стандарту EN ISO 14001.

Авіакомпанія, якою управляє TUI, також бере на себе відповідальність за захист навколишнього середовища завдяки скороченню викидів вуглецю та підвищенню ефективності використання палива. TUI планує ще більше скоротити свій слід на 6%, і вони вже очікують поставки нових і на 20% більш економічних літаків. Очевидно, що навколишнє середовище змусило TUI вирішувати екологічні проблеми, покращуючи існуючий флот, замінюючи його, покращуючи роботу в цілому.

У відповідь на занепокоєння споживачів однією із основних зацікавлених сторін індустрії туризму, які включили екологічну відповідальність у свою діяльність за допомогою «зеленіших» процедур, є Thomas Cook. Намагаючись зберегти або покращити вплив масового туризму на навколишнє середовище, Thomas Cook стверджує, що реагує на занепокоєння споживачів, і почав виділяти розміщення у своїх брошурах зеленим логотипом.

Виділені готелі були оцінені за набором критеріїв, які використовував Thomas Cook, отриманих від федерації туроператорів. Цей зелений логотип надається житлам, які також були сертифіковані незалежними органами з акредитації, такими як ISO 14001.

Thomas Cook також включив екологічну відповідальність в інші сектори діяльності, наприклад, через скорочення викидів вуглецю, переробку та експлуатаційні покращення. Thomas Cook створив робочу групу з оперативної ефективності, яка постійно шукає шляхи скорочення викидів

вуглецю та підвищення ефективності використання палива шляхом покращення деяких операцій.

Thomas Cook стверджує, що він є першою чартерною авіакомпанією у Великобританії, яка запровадила національну схему переробки на борту, яка застосовувалася до коротких і внутрішніх рейсах. Вони, а також інші авіакомпанії зазначають, що авіакомпанії викидають лише 2% глобальних викидів вуглецю, але все ще відчують свою прихильність до екологічної відповідальності через низку ініціатив. Вони є членами-засновниками Sustainable Aviation Initiative, альянсу зацікавлених сторін авіації Великобританії, які спрямовані на зменшення шуму та викидів вуглецю.

Наступний приклад походить із все більш популярної круїзної індустрії, де було докладено значних зусиль, щоб стати більш відповідальним та стійким за допомогою низки ініціатив, схем сертифікації та ефективного використання технологій – компанія Royal Caribbean Cruises Ltd.

Royal Caribbean прагне захищати морське середовище та підтримувати добробут місць і людей, які вони відвідують. Вони прагнуть вести бізнес, який не відповідає вимогам (те, що вони називають «ABC»). Список ініціатив, які демонструють екологічну відповідальність Royal Caribbean Cruises, нескінченний. На відміну від багатьох великих туроператорів і круїзних операторів, у 1996 році компанія ввела на кожне судно спеціаліста з охорони навколишнього середовища, завдяки чому вони отримали сертифікат ISO 14001 з екологічного менеджменту ще в 1997 році.

У 1996 році вони запустили свій океанський фонд, який підтримує організації з охорони морської природи в їхніх зусиллях із захисту Світового океану. На сьогоднішній день вони пожертвували понад 10 мільйонів доларів більш ніж 60 природоохоронним групам. Через розпочатий проект у 2000 році вони встановили бездимні газові турбіни на більшості своїх кораблів. Нарешті, Royal Caribbean інвестувала 100 мільйонів доларів у передове

очищення стічних вод і впровадила передову систему управління відходами на кожному кораблі.

Розглянуті вище приклади – це лише деякі із сотень таких випадків. Їхній аналіз показує, як туристична індустрія може внести свій внесок у екологічну відповідальність.

Таким чином, нині спроби захисту навколишнього середовища стають дедалі інтенсивнішими як на національному, так і на міжнародному рівні. Негативний вплив на навколишнє середовище, зміна клімату, розтрата природних ресурсів, забруднення, зміна екосистем та інші стають як ніколи очевидними. Навколишнє середовище безпосередньо пов'язане з індустрією туризму. Ось чому «відповідальний» туризм останнім часом є однією з найбільш обговорюваних альтернативних можливостей.

Виходячи з вищенаведеного аналізу, туристична індустрія відповідає значними інвестиціями, спрямованими на екологічну стійкість. Ця тенденція слідує за впровадженням EMS та інструментів якості навколишнього середовища. Метою цих інвестицій є підвищення конкурентоспроможності за рахунок підвищення якості послуг та економії фінансових ресурсів шляхом підвищення ефективності.

Сталий розвиток туризму під впливом необхідності пошуку нового процесу розвитку, який не вичерпатиме екологічні ресурси, а буде експлуатувати їх у сталий спосіб, стає виміром перспективного розвитку, який може дати туризму новий продукт для вже насиченої споживчої аудиторії, домінуючи та шукаючи альтернативні форми туризму, за умови, що вони поважають дух та принципи стійкості та безпосередньо пов'язані з практичним втіленням в туристичну діяльність.

Зараз було б дуже важливо і корисно дослідити, як компанії, що працюють у туристичній галузі, розуміють необхідність екологічної відповідальності та чого від них вимагають туристи. Це призведе до формування належних рамок того, як екологічна відповідальність у туризмі може бути більш ефективною. Щоб досягти цього, необхідно мати

теоретичні та практичні знання про причини, бар'єри та пов'язані з ними напрями з екологічною відповідальністю.

2.2. Дослідження еколого-економічного аспекту в туристичній діяльності

Зменшення впливу туризму на навколишнє середовище є ключем до того, щоб він залишався основним джерелом економічної діяльності. ECORYS зазначає: «З огляду на важливість людського капіталу та сильну залежність туризму від природних ресурсів, подальший стійкий розвиток галузі є ключовим для збереження конкурентоспроможності. Це також було визнано на рівні політики ЄС і підкреслено в Повідомленні Європейської комісії «Порядок денний для сталого та конкурентоспроможного європейського туризму».

Туристичні послуги в секторах, які є у центрі уваги цього технічного звіту – розміщення, харчування та напої, туроператори та туристичні агенти – включають широкий спектр видів діяльності, які спричиняють різний тиск на навколишнє середовище та, зрештою, вплив (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Наслідки туристичних послуг

Відповідно до Регламенту EMAS, «екологічний аспект» – це елемент діяльності, продукції або послуг організації, який має або може зазнати впливу на навколишнє середовище, як на природне середовище, так і на людей. Вплив на навколишнє середовище виникає внаслідок тиску, спричиненого екологічними аспектами, такими як викиди парникових газів або забруднення повітря (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Діяльність у туристичних підприємств (готелі, ресторани та туроператори) та пов'язані з ними екологічні аспекти та тиск

Сервіс/Діяльність	Основні екологічні аспекти	Основні екологічні тиски
Адміністрування	- Офіс-менеджмент - Прийом клієнтів	- Споживання енергії, води та сировини (переважно паперу). - Утворення побутових відходів (велика кількість паперу) та небезпечних відходів (наприклад, картриджі з тонером).
Технічні послуги	- Виробництво гарячої води та опалення /охолодження приміщень - Освітлення - Ліфти - Басейни - Зелені насадження -Боротьба з шкідниками та гризунами - Ремонт і технічне обслуговування	- Споживання енергії та води. - Споживання ряду небезпечних продуктів. - Викиди в повітря. - Утворення широкого спектру потенційно небезпечних видів відходів, таких як порожні хімічні контейнери. - Утворення стічних вод.
Ресторан/бар	- Сніданок, вечеря, обід - Напої та закуски	- Тиск у ланцюжку поставок. - Споживання енергії, води та сировини. - Утворення побутових відходів (особливо харчових відходів та відходів упаковки).
Кухня	- Зберігання їжі - Приготування їжі - Миття посуду	- Тиск у ланцюжку поставок. - Важливе споживання енергії та води. - Утворення побутових відходів (особливо харчових відходів та відходів упаковки). - Утворення відходів рослинної олії. - Утворення запахів.
Використання кімнати	-Використання гостями - Товари для гостей - Прибирання	- Споживання енергії, води та сировини. - Використання широкого спектру небезпечних продуктів. - Утворення відходів упаковки та невеликих кількостей побутових відходів. - Утворення стічних вод.

Продовження таблиці 2.2.

Прання	-Прання та прасування одягу гостей -Прання та прасування	- Споживання енергії та води. - Використання небезпечних продуктів. - Утворення стічних вод.
Закупівля	- Вибір продукції та постачальників - Зберігання продукції	- Напруга в ланцюжку поставок (окупація землі, деградація або руйнування екосистем, порушення дикої природи, споживання енергії та води, викиди в повітря та воду, утворення відходів). - Утворення відходів упаковки. - Витоки небезпечних речовин.
Діяльність	- Заняття в приміщенні - Заняття на свіжому повітрі	- Споживання енергії, води та сировини. - Місцевий вплив на екосистеми. - Шум. - Утворення побутових відходів. - Навантаження інфраструктури.
Транспорт	- Перевезення гостей -Перевезення працівників -Транспортування постачальниками	- Витрата енергії (палива). - Викиди в повітря. - Навантаження інфраструктури.
Додаткові послуги	- Напр. медичні послуги, супермаркети, сувенірні магазини, спа та оздоровчий центр, перукарня тощо	- Споживання енергії, води та сировини. - Утворення побутових відходів, причому деяких специфічних небезпечних видів відходів (наприклад, санітарні відходи)
Будівництво та будівництво	- Будівництво нових територій або послуг - Ремонт існуючих площ або послуг	- Займання землі. - Деградація або руйнування екосистем. - Порушення дикої природи. - Споживання енергії та води. - Значне споживання сировини та небезпечних продуктів. - Значне утворення будівельного сміття. - Утворення небезпечних відходів.

У таблиці 2.2. наведено перелік основних екологічних аспектів та пов'язаного з ними тиску на навколишнє середовище, що виникає від туристичних послуг.

Екологічні аспекти можна класифікувати таким чином:

1. Безпосередні екологічні аспекти є елементами діяльності, продуктів або послуг організації, над якими організація має повний контроль з боку керівництва, і, таким чином, може впливати безпосередньо.

2. Непрямі екологічні аспекти – це елементи діяльності, продуктів або послуг організації, на які організація не має повного управлінського контролю і, таким чином, не може впливати безпосередньо. Вони можуть включати аспекти, пов'язані з використовуваними продуктами, транспортуванням та іншими факторами в ланцюжку поставок. Хоча ці аспекти можуть не перебувати під прямим контролем операторів закладів розміщення, вони все одно можуть мати значні наслідки для впливу послуг на навколишнє середовище з точки зору життєвого циклу. Поведінка туриста, включаючи вибір клієнта, є важливим непрямим аспектом, над яким суб'єкти туризму можуть мати певний контроль (наприклад, шляхом надання інформації, стимулів, засобів тощо). Непрямі аспекти можуть бути вирішені шляхом діалогу з відповідальними особами.

Туризм, що зосереджений в районах високої природної цінності, таких як національні парки, прибережні зони та гірські регіони, які підтримують багате або унікальне біорізноманіття. Конвенція про біологічне різноманіття визначає біорізноманіття як «мінливість між живими організмами з усіх джерел, включаючи, між іншим, наземні, морські та інші водні екосистеми та екологічні комплекси, частиною яких вони є, це включає різноманітність всередині видів, між видами та екосистемами». Біорізноманіття можна розділити на три рівні:

- 1) генетичне різноманіття;
- 2) різноманіття видів;
- 3) різноманітність на рівні екосистем, що стосується місць існування та ландшафтів.

Таким чином, біорізноманіття є невід'ємною частиною екосистем і природних особливостей, які лежать в основі туризму, і довгостроковий успіх багатьох туристичних напрямків критично залежить від належного планування та збереження біорізноманіття. Проте є багато прикладів погано керованого розвитку туризму, що призводить до негативного впливу на біорізноманіття через такі механізми:

1) розвиток інфраструктури, що в основному фінансується та керується на державному рівні, включаючи дороги, залізниці, аеропорти, стежки, джерела та очисні споруди, виробництво та розподіл енергії та управління відходами;

2) будівництво туристичних об'єктів, таких як заклади розміщення та зустрічей, заклади харчування, торгові центри, пристані та адміністративні об'єкти;

3) непрямий розвиток туризму, наприклад розвиток міст для житла для працівників; вторинна нерухомість, наприклад, туристичні будинки; і внаслідок цього розростання міст;

4) непрямі впливи на економічну торгівлю, такі як зміни в торгових потоках та економічній діяльності, зміни в практиці управління, зміни в інвестиціях, пов'язаних із збереженням.

Що стосується розміщення, то за межами міст розкішні та курортні готелі також можуть займати великі земельні площі. Дослідники посилаються на приклад п'ятизіркового готелю Lemuria Resort на Сейшельських островах, який займає площу 110 га (включаючи поле для гольфу). Це дорівнює понад 4 580 м² на ліжко (2 290 м² без урахування поля для гольфу). За оцінками, у 1990-х роках у всьому світі готелі та кемпінги займали понад 45 000 га кожен і з тих пір, ймовірно, цей показник значно збільшився. Найбільш вимогливими до площі типами розміщення на ліжко-місце є дачні селища та індивідуальні будинки відпочинку, які потребують 130 та 200 м² на ліжко-місце відповідно.

Поля для гольфу, тематичні парки та інші види діяльності, пов'язані з туризмом, можуть займати великі території та підтримувати низьке біорізноманіття. Проте, площі землі, які постраждали від туризму, набагато більші, ніж землі, що безпосередньо призначені для туристичної діяльності. Найбільший вплив спричиняє фрагментація та порушення всередині територій, які частково пов'язані з допоміжними послугами. Нижче наведемо пріоритети досліджень, рекомендовані робочою групою з біорізноманіття та

туризму Європейської платформи стратегії досліджень біорізноманіття (табл. 2.3.)

Таблиця 2.3

Пріоритети досліджень, рекомендовані робочою групою з біорізноманіття та туризму Європейської платформи стратегії досліджень біорізноманіття

Пріоритети досліджень біорізноманіття стосовно туризму	
1	Подальше дослідження ролі біорізноманіття, клімату, якості навколишнього середовища та політики у визначенні рівнів і видів туризму в різних напрямках.
2	Визначення внеску біорізноманіття та функцій екосистеми в економічні вигоди, зайнятість та соціальну згуртованість, що впливають із туристичної індустрії, використовуючи методи участі для забезпечення повного врахування знань та цінностей зацікавлених сторін.
3	Подальший розвиток дослідження та показників біорізноманіття, функціонування екосистем та стійкості в туристичних районах, беручи до уваги прямий і непрямий тиск на біорізноманіття та екосистеми, що виникає внаслідок туризму (наприклад, використання води та інших природних ресурсів, відходів і стічних вод, інфраструктури та фрагментації середовища проживання, транспорту, супутня інфраструктура та викиди).
4	Моделювання зміни тиску туризму у зв'язку зі змінами компонентів біорізноманіття, функції екосистеми та стійкості.
5	Розробка та впровадження методів оцінки між прийнятних змін для різних туристичних зон та екосистем.
6	Оцінка ефективності різних політик та управлінських практик щодо пом'якшення впливу туризму на біорізноманіття та функціонування екосистеми, включаючи дослідницькі та управлінські процеси за участі учасників.
7	Проводження, аналіз та поширювання результатів тематичних досліджень із застосування екосистемного підходу до сталого розвитку туризму, від локального до глобального масштабу.
8	Подальше дослідження, як туристи та туристичний бізнес реагують на надання інформації, кодекси поведінки, галузеву акредитацію та інші заходи, спрямовані на вплив на поведінку.

Таким чином, особливо слід звернути увагу на питання збереження та управління біорізноманіттям суб'єктами туризму. Туризм часто базується на природній спадщині і зосереджений у районах високої природної цінності. Вплив на біорізноманіття може бути прямим, що випливає з будівництва туристичної інфраструктури та здійснення туристичної діяльності у чутливих районах, і опосередкованим через розгалужені ланцюги постачання продуктів харчування, води, енергії, хімічних речовин та інших продуктів і послуг. Туризм також може позитивно впливати на збереження

біорізноманіття за рахунок отримання доходів від цінності природи. Тому моніторинг біорізноманіття та прямі та непрямі заходи щодо його захисту, у тому числі через управління ланцюгом поставок, є особливо важливими наскрізними питаннями для суб'єктів туристичної діяльності.

У цьому підрозділі наведено короткий огляд еколого-економічних аспектів, які є важливими для туристичних послуг. Однак важливо, щоб кожне підприємство оцінювало та визначало пріоритети відповідних екологічних аспектів та пов'язаної з ними екологічної діяльності, оскільки вони сильно залежать від конкретних операцій, які виконує підприємство.

3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Сталий туризм як інструмент збереження природи та впровадження екологічних напрямків

Стійкий туризм може як пом'якшити потенційно шкідливий вплив відвідування будь-якого місця, а й сприяти збереженню ресурсів, яких він залежить. Стійкий туризм найкраще пов'язує економічну діяльність і потреби сільського населення, особливо населення, що проживає в районах, що охороняються, або навколо них, з метою збереження біорізноманіття.

На думку низки вчених [16], «охорона природи не є екологічною проблемою. Це економічний, соціальний та політичний виклик». Але саме з цієї причини багато організацій зі збереження та розвитку по всьому світу зосереджуються на рішеннях, які торкаються та задовольняють потреби місцевих спільнот, а не ігнорують їх.

Зокрема, стійкий туризм пропонує економічні альтернативи, що залежать від збереження природних ресурсів, а не їх видобутку. Крім того, стійкий туризм допомагає спільнотам і територіям, що охороняються, узгодити свої інтереси, почати спільний і продуктивний діалог і подолати невідповідність, яка традиційно існувала між ними.

Щоб досягти цих зв'язків між громадським туризмом та охороною природи, багато компаній використовують фінансові стимули для заохочення прийняття місцевим співтовариством принципів та практики сталого туризму.

Два приклади такого підходу включають:

1. Меморандуми про взаєморозуміння (МВ). На етапі розробки проекту та бізнес-планування у МВ викладаються конкретні угоди, які роз'яснюють зобов'язання зацікавлених сторін. Наприклад, партнер проекту може надати

певний рівень фінансової чи технічної допомоги для підтримки створення підприємства громадського туризму. Натомість партнер спільноти погоджується виділити певну кількість часу або певний відсоток грошей для підтримки цілей проекту збереження.

2. Механізми розподілу прибутку: члени спільноти можуть отримувати більший відсоток прибутку від туризму наприкінці року в обмін на час та працю, витрачені на підтримку природоохоронної діяльності протягом усього року. Дуже поширений підхід компанії Solimar International спонукає місцевих підприємців розвивати чи покращувати підприємства сталого туризму за допомогою технічної підтримки та спеціалізованих інструментів, включаючи «Інструментарій бізнес-планування». У разі успіху ці місцеві підприємства генерують два основних ресурси, час та гроші, які підтримують збереження біорізноманіття.

На рис. 3.1 показано здатність туризму виробляти ці два ресурси як місцевими бенефіціарами, а й відвідувачами, які віддають перевагу підприємствам стійкого туризму.



Рис. 3.1. Канали, за якими час та гроші, що генеруються туризмом, можуть безпосередньо підтримувати стратегії збереження навколишнього середовища

За останні п'ять років провідними вченими було проаналізовано проекти сталого туризму, а також партнерські проекти, щоб визначити зв'язки між стійким туризмом, збереженням біорізноманіття та розвитком співтовариств.



Рис. 3.2. Моделі збереження екологічно відповідальної туристичної діяльності

Результатом стала розробка шести моделей збереження туризму, які намагаються пов'язати ресурси, що генерують успішні підприємства сталого туризму, особливо час та гроші, із прямими стратегіями збереження та розвитку співтовариства. Ці моделі засновані на цінній роботі Брендона (1996) та Брендона та Марголуїса (1996).

Ці шість загальних моделей збереження туризму представлені рисунку 3.2.

Шість моделей представлені тут у порядку зростання складності з погляду виділення ресурсів (гроші, час, інфраструктура), співпраці між зацікавленими сторонами та загальної координації та реалізації.

У межах кожної із шести всеосяжних моделей збереження туризму існують окремі стратегії збереження екологічно відповідального туризму. Стратегії є різноманітними природоохоронними заходами, в яких використовуються унікальні підходи до реалізації всеосяжної моделі збереження екологічного туризму (рис. 3.3.).

«Інструментарій за моделями та стратегіями збереження туризму» докладно описує як моделі, так і стратегії, а також містить серію тематичних досліджень, в яких виділяються організації та окремі особи, які впровадили ці стратегії, описується процес, через який вони пройшли, а також розповідається про деякі одержаних практичних уроках. Більшість цих тематичних досліджень належить до Центральної Америки, хоча згадується кілька проектів поза регіону.

Важливо відзначити, що програмою підтримки розробки цих моделей та стратегій був проект USAID-MARECA, призначений для усунення антропогенних загроз прибережним та морським екосистемам по всій Центральній Америці. Тим не менш, також варто зазначити, що жодна з моделей та стратегій збереження екологічно відповідального туризму, представлених у цьому документі, не є винятковою для прибережних та морських екосистем Центральної Америки чи загроз для збереження. Принципи та припущення, на яких вони засновані, однаково застосовуються і

до наземних екосистем, і до загроз для збереження, і до туристичних продуктів.



Рис. 3.3. Стратегії збереження екологічно відповідального туризма

Таким чином, слід зазначити, що звичайні туристичні підприємства дбають лише про фінансову віддачу, причому часто про короткострокову. Стійкий туризм, з іншого боку, бере на себе місію покращення світу за допомогою підтримки та просування соціальних та екологічних цілей. Таким чином, бізнес-план екологічно відповідального туристичного підприємства повинен відображати цю орієнтацію на практичний результат, включаючи у свій зміст план сталого розвитку. У цьому плані визначаються екологічні та економічні загрози, а також те, як бізнес має намір пом'якшувати їх, водночас звертаючи увагу на необхідність платити за такі зусилля.

Сталий туризм стає все більш важливим інструментом для збереження природних ресурсів та впровадження екологічних напрямків у просуванні туристичного продукту (рис. 3.4.). Основний принцип сталого туризму полягає у створенні туристичних послуг та продуктів, які мінімізують негативний вплив на довкілля, сприяють соціально-економічному розвитку місцевих громад та підвищують екологічну свідомість як туристів, так і місцевого населення.



Рис. 3.4. Основні перспективні напрямки сталого туризму

Сталий туризм дозволяє збалансувати потреби туристів та місцевих громад з необхідністю збереження природного середовища. Використання екологічно чистих технологій у будівництві та експлуатації туристичної інфраструктури, таких як готелі, кемпінги та транспортні засоби, значно знижує вплив на екосистеми. Це включає застосування сонячних панелей, систем збору дощової води та енергозберігаючих технологій, що не лише зберігає ресурси, але й зменшує витрати на енергію.

Важливим аспектом сталого туризму є освіта та залучення місцевих громад до процесу управління туристичними ресурсами. Проведення освітніх програм, тренінгів та екскурсій підвищує обізнаність про екологічні проблеми та способи їх вирішення, що стимулює розвиток відповідального ставлення до природи. Місцеві громади, активно залучені до розвитку туризму, отримують економічні вигоди, що підвищує їх зацікавленість у збереженні природного середовища.

Розробка нових еко-туристичних маршрутів та продуктів сприяє популяризації віддалених і менш відомих регіонів, зменшуючи навантаження на популярні туристичні місця. Це допомагає зберегти біорізноманіття та природні ландшафти, а також стимулює розвиток місцевої економіки через створення нових робочих місць та підтримку місцевих підприємств. Туристи отримують можливість ознайомитися з унікальними природними та культурними об'єктами, що сприяє підвищенню їх екологічної свідомості.

Цифрові технології відіграють ключову роль у просуванні сталого туризму. Онлайн-платформи, мобільні додатки та віртуальні тури надають туристам інформацію про екологічні об'єкти та маршрути, допомагаючи їм планувати свої поїздки з урахуванням екологічних аспектів. Використання big data та штучного інтелекту дозволяє аналізувати туристичні потоки та оптимізувати управління ресурсами, що забезпечує ефективне використання природних та людських ресурсів.

Міжнародна співпраця та обмін досвідом з іншими країнами є важливим елементом розвитку сталого туризму. Участь у міжнародних

програмах та проектах забезпечує доступ до фінансування та інноваційних рішень, що сприяє впровадженню найкращих практик у сфері екологічного туризму. Це дозволяє не лише зберігати природні ресурси, але й підвищувати конкурентоспроможність туристичного продукту на глобальному ринку.

Загалом, сталий туризм сприяє збереженню природи та впровадженню екологічних напрямків у просуванні туристичних продуктів, створюючи умови для довгострокового економічного розвитку та підвищення якості життя місцевих громад. Він забезпечує баланс між потребами туристів і довкілля, сприяючи збереженню природної та культурної спадщини для майбутніх поколінь.

3.2. Пропозиції щодо впровадження концепції еко-туризму та перспективні напрями в сучасний період

Враховуючи потреби туристичного ринку України та підвищення якості екологічного туризму у внутрішньому статусі, посилення управління у розвитку екотуризму є основою для реалізації сталого розвитку промисловості послуг екологічного туризму. Ядро управління екотуризмом полягає в тому, щоб мати справу з відносинами між економічною системою та екологічною системою. Як національний і навіть світовий напрямок розвитку індустрії туризму, так і нові ідеї екотуризму є продовженням і результативністю сталого розвитку. ООН створює рік екотуризму, що є проявом важливості екотуризму та появою нового підйому в туризмі. В даний час багато визначення екологічного туризму також мають свої особливості, наприклад, екологічного туризму в Японії надається велике значення. Асоціація туризму дала таке визначення: по-перше, це вид туризму, що ґрунтується на використанні природних ресурсів; по-друге, він не повинен знищувати існуючі природні ресурси, а повинен захищати ці ресурси у процесі управління ними; по-третє, це захист ресурсів, заснований

на продовженні розвитку туризму (включаючи огляд визначних пам'яток, захист та розвиток).

Екотуризм в індустрії туризму України лише трохи проявився до запровадження військового стану, причому він проявився на початковому етапі, пілотному та дослідному, але з урахуванням потреб туристичного ринку, а також відновлювального післявоєнного періоду, реформи системи управління для підвищення якості всієї індустрії туризму, він буде затребуваний і стане поступово покращувати та зміцнювати свої позиції у галузі. Через складність та відсутність практики управління екологічним туризмом виникатимуть деякі проблеми, оскільки ядро туризму та ключові зацікавлені сторони управління туристичним підприємством відповідно до теорії управління екологічним туризмом також будуть змушені вдосконалюватися та оновлюватися.

Таким чином, є нагальна необхідність розробки системи екологічного менеджменту туристичних підприємств.

Організація туристичних підприємств різна у різних країнах, але, як правило, ділиться на місцеві туристичні компанії та іноземні туристичні агенції. У нашій країні туристичні підприємства можна поділити на три види: місцеві колективні туристичні підприємства, індивідуальні роздрібні інвестори та підприємства з іноземними інвестиціями. Вони знаходяться у безпосередньому контакті з туристами, туристичними ресурсами та державними установами, тому вплив їхньої господарської діяльності також впливає на екологічне середовище, задоволеність споживачів та просування культурних та соціальних норм. Але, з іншого боку, вони не несуть прямої відповідальності за екологічне середовище, а також соціальну та культурну відповідальність, тому існує необхідність стандартизувати їхню ділову практику ззовні, щоб покращити соціальну відповідальність та екологічну свідомість, а також захистити навколишнє природне середовище від нераціональної туристичної діяльності. На додаток до самого туристичного підприємства, що базується на належному використанні ресурсів та

розумному захисті, слід враховувати екологічне середовище при отриманні економічних вигод на основі обслуговування туристів.

По-перше, тільки в еколого-економічній системі самоконфігурації, скорочення, організації та регулювання туристичні підприємства можуть мати впорядкований розвиток, тому туристичне підприємство має бути засноване на концепції екотуризму, яка має повністю усвідомлювати важливість екологічного управління, повністю розуміти та правильно керувати взаємозв'язком між потоком. ресурсів, економічним потоком та екологічним середовищем. При хорошій еколого-економічній системі у процесі освоєння туристичних ресурсів це єдиний шлях ефективної експлуатації природних ресурсів.

По-друге, оскільки в індустрії екологічного туризму основні туристичні підприємства взаємодіють через складну мережу взаємовідносин між природним екологічним середовищем та іншими туристичними об'єктами, суть управління екологічними відносинами туристичних підприємств полягає у правильному поводженні з різними членами екологічної мережі, та його екологічні атрибути також роблять реалізацію екологічного туризму ключем до розвитку. Більше того, на додаток до ролі уряду у просуванні та підвищенні обізнаності про охорону навколишнього середовища та екологічну відповідальність, посилення екологічного управління туристичними підприємствами є ще одним джерелом соціальних та економічних вигод. Щодо соціальних вигод, то в основному за рахунок впровадження екологічних продуктів та екологічних послуг можна заручитися підтримкою споживачів туризму, щоб підвищити екологічно-зелений імідж підприємства. В економічних інтересах цього важливого аспекту це може бути впроваджено за рахунок державних стимулів, поліпшення управління, інституційних інновацій, технічного рівня та інших засобів для економії енергії для зниження витрат.

По-третє, зовнішнє управління підприємствами екотуризму також може здійснюватися асоціацією з розробки норм індустрії екотуризму, які можуть охоплювати емпіричні норми, практики, норми, стандарти тощо.

Розглянемо нову модель управління бізнесом.

По-перше, із розвитком екологічного туризму змінилася концепція управління туристичними підприємствами. Традиційний режим управління та відсутність інновацій та розвитку, і навіть перешкоди, що стримують розвиток підприємств, означають трансформацію управлінської ідеї, підвищення інноваційної управлінської свідомості, культивування екологічної свідомості менеджменту, що стало важливим змістом нової моделі екологічного менеджменту у туризмі. Так звана концепція екологічного управління лежить в основі туристичних підприємств і ґрунтується на чистому виробництві, зеленому маркетингу та екологічному фінансуванні, стратегії, культурі, філософії управління.

По-друге, наукова та розумна система управління та організація управління туристичними підприємствами. Механізм управління є основою управління підприємством, механізм управління вітчизняних підприємств має безліч проблем, наприклад екологічний туризм приділяє більше уваги захисту навколишнього середовища, причому прибутку недостатньо для покриття всіх витрат. В результаті туристичні підприємства стикаються з проблемою нестачі коштів. Також спостерігаються проблеми управління екологічним туризмом у правовій системі, яка не є досконалою.

Проблеми управління та туристичних підприємств часто виникають через відсутність нагляду. Для всіх цих проблем необхідно вирішити проблему, яка полягає у вдосконаленні механізму керування. По-перше, необхідно покращити систему управління, і система управління туристичним підприємством має бути створена на основі відповідних законів та правил, а також дотримуватися принципів захисту навколишнього середовища та раціонального використання ресурсів, а також принципу створення рамок контролю забруднення. Фактична робота і практика відповідно до

екологічного менеджменту повинні бути засновані на формуванні та впровадженні даної системи управління. Необхідно покращити організацію екологічного менеджменту, яка є важливим елементом впровадження системи. Створення внутрішньої екологічної організаційної структури та зовнішнього мережевого екологічного ланцюга, а також зміна традиційної піраміди та режиму управління плоскою організаційною структурою (скорочене управління) повністю відображені у туристичних підприємствах для покращення концепції організаційної структури процесу екологічного управління, який був повністю інтегрований. Крім того, його також можна додати до відділу нагляду відділу екологічного менеджменту, щоб зрештою серйозно та ефективно контролювати екологічний менеджмент туристичного підприємства.

По-третє, буде впроваджено мережну та цифрову модель управління підприємством з екологічного туризму. З настанням мережевої та цифрової епохи в процесі управління підприємством впроваджуватимуться і технології. Завдяки поєднанню цифрових та мережевих технологій в управлінні екотуризмом, встановленню режиму управління мережним модулем та екосистеми цифрових ресурсів не тільки економляться витрати на управління, а й забезпечується раціональне використання ресурсів, скорочується витрата ресурсів, даючи повну можливість підприємствам екологічного туризму та іншим підприємствам конкурентні переваги.

По-четверте, висока якість обслуговування є важливим аспектом режиму управління інноваціями підприємств екологічного туризму. Оскільки це впливає як відвідувачів підприємств туризму, а й у сталий розвиток всієї індустрії екологічного туризму. З розвитком індустрії екотуризму підвищується рівень споживання туристами туристичних товарів та послуг, підвищуються вимоги до якості продукції та якості послуг. Як задовольнити потреби споживачів, як покращити якість обслуговування — ось основні випробування туристичних підприємств у їхньому власному процесі екологічного менеджменту. В даний час підприємства в основному

приділяють увагу деталям для підвищення якості, таких як кількість та розмір контролю, для підвищення безпеки подорожей туристів та задоволеності туристів.

Крім того, підприємства екологічного туризму також потребують інновацій в інших аспектах режиму управління, таких як повага до місцевої культури та звичаїв, освіта та спілкування зі споживачами та туристами, покращення їх гуманістичної та соціальної культурної адаптованості.

Впровадження концепції еко-туризму в період кризи може стати ефективним способом стимулювання економічного розвитку та збереження природних ресурсів. В таблиці 3.1. та таблиці 3.2. наведено декілька детальних пропозицій та перспективних напрямків запропонованих нами для розвитку еко-туризму.

Таблиця 3.1.

Запропоновані пропозиції для розвитку еко-туризму

ПРОПОЗИЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКО-ТУРИЗМУ		
1	Розвиток інфраструктури	<p>а. Екологічно чисті готелі та кемпінги Впровадження зелених технологій у будівництво та обслуговування готелів і кемпінгів (використання сонячних панелей, систем збору дощової води, енергозберігаючих технологій). Використання природних матеріалів для будівництва та облаштування туристичних об'єктів.</p> <p>б. Екотранспорт Впровадження екологічно чистих видів транспорту (електромобілі, велосипеди, електричні скутери) для пересування туристів. Розробка мережі велосипедних доріжок та пішохідних маршрутів.</p>
2	Освітні програми та залучення місцевого населення	<p>а. Освітні заходи для місцевого населення та туристів</p> <ul style="list-style-type: none"> • Проведення семінарів, тренінгів та екскурсій для підвищення обізнаності щодо екологічних проблем та їхнього вирішення. • Створення інформаційних центрів та онлайн-платформ для навчання та обміну досвідом. <p>б. Залучення місцевого населення до управління еко-туризмом</p> <ul style="list-style-type: none"> • Підтримка місцевих ініціатив та підприємств, що займаються еко-туризмом (ферми, ремісничі майстерні). • Залучення місцевих громад до планування та управління туристичними ресурсами.

Продовження таблиці 3.1.

3	Створення нових еко-туристичних маршрутів	<p>a. Національні парки та заповідники</p> <ul style="list-style-type: none"> Розробка нових маршрутів у національних парках та заповідниках з акцентом на екологічну освіту та збереження природи. Встановлення інформаційних знаків та інтерактивних експозицій на маршрутах. <p>b. Екотуристичні ферми та садиби</p> <ul style="list-style-type: none"> Підтримка створення агротуристичних об'єктів, де туристи можуть ознайомитися з екологічно чистими методами ведення сільського господарства. Проведення майстер-класів та дегустацій місцевих органічних продуктів.
4	Розвиток цифрових технологій	<p>a. Онлайн-платформи та додатки</p> <ul style="list-style-type: none"> Створення інтерактивних карт еко-туристичних маршрутів та об'єктів. Розробка мобільних додатків для планування еко-туристичних поїздок та бронювання еко-готелів. <p>b. Віртуальні тури</p> <ul style="list-style-type: none"> Організація віртуальних турів та вебінарів для популяризації екологічних туристичних об'єктів та заходів. Використання технологій віртуальної реальності для створення інтерактивних екскурсій.
5	Співпраця з міжнародними організаціями	<p>a. Участь у міжнародних програмах та проєктах</p> <ul style="list-style-type: none"> Залучення грантів та інвестицій від міжнародних організацій, що підтримують екологічні ініціативи. Обмін досвідом та знаннями з іншими країнами, що успішно реалізують еко-туристичні проєкти. <p>b. Маркетинг та промоція на міжнародному рівні</p> <ul style="list-style-type: none"> Участь у міжнародних виставках та форумах, присвячених екотуризму. Створення спільних промо-кампаній з іншими країнами для залучення іноземних туристів.
6	Створення стійких туристичних продуктів	<p>a. Екологічні турпакети</p> <ul style="list-style-type: none"> Розробка турпакетів, що включають екологічні заходи, такі як відвідування заповідників, участь у природоохоронних програмах, організація волонтерських програм. <p>b. Підтримка ремісничого виробництва</p> <ul style="list-style-type: none"> Популяризація місцевих ремесел через екскурсії на ремісничі виробництва, майстер-класи з виготовлення сувенірів, підтримка місцевих майстрів.
7	Маркетинг і просування еко-туризму	<p>a. Ефективна маркетингова стратегія</p> <ul style="list-style-type: none"> Використання соціальних мереж, блогів, вебінарів та інших онлайн-ресурсів для популяризації еко-туризму. Співпраця з інфлюенсерами та блогерами, які підтримують екологічний стиль життя. <p>b. Екотуристичні фестивалі та заходи</p> <ul style="list-style-type: none"> Організація еко-фестивалів, ярмарків та інших заходів для популяризації екологічного туризму та залучення туристів.

Продовження таблиці 3.1.

8	Забезпечення якості та безпеки	<p>a. Сертифікація та стандартизація</p> <ul style="list-style-type: none"> Впровадження екологічних стандартів та сертифікацій для туристичних об'єктів і послуг. Проведення регулярних перевірок та аудитів для забезпечення дотримання екологічних стандартів. <p>b. Здоров'я та безпека туристів</p> <ul style="list-style-type: none"> Розробка заходів щодо забезпечення безпеки туристів під час пандемій та інших кризових ситуацій. Впровадження санітарних норм та протоколів для туристичних об'єктів та транспорту.
9	Інновації та технології	<p>a. Використання зелених технологій</p> <ul style="list-style-type: none"> Впровадження системи управління відходами, використання енергоефективних технологій, перехід на відновлювані джерела енергії. <p>b. Цифрові інновації</p> <ul style="list-style-type: none"> Використання big data та штучного інтелекту для аналізу туристичних потоків, оптимізації маршрутів та управління ресурсами. Розробка інтерактивних додатків для туристів, що містять інформацію про екологічні об'єкти, маршрути та заходи.
10	Підтримка та розвиток місцевих ініціатив	<p>a. Мікрофінансування та гранти</p> <ul style="list-style-type: none"> Забезпечення доступу місцевих підприємців до мікрофінансування та грантів для розвитку екотуристичних проєктів. Створення фондів підтримки місцевих ініціатив у сфері екологічного туризму. <p>b. Партнерство з НУО та бізнесом</p> <ul style="list-style-type: none"> Співпраця з неурядовими організаціями, місцевими підприємствами та міжнародними корпораціями для реалізації спільних проєктів та ініціатив. Підтримка соціального підприємництва, що сприяє розвитку місцевих громад та збереженню природного середовища.
	Підвищення екологічної свідомості	<p>a. Екоосвіта для дітей та молоді</p> <ul style="list-style-type: none"> Впровадження освітніх програм та заходів для дітей та молоді, спрямованих на підвищення екологічної свідомості та виховання дбайливого ставлення до природи. <p>b. Громадські кампанії</p> <ul style="list-style-type: none"> Організація громадських кампаній та акцій з метою популяризації еко-туризму та збереження природних ресурсів. Залучення громадськості до участі у природоохоронних заходах та волонтерських програмах.
12	Міжнародний обмін досвідом	<p>a. Програми обміну та стажування</p> <ul style="list-style-type: none"> Організація програм обміну для представників туристичної галузі з метою вивчення кращих практик у сфері екотуризму. Проведення стажувань для місцевих фахівців у міжнародних еко-туристичних центрах. <p>b. Спільні дослідження та проєкти</p> <ul style="list-style-type: none"> Участь у спільних дослідженнях з міжнародними партнерами, спрямованих на розробку інноваційних рішень для розвитку екотуризму. Реалізація спільних проєктів з міжнародними організаціями та фондами для підтримки сталого розвитку туризму.

Впровадження цих пропозицій сприятиме не лише економічному розвитку та залученню туристів, але й збереженню природних ресурсів та підвищенню екологічної свідомості населення. Екотуризм має значний потенціал для забезпечення сталого розвитку в умовах кризи, коли традиційні туристичні напрями можуть зазнавати труднощів.

Таблиця 3.2.

Перспективні напрями запропоновані нами для розвитку еко-туризму

№	Напрямок	Впровадження
1	Розвиток сільського еко-туризму	Фокус на агротуризм, який може включати відвідування органічних ферм, участь у сільськогосподарських роботах, дегустацію місцевих продуктів.
2	Екотуризм у горах	Розробка туристичних маршрутів у гірських районах з акцентом на пішохідний туризм, альпінізм, кемпінг.
3	Прибережний екотуризм	Використання потенціалу морських та прибережних зон для розвитку дайвінгу, екскурсій на човнах, спостереження за морською фауною.
4	Культурний екотуризм	Поєднання відвідування природних об'єктів з ознайомленням із культурною спадщиною, традиціями та ремеслами регіону.

Впровадження цих ініціатив може сприяти не лише збереженню природного середовища, але й розвитку місцевих громад, створенню нових робочих місць та залученню туристів навіть у період кризи.

Таким чином, впровадження концепції еко-туризму в період кризи може стати стратегічно важливим напрямом для забезпечення сталого розвитку та збереження природних ресурсів.

Впровадження концепції еко-туризму в період кризи обумовлює розробку моделі підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасного туризму та передбачає інтеграцію екологічних принципів у всі аспекти діяльності туристичного бізнесу для зменшення негативного впливу на довкілля та підвищення екологічної свідомості серед працівників і клієнтів.

Далі розглянемо детально основні компоненти запропонованої нами моделі (рис. 3.5.).



Рис. 3.5. Запропонована модель підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасного туризму

Запропонована нами модель включає до себе:

1. Екологічний менеджмент.
 - 1.1. Впровадження екологічної політики. Сучасне туристичне підприємство має розробити та впровадити екологічну політику, яка визначає стратегічні цілі та завдання щодо зменшення впливу на довкілля. Це включає регулярний моніторинг та звітування про досягнення екологічних показників.

1.2. Система екологічного управління. Впровадження системи екологічного управління (наприклад, за стандартом ISO 14001) забезпечить структурований підхід до екологічної відповідальності, включаючи управління відходами, використання ресурсів та зниження викидів.

2. Енергоефективність та використання відновлюваних джерел енергії.

2.1. Енергоефективні технології. Використання енергоефективних технологій та обладнання (LED-освітлення, системи автоматичного контролю енергії) дозволяє зменшити споживання енергії та скоротити викиди парникових газів.

2.2. Відновлювані джерела енергії. Встановлення сонячних панелей, вітрових турбін та інших систем, що використовують відновлювані джерела енергії, забезпечить автономність підприємства та зменшить його залежність від традиційних енергетичних ресурсів.

3. Управління водними ресурсами.

3.1. Зниження споживання води. Впровадження систем зниження споживання води, таких як сенсорні крани, аератори на змішувачах та системи повторного використання води, допоможе зменшити витрати водних ресурсів.

3.2. Управління стічними водами. Ефективні системи очищення стічних вод та їх повторне використання у несуттєвих процесах (наприклад, для поливу) знижують навантаження на довкілля та сприяють сталому використанню водних ресурсів.

4. Управління відходами.

4.1. Сортування та переробка. Впровадження систем сортування та переробки відходів (пластик, папір, метал, органічні відходи) зменшує кількість відходів, що потрапляють на сміттєзвалища, та сприяє збереженню ресурсів.

4.2. Зменшення використання пластику. Заміна одноразового пластику на багаторазові або біорозкладні матеріали у всіх можливих процесах

(наприклад, у ресторанах, готелях) допомагає зменшити пластикове забруднення.

5. Сталий транспорт.

5.1. Використання екологічного транспорту. Заміна традиційних транспортних засобів на електромобілі, гібридні автомобілі або велосипеди зменшує викиди шкідливих речовин та покращує якість повітря.

5.2. Транспортні послуги для туристів. Запропонування туристам екологічних варіантів транспорту (наприклад, оренда велосипедів, електроскутерів, організація трансферів на електромобілях) сприяє зниженню екологічного сліду туристичних поїздок.

6. Екологічна освіта та підвищення свідомості.

6.1. Навчання працівників. Проведення регулярних тренінгів та семінарів для працівників з питань екологічної відповідальності підвищує їх обізнаність та мотивацію до екологічних дій.

6.1. Інформація для туристів. Інформування туристів про екологічні ініціативи підприємства через інформаційні матеріали, еко-тури та інтерактивні виставки сприяє підвищенню їх екологічної свідомості та підтримці екологічних практик.

7. Підтримка місцевих громад та екологічних ініціатив.

7.1. Партнерство з місцевими організаціями. Співпраця з місцевими організаціями, що займаються охороною природи, підтримка місцевих екологічних проектів та ініціатив підвищують позитивний вплив на довкілля та місцеві громади.

7.2. Впровадження програм соціальної відповідальності. Реалізація програм соціальної відповідальності, спрямованих на підтримку місцевих громад та збереження природних ресурсів, створює довгострокові вигоди для обох сторін.

8. Інноваційні рішення та технології.

8.1. Впровадження новітніх технологій. Використання новітніх технологій у сфері енергозбереження, управління відходами та ресурсами

забезпечує ефективне використання природних ресурсів та зменшує вплив на довкілля.

8.2. Постійне вдосконалення. Підприємство має постійно вдосконалювати свої екологічні практики, впроваджувати інновації та слідкувати за новими тенденціями у сфері сталого розвитку, що дозволить залишатися конкурентоспроможним на ринку.

Модель шляхів підвищення ефективності екологічної відповідальності сучасного туристичного підприємства забезпечує комплексний підхід до впровадження екологічних принципів. Це дозволяє не лише зменшити негативний вплив на довкілля, але й підвищити привабливість підприємства для екологічно свідомих туристів, збільшити ефективність використання ресурсів та сприяти сталому розвитку туризму.

ВИСНОВКИ

В даний час, оскільки активно розвивається екологічна свідомість споживачів, інтернет-ресурси та перехід від екстенсивного до інтенсивного використання законодавства, співтовариства беруть активну участь у відповідному технологічному та інституційному прогресі, управління екологічним туризмом вступає в нову стадію. Управління екологічним туризмом як основна ідеологічна зміна на даному етапі, в основі якої лежить інноваційний режим управління, може успадкувати філософію управління координації сталого розвитку та регулювати відносини між економічною та екологічною системою. Тільки впровадження екологічного менеджменту туристичних підприємств матиме сильну конкурентоспроможність та сталий розвиток.

Виходячи з запропонованих ініціатив та перспективних напрямків, можна зробити такі ключові висновки та виділити наступні напрямки у розвитку екологічної відповідальності сучасного туризму:

1. Розвиток екологічної інфраструктури. Розвиток інфраструктури, включаючи екологічно чисті готелі та кемпінги, екотранспорт, велосипедні доріжки та пішохідні маршрути, є фундаментом для успішного еко-туризму. Використання зелених технологій і природних матеріалів допоможе мінімізувати вплив на довкілля та сприяти популяризації екологічного способу життя.

2. Освітні програми та залучення місцевого населення. Освіта та залучення місцевих громад до управління еко-туризмом є важливими компонентами стійкого розвитку. Проведення семінарів, тренінгів та екскурсій сприятиме підвищенню обізнаності про екологічні проблеми та їх вирішення. Активна участь місцевого населення у розвитку еко-туризму забезпечить економічну підтримку громад і сприятиме збереженню культурної спадщини.

3. Створення нових еко-туристичних маршрутів. Розробка нових маршрутів у національних парках, заповідниках та сільських районах сприятиме розвитку туризму навіть у віддалених регіонах. Агротуристичні ферми, екотуристичні садиби та культурні об'єкти стануть привабливими для туристів, які шукають автентичні та стійкі туристичні враження.

4. Використання цифрових технологій. Цифрові інновації, такі як онлайн-платформи, мобільні додатки, віртуальні тури та інтерактивні карти, сприятимуть популяризації еко-туризму та полегшенню планування подорожей. Використання big data та штучного інтелекту дозволить оптимізувати маршрути та управління туристичними ресурсами.

5. Співпраця з міжнародними організаціями. Міжнародна співпраця та участь у глобальних програмах і проектах забезпечать доступ до грантів та інвестицій, необхідних для розвитку еко-туризму. Обмін досвідом з іншими країнами дозволить впроваджувати найкращі практики та інноваційні рішення у сфері сталого туризму.

6. Підтримка місцевих ініціатив та підприємництва. Забезпечення доступу до мікрофінансування, грантів та інших форм підтримки для місцевих підприємців сприятиме розвитку малих бізнесів у сфері еко-туризму. Партнерство з неурядовими організаціями та бізнесом підсилить соціальне підприємництво та допоможе залучити додаткові ресурси для реалізації екологічних ініціатив.

7. Підвищення екологічної свідомості. Екологічна освіта для дітей, молоді та широкої громадськості є ключовою для забезпечення довгострокової підтримки екологічних ініціатив. Організація громадських кампаній, екофестивалів та інших заходів сприятиме формуванню екологічної культури та дбайливого ставлення до природи.

8. Забезпечення якості та безпеки. Сертифікація та стандартизація екотуристичних об'єктів забезпечать високий рівень якості та безпеки для туристів. Впровадження санітарних норм та протоколів в умовах пандемії забезпечить безпечний туризм і підвищить довіру з боку туристів.

Впровадження концепції еко-туризму має значний потенціал для економічного розвитку, збереження природних ресурсів, підвищення якості життя місцевих громад та розвитку екологічної відповідальності сучасного туризму. Успішна реалізація запропонованих ініціатив потребує комплексного підходу, що включає розвиток інфраструктури, освітні програми, використання цифрових технологій, міжнародну співпрацю та підтримку місцевих ініціатив. Еко-туризм може стати важливим інструментом для подолання кризи та забезпечення сталого розвитку у довгостроковій перспективі.

Таким чином, можна резюмувати, запропонована нами модель шляхів підвищення ефективності екологічної відповідальності функціонування сучасного туристичного бізнесу забезпечує комплексний підхід до впровадження екологічних принципів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрієнко М. В., Шако В. С. Механізми реалізації державної екологічної політики на регіональному рівні // *Інвестиції : практика та досвід*. 2017. № 18 (вересень). С. 47-53.
2. Бабич Ю. П., Примак Т. Ю. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів за допомогою соціальних мереж. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/131/126>.
3. Бардаш С. В., Петрук О. М. Ідентифікація фінансового потенціалу франчайзингової туристичної мережі: гносеологічний дискурс. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 1(95). С. 69-75. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/228964>.
4. Білоус С. В., Красько А. Б., Безручко Л. С. Підвищення конкурентних переваг готельно-ресторанних та туристичних підприємств за допомогою методів менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 23. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/162/156>.
5. Боднарчук О. Г., Боднарчук О. І. Нормативно-правове забезпечення у сфері екологічної безпеки // *Міжнародний юридичний вісник : актуальні проблеми сучасності* (теорія та практика). 2017. Вип. 2-3 (6-7). С.71-77.
6. Бойко М., Бовш Л., Охріменко А. Кризостійкість туристичного бізнесу в умовах воєнного стану. *Товари і ринки*. 2022. № 2. С. 31-47.
7. Бохан А.В. Міжнародна екологічна дипломатія : політика розвитку і партнерства // *Інвестиції : практика та досвід*. 2017. № 12 (червень). С.12-17.
8. Бунтова Н. В. Закордонний досвід використання культурно-історичної спадщини для формування ексклюзивного готельного продукту. *Бізнеснавігатор*. 2020. № 4. С. 13-18. URL: http://businessnavigator.ks.ua/journals/2020/60_2020/4.pdf.

9. Василенко Л. О., Березницька Ю. О., Жукова О. Г. Розвиток екологічного менеджменту на підприємстві в умовах глобалізації економіки України // *Економіка та держава*. 2017. № 8. С. 62-65.

10. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Беліков С. О. Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка & держава*. 2019. № 9. С. 17-25.

11. Гавдей С. В. Формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/133/128>.

12. Гненний О. М., Чаркіна Т. Ю., Полішко Т. В., Гребенюк Г. М., Пікуліна О. В. Інструментарій антикризового управління туристичного та готельноресторанного бізнесу. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 18-22. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2021/5.pdf.

13. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.

14. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 436 с.

15. Гусак М. В., Боковець В. В. Методи удосконалення системи менеджменту туристичних підприємств. Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології : зб. наук. пр. II Всеукр. практ. інтернет-конф. 16 жовт. 2015 р. Вінниця, 2015. С. 710-713.

16. Джинджоян В. В. Діяльність туристичних підприємств та класифікація туристичних програм. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 24. С. 49-53. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2019/10.pdf.

17. Дудчик О., Сальникова Т. Реалії туристичного бізнесу в умовах пандемії. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/836/803>.

18. Екологічний туризм: сутність та перспективи розвитку в Україні http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_shkarupa.htm

19. Живко З., Лелюк Н., Родченко С. Управління безпекою туристичної галузі в умовах пандемії covid-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/736/708>.
20. Збарський В. К., Грибова Д. В. Сучасні напрями функціонування туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 5-6. С. 11-16.
21. Збарський В. К., Грибова Д. В. Сучасні особливості розвитку туристичної галузі в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 81-84. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2020/16.pdf.
22. Зима О., Голуб М. Потенціал екологічного туризму в Україні // *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2015. № 5(103). С. 53-62.
23. Карінцева О. І. Науково-методичний підхід до оцінювання екологічного ризику різних видів економічної діяльності // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. №3. С. 378-388.
24. Карлін М. І. Форми фінансового стимулювання екологічної відповідальності бізнесу територіальних громад і громадян // *Демографія та соціальна економіка*. 2017. № 3 (31). С. 89-99.
25. Карташов Є. Г. Розвиток проектів відтворення екологічного потенціалу регіону // *Інвестиції : практика та досвід*. 2017. № 11 (червень). С. 87-90.
26. Кирилов Ю. Є., Грановська Л. О. Формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Економіка АПК*. 2020. № 5. С. 45-55.
27. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги – ХХІ, 2016. 300 с.
28. Ковалик О. А. Проблеми ведення малого бізнесу у сфері туризму. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 8. С. 38-40.
29. Коронавірус у Венеції: безлюдні канали стали неймовірно чистими <https://www.eurointegration.com.ua/news/2020/03/16/7107587/>
30. Красавцева Л. Ю. До питання про якість екологічного туризму // *Інвестиції : практика та досвід*. 2016. № 20. С. 89-92.

31. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Київ : КМГУ, 2016. С. 134-138.

32. Мазуркевич І. Дослідження структури маркетингового середовища підприємств туристичного бізнесу. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., 14-16 вересня, 2021 р. / гол. ред. Н. Л. Замкова. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 201-210. URL: http://10.0.2.150/docs/Zbirnyku_konferents/2021/14-16.09.21%203.pdf.

33. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 366 с.

34. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.

35. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf.

36. Столярчук П., Домінюк В. Аналіз європейського досвіду організації сільського зеленого туризму та його категоризації // *Вимірювальна техніка та метрологія*. 2010. №71. С.175-184.

37. Тарасова В. В., Нестерчук І. К., Ковалевська І. М., Осіпчук А. С. Географія туризму: Екологічний туризм: підручник. Житомир, 2021. 252 с.

38. Туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/tourism_ukr.htm.

39. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

40. New Evidence Shows How COVID-19 Has Affected Global Air Pollution <https://www.sciencealert.com/heres-what-covid-19-is-doing-to-our-pollution-levels>