

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ
ГОСТИННОСТІ

Виконав: студент II курсу, групи МТЕ-142м
Спеціальності 242 Туризм

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Туризмознавство

ДОНЯ О.С.

(прізвище та ініціали)

Керівник ЖУРАВЛЬОВА С.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ДОНІ Олександри Сергіївни

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Перспективи розвитку екологічних технологій в сфері гостинності

керівник роботи (проекту) ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доцент

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано нормативно-правову базу України, статистичні дані Державної служби статистики, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела

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

Розділ 1. Теоретичні аспекти екологічних технологій в сфері гостинності.

Розділ 2. Дослідження використання екологічних технологій на прикладі садиби «Краса Карпат».

Розділ 3. Удосконалення інноваційних підходів до розвитку екологічних технологій.

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

7 таблиць, 3 рисунка

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЖУРАВЛЬОВА С.М., доцент каф. ТГРБ	01.09.2023	02.09.2023
2	ЖУРАВЛЬОВА С.М., доцент каф. ТГРБ	23.09.2023	25.09.2023
3	ЖУРАВЛЬОВА С.М., доцент каф. ТГРБ	16.10.2023	18.10.2023
Нормо контроль	ГРЕСЬ-ЄВРЕЙНОВА С.В., доцент каф. ТГРБ	28.11-10.12.2023	

7. Дата видачі завдання 1 вересня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	01.09-01.10.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	01.10.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	20.10.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	05.11.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	06-09.11.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10-11.11.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12-15.11.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	16-20.11.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	22-23.11.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	16-20.11.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.12.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	15.12.2023	виконано

Студент

_____ (підпис)

Олександра ДОНЯ
(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис)

Світлана ЖУРАВЛЬОВА
(ім'я та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 88 с., 3 рис., 7 табл., 56 джерел.

Об'єкт дослідження – екологічні технології.

Мета роботи – дослідження перспектив розвитку екологічних технологій у сфері гостинності.

Методи дослідження: Методи формальної логіки (індукція та дедукція, порівняння, аналогія та моделювання), методи змістовної логіки (аналіз, синтез, гіпотеза), статистичний метод та соціологічні методи (експертна оцінка, соціологічні дослідження).

В першому розділі кваліфікаційної роботи висвітлено наукові підходи щодо ідеї визначення екологічного туризму. Було також розглянуто причини його виникнення та тенденції еволюції. В другому розділі кваліфікаційної роботи було зроблено характеристику підприємства з обслуговування агроекотуристів «Краса Карпат» та його організаційно-економічного середовища, визначили його інноваційні форми обслуговування, перспективні ринки збуту, внесли пропозиції щодо поліпшення функціонування агроекосадиби. Третій розділ кваліфікаційної роботи містить різноманітні варіанти маркетингових комунікацій спрямованих на інформування і переконання споживачів. У третьому розділі враховували ризики від туристичної діяльності для навколишнього природного середовища.

Одержані результати кваліфікаційної роботи в тому, що для правильного і ефективного розвитку і функціонування підприємств агроекотуризму необхідно виконувати ряд заходів щодо поліпшення і вдосконалення організаційних і освітніх моментів в діяльності.

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ, ЕКОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ, СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ, ЗАХИСТ ДОВКІЛЛЯ, ЕКОЛОГІЧНИЙ ГОТЕЛЬ.

АНОТАЦІЯ

Доня О.С. Перспективи розвитку екологічних технологій в сфері гостинності. – Кваліфікаційна робота.

У роботі досліджено перспективи розвитку екологічних технологій у сфері гостинності. Було надано організаційно-економічну характеристику екологічному готелю «Краса Карпат». Були розглянуті питання та проблеми відновлення сільського зеленого туризму в умовах війни. У роботі застосовані данні про сучасний стан та розвиток екологічного туризму в країні, а також розглянуто світовий досвід з досліджуваного питання.

Ключові слова: індустрія гостинності, екологічні технології, сфера обслуговування, економічний потенціал, концептуальні підходи, захист довкілля, екологічний готель.

Donia O. S. Prospects for the development of ecological technologies in the sector of hospitality. –Qualifying work.

The prospects for the development of ecological technologies in the sphere of hospitality are investigated in the work. The organizational and economic characteristics of the ecological hotel "Krasa Karpat" were provided. The issues and problems of rehabilitation of rural green tourism in the conditions of war were considered. The work uses data on the current state and development of ecological tourism in the country, as well as the world experience on the subject under study.

Keywords hospitality industry, service sector, economic potential , conceptual approaches, environmental protection .

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – Внутрішній Валовий Продукт

грн. – гривня

див. рис. – дивитися рисунок

див. табл. – дивитися таблицю

ін. – інше

м. – місто

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

трлн. – трильйон

чол. – чоловік

ООН – організація об'єднаних націй

ЄС – Європейський Союз

р. – рік

США – Сполучені Штати Америки

ст. – сторіччя

% – відсоток

CDS – Кредитний дефолтний своп

UNEP – Програма ООН з довкілля

CTR – відношення кількості кліків

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	11
1.1. Наукові підходи щодо визначення екологічного туризму	11
1.2. Причини виникнення екотуризму та його еволюція	17
1.3. Екологічні технології як складова екотуризму. Міжнародні документи з перспектив розвитку екологічного туризму	23
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРИКЛАДІ САДИБИ «КРАСА КАРПАТ» МІСТО ЯРЕМЧЕ, ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ	33
2.1. Організаційно-економічна характеристика «Краса Карпат»	33
2.2. Оцінка стану інновацій в діяльності підприємства «Краса Карпат»	46
2.3. Аналіз системи управління екологічними технологіями «Краса Карпат»	55
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	59
3.1. Інноваційні джерела підвищення конкурентоспроможності підприємства «Краса Карпат»	59
3.2. Перспективи використання екологічних технологій в сфері гостинності у повоєнний час	70
ВИСНОВКИ	79
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	81
ДОДАТКИ	87
ДОДАТОК А	88

ВСТУП

Актуальність теми. Починаючи з середини XX століття світова спільнота почала активно розвивати ідею того, що людина є невід'ємною частиною природи, і що її діяльність має відбуватися у тісній взаємодії і відповідності до вимог та законів природи. Дотримання цих умов дозволить запобігти деградації природного середовища та не перешкоджатиме функціонуванню механізмів, які відтворюють природну основу життя.

Положення концепцій сталого розвитку навколишнього середовища вимагають, щоб його охорона стала невід'ємною частиною всіх галузей сучасної економіки. Ключовими аспектами цілей тисячоліття для Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) є сприяння розвитку туризму шляхом вкладу в економічний розвиток, поліпшення міжнародного взаєморозуміння, укріплення миру, процвітання, загальної поваги й дотримання прав людини й основних свобод для всіх людей незалежно від раси, статі, мови і релігії.

Екологізація туристичної діяльності розглядається як складне явище розвитку сучасного суспільства, в процесі якого взаємодіють різні матеріальні об'єкти і явища, що мають природний, соціальний та економічний зміст. Дуже важливим є забезпечення органічного зв'язку з особливостями географічного середовища, регіональною диференціацією та комплексним характером організації екологічного туризму [1, 2].

Природний потенціал України відкриває широкі можливості для розвитку екотуризму на особливо охоронюваних природних територіях. Причиною цього є різноманітність, унікальність та привабливість територій, не охоплених процесами урбанізації та інтенсивного сільськогосподарського виробництва.

Разом з тим, в Україні до початку агресії росії у 2022 р. формувались пріоритетні напрямки в'їзного туризму, такі як екологія, мисливство та вища освіта. Пріоритетні напрямки в'їзного туризму перебували на стадії формування і характеризуються дуже незначними питомими пропорціями.

Створення сприятливих умов для забезпечення надійного та перспективного розвитку екологічного туризму є важливим завданням розвитку туризму в нашій країні і тому у зв'язку з цим особливого значення набуває дослідження сучасного стану та потенціалу розвитку екологічного туризму в Україні.

Наукова проблематика розвитку екологічного туризму як перспективного виду туристичної діяльності висвітлюється у працях вітчизняних і зарубіжних учених, таких як: О. Сущенко, О. Зима, І. Трунова, А. Дроздов, О. Мечковська, Л. Хенс., Л. Мельник, Є. Бун, М. Голуб та інші.

Мета роботи – дослідження перспектив розвитку екологічних технологій у сфері гостинності.

Завдання дослідження.

- розглянути теоретичні аспекти екологічних технологій в сфері гостинності;
- дослідити використання екологічних технологій на прикладі садиби «Краса Карпат»;
- розробити пропозиції з удосконалення інноваційних підходів до розвитку екологічних технологій;

Об'єкт дослідження – екологічні технології.

Предмет дослідження – екологічні технології в туризмі на прикладі садиби «Краса Карпат».

При підготовці даної роботи та для визначення стратегічних напрямів управління розвитком екотуризму використовувалися методи формальної логіки (індукція та дедукція, порівняння, аналогія та моделювання), методи змістовної логіки (аналіз, синтез, гіпотеза), статистичний метод та соціологічні методи (експертна оцінка, соціологічні дослідження).

Методологічною, теоретичною та інформаційною основою дослідження стали законодавчі, нормативно-правові, статистичні та методичні документи.

Основою даної роботи стали матеріали ЮНВТО, Закону України «Про

туризм», Квебекської декларації з екотуризму, Всесвітньої Хартії природи, Конвенції про охорону та використання транскордонних водотоків та міжнародних озер, Конвенції про охорону біологічного різноманіття, Віденська конвенція про охорону озонового шару, Паризька конвенція про охорону промислової власності.

При підборі матеріалів було опрацьовано низку документів, які детально розкривають великий потенціал України у розвитку екологічного туризму.

Наукова новизна результатів полягає в тому, що було досліджено використання екологічних технологій в індустрії гостинності, які дають можливість розвитку потенціалу екологічного туризму в Україні.

Практична цінність роботи полягає в тому, що інноваційні підходи до розвитку екологічних технологій на прикладі садиби «Краса Карпат» можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності в Україні.

Апробація результатів. Основні результати, викладені в роботі, доповідалися на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.), за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань, додатків. Робота містить 3 рисунка, 7 таблиць. Загальний обсяг роботи викладено на 88 сторінках комп'ютерного тексту (3,57 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 80 сторінках (3,41 авт. арк.). Перелік посилань містить 56 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

1.1. Наукові підходи щодо визначення екологічного туризму

На думку багатьох дослідників [10] поняття «екотуризм» вже давно має розмиті значення. Причиною цього є те, що вперше цей термін був використаний маркетингологами для залучення туристів, які фокусуються на природі, її збереженні та активному відпочинку. Однак на практиці такі туроператори були байдужими до захисту довкілля.

Саме тому ідея екотуризму довгий час була і залишається скептичною серед теоретиків туризму. Наприклад, Б. Уїлер [11], відвідавши Кубу в екотурі, зауважив, що водій автобуса протягом години, поки туристи обідали в ресторані, працював не вимикав двигун на стоянці задля підтримання роботи кондиціонера, що заставило задуматись про навколишнє середовище і мільйони авто. Також стверджується, що цей термін був вперше використаний Г. Міллером [11], у 1978 році для опису одного з варіантів сталого розвитку туризму, але він також може стосуватися подорожей, які відбуваються до незайманих куточків природи.

Проте офіційно прийнято вважати, що першим термін «екотуризм» ввів у 1980 році мексиканський економіст Гектор Цебаллос-Ласкурейн [12]. На його думку, екотуризм означає поєднання подорожей з дбайливим ставленням до природи, поєднання задоволення від зустрічі та вивчення зразків флори і фауни з можливістю зробити свій внесок у їх збереження. Дбайливе ставлення до місцевої флори, фауни та дикої природи – ось що означає екотуризм на думку вченого.

В цілому екотуризм має кілька визначень, а саме [18]:

Екотуризм – це практика подорожей до місць, які залишаються відносно незайманими або не забрудненими територіями з унікальними природними характеристиками.

«Природний туризм» – це вивчення природи та культури. Він відіграє певну роль у покращенні стану навколишнього довкілля.

У своїй найпростішій формі екологічний туризм – це подорож, головною метою якої є «провести час на природі». Надалі екологічний туризм охоплює такі сфери як тваринний і рослинний світ, біорізноманіття, сталу економіку, охорону навколишнього середовища, культуру, спадщину, суспільство і людей. Коротше кажучи, екологічний туризм є важливим інструментом для сталого розвитку регіону і країни в цілому. Згідно з визначенням Товариства екотуризму (США), екотуризм – це подорожі до місць, які є відносно незайманими. Такі подорожі мають на меті зрозуміти природні, культурні та етнічні особливості місцевості, не порушуючи її екологічної цілісності. Водночас, екотуризм створює економічний контекст, в якому збереження природи є вигідним для місцевого населення [15].

Якщо розшифрувати дане визначення, то стане зрозуміло: для того, щоб заслужити право називатися екологічним, туризм має відповідати вельми жорстким вимогам. На рисунку 1.1 наведено основні характерні ознаки екологічного туру.



Рис 1.1 – Основні характерні ознаки екологічного туру

Джерело: розроблено автором

Як видно з рисунку 1.1 для того, щоб вважатися екологічним тур повинен мати певні характеристики та особливості.

До програми туру включається відвідування навчальних екологічних стежок, природничих, краєзнавчих музеїв, екотехнологічних господарств та, безумовно, ознайомлення з місцевими екологічними проблемами. Сміття не викидається на загальний смітник, але збирається спеціальним чином і надходить потім на екотехнологічну переробку.

Привали, бівуаки та багаття влаштовуються лише у спеціально обладнаних місцях. Гриби, ягоди, квіти, лікарські рослини, будь-які природні сувеніри збираються лише там, де це дозволено.

Готелі, кемпінги або притулки та хатини, в яких зупиняються туристи, розташовані так, що не порушують нормальний, екологічно стійкий розвиток навколишнього ландшафту.

Готелі та кемпінги побудовані з екологічно чистих матеріалів, їхні мешканці не споживають надмірної енергії та води, стічні води та викиди очищаються, а тверді відходи переробляються. Місцеві жителі отримують можливість брати участь у туризмі та розвивати традиційні форми господарювання.

Туристи поважають місцеві культурні традиції, прагнуть їх вивчити і зрозуміти їх особливості, а також беруть участь у вирішенні місцевих екологічних проблем у доступний для них спосіб. Доходи від турів не повністю вилучаються з місцевого бюджету, але сприяють його поповненню [26].

Провідна серед основних причин зародження екологічного туризму – це навантаження, що посилюється через масовість туризму, на природні та культурно-історичні ресурси. Це навантаження зростає прямо-пропорційно темпам зростання туристських відвідувань.

Однією з головних причин виникнення екотуризму є зростаюче навантаження на природні та культурно-історичні ресурси, спричинене масовим поширенням туризму. Це навантаження зростає пропорційно до

темпів зростання туристичних відвідувань.

У міру того, як світова економіка стає все більш глобалізованою, в геосфері Землі відбуваються негативні зміни. Серед цих негативних змін можна виділити наступне [33]:

- зміна клімату;
- деградація ґрунтів;
- руйнування екосистем та біорізноманіття;
- зростання забруднення води, ґрунту та повітря;
- стихійні лиха, спричинені діяльністю людини;
- неконтрольоване зростання чисельності населення;
- зростання загроз у галузі продовольчої безпеки та здоров'я населення;
- обмеженість енергетичних та інших природних ресурсів.

У 1996 р. під егідою ЮНВТО було розроблено концепцію сталого розвитку екотуризму у XXI ст. [29], вона базується на таких принципах:

- подорожі та туризм повинні допомагати людям досягти гармонії з природою.
- подорожі та туризм повинні сприяти збереженню, захисту та відновленню екосистем;
- подорожі та туризм повинні базуватися на моделі сталого виробництва та споживання;
- охорона навколишнього середовища повинна бути невід'ємною частиною процесу розвитку туризму;
- питання розвитку туризму повинні вирішуватися за участю місцевої влади та зацікавлених громадян;
- держави повинні попереджати одна одну про природні та техногенні катастрофи, які можуть вплинути на туристичну галузь;
- туристична індустрія повинна регулюватись міжнародним правом у сфері охорони навколишнього середовища.

Принципи (особливості) екотуризму ґрунтуються на прагненні людства

досягти сталого місцевого розвитку та зберегти біологічне і соціокультурне різноманіття [38].

Основними принципами екологічного туризму є:

- відвідування добре збереженої природи;
- стаке використання невичерпних природних ресурсів;
- підтримка природного, соціального та культурного різноманіття;
- дотримання певного (і досить суворого) кодексу поведінки;
- менш інтенсивне використання природних ресурсів, ніж інші види туризму;
- екологічна освіта туристів та участь у місцевих культурних та екологічних заходах;
- ретельне планування екотурів, комплексний підхід у їх розробці та реалізації;
- інтеграція екотуризму в місцеві плани розвитку;
- участь місцевого населення у розвитку туризму;
- отримання фінансових та інших вигод від цієї діяльності;
- екологічна освіта персоналу, задіяного в екотуризмі.

Основними цілями екотуризму є гармонія між людиною та природним і соціальним середовищем, а також освіта і розвиток різних людей. Основним завданням екотуризму є забезпечення максимального дотримання суворих екологічних норм і обмежень.

Екотуризм є сектором туристичної індустрії, що розвивається, і не завжди розуміється однаково в різних країнах, а його форми є динамічними і пронизують сферу туристичної діяльності, яка не завжди є екологічно безпечною. Тому навряд чи доцільно обмежувати його занадто жорсткими рамками або єдиним правильним визначенням.

Основними об'єктами екологічного туризму є унікальні природні комплекси, в тому числі особливо охоронювані природні території [5]:

- національні та природні парки;
- державні природні заповідники;

- пам'ятки природи;
- дендропарки та ботанічні сади;
- лікувально-оздоровчі місцевості та курорти;
- заказники (з певними обмеженнями) – природні території, створені з метою збереження і відтворення природних комплексів або їх окремих компонентів.

Характеристика екотуризму ґрунтується на визначеннях екотуризму, які можна поділити на активний та пасивний. Прикладом визначення активного екотуризму є визначення, розроблене Міжнародним товариством виживання: «Екотуризм заохочує пріоритетність інтересів місцевого населення в розвитку туризму, захищає місцеву флору і фауну та надає економічні стимули місцевому населенню для збереження довкілля». Пасивні визначення включають: «Екотуризм координує, підтримує і стимулює використання місцевих (регіональних) культурних і природних туристичних ресурсів місцевими жителями і майбутніми туристами».

Необхідно також зазначити, що на сьогоднішній день ще однією з нових форм туризму є «зелений туризм». Схожий на екологічний зелений туризм робить те, що в основі як одного, так і іншого виду туризму є природа. Тим не менш, у той час, як однією з особливостей екологічного туризму є спрямованість на певну групу населення: тих, хто захоплюється вивченням природного середовища через подорожі, зелений туризм, у свою чергу, спрямований на міських жителів, яким пропонується проводити свій вільний час у замських природних куточках, приділяючи особливу увагу відпочинку від щоденного стресу [9].

Отже, якщо хоча б один з перелічених вище компонентів відсутній, то немає підстав говорити про екотуризм. Підсумовуючи, екотуризм можна визначити наступним чином.

Екотуризм – це специфічна туристична діяльність, зумовлена попитом, що пов'язана з потребами туристів пізнавати природу і робити внесок у збереження екосистем, поважаючи при цьому інтереси місцевого населення.

1.2. Причини виникнення екотуризму та його еволюція

Останні десятиліття XX століття ознаменувалися стрімким розвитком туристичної індустрії. Великий капітал почав концентруватися в туризмі, концентрувалося виробництво, виникали готельні мережі, виокремлювалися великі туроператори та туристичні консорціуми, будувалися туристичні центри.

Великий капітал вкладав значні кошти в розвиток туризму, прагнучи отримати максимальний прибуток за найкоротший термін. При цьому природний ландшафт і місцеве населення розглядалися лише як передумови і як засіб для досягнення мети.

Такий односторонній розвиток туризму, відомий як «жорсткий туризм», мав серйозний негативний вплив на навколишнє природне і соціокультурне середовище та соціальну структуру місцевого населення. Саме за такою схемою розвивався туризм протягом останніх десятиліть.

Прикладів негативного впливу, пов'язаного з надмірним відвідуванням туристами природних рекреаційних зон, на сьогоднішній день можна навести безліч. Найвідомішими і найпоширенішими прикладами є деградація природи в ряді найбільших національних парків США, альпійських рекреаційних зонах, а також накопичення гір сміття на Евересті в Непалі та на Стежці інків у Південній Америці [33].

У додатку А наведено приклад накопичення гір сміття на горі Еверест в Непалі. Як видно з додатку А відсутність екологічного виховання та зневажливе ставлення до природи може призвести до вкрай сумних наслідків. Тому неконтрольований екотуризм, може бути, як корисним, так і шкідливим для навколишнього середовища.

Таким чином внаслідок недбалого ставлення туристів, біля підніжжя гори Аннапурна, що знаходиться в Гімалаях на території Непалу, у 80-х роках на початку XX століття склалася дуже складна екологічна ситуація. Щороку Непал приймає понад 200000 туристів, які віддають перевагу

гірському туризму [34].

Щороку біля підніжжя гори Аннапурна розбиваються туристичні табори. До розвитку масового туризму в регіоні ліси, що вкривають гірські схили, використовувалися лише для потреб місцевого населення, таких як будівництво будинків, опалення, приготування їжі, лісове полювання та збирання.

Розвиток туризму спричинив приплив туристів, збільшення щільності населення та зростання видобутку природних ресурсів, що врешті решт призвело до більш інтенсивної вирубки лісів, особливо тих, що розташовані на нижніх схилах гір. В результаті площа вкритих лісом схилів значно зменшилася, а деякі схили стали взагалі оголеними [35].

На додаток до цього негативного впливу екотуризму, поверхня оголеної землі була зруйнована численними перевезеннями їжі і туристичного спорядження. Під час сезону дощів зі схилів змивався крихкий ґрунт, що призводило до посилення ерозії та заважало природному відновленню рослинності на схилах.

Одночасно з екологічною кризою почали з'являтися і ознаки соціальної кризи. Спочатку місцеве населення почало негативно ставитися до туристів, які змушені були ділитися своїми обмеженими ресурсами.

Туристична привабливість і соціальний комфорт місцевості були втрачені, а кількість туристів зменшилася, позбавляючи при цьому місцеве населення додаткового заробітку, що в свою чергу почало зменшувати фінансові надходження до бюджету.

Необхідно зазначити, що перевантаження природних ландшафтів понад їхні можливості спричинило негативний екологічний та соціальний слід.

Враховуючи, що відновлення спустошених гірських територій є високовартісним і надзвичайно трудомістким заходом, виникає питання, чи можна порівняти шкоду, завдану короткостроковим туризмом, з витратами, необхідними для відновлення спустошених територій.

З середини 1970-х років критика «жорсткого туризму» посилилася, а

загальним фоном інтенсивного розвитку різних форм масового туризму в останні десятиліття XX століття було те, що найбільш динамічно розвивалися райони, пов'язані з незайманою природою та її компонентами. У відповідь на цю критику народилася концепція та філософія «м'якого туризму». Дана концепція була введена в 1980 р. німецьким футуристом Робертом Юнком [37].

Основною рушійною силою стрімкого розвитку екотуризму є стрімко зростаючий попит на відпочинок на природі, зумовлений зростаючою невідповідністю між навколишнім середовищем та фізіологічними і психологічними потребами сучасної людини. Задоволення цього попиту, а отже, і успіх розвитку екологічного туризму, залежить від якості довкілля, адже, як і в інших галузях, туристи надають великого значення саме первозданним умовам відпочинку.

Наприклад, економічно вигідно підтримувати якість довкілля та незайману природу (ознака сталого розвитку), на відміну від пляжного туризму, який не потребує дикої природи і навіть асфальтованих пляжів та басейнів. Ця вигода проявляється на відносно невеликих проміжках часу, тоді як в інших галузях негативний економічний ефект від деградації природного середовища найчастіше настає вже не так швидко, зазвичай після закінчення терміну окупності проектів.

Виникнення та особливий розвиток екологічного туризму тісно пов'язаний з історією виділення природних територій, особливо привабливих з естетичної та рекреаційної точки зору, з розробкою нормативів їх використання та охорони.

У розвинених країнах екотуризм також є прибутковим бізнесом. Наприклад, система національних парків США є найбільшою системою туристичних атракцій у світі – на початку 1990-х років. Національні парки США приймали приблизно 270 мільйонів туристів на рік, а парки в окремих штатах – ще 500 мільйонів відвідувачів [41].

При цьому в багатьох штатах кількість туристів більш ніж у п'ять разів

перевищувала чисельність населення цього штату. У Канаді національні парки під федеральною юрисдикцією приймають 20 мільйонів туристів на рік, а провінційні – 47 мільйонів [22]. Міжнародні туристичні прибуття в 2021 році зменшилися на 72%, або на 1 мільярд людей порівняно з 2019 роком і зросли на 4%, або 15 мільйонів людей порівняно з 2020 роком. А прямий внесок туризму в світовий ВВП скоротився на 1,6 трильйона доларів [26]. У таблиці 1.1 наведені показники розвитку ринку туристичних послуг в до пандемічний та пандемічний період (2019 – 2021 рр.).

Таблиця 1.1 – Показники розвитку ринку туристичних послуг в до пандемічний та пандемічний період (2019 – 2021 рр.) [31]

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Міжнародні туристичні прибуття, млрд. осіб	1464	400	415
Експортні доходи від міжнародного туризму (міжнародні туристичні квитанції + пасажирські перевезення), млрд. дол. США	1700	638	700 – 800
Прямий валовий внутрішній продукт туризму (TDGDP), трлн. дол. США	3,5	1,6	1,9

В сучасному світі існує кілька тенденцій, що зумовили появу концепції екотуризму.

По-перше, туризм став одним з найбільших видів економічної діяльності у світі. Кількість туристів, які відвідують природоохоронні території по всьому світу, зростає, а разом і з цим зростає і потенційна шкода природним комплексам, що в свою чергу стає серйозною проблемою. З іншого боку, стало зрозуміло, що туризм, за умови раціонального управління, може забезпечити суттєву фінансову підтримку природоохоронної діяльності та підвищити значення територій, які мають бути збережені в їхньому

природному стані. Екологи почали проводити ряд досліджень про те, як змусити туризм «працювати» на охорону природи, щоб при цьому природоохоронні території могли стати «самодостатніми».

По-друге, з роками стало зрозуміло, що успіх природоохоронної діяльності не можна розцінювати виключно в якості «заборонних» заходів, особливо коли вони суперечать інтересам місцевого населення. Для цього необхідно зробити ставлення до природи економічно вигідним, а місцеве населення – більш екологічно вихованим. Важливу роль тут може відіграти туризм.

По-третє, змінюються пріоритети і прагнення туристів. Все більше людей, особливо в індустріально розвинених країнах, їдуть з міст на відпочинок до незайманої природи. На противагу традиційному «пляжно-курортному» відпочинку, зростає попит на активні та пізнавальні тури [26].

На сьогоднішній день індустрія туризму є однією з найбільш динамічних форм міжнародної торгівлі послугами. Наприклад, за останні 20 років середньорічний темп зростання кількості іноземних туристів, які прибувають у світ, становив 5,1%, а валютних надходжень – близько 14%. У таблиці 1.2 наведено Тенденції розвитку міжнародного туризму в 2017 – 2021 рр. в допандемічний та під час пандемії COVID-19.

Таблиця 1.2 – Тенденції розвитку міжнародного туризму в 2017 – 2021 рр. в допандемічний та під час пандемії COVID-19 [31]

Рік	Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб	Темпи приросту (падіння) по відношенню до попереднього року, %	Динаміка росту в абсолютному значенні по відношенню до попереднього року, млн. осіб
2017	1332	7%	89
2018	1407	5%	75
2019	1464	4%	54
2020	400	-73%	1064
2021	415	4%	15

Як видно з таблиці 1.2 падіння міжнародного туризму на 73% у 2020 році пов'язане з обмеженнями на подорожі, страхами споживачів і глобальною боротьбою проти коронавірусу. Все це зробило цей рік найгіршим в історії туризму. Станом на 24 березня 2022 року без обмежень у зв'язку з COVID-19 залишилося 12 напрямків, і ще більше послабили або скасували обмеження на поїздки, щоб запобігти виснаженню попиту. Вплив глобальних чинників на зміну глобальних туристичних прибуттів у період з 2000 по 2021 рік показано на рисунку 1.2.

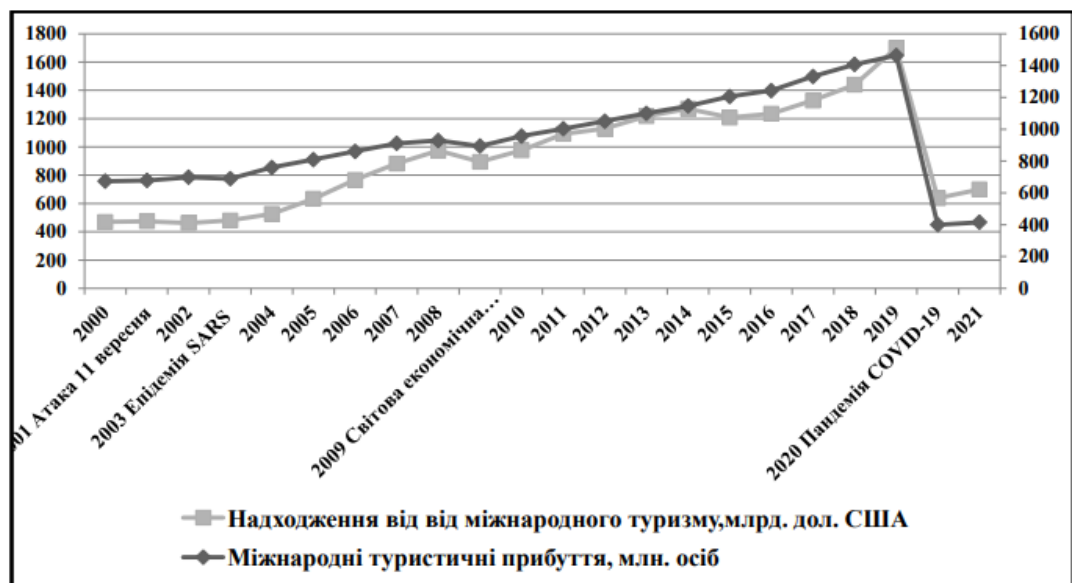


Рис. 1.2 – Вплив глобальних чинників на зміну кількості туристичних подорожей та надходжень у світі у 2000 – 2021 рр. [34]

Аналізуючи рисунок 1.2, варто відмітити, що вплив глобальних чинників (терористична атака 11 вересня 2001 року в США; епідемія SARS-CoV-2; світова економічна криза та пандемія COVID-19) майже однаково впливала на зміни кількості туристичних прибуттів та отримання надходжень від туризму в світі в період 2000 – 2021 рр.

На сьогоднішній день, як зазначають у своїх наукових роботах вітчизняні вчені О. А. Сущенко та В. В. Кравченко: «Туризм є однією з провідних і найбільш динамічних галузей економіки та за швидкі темпи

зростання він визнаний економічним феноменом сторіччя» [14].

О. Г. Зима [9] вважає, що «Екологічний туризм – це вид туризму, який містить в собі ознаки як природно-орієнтованого, так і сталого розвитку. Він є взірцем для перезавантаження всієї індустрії туризму, тому що сучасний світ вимагає обов'язкового збереження біорізноманіття навколишнього середовища, охорони природного та культурного спадку».

Отже, основними причинами виникнення екотуризму вважаються такі зміни соціального життя, як концентрація людей у містах, скорочення фізичного життя та збільшення можливостей для подорожей. Віддаленість районів земної кулі та зміни в соціальному житті призвели до більш активного використання вільного часу, який здебільшого використовувався і використовується для відновлення людини після важкої праці.

Сьогодні багато працівників проводять більшу частину свого часу за комп'ютером, тому у них просто не вистачає фізичної активності, що є цілком зрозумілим фактом. Зрозумілим також є бажання змінити ситуацію із закритого середовища на відкритий простір. В даному випадку головною метою для людини є зняття нервового та інтелектуального напруження, що в свою чергу покращить її емоційний стан.

Тому традиційна відпустка – щорічне перебування на морі (і в одному і тому ж місці) – трансформується у щось більш насичене враженнями та подіями.

1.3. Екологічні технології як складова екотуризму. Міжнародні документи з перспектив розвитку екологічного туризму

Екологічний туризм згадується в кількох важливих, та офіційних міжнародних, хоч й не директивних, деклараціях:

1. Програма ООН захисту навколишнього середовища (UNEP), 1995 р.
2. Хартія ЮНЕСКО зі сталого туризму (Лансароте, 1995).
3. Севільська стратегія для біосферних резерватів (ЮНЕСКО) 1995.

4. Декларація про сталий розвиток туризму, прийнята міністрами туризму та охорони природи Азійсько-Тихоокеанського регіону в 1997 році.

5 Берлінська декларація – «Біорізноманіття та сталий туризм», підписана міністрами з 18 країн на Міжнародній виставці туристичного обміну (ITB) 1997 року за ініціативи Федерального міністерства навколишнього середовища Німеччини. Документ узгодив ключові цілі глобальної екологічної політики, а саме: збереження біорізноманіття та сталий розвиток туризму.

Підписанти документу погодилися з ключовими цілями глобальної екологічної політики: збереження біорізноманіття, стійкість клімату та зменшення споживання природних ресурсів не можуть бути досягнуті без розвитку сталого туризму.

6. «Проект Міжнародних керівних принципів щодо дій щодо розвитку стійкої туристичної діяльності сталого розвитку туризму», Санто-Домінго, 2001 р. Цей документ був підготовлений Радою керуючих Комісії ООН зі сталого розвитку (CDS) під егідою (UNEP) [39].

На Всесвітньому саміті з екотуризму, що відбувся у травні 2002 року, було прийнято Квебекську декларацію з екотуризму, яка містить рекомендації щодо розвитку екотуризму в кожній країні. На саміті було досягнуто консенсусу щодо тлумачення терміну «Екотуризм».

Як вже було підкреслено раніше, хоч термін «Екотуризм», як туристичний термін використовується вже більше 20 років, відсутність чіткого визначення поняття призводить до знецінення концепції цього виду діяльності загалом.

У Декларації щодо цього виду діяльності загалом зазначається, що з концепції «сталого туризму» поняття «екотуризм» може бути застосоване лише до туризму, спрямованого на охорону навколишнього середовища, визнання та повагу прав місцевих і корінних народів, політичну та фінансову підтримку збереження культури та екологічну освіту для туристів.

Для стимулювання та розвитку належних дій UNEP спільно з іншими

міжнародними організаціями, зокрема зі Всесвітньою туристичною організацією та ЮНЕСКО, займається визначенням поняття стійкого туризму та його пропагандою шляхом публікації посібників та довідників, а також шляхом обміну досвідом та підтримки показових проектів. UNEP також висуває принципи сталого туризму, які спрямовані на створення міцної основи щодо різноманітних угод, регламентуючих цю промисловість [48; 50].

Також слід зазначити, що ще в 1994 році World Travel & Tourism Council (WTTC) започаткувала програму вдосконалення індустрії подорожей і туризму відповідно до Порядку денного на XXI століття, наголошуючи на вирішальній важливості переходу від теорії до практики. Те, що починалося як програма екологічного менеджменту для туристичних агентів «Зелена планета», незабаром перетворилося на програму для операторів туристичних напрямів. На цьому її розвиток не зупинився, і дана програма пішла ще далі, включивши в себе процедуру сертифікації маршрутів, засновану як на практичному досвіді Міжнародної організації зі стандартизації, так і на досвіді, отриманому в ході реалізації Порядку денного на XXI століття.

На сьогоднішній день у програмі «Зелена планета» беруть участь приблизно 500 організацій, що діють приблизно в 100 країнах світу і займаються вдосконаленням практичних заходів з охорони та покращення навколишнього середовища [48].

Слід зазначити, що перспективи інноваційного регіонального розвитку значною мірою залежать від успішності регіональної екологічної політики. Основним завданням для розвитку екотуризму є сприяння регіональній інноваційній діяльності, модернізація технологій і навколишнього середовища та досягнення балансу між раціональною потребою в сучасних технологіях та існуючим потенціалом досліджень і розробок.

Відповідно до сучасних тенденцій у бізнес-стратегії, необхідно враховувати можливі розробки в різних сферах наукової та соціальної діяльності, щоб, з одного боку, створювати економічно життєздатні

продукти, а з іншого – відповідати стандартам охорони навколишнього середовища та безпеки. Існує багато міжнародних прикладів такої співпраці. В цілому можна відзначити, що Організація Об'єднаних Націй відіграє велику роль у об'єднанні зусиль світової спільноти з охорони природних ресурсів планети. Ряд комісій ООН роблять свій внесок у пропаганду ідей екологічного туризму

На рисунку 1.3 представлені базові організації, що беруть активну участь у формуванні та реалізації глобальної екотуристської політики.

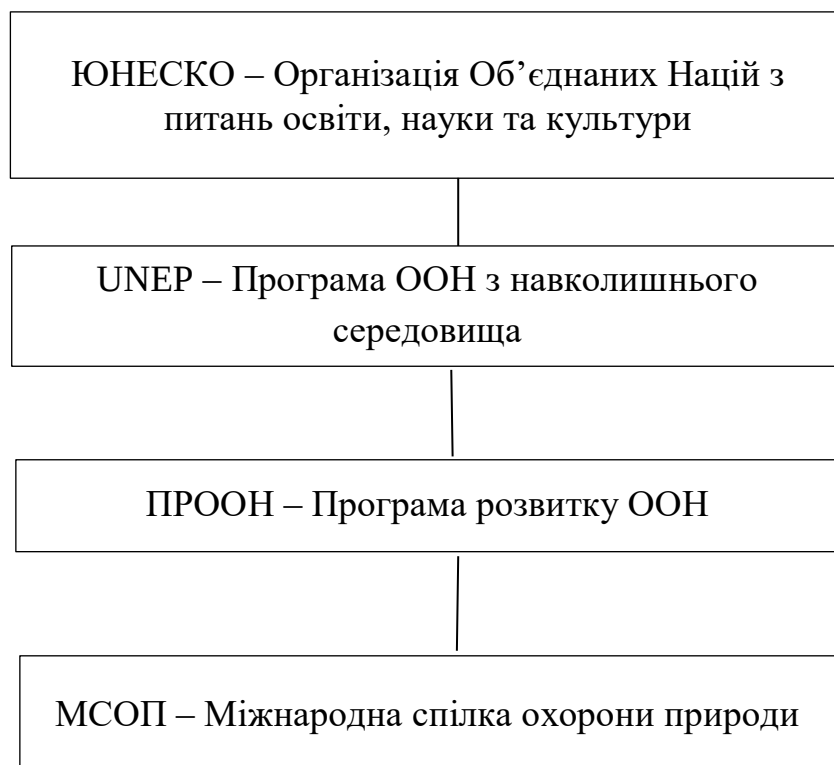


Рис 1.3 – Основні організації, що беруть активну участь у формуванні та реалізації глобальної екотуристської політики

Джерело: розроблено автором

Основна спрямованість вищезгаданих міжнародних програм полягає у природоохоронній функції та організації моніторингу біологічного розмаїття, створенні системи ефективного управління природними ресурсами, інтеграції екологічного та історико-культурного потенціалу до соціально-

економічного розвитку регіону.

Вагомий внесок у реалізацію міжнародних угод та програм розвитку екологічного туризму роблять Міжнародні фінансові організації:

- Світовий банк – Міжнародний банк реконструкції та розвитку;
- Всесвітній фонд охорони дикої природи;
- Глобальний екологічний фонд.

З метою довгострокового фінансування особливо охоронюваних природних територій (ООПТ) в країнах, що розвиваються, створюються та діють природоохоронні трастові фонди, що надають фінансову допомогу національним паркам та видам природоохоронної діяльності, тощо [49].

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) – міжурядова організація, створена під егідою ООН 1975 р. для координації дій світової спільноти з метою розвитку туризму, здійснює проведення глобальної туристської політики [48]. Велику роботу з просування ідей екологічного туризму у світі було проведено ЮНВТО у 2001 – 2002 роках.

У період підготовки та проведення Міжнародного року екологічного туризму. 19 – 22 травня 2002 р. під егідою UNEP та ЮНВТО відбувся Всесвітній саміт з екологічного туризму в Квебеку (Канада) за участю понад 1100 представників із 132 країн світу.

Учасники саміту виробили низку рекомендацій урядам, представникам приватного бізнесу, міжурядовим та громадським організаціям, дослідницьким інститутам, міжнародним фінансовим установам, місцевим співтовариствам для розвитку екотуризму в контексті його сталого розвитку.

Отже, за роки свого існування Екотуризм став предметом низки важливих офіційних міжнародних декларацій. Серед них можна виділити Берлінську декларацію про біорізноманіття та сталий туризм (1997) та Квебекську декларацію про екотуризм (2002). Зокрема, Квебекська декларація визначає низку критеріїв, яким повинні відповідати екотуристичні продукти. Серед них політична та фінансова підтримка захисту довкілля, визнання та повага до прав місцевих та корінних народів, а також культурна

та екологічна освіта для туристів. Дані документи визначають екологічні, економічні та соціальні складові сталого розвитку туризму.

Також екологічні принципи сталого розвитку туризму наголошують на раціональному використанні ресурсів і включають мінімізацію та переробку відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів і технологій з мінімально можливим впливом на природне та культурне середовище, ефективне використання енергії та альтернативних джерел енергії, зменшення шкідливого впливу транспорту тощо.

В розроблені екологічні принципи також входить активне використання екологічно чистих видів транспорту. Увага також приділяється необхідності збереження біорізноманіття та дбайливого ставлення до вразливих природних систем. Фактично можна заявити, що екотуризм представляє собою специфічний вид туризму, який поєднує в собі збереження природи та її сталий розвиток. Він слугує моделлю для перезавантаження всієї туристичної галузі, оскільки в сучасному суспільстві важливим є збереження біорізноманіття навколишнього середовища та захист природної і культурної спадщини. Слід зазначити, що екотуризм слід розглядати не тільки як вид туризму, але і як основу для стратегії управління розвитком туристичного сектору країни [38].

Можна привести конкретні світові приклади успішних екологічних туристичних проєктів, які слугують моделями сталого розвитку та взаємодії із природним середовищем. Яскравим прикладом стануть Канада, Беліз і Фінляндія, в державних органах яких створено окремі департаменти або консультаційні ради з екологічного туризму при відповідних міністерствах.

Провідні та найбільш інноваційні продукти екотуризму в Австралії, які працюють з мінімальним впливом на місцеву природу та надають можливість дізнатися про навколишнє середовище з операторами, які віддані досягненню найкращих практик, розумному використанню ресурсів, сприянню збереження екології та допомозі місцевим громадам.

Усі промислові активи США оцінюються та розглядаються з точки

зору альтернативних джерел енергії, таких як сонячна, вітрова та батареї, незалежно від місцевих тарифів на комунальні послуги чи прямого вимірювання комунальних послуг орендарем, що може зменшити споживання енергії та викиди вуглецю. В даний час більшість складських будівель використовує світлодіодне освітлення, і є прагнення збільшити це до 100% світлодіодів. Весь комерційний портфель США скеровується за допомогою стандартизованих протоколів стійкості, встановлених Starwood Capital Group. Сторонні керівні команди перевіряються на предмет відповідального управління, справедливого найму та практики працевлаштування, а також їхні знання та екологічну відданість [51].

Понад 1200 багатоквартирних будинків використовують операційну систему розумного будинку, яка економить електроенергію шляхом раціоналізації споживання енергії, а також може зменшити витрати на технічне обслуговування шляхом моніторингу таких проблем, як витoki води. Це може зменшити викиди вуглецю та запобігти катастрофічним витokам води та пошкодженню житлових фондів.

Завдяки численним інвестиціям у землю через численні фонди компанія Starwood Capital Group використовує практичний підхід до збереження незамінних середовищ існування та мінімізації впливу промислово-технічного розвитку на крихкі екосистеми. Одна з розробок у Флориді отримала сертифікат Green Development від Florida Green Building Coalition на основі ряду практик у масштабах громади, які дотримуються принципів стійкого розвитку, зокрема: змішане землекористування, що дозволяє жителям, щоб задовольнити більшість щоденних потреб проходити відстань від їхніх домівок пішки, або на велосипеді як основному виді транспорті; більше 7000 акрів відкритої площі із загальної площі громади приблизно 11000 акрів; контроль зрошення на громадських і приватних землях, що зберігають воду шляхом реагування на ландшафтні умови вирощування; широке використання місцевих рослин і трав в ландшафтному дизайні; два природних озера площею приблизно 500 акрів кожне із

захищеними берегами для відпочинку; освітлення, сумісне з темним небом, щоб зменшити відблиски, усунути зайве світло та зберегти наше наповнене зірками небо. У Колорадо було об'єднано території розвитку, щоб утворити коридори для диких тварин, таких як олені, лосі, ведмеді та дикі індики. У Каліфорнії продуманий екологічний дизайн у земельному плануванні не лише зберігає середовище існування дикої природи, але й додає цінності та задоволення власникам будинків і відіграє значну роль у їхньому виборі жити в тих громадах [52].

Компанія проектує та будує пішохідні стежки, які забезпечують жителів чудовими видами спорту на свіжому повітрі, а також допомагають їм спілкуватися з природою. Окрім активного підходу до землеустрою, було вжито низку заходів щодо захисту землі та природних ресурсів. Вони включають будівництво мостів, щоб уникнути територій із чутливими дубовими деревами та іншими природними середовищами існування, а також збереження води шляхом (1) будівництва систем зберігання та розподілу меліорованої води, (2) використання місцевого та стійкого до посухи ландшафту та (3) використання меліорованої води для зрошення. В партнерстві було проінвестувало 13 мільйонів доларів США у відновлення постійного коридору для представників дикої природи довжиною 2,5 милі, щоб допомогти в міграції місцевих диких звірів. Коридор став кінцевою точкою сполучення між горами Санта-Ана та прибережним середовищем округу Орандж. Зроблені інвестиції доводять, що, навіть розробляючи землю, можна допомогти зберегти її.

Корпорації та окремі особи приділяють велику увагу здоров'ю навколишнього середовища у своїх процесах прийняття рішень, проявляють інтерес до чистих джерел енергії зріс. Компанія Starwood Energy Group, стала лідером у просуванні галузі до екологічнішого виробництва енергії. Компанія провела і далі проводить перепрофілювання певних теплових активів для зменшення викидів у повітря та переходу на більш енергоефективні операції. Вона також шукає можливості у сфері

відновлюваного природного газу, біопалива, енергоефективності, уловлювання вуглецю та інших ініціатив з низьким або нульовим вмістом вуглецю [48]. З моменту свого заснування в 2005 році команда інвестувала в низку проектів чистої енергії по всій Північній Америці, включно з вітровою, сонячною та іншими відновлюваними джерелами енергії:

STARWOOD SOLAR SAULT STE. MARIE, Онтаріо, Канада: трифазний сонячний фотоелектричний проект постійного струму потужністю 69 мегават – одна з найбільших сонячних електростанцій у Канаді.

БЕРЛІНСЬКА СТАНЦІЯ, Берлін, Нью-Гемпшир: 75-мегаватна електростанція, що працює на дровах – одна з найбільших електростанцій на біомасі на північному сході.

ЦЕНТР ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГІЇ ГЕЙНСВІЛЛЯ, Гейнсвілл, штат Флорида: 100-мегаватна електростанція, що працює на дровах – одна з найбільших електростанцій на біомасі в США.

HUDSON AND NEPTUNE TRANSMISSION PROJECTS, Нью-Йорк і Нью-Джерсі: два проекти, які після початку роботи в 2007 і 2013 роках забезпечили споживачам у Нью-Йорку та Лонг-Айленді доступ до значно дешевших і більш різноманітних джерел енергії, включно з недорогими сланцевим газом, ядерною енергією та відновлюваними джерелами енергії [54].

NAUTILUS SOLAR ENERGY, Саміт, Нью-Джерсі: провідний виробник сонячної енергії.

ВІТРЯНИЙ ПРОЕКТ SHANNON, округ Клей, Техас: 204 мегават. Проект уклав 13-річну угоду про купівлю кредиту на відновлювану енергію з Facebook, Inc.

STEPHENS RANCH WIND PROJECT, округ Лінн, штат Техас: двофазний проект загальною потужністю 376 мегават, який почав комерційну експлуатацію в листопаді 2014 року. Фаза II проекту була завершена в травні 2015 року.

ХОРС-КРІК, округи Нокс і Хаскелл, штат Техас: вітрові проекти потужністю 230 МВт, які почали комерційну експлуатацію в жовтні

2016 року.

NORTH WEST OHIO WIND, штат Огайо: 100-мегаватна вітрова електростанція. Контракт на реалізацію проекту укладено з General Motors на 100% продукції за проектом згідно з довгостроковою угодою про закупівлю електроенергії.

Starwood Capital Group неодноразово демонструвала, що екологічно свідоме інвестування також може бути прибутковим. Незалежно від того, чи використовуються вони для готелів, офісів, житлової чи енергетичної інфраструктури, стійкий дизайн і практики часто призводять до більш ефективних процесів, які зменшують витрати та підвищують вартість активів нерухомості [53].

Таке майно також виграє від зростаючого попиту з боку екологічно свідомих орендарів, покупців та інвесторів. Як лідер галузі, компанія служить в якості розпорядників навколишнього середовища для заохочення стійкого розвитку.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРИКЛАДІ САДИБИ «КРАСА КАРПАТ» МІСТО ЯРЕМЧЕ, ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

2.1. Організаційно-економічна характеристика «Краса Карпат»

Садиба «Краса Карпат» розташована у Закарпатті. Тут існують передумови для розширення туристичної сфери регіону шляхом створення підприємств зеленого туризму в селах незадіяних в існуючій системі туризму.

Потенційними споживачами даного виду послуг є туристи, які відвідують Закарпаття в період курортного сезону і міжсезоння.

Для того щоб бути віднесеною до тієї чи іншої категорії, садиба повинна відповідати цілому набору вимог – до матеріально-технічного забезпечення, якості послуг, самим господарям. Всього в такому списку 12 основних пунктів.

За останнє століття Закарпаття під різними назвами входить до складу багатьох державних утворень: Австро-Угорщини, Чехословацької Республіки, Карпатської України, Угорщини, Закарпатської України, Української Радянської Соціалістичної Республіки, України [1, с. 16].

Крім інших галузей народногосподарського комплексу в Закарпатті стрімкими темпами розвивається туризм-один з найбільш перспективних напрямків життєдіяльності сучасної людини. Цей процес вимагає пильної уваги дослідників [46].

В даний час туризм як сфера господарського комплексу забезпечує десяту частину світового валового продукту. До того ж ця галузь розвивається такими темпами, що в найближчому часі може стати найважливішим сектором підприємницької діяльності.

Мережа оздоровчих, рекреаційних та туристичних об'єктів області у 2018 році нараховувала 511 об'єктів, з них: 23 – оздоровчих, 126 –

рекреаційних, 362 – туристичних [43].

Таблиця 2.1 – Мережа туристичних закладів, 2018 рік

Рік	Кількість туристичних та санаторно-лікувальних закладів	у т.ч. оздоровчих	у т.ч. рекреаційних	у т.ч. туристичних
2014	392	24	123	245
2015	392	24	123	245
2016	443	18	146	279
2017	445	23	103	319
2018	511	23	126	362

У 2018 році для інформування туристів та гостей щодо наявних туристичних можливостей на території області функціонувало 25 туристично-інформаційних центрів, (у 2017 р. – 24; у 2016 р. – 19; у 2015 та 2014 роках – 28).

На території області діють 63 гірськолижні витяги (52 бугельних, 8 крісельних, 2 якірних, 2 елеваторного типу), 33 ратракита, 44 пункти прокату гірськолижного спорядження.

Загальна довжина промаркованих маршрутів за 2016 – 2018 роки становить 204,9 км.

Як свідчить туристична статистика Закарпаття, саме ця галузь є найперспективнішою в нашому регіоні з його багатими природними та історико-культурними ресурсами [50].

У регіоні функціонують понад дві тисячі об'єктів ресторанного профілю, понад 600 об'єктів готельного бізнесу (з них 96% до 100 номерів, 4% до 500 номерів).

Серед найоригінальніших виділяють готель-ранчо в с. Барвінок, Мілітарі-готель в с. Гукливе, велнес-готель в м. Ужгород.

В області діють більше трьох тисяч сільських садиб, які надають послуги туристам, більше ста гірськолижних витягів, більше двадцяти SPA –

і велнес-об'єктів, більше ста туроператорських і турагентських підприємств [33, с. 64].

Основу регіонального туризму становить Внутрішній туризм, на який припадає близько 80 – 90% поїздок жителів центральних і східних регіонів України. В'їзний або іноземний туризм в Закарпатті має близько 10 – 20%. А найчастіше наш регіон відвідують жителі Угорщини, Білорусії, Словаччини, Чехії, Швейцарії.

Серед перспективних видів туризму в Закарпатті розвивається транзитний туризм, для якого створені всі умови. Культивується і специфічний прикордонний або сусідський туризм.

Великим попитом користується новий напрямок регіонального туризму, що включає подорож по всіх восьми країнах регіону Карпат.

Закарпаття часто називають «Українською Швейцарією», «срібною землею»... а ще кажуть – «Край зеленого золота». 70% території області займають Карпатські гори. Разом з Альпами і Балканами вони характеризуються найбільшим біорізноманіттям, значним природо-ресурсним потенціалом, високим ступенем збереження дикої природи. Тут знаходиться 450 об'єктів природо-заповідного фонду України [44, с. 4].

Таким чином, успішний розвиток туризму в Закарпатті можливий з урахуванням традицій, місцевої специфіки та стратегічного курсу України на вдосконалення цієї галузі в умовах євроінтеграції [45, с. 71].

Останнім часом одним з популярних видів відпочинку є екологічний туризм, завдання якого полягають в тому, щоб протидіяти негативному впливу на природу; зробити популярним відпочинок на свіжому повітрі і вести здоровий спосіб життя; вивчати культуру рідної землі.

Екологічний туризм передбачає відмовитися від благ цивілізації на користь гармонії з природою. Туризм стає екологічним тоді, коли ступаючи на лісову туристичну стежку, людина починає усвідомлювати свою відповідальність перед природою.

Екологічні маршрути в основному пролягають через національні парки

і заповідники. Привабливими об'єктами екологічного туризму в першу чергу є унікальні природні об'єкти (водоспади, скелі, каньйони, гейзери, печери), рідкісні та екзотичні представники тваринного і рослинного світу, природні та культурні ландшафти, об'єкти природної та історичної культурної спадщини. Мандрівники розширюють свої знання про навколишній світ, досягають духовної і моральної досконалості.

Слід зазначити, що при екотуризмі в Закарпатті відпочиваючі люди дотримуються наступних правил:

- використовують виключно екологічно чисті види транспорту-велосипеди, безмоторні човни;
- організовують привали, туалети, багаття тільки в спеціальних для цього місцях;
- грамотно утилізують сміття (сміття збирають, а після він надходить на спеціальну переробку);
- залучаються для вирішення місцевих екологічних проблем;
- збирають гриби, ягоди, лікарські рослини тільки в дозволених зонах;
- здійснення будівництва в дозволених зонах;
- здійснюють будівництво місць відпочинку-готелі, кемпінги – з екологічно чистих матеріалів.

Екологічний туризм на відміну від масового є більш «м'яким» видом туризму, і надає мінімальної шкоди на природу.

Екотуризм дозволяє залучити грошові кошти на охорону навколишнього середовища, а так само на підтримку місцевих жителів. Екотуризм сприяє розвитку тих регіонів, в яких він є популярним, як з економічного, так і з соціально-культурного боку. Розвиток туризму надає стимулюючий вплив на такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання [28, с. 58].

Зелений туризм в Західній Україні передбачає подорож в один з найпривабливіших і перспективних природних об'єктів – Закарпаття. Здавна

основним заробітком гуцулів вважалося скотарство, столярне і гончарне ремесло, ковроплетіння, виготовлення вишитих рушників і сорочок. Завдяки відсутності промислових зон тут збереглася первозданна природа. Чарівні пейзажі, наповнений ароматом різнотрав'я, найчистіше повітря, гірські річки і водоспади, неповторний національний колорит – це далеко не все, що чекає екотуристів під час відпочинку в Закарпатті.

Синевир-красиве озеро з таємничою історією.

Тут можна пересуватися на велосипеді і зупинитися на нічліг в наметі, або вибрати місце для проживання в одній з численних зелених садиб, розкиданих на гірських схилах. Активних мандрівників чекають рафтинг і сплави по річках на байдарках, купання в гірських озерах і річках, рибна ловля, катання на конях, поїздки на квадроциклах та інші види розваг. Ті, хто любить оглядати місцеві визначні пам'ятки, можуть відвідати:

1. Водоспад Шипіт на схилі Боржавської полонини і побачити каскади води, спадаючі з висоти 14 метрів;
2. Озеро Синевір-найбільша водойма в Карпатах з площею близько 5 га і глибиною 24 метри, розташована в Межигірському районі;
3. Озеро Несамовите на чорногорському хребті, що має льодовикове походження;
4. Народну столицю Гуцульщини-село Космач, що зберегло особливий гуцульський колорит в архітектурі будівель;
5. Село Шешори з каскадом водоспадів на річці Пістинку і знаменитим рестораном «Аркан», де можна покуштувати приготовлену на вугіллі форель.

Шешори-гуцульське село на висоті близько 600 м над рівнем моря.

Екологічний туризм в Закарпатті – це можливість пожити в автентичному гуцульському домі, освоїти народні промисли, познайомитися з народними звичаями, традиціями і культурою українців-русинів.

Екологічний туризм в Закарпатті – це різні варіанти подорожей, присвячених відпочинку в екологічно чистих місцях, вивченню природного середовища і унікальних природних об'єктів [50].

Це може бути похід в ліс або гори з ночівлями біля багаття, велосипедна прогулянка по заповідних територіях і парках. Вельми поширеним типом екологічного туризму в Закарпатті є волонтерські походи, спрямовані на прибирання сміття на якійсь природній території та екологічних акціях. Екотуризм істотно відрізняється від інших форм своїм позитивним впливом на сталий розвиток природних територій, виражене в балансі екологічних, соціально-культурних та економічних впливів туризму.

Екотуризм в Закарпатті передбачає дбайливе ставлення до природи, додаток максимальних зусиль до її збереження.

Екологічний туризм в Закарпатті поєднується з іншими цілями подорожі, такі як, перемежування скелелазіння і сплав по річках; покупками в місцевих магазинах з різними екскурсіями [48].

В останні роки екотуризм став розвиватися активніше, оскільки зі зростанням міст залишається все менше місць, де можна відпочити, насолодитися співом птахів, не почувши шуму проїжджаючих автомобілів, і все більше людей прагнуть відвідати місця, де це ще можливо.

Зелений туризм на території України дуже популярний. Особливо сильний бум припадає на Карпати – місцевість, де зосереджено безліч незайманих людиною природних об'єктів, атмосферних селищ і дивовижних рослин.

Зелений туризм в Карпатах-це основний вид відпочинку. Власники готелів і віталень дворів створюють об'єкти з екологічно чистої сировини. Багато гостей приїжджають, щоб поправити здоров'я у природних мінеральних джерел, тому що Карпати – це ідеальна локація для відпочинку в природних умовах.

Зелений туризм – це туристична подорож в період вегетації флори.

Іншими словами, це поїздка на відпочинок в літній і весняний час, коли можна побачити максимально широке розмаїття рослин того чи іншого регіону. Зелений туризм в Карпатах – це можливість помилуватися на стародавні рослини, які є тільки в цьому місці і більше ніде.

Багато таких видів давно занесені в Червону Книгу і скоро можуть зникнути з лиця землі. Саме тому зелений туризм – це не тільки Оздоровлення на лоні природи, а й екологічне виховання дітей заради збереження навколишнього середовища [48].

Екологічна сторона зеленого туризму проявляється і в інших особливостях такого відпочинку. Особливо це:

Можливість подорожувати по природних заповідниках і локаціях, де людина ніяк не вплинула на природу. Незаймані ліси, гірські масиви і пустельні степи – це унікальні місця для такого виду подорожей.

Можливість відчувати колорит. Зелений туризм в Карпатах обійдеться недорого, тому що передбачає проживання в автентичних готелях-музеях або в звичайних будинках місцевих жителів. Велика частина віталень дворів – це будинки гуцулів, які будують їх власними руками. Туристи фактично приїжджають до них додому, де їх годують екологічно чистими продуктами і місцевими стравами.

Екотуризм дозволяє відпочити від життя в мегаполісі. Віддалення людини від природи часто призводить до почуття тривоги, хронічної втоми. Постійні стреси і напруга викликають безліч хвороб – і не тільки неврологічних. Екологічний відпочинок в Карпатах дозволяє знову стати частиною природи, розслабитися в тиші і відволіктися від повсякденної суєти, зняти стрес.

Такий тип відпочинку дозволяє пробудити усвідомлення крихкості і унікальності природи у дітей. Спостереження за зникаючими рослинами і цікаві екскурсії несуть в собі ще й пізнавальний, просвітницький елемент поїздки.

Практично будь-яке селище в Прикарпатті або в Закарпатті – це вже відмінний природний об'єкт для екотуризму. На цій території практично немає промислових зон, тому природа зберіглася у всій первозданній красі і чистоті. З давніх часів гуцули заробляли екологічними методами-скотарством, збиральництвом, столярним і гончарним ремеслами.

Для подорожі такого роду можна вибрати національні заповідники або парки. Поїздка в Національний природний парк Синевир буде відмінним варіантом для тих, хто хотів би подивитися на унікальне озеро і його флору. Недорогий зелений туризм в Карпатах-це відпочинок в Татарові або інших маленьких містечках з термальними або мінеральними джерелами. Також відмінний варіант-це поїздки в лісові масиви. Багатьох надихає природний заповідник Горгани з його хвойними породами дерев. Інші ж віддають перевагу поїздкам в природні парки Вижницький або Соколівські Бескиди.

Який би варіант не було обрано, зелений туризм – це відмінний шанс відправитися в похід-піший або на велосипедах. Такий активний відпочинок дозволяє поправити здоров'я, знайти нових друзів і відчутти себе частинкою величної природи [40].

Свіже повітря, джерельна вода, домашнє харчування (Закарпатська, угорська, румунська, словацька кухні) зустрінуть вас у садибі «Лісовий горішок» у селі Оріховиця (10 км від Ужгорода).

Якщо є бажання- організують екскурсію до «каменю щастя» або як ще його називають – «каменю бажань» або «каменю закоханих». За переказами, ще в старі часи місцеві жителі біля цього каменю загадували бажання. А сім'ї, в яких не було дітей, бажали біля каменю народження дитини. І, на подив, бажання, як правило, збувалися [49].

Недалеко від садиби в лісі Барвистий водоспад «Крижаник», Чорний Каньйон зі скельними масивами, реліктовий дуб, якому більше 500 років. Влітку тут пропонують пішу екскурсію лісом до папоротьових галявин, лісових ожинових плантацій. Тому нудгувати точно не доведеться.

Чим цікава ця садиба? Тут, у прямому сенсі цього слова, є «Лісова», «Березова», «Мисливська», «Гуцульська» та «Горіхова» кімнати. Інтер'єр кожної кімнати має свій етнічний колорит і стиль.

Орієнтовна вартість проживання на двох – 350 – 450 грн. на добу. За бажанням можна замовити харчування (вартість обговорюється індивідуально).

Для створення комплексної стратегії розвитку сільського туризму на території Закарпаття з чітким індикативним механізмом реалізації, необхідно достовірно визначити рівень стану і перспективи розвитку даного сегмента туристського ринку.

Порівнюючи слабкі сторони сегмента сільського туризму і можливості, наявні на українському ринку туристичних послуг, можна зробити наступні висновки: існуюча система управління, законодавча база, маркетингова система просування сільського турпродукту, кадровий, інвестиційний потенціал і інфраструктура туристичної галузі на селі не дозволяють повною мірою реалізувати можливості, наявні в Україні для розвитку агротуризму. При існуючому стані справ буде складно розраховувати на активний розвиток сільського туризму, що природним чином відбитися як на рівні розвитку тур галузі, так і на рівні конкурентоспроможності сільських територій [37].

Найпростіші вимоги:

- наявність і якість під'їзної дороги;
- наявності вивіски з назвою садиби;
- стан будівлі, стан меблів;
- відповідність санітарним нормам;
- наявність гарячої та холодної води в будинку;
- кухня (її наявність і якість, колоритність);
- володіння господарями інформацією про довколишні пам'ятки та інших цікавих для туриста місцях.

Серед високих вимог:

- підведені комунікації;
- окремий вхід для відвідувачів;
- наявність висновку ветеринарної служби про безпеку продукції, вирощеної на присадибній ділянці;
- ліжка з ортопедичними матрацами;
- гараж для автомобіля і т.д.

Після докладної оцінки, яка займає 2 – 3 години, садибі присвоюється певна категорія – від одного до чотирьох «півників». Сертифікація дійсна протягом двох років. Ця інновація дуже корисна, тому що у туристів з'явиться готова система градації садиб за рівнем і якістю послуг, що надаються, і до того ж, така сертифікація сприяє здоровій конкуренції, а значить – зниженню цін і підвищенню якості обслуговування [7].

Комплекс «Краса Карпат» пропонує досить великий спектр послуг і розваг за окрему плату, а саме: організація риболовлі, організація нічної риболовлі, організація полювання, прогулянка на катері, сафарі на уазах (з пікніком), лазня, лазня на меду, квадрацикл Yamaha, скутер, кінні прогулянки, катання на бричці (санях), більярд, тенісний корт, водні лижі, гра «Ringo», прокат човна, катамарана, прокат роликів ковзанів, прокат велосипеда, бадмінтон, дартс, прокат волейбольного м'яча, спінінг, вудка, оренда мангала, послуги кухаря, підготовка мангала персоналом, підготовка м'яса для гостя (для шашлику), топка каміна, снігоходи.

Обслуговуючий персонал уважний до гостей, основна проблема полягає в тому, що складається він всього лише з 3-х осіб: адміністратор, хостес і покоївка, в той час як комплекс одночасно може розмістити 52 гостя.

Для проживання гостей пропонується двоповерховий будинок на 6 номерів (власне, сама «Краса Карпат») і 4 сільські садиби з усіма зручностями («Лисяча нора», «Заяча хата», «Ведмежий кут», «Вовчий лог»), розташованими поблизу.

У будинку 6 номерів (в кожній кімнаті телевізор, кондиціонер), камінний зал, їдальня, більярдна, ванна кімната на кожному поверсі (душова кабіна, умивальник, біде). На першому поверсі працює бар.

На території садиби розташована лазня з купелею. Надаються лазневі процедури: ароматерапія (ялицеве, евкаліптове, лимонне масло), джерельна вода в купелі, в кімнаті відпочинку супутникове телебачення, зв'язок по рації з персоналом для зручності клієнтів. Для дітей є спортивний куточок: гойдалки, гірка, турніки.

Територія являє собою упорядковану земельну ділянку площею 0,80 га, обгороджений кам'яно-дерев'яним парканом висотою 2,2 м на території знаходиться альтанка, тенісний корт, мангал, колодязь, автостоянка, гараж, будиночок для персоналу.

На березі озера (в 70-ти метрах від садиби) обладнаний пляж з альтанкою, понтоном, вишкою для пірнання і човновим гаражем.

Що стосується маркетингових заходів, то їх лєвова частка була проведена в перші роки існування туристичного комплексу, потім був створений сайт садиби «Краса Карпат» з безліччю красивих фотографій, розміщена реклама на туристичних сайтах, і виготовлені деякі сувеніри (диск з історією створення садиби і магніти з назвою садиби). А в даний час для залучення гостей запрошують зірок естради. Однак, слід зазначити, що реалізація ліжко-місць здійснюється тільки силами господарів, без участі туроператорів.

З нашої точки зору, істотними недоліками даної садиби є:

- відсутність стільникового та інтернет зв'язку на території садиби;
- кухня неналежної якості;
- відсутність покажчиків на дорозі до садиби;
- погана під'їзна дорога;
- «перебої» з гарячою водою;
- мізерний асортимент бару, враховуючи, що найближчий населений пункт, де є магазин, знаходиться в 7 км;
- немає висновку ветеринарної служби про безпеку продукції, вирощеної на присадибній ділянці;
- брак кваліфікованого персоналу [48].

На території клубу розташовані автостоянка, затишні альтанки для барбекю, обладнані майданчики для пікніків, дитячі майданчики і є декоративний ставок. У садибі «Краса Карпат» можна вибрати номер на будь-який смак. Адже номерний фонд-особлива гордість клубу: жоден з номерів не схожий один на одного, дизайн кожного розроблявся

індивідуально, а стиль інтер'єрів відповідає запитам найдосвідченіших і вимогливих гостей. Житловий комплекс садиби включає в себе три корпуси, четвертий корпус-спорткомплекс, конференц-зал і банкетний зал [49].

«Краса Карпат» має лінійну структуру управління. Вона характеризується тим, що на чолі всіх структурних підрозділів знаходиться Керівник, наділений усіма повноваженнями, здійснює одноосібне керівництво підлеглими йому працівниками і зосереджує в своїх руках всі функції управління. Розподіл функцій управління між відділами в садибі «Краса Карпат» показано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Розподіл функцій управління між відділами садиби «Краса Карпат»

Відділи:	Сфера відповідальності:
Генеральний директор	– здійснює загальне управління підприємством, яке спрямоване на досягнення головної мети організації
Адміністративно-господарська служба	– прибирання всіх номерів в готелі – прибирання всіх інших приміщень готелю – послуги прання та хімчистки для гостей готелю – послуги спорткомплексу
Служба прийому та розміщення	– вирішення питань, пов'язаних з бронюванням номерів, прийомом гостей, що прибувають в готель, їх реєстрацією, розміщенням за номерами, випискою, а також наданням різних послуг
Інженерно-технічна служба	– створює умови для функціонування санітарно-технічного обладнання, електротехнічних пристроїв, служб ремонту та будівництва, систем кондиціонування і теплопостачання
Фінансова служба	– аналізує, планує і контролює результати господарської та фінансової діяльності підприємства
Служба персоналу	– підбір персоналу; ведення обліку; – оформлення трудових книжок, лікарняних листів, складання графіка відпусток
Служба харчування	– організація харчування; – закупівля продовольства; – приготування їжі та оформлення страв; – складання меню ресторану, бару; – миття посуду, прибирання кухні та обладнання

З таблиці 2.2 видно, що всі функції в закладі грамотно розподілені між структурними підрозділами готелю і не відбувається дублювання функцій.

Проаналізувавши «матрицю функцій», можна зробити висновок, що на підприємстві за кожним з підрозділів закріплена якась функція, відсутнє дублювання функцій.

Місія садиби і просування послуг сервісу, що відповідають найвищим міжнародним канонам, заснованим на поєднанні кращих традицій і новітніх розробок в індустрії гостинності.

Основною метою садиби «Краса Карпат» є прагнення зайняти лідируючі позиції на ринку кемпінгів і баз відпочинку в Закарпатті.

Для досягнення цієї мети керівництвом поставлені наступні завдання:

- збільшити частку корпоративних клієнтів до 35%;
- посилити стимулювання продажів за допомогою рекламної компанії, збільшивши рекламний бюджет на 15%;
- збільшити обсяг продажів додаткових послуг в 1,5 рази.

В таблиці 2.3 наведено основні кадрові показники та показники господарської діяльності «Краса Карпат» за 2018 – 2019 р.

Таблиця 2.2 – Основні показники господарської діяльності у 2018 – 2019 році

Показники	2018 р	2019 р.
Чисельність персоналу, чол.	70	67
Кадровий склад: Середній вік персоналу	30 – 35 лет	30 – 35 лет
Кількість співробітників з вищою освітою, чол.	20	20
Кількість співробітників з середньою освітою, чол.	35	32
Кількість співробітників без освіти, чол.	17	17
Кількість співробітників служби прийому та розміщення	10	10
Об'єм продаж, тис. грн.	125784	89956
Коефіцієнт заповненості готелю	0,89	0,75
Середня ціна номера, грн.	2200	2300
Рентабельність діяльності	0,99	0,95

Як видно з таблиці 2.3 основні показники ефективності діяльності, такі як «Обсяг продажів» і «Рентабельність» діяльності дещо погіршилися в 2019 році, що пов'язано з падінням попиту на туристські послуги в 2018 – 2019 рр. в результаті зниження заповнюваності готелю керівництво змушене було прийняти рішення про скорочення чисельності на 3 людини в 2019 році.

Однак в даний час в провідних економіках світу відзначені стійкі тенденції до зростання і пожвавлення. Вже на початку 2020 року зріс попит на готельні та туристичні послуги. Галузь відновлюється, тому доцільно розвивати і вдосконалювати свою діяльність з метою підвищення обсягів наданих послуг і отриманого прибутку.

2.2. Оцінка стану інновацій в діяльності підприємства «Краса Карпат»

Предметом діяльності підприємства сільського зеленого туризму еко-садиби «Краса Карпат» є: надання послуг з розміщення в сфері міжнародного та внутрішнього туризму; популяризація сільського туризму; популяризація енергозберігаючих технологій.

Садиба «Краса Карпат» побудована з максимальним використанням принципів екологічного, пасивного будівництва, являє собою невеликий півтораповерховий будинок, побудований з натурального дерева.

Перед будинком є літній майданчик та барбекю, малошумящий генератор і система акумуляторів, так що села не електрифіковано. Автономним є і водопостачання – колодязь. В крани і душ вода надходить самопливом з накопичувальної системи. Будинок є пасивним, так як він незалежний від енергосистеми, що завдає шкоди природі, електропостачання в будинку, але воно автономне [27, с. 50].

В садибі «Краса Карпат» також немає телевізора і радіо. А в якості холодильника використовується колодязь.

В садибі «Краса Карпат» є все необхідне для людини, яка готовий переступити звичні міські межі, і на деякий час знову стати ближче до

природи. У будинку скрізь присутні природні матеріали. Інтер'єр складається переважно з натурального дерева, природного каменю і скла.

Підприємство сільського зеленого туризму – сільська садиба «Краса Карпат» орієнтована на надання послуг середнього цінового рівня.

Ціни в садибі складають – 700 грн. на добу (на 01.01.2021 р.) Мінімальний термін проживання становить 2 доби. У вартість включено проживання, постільна білизна, стоянка для автомобіля, користування кухонним начинням і газовою плитою, необхідний запас дров для опалення та приготування шашликів, консультації про визначні пам'ятки.

У число додаткових послуг входить: баня; дегустація чаю карпатських трав і варення з карпатських ягід і фруктів; трансфер; пішохідні і автомобільні екскурсії, прокат електровелосипедів і гірських велосипедів.

Однак, для підвищення конкурентоспроможності, на наш погляд, необхідно передбачити наступні інноваційні послуги:

- наявність Інтернету (мобільного), зони WI-FI і ноутбука (нетбука) в еко-садибі для користування туристами;
- надання GPS-Навігатора туристам, які проживають в садибі, в разі здійснення ними самостійних походів (наявність у туристів GPS-Навігатора гарантує їх безпеку – вони не заблукають);
- самостійне пересування по місцевості і проведення екскурсій;
- безкоштовна доставка до населених пунктів з автобусними станціями, в разі заїзду в садибу більш ніж на 10 днів;
- безкоштовна допомога при поставці товарів;
- система знижок для тих, хто приїжджають не вперше (система ексклюзивних і недорогих подарунків: наприклад, календарик з видом садиби, що дарується туристам, коли вони їдуть, і дає право на знижку 5% на відпочинок в наступний раз);
- додаткові безкоштовні розваги для дітей - квестові ігри;
- гарантія повернення грошей в екстрених ситуаціях.

Основними клієнтами садиби «Карпатська краса» є родини: батьки та

діти, бабусі та дідусі та онуки. Постійними відвідувачами є і сім'ї: вони приїжджають не лише влітку, а й у міжсезоння займатися зимовими та літніми видами спорту. Відпочинок у садибі дав дітям можливість відволіктися від домашнього життя господині та отримати нові враження.

Стартова локація – дерев'яний будинок в селі. Деякі мають переваги за природними умовами: природні водойми, болота, лісисті масиви, парки. Але не кожен може грамотно скористатися сприятливими умовами, тому що тут необхідно розуміти і вміти правильно використовувати власні можливості і потенціал природних ресурсів. Для цього потрібні не тільки знання та кваліфікація, але й те, що приваблює гостей і туристів у тій чи іншій місцевості більшою мірою – це природна чарівність і природна сумісність власника садиби та його діяльності з навколишнім простором [50, с. 119].

За час роботи садиба «Карпатська красуня» сформувала певне коло відпочинку (часто кілька разів). А завдяки багатогранності самих власників садиб коло туристів виявляється досить різноманітним [6, 39].

Отже, можна виділити 4 основні групи людей (поділених за соціальними критеріями), які визначають потенційний ринок збуту туристичного продукту садиби «Краса Карпат».

Перша категорія – сім'ї з дітьми. Для цієї категорії людей дуже важливо безпечне життя на природі, забезпечивши максимум розваг і активностей для дітей та емоційну розрядку та спокій для батьків.

Спектр послуг Будинку «Карпатська краса» включає можливості для дітей у будь-яку пору року запропонувати різноманітні комплексні заняття, такі як:

- спортивний інвентар (футбольні, волейбольні, регбійні м'ячі, настільний теніс, столи та інвентар для бадмінтону);
- набір настільних ігор (шашки, лото, шахи, доміно, конструктори, пазли);
- сімейна бібліотека (розвага для дітей і дорослих);
- екскурсії березовим лісом (прогулянки березовим лісом, збирання

ягід та грибів, спостереження за різними видами рослин та слідами диких тварин);

– байдарки, велосипеди.

Самі господарі із задоволенням беруть участь у розвагах дітей.

Ще один важливий фактор, який приваблює цю групу людей на відпочинок в садибі «Карпатська красуня», – це можливість спілкування дітей з домашніми тваринами (кури, коти, собаки, корови, коні). Багато дітей із великих міст вперше стикаються з живими тваринами. Для них це дуже пізнавально та весело.

Всі перераховані вище послуги входять в базову вартість проживання, крім прокату велосипедів, байдарок і екскурсій з розповідями, які доступні за додаткову плату.

Друга категорія – молодь. Це групи від 4 – 6 до 15 – 30 осіб. Цілі перебування молодих людей різноманітні, тому спектр доступних їм послуг дещо відрізняється за кількістю та якістю [17, с. 84].

Їм буде цікаво взяти участь у пішохідних походах за такими категоріями: походи, велосипеди різних складових та відстаней у просторі та часі (походи від 1 до 5 днів).

Окрім піших прогулянок, для тих, хто не любить ходити далеко та багато бачити, є також можливість зупинитися у стаціонарних наметових містечках та організувати на території різноманітні заходи (природоохоронні, спортивні, мистецькі табори). У маєтку є спортивний майданчик і фестивальна галявина, що ідеально підходить для цих цілей.

Забезпечити молодь:

– туристичне спорядження (намет, спальник, килимок, камінне спорядження, каяк, велосипед);

– спортивний інвентар (м'ячі для футболу, волейболу, регбі, столи та обладнання для настільного тенісу; бадмінтон; дошки для плавання, ласты; лижі, ковзани, санки);

– набір настільних ігор (шашки, лото, шахи, доміно, конструктори,

пазли);

- лісове купання;
- домашня бібліотека;
- сімейні концерти (гітарна музика, ігри);
- периферійні екскурсії (прогулянки лісом, де можна збирати ягоди та гриби, спостерігати за різними видами рослин та слідами диких тварин).

Молодь за бажанням може відправитися в похід самотійно. Для цього власники безкоштовно нададуть їм необхідні карти та обладнання.

Часто ці компанії приїжджають відсвяткувати якусь важливу подію у своєму найближчому оточенні.

Третя категорія – люди похилого віку (пенсіонери). Для таких туристів дуже важлива тиха, спокійна атмосфера і можливість неспішних прогулянок для споглядання і медитації. На відміну від інших, вони цінителі комфорту та легкості [51, с. 68].

Для них садиба «Карпатська краса» пропонує:

- домашня бібліотека;
- камін;
- домашня відеотека (колекція вінтажних фільмів);
- екскурсії по околицях (прогулянки лісом, автотури);
- лікування лампою «Біоптрон».

Загалом літні люди цінують спілкування. Тому вечірні посиденьки біля багаття часто тривають до півночі. Пісні під гітару значно прикрашають це проведення часу. Багато людей просто отримують задоволення від того, щоб прочитати нову цікаву книгу або перечитати стару добру книгу і послухати тихий тріск дров у каміні бібліотеки. Причому всі ці зручності доступні без додаткової плати, адже тепло та доброзичливість господарів є основною складовою атмосфери садиби «Краса Карпат».

Четверта група – дорослі. До складу цієї групи, як і у молоді, може входити різна кількість осіб. Знову ж таки, все залежить від цілей перебування. Є й люди, які хочуть просто побалакати та помитися, і коло

дуже вузьке. Інші збираються разом, щоб обговорити та вирішити нагальні проблеми (семінари, наради) у невимушеній атмосфері перед відпочинком. Тоді така група людей може доходити до 30 – 40 осіб.

Для таких туристів садиба «Карпатська краса» пропонує:

- місця зустрічей (навіси, павільйони, обладнані газони);
- спортивний інвентар (м'ячі для футболу, волейболу, регбі, настільного тенісу, бадмінтону та інші столи та обладнання); плавальні дошки, ласты; лижі, ковзани, санки);
- список туристичних ресурсів;
- лісові купання.

До послуг садиби «Карпатська красуня» також можлива організація великих урочистих заходів, таких як весілля, ювілеї, свята (Різдво, Купала). Часто при великому скупченні людей відкриваються перспективи співпраці з великими туристичними компаніями та операторами, для яких вже ведеться робота з організації екскурсій по садибі [48].

Тобто, аналізуючи майбутній ринок збуту садиби, можна зробити наступні висновки:

- послуги садиби широкі та різноманітні, охоплюють усі верстви населення різної статі та соціального статусу, включаючи громадян України та іноземних гостей;
- великою перевагою є наявність туристичного спорядження – намети, спальні мішки, ковзани, сноуборди тощо. Приваблює туристів, які люблять активний відпочинок;
- для туристів, які цінують активний відпочинок, але мають когнітивні упередження, розроблені маршрути по околицях;
- у садибі є бібліотека, відеотека, настільні ігри та музичні інструменти, що приваблює любителів спокійного відпочинку на природі;
- садиба ідеально розташована – розташування на околиці села та насадження, що оточують будинок, дозволяють організовувати біля садиби наметові місця для великої кількості гостей.

Надання широкого спектру послуг для задоволення потреб різних категорій туристів вже є перспективою розвитку. Ефективно організувавши діяльність кожного колективу, потенціал садиби може значно зрости в якісному плані. Важливо зберігати індивідуальний підхід до кожної категорії. Це запорука якості обслуговування та позитивна реклама для майбутнього компанії. Адже, в першу чергу, люди шукають не місце, де добре відпочити, і не завадило б залишити певну суму грошей на купівлю комплексу послуг та зручностей, а простір для спілкування та побудови красивих стосунків, особливо якщо все відбувається в природних умовах.

Тому, незважаючи на різноманітний склад туристів, власники «Карпатської краси» залишаються оригінальними та вміло знаходять спосіб взаємодії з кожним гостем (тут їх називають туристами) [55].

На перший погляд усе в садибі здається передбачуваним. Однак, якщо це доцільно, існує багато моментів, де завжди потрібні кроки для вдосконалення та вдосконалення різних вузлів, компонентів і заходів, які використовуються для надання послуг у такій діяльності.

Можна виділити чотири критерії, які потребують пильної уваги.

Перший. Покращити обсяг і структуру послуг. Тут можна надати:

- розширити житловий фонд;
- розширити житловий фонд шляхом реконструкції та реконструкції старих пустуючих будинків навколишніх сіл.

Ці два заходи розширяють можливості при роботі з великими групами туристів або навіть з кількома туристичними групами одночасно.

- розширювати матеріально-технічну базу туристично-спортивного обладнання;
- залучення та підготовка інструкторів походів та екскурсіводів.

Цілі цих проектів подібні до попередніх двох, з потенціалом покращення якості та кількості послуг активного відпочинку.

Організація трансферів до населених пунктів через автостанції.

Це збільшить кількість потенційних відвідувачів, які не мають

можливості дістатися до місця власним транспортом, або бажають уникнути турбот про цей вміст.

Другий. Рекомендації щодо покращення інфраструктури.

Цю проблему слід розділити на два аспекти: зовнішній і внутрішній.

До зовнішніх ознак слід віднести:

- інформаційні дорожні знаки позначають напрямок проїзду до садиби «Краса Карпат»;

- взаємодіяти та співпрацювати з місцевою владою щодо покращення доріг.

Ці заходи спрямовані на полегшення доступу туристів до туристичних об'єктів.

Маркування екскурсійних маршрутів на території (встановлення інформаційних щитів), за умови виконання цих рекомендацій цілком можливо підвищити якість послуг, пов'язаних з активним відпочинком, та дати туристам можливість самостійно пізнавати навколишній світ та покращувати свій внутрішнє я.

Взаємодіяти та співпрацювати з місцевими жителями в організації та проведенні туристичної діяльності.

Останнє дозволить збільшити кількісні можливості надання комплексу послуг у сфері агроекотуризму.

Тепер перейдемо до аспектів внутрішньої інфраструктури:

- зональне розмежування дворового простору садиби на технічну частину (автостоянка, гараж, господарські будівлі) і парадну частину (галявина з квітами і клумбами, дитячі гойдалки, гамак, лавочки, альтанки);

- відчуття простору і його функціональність дозволить туристам в максимальній мірі налаштуватися на відпочинок;

- обладнання додаткових (плюс до вже наявних) санітарних вузлів і кімнат гігієни (душові, умивальники, басейни);

- удосконалення системи водопостачання (холодна і гаряча вода, організація свердловини замість звичайного колодязя) і каналізації садиби;

– збільшення кількості туристів незмінно спричинить за собою зміни в побутових умовах, оскільки природні потреби постояльців необхідно задовольняти своєчасно.

Залучення фольклорних колективів з розважальними, ігровими та музичними програмами.

Для туристів часто цікаво бути учасниками якогось народного свята, яке має історичне коріння і проходить в старій традиційній манері. І це природно носить пізнавальний і освітній характер під час відпочинку, що важливо для таких груп відпочиваючих, як сім'ї з дітьми і молодь.

Третє. Проблема підвищення кваліфікації персоналу садиби.

Тут необхідно зазначити важливість співпраці і обміну досвідом не тільки у себе в регіоні, а й за його межами:

- участь у навчальних семінарах та конференціях;
- участь в курсах підвищення кваліфікації від Міністерства спорту і туризму при Інституті туризму;
- розмежування сфер послуг садиби за видами:
- проживання та харчування;
- розваги;
- екскурсії та походи.

Поділ сфер послуг садиби дозволить поліпшити якість самих послуг. Коли діяльність організовується і проводиться людиною, яка знає, що робить, це дозволяє досягати максимального ефекту і позитивного результату.

Підготовка і проведення навчальних семінарів у себе.

Четверте. Комплекс маркетингових заходів.

В даному пункті практично не виникає ніяких пропозицій, крім тільки як рекомендувати систематизувати заходи, які вже мають місце бути:

- участь в регіональних та міжнародних виставках туристичних послуг;
- співпраця з туристичними порталами в мережі Інтернет (розміщення рекламної інформації на сайтах туристичних фірм);

- створення власного сайту;
- участь в організації та проведенні Фестивалів;
- участь і співробітництво з міжнародними туристичними організаціями;
- співпраця з видавництвами друкованої продукції (газети – оголошення; каталоги садиб; путівники);
- створення інформаційних мультимедійних проектів і презентацій по регіону і садибі [11].

Таким чином, було визначено ряд напрямків для розвитку, розробили комплекс заходів, дали ряд рекомендацій, які дозволять садибі «Краса Карпат» не тільки закріпити зроблені досягнення, а й зайняти нові позиції на ринку агроєкопослуг і відкрити нові горизонти не тільки для садиби, а й для інших жителів і околиць, які бажають взяти участь у розвитку регіону.

2.3. Аналіз системи управління екологічними технологіями «Краса Карпат»

В процесі аналізу функціонування садиби «Краса Карпат» були виявлені наступні принципи системи управління інноваціями:

1. Гостям садиби «Краса Карпат» надається наступна інформація:
 - Спеціальний «екологічний» статус даного засобу розміщення відзначений спеціальним сертифікатом;
 - Сертифікат знаходиться в садибі садиби «Краса Карпат».

ЕСЕАТ – Сертифікат, виданий національним органом влади (спеціалізуючого на сертифікації); гість може зв'язатися з даними органом для отримання додаткової інформації.

Сертифікат видано строком на 5 років; гість може перевірити термін дії сертифіката.

В куточку споживача присутня відповідна інформація про місцеву природу, органічному фермерстві, місцевої культури, що сприяє розумінню

та повазі місцевих традицій і активно їх пропагує (за допомогою листівок, путівників, турів та ін.).

Опис організовано наступним чином:

- інформація про «непристойну» та неналежну поведінку гостей (наприклад, зрив рослини; виготовлення і продаж сувенірів, виготовлених з природних матеріалів, що знаходяться під загрозою зникнення, таких як корали, черепахи, раковини; нерегульовані полювання та риболовля);

- господар садиби «Краса Карпат» ознайомлює (при бажанні) гостей з документальною документацією по оцінці «стійкості» [47].

Сільське господарство.

2. Підтримка екологічно дружнього сільського господарства садиби «Краса Карпат».

Використання пестицидів в саду, на полях, в оранжереях тільки в надзвичайних випадках.

Якщо дозволяє місце розташування, то туристів слід забезпечують натуральними продуктами (екологічно чистими продуктами).

Відповідна увага до змісту домашніх тварин в природному середовищі.

Чи не використовувати хімічні добрива (деякі винятки можливі в період переходу до органічного сільського господарства).

Природні ресурси.

3. Використання води і енергії має бути дбайливим, нормативним і раціональним.

Власник садиби «Краса Карпат» забезпечує найбільш дбайливе використання води та енергії, а також використання поновлюваних джерел енергії (в садибі «Краса Карпат» присутні енергозберігаючі технології та відновлювальні джерела енергії).

Зміна рушників організовується «на прохання гостя» (якщо прийнятно).

Не допускається витоків води в садибі.

Інформація про ефективне та раціональне використання енергії

повинна доступна в куточку споживача.

Також є опис того, що ще робиться в садибі для дбайливого відношення до ресурсів.

4. «Зелена політика» в будівництві.

Бажання забезпечувати «стійкість» в будівництві і технологіях.

Присутній опис того, що вже зроблено, та плани розвитку садиби «Краса Карпат» на найближчі 5 років.

5. Скорочення відходів.

Дія відповідно до законів про усунення відходів.

Можливість роздільного збору сміття у відповідності з місцевими умовами.

Опис.

Очищення стоків відповідно до місцевого законодавства.

6. Засоби пересування.

Громадський та екологічно чистий транспорт активно пропагандується керівництвом садиби «Краса Карпат» (щонайменше, розклад громадського транспорту, адреса місця найближчій оренди велосипедів і т.д.).

Опис дій з просування.

Якщо в садибі пропонуються екскурсії, спортивні заходи, то вони повинні бути екологічними (велосипед, прогулянка пішки, верхова їзда, катання на човнах і т.д.).

7. Природа.

Садиба «Краса Карпат» не повинна просувати заходи і дії, які завдають шкоди живій природі (тваринам), порушують спокій (шумом, візитами і т.д.).

Садиба «Краса Карпат» не повинна підтримувати дії гостей, які заподіюють шкоди місцевій флорі і фауні нестійким споживанням.

Фермерське господарство (сад, наметовий табір) організовується в гармонії з навколишнім світом при шанобливе ставлення до флори і фауни [12].

Місцева культура.

8. Активний внесок в збереження культурної спадщини.

При будівництві і реконструкції будівель схвалюється використання традиційних технології та будівельної техніки.

Опис певних техніки і традиційних елементів, які використовуються при оформленні садиби.

9. Активний внесок в місцеву економіку.

Бажання купувати товари в місцевих магазинах або у місцевих виробників («купуй українське!»).

Пропоновані їжа, фермерські продукти, сувеніри в основному повинні бути товарами місцевого виробництва.

Опис, яким чином підтримується місцева економіка.

Перспективи.

10. Удосконалення навколишнього середовища і відкритість для нових ідей і розробок.

Система сертифікації ESEAT стимулює садиби до здійснення обслуговування за допомогою «розвиваючих» критеріїв.

Опис нових ідей, які адміністрація бажає та планує реалізувати у себе в садибі «Краса Карпат».

У другому розділі розглянуто інноваційні послуги в сфері сільського зеленого туризму на прикладі підприємства «Краса Карпат».

Ефективними інноваційними послугами на підприємстві «Краса Карпат» є послуги екосадиби, так як вони сприяють: збільшенню потоків туристів, а саме з певними екологічними потребами; збереженню навколишнього середовища; збільшенню доходів за рахунок надання послуг харчування з екологічно чистих (домашніх) продуктів харчування; мінімізації витрат по благоустрою та обладнанню житла.

Перспективною інноваційною формою надання послуг сільського зеленого туризму є типізація підприємств сільського зеленого туризму та певних сфер бізнесу і причетних організацій. Визначено необхідні умови ефективного функціонування кластерів.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Інноваційні джерела підвищення конкурентоспроможності підприємства «Краса Карпат»

У зв'язку з цим, зменшується кількість агроосель і відповідно скорочується число відвідувачів, що є досить негативним явищем, оскільки відбувається зниження доходів від надання послуг. На нашу думку, така ситуація тимчасова, і для того щоб сільський зелений туризм розвивався в майбутньому, потрібно підтримувати певні якості послуг і формувати їх позитивний імідж на ринку пропозицій, тобто, перш за все, необхідно створити сприятливі умови для отримання сертифіката категорії «Українська гостинна садиба» та екологічного сертифікату «Зелена садиба», що, в свою чергу, надасть можливість надання якісних послуг вітчизняним та закордонним туристам.

Беручи до уваги все вищесказане, актуальним є більш глибоке вивчення питання категоризації агроосель, яке забезпечить прозорість пропозиції для клієнта, контроль якості продукту, різноманітність пропозиції і різницю в ціні [26, с. 88].

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємства «Краса Карпат» пропонується наступні інноваційні підходи.

1. Використання інформаційних системи і технологій підприємством «Краса Карпат».

У сучасному модерному світі, в якому панують високі технології і де майже не залишилося місця, де б не ступала нога людини, спостерігається зміщення масового туристичного інтересу від звичайних пасивних поїздок з метою відпочинку до активних пізнавальних подорожей.

На зміну концепції трьох «S» («Sun-sea-sand») – сонце, море, пісок, – приходить концепція трьох «L» («Landscape-lore-leisure») – пейзажі, традиції, дозволя.

Таким чином туристична мода піднімає на пік масової популярності подорожі в сільську місцевість, де міського туриста оточує екзотика: аграрні та сільські пейзажі, традиційний селянський спосіб життя, домашні тварини, екологічно чисті продукти тощо.

Сільський зелений туризм в більшості країн світу розглядається як невід'ємна складова програми комплексного соціально-економічного розвитку села. Уряд України також усвідомлює важливість розвитку сільського туризму як одного з напрямків відродження села і способу активізації внутрішнього та іноземного туризму. Але, на жаль, такий напрямок поки що не користується великим попитом в українців.

Отже головним завданням є стимулювання інтересу як у місцевих жителів, так і в іноземців.

Практично будь-який запит туристів може бути задоволений через ринок туристичних послуг. Важливою проблемою при цьому стає сам процес просування послуг СЗТ на ринку. Для цього необхідно не тільки створити туристичний продукт, а й забезпечити ринок для нього, відповідно для відвідувачів необхідно забезпечити ефективну інформацію про цей продукт. Тому широке поширення в галузі СЗТ отримує застосування сучасних інформаційних технологій (ІТ). Сьогодні інформаційні технології є одним з найважливіших факторів, який сприятиме розвитку СЗТ в Україні.

Метою високих інформаційних технологій є зниження вартості інформаційного контакту, необмеженість обсягу інформації доступною для користувачів, повноцінність використання як персональних машинних ресурсів, так і мережевих. У сучасних умовах одним з найбільш ефективних засобів комунікації і реклами стає Інтернет. Мережа дає можливість з мінімальними витратами поінформувати багатомільйонну цільову аудиторію про послуги підприємства.

Маркетингові комунікації спрямовані на інформування і переконання споживачів, нагадування їм про туристичний продукт, стимулюванні збуту і створення позитивного іміджу підприємства, в очах громадськості.

2. Використання сучасних інноваційних форм маркетингу та реклами.

Основними елементами комплексу просування туристичних продуктів в мережі Інтернет є: Інтернет-реклама, електронний PR, Інтернет-виставки, віртуальні екскурсії, Інтернет-брендинг.

Електронний маркетинг – ефективний засіб рекламної діяльності. Перевага Інтернет-реклами полягає в легкому впливі на вузькі кола цільової аудиторії. Тому використання можливостей кіберпростору стає більш популярним, а ефективність від такої реклами зростає.

Електронний PR – комплекс заходів, який поєднує стратегічний і вірусний маркетинг, традиційний PR в електронних ЗМІ з мультимедійними можливостями Інтернет. PR може допомогти об'єктів сільського туризму прогнозувати ставлення суспільства до основних проблем тобто, керувати кризовими ситуаціями.

Інтернет-виставки є одним з передових засобів спілкування між продавцем товарів або послуг з потенційними клієнтами. Перевагами створення Інтернет-виставок в галузі СЗТ є: можливість знайти потрібний товар або послугу, оцінка різноманітності запропонованих послуг, порівняння цінової політики з іншими туристичними підприємствами, отримання консультації, економія коштів, цілодобовий доступ до інформації, відсутність територіальних меж і встановлення партнерських відносин.

В цілому ідею Інтернет-виставок необхідно розвивати, тому що за допомогою таких інноваційних проектів можна домогтися максимального успіху в просування туристичних товарів при мінімальних фінансових витратах.

Туристичний бізнес – дуже специфічний вид підприємницької діяльності, розвиток якого без реклами, уявити практично неможливо. Реклама в туризмі, крім безпосереднього залучення клієнтів, також покликана сформувати певний, бажано позитивний, імідж туроператора.

Реклама – це специфічний спосіб спілкування, основною метою якого є привернення уваги до будь-якого товару або послуги. За допомогою

художньої форми, емоційного забарвлення та інших рекламних трюков виробник повинен підкреслити найбільш важливі відомості про вироблених ним продуктах і про підприємство в цілому.

Реклама в туризмі є формою непрямого зв'язку між туристським продуктом і споживачем. Це означає, що реклама компанії повинна переконати потенційних туристів зупинити вибір саме на даній фірмі і її продукті, запевнити клієнтів у правильності їх вибору.

Контекстна реклама – дорога. Це змушує рекламодавців рахувати кожную вкладену гривню і тестувати нові інструменти, благо Google регулярно «викочує» корисний функціонал.

Розглянемо 5 інструментів реклами та аналітики в Google Ads, які допоможуть отримувати більше кліків за менші гроші [47].

Відеореклама.

Рекламний відеоконтент показується на YouTube, а також на партнерських відеоресурсах і в КМС як в десктопі, так і в мобайлі, в залежності від налаштувань і форматів. Головний плюс-відеореклама значно дешевше текстових оголошень.

Розглянемо всі доступні формати і вимоги до них.

Оголошення In-Stream з можливістю пропуску.

Вона не дарма так називається – платите тільки за перегляди відео або взаємодію з ним. Тобто, коли користувач переглянув 30 секунд ролика або повністю (якщо ролик коротше) або натиснув на вбудований оверлей із закликом до дії. Не платите за кожен показ оголошення, як при використанні ціни за тисячу показів.

Сума оплати розраховується з урахуванням кількості показів, тому ви платите за кожную тисячу показів вашої реклами.

Оголошення показуються на YouTube і на сайтах і додатках – партнерах КМС Google (контекстно-Медійна мережа). При цьому сам ролик повинен бути розміщений на YouTube. Тривалість не обмежена 30 секундами + Google вітає будь-які формати. Це може бути Відео-відгук покупця, зйомка

продукту в дії, навчання і т.д.

Він з'являється на початку, середині або кінці ролика. Користувач може пропустити оголошення через 5 секунд після початку.

Оголошення In-Stream без можливості пропуску.

Тут все те ж саме, крім того, що:

Користувач не може пропустити рекламний ролик;

Максимальна тривалість ролика – 15 секунд, довше не можна.

Оголошення Video Discovery.

Цей формат дозволяє показувати рекламу користувачам, що відкривають для себе нові цікаві відео на YouTube (у списку схожих відео і на сторінці результатів пошуку), а також на головній сторінці мобільної версії YouTube.

Оголошення містить текст і значок відео (зменшене зображення кадру з ролика). Зовнішній вигляд і розмір таких оголошень залежить від місця, де вони з'являються.

Кошти списуються тільки в тому випадку, якщо Користувач вирішує переглянути оголошення, натиснувши на значок відео.

Найбільш оптимальна – технологія TrueView for Shopping. Це інтерактивна реклама з міні-картками товарів прямо всередині відео. Можна клікнути і вийти в форму замовлення. Товари беруться з Google Merchant Center і показуються в рекламі ті з них, що користуються великим попитом.

У загальну структуру маркетингової діяльності готельних підприємств сьогодні все активніше входить просування в соціальних мережах. Привабливість цього маркетингового інструменту обумовлена незначними фінансовими витратами, так як вимагає мінімальних капітальних вкладень, що сприяє його використанню не тільки великими міжнародними мережами, а й незалежними готельними підприємствами. Використання соціальних мереж дає однакові можливості і тим і іншим.

Основними причинами популярності соціальних мереж фахівці вважають:

- розвиток звички користування мобільними пристроями та Інтернетом;
- зростання послуг зв'язку та розширення впровадження смартфонів і планшетів;
- рух таких показників, як вартість трафіку і самих мобільних пристроїв, у бік зменшення;
- збільшення цільової аудиторії за рахунок популяризації Wi-Fi і 4G-інтернету.

На сьогоднішній день смартфони є найбільш поширеним і популярним видом мобільних пристроїв. За оцінками фахівців, проникнення мобільного інтернету останнім часом значно збільшилося. Серед молодих українців (16 – 29 років) проникнення мобільного інтернету досягло 98%. Люди, які досягли віку 55 років і старше, стали більш часто користуватися

Інтернетом і їх частка протягом цього року зросла на чверть. 67 мільйонів людей виходять в Інтернет, використовуючи мобільні пристрої. Зростання за рік склало 20%.

На початок 2020 року доступом в Інтернет зі смартфонів користувалися більше половини українців від 16 років і старше (51,5%). А ось використання планшетів для виходу в Інтернет в останні роки зросло незначно, можна сказати, стоїть на місці. 16 мільйонів (13,2% від усього населення 16+) користуються Інтернетом тільки на мобільних пристроях.

Найвища частка «тільки мобільних» користувачів-серед молоді до 30 років (18,4%), а також у сільській місцевості (16,4%) [1]. Причому, для користування Інтернет-ресурсами, смартфони користуються найбільшою популярністю у населення України старше 16 років.

Сучасні готельні мережі, як і незалежні готельні підприємства сьогодні не можуть ефективно працювати, не будучи представленими в глобальній мережі. У цих умовах соціальні мережі стають ідеальним майданчиком для просування послуг, що надаються готелями. Однак величезна частина готелів не використовують цю можливість [3].

Instagram, Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Foursquare є найпопулярнішими соціальними мережами, якими користуються більшість населення незалежно від віку, соціального статусу та освіти.

Одним з головних достоїнств цих соціальних мереж є їх широке охоплення цільової аудиторії. У всьому світі ці мережі є головним інструментом для донесення необхідної інформації та спілкування. Проаналізувавши переваги соціальних мереж, ми можемо з упевненістю сказати, що їх формат може стати відмінною платформою для просування готельних підприємств.

В результаті проведених досліджень Американської компанії TravelClick, яка спеціалізується на розробці інноваційних технологій для готельного ринку, до того ж виступає в ролі провідного постачальника послуг електронної комерції для готелів, було з'ясовано: тільки 20% готельних об'єктів використовують мережу Twitter, 10% – Groupon та інші сервіси колективних знижок, тільки 8% – Геосервіс Foursquare. Найбільшою популярністю в колі готельєрів володіє Facebook, який використовують близько 65% [2].

На просування готельних послуг впливає використання спеціалізованих інтернет-ресурсів, що дозволяють здійснити швидкий пошук за запитом клієнтів. До таких можна віднести системи інтернет-бронювання готелів Booking.com, tripadvisor, інші.

Вони швидше відносяться до спеціалізованих пошукових систем, що дозволяє знайти за певними параметрами оптимальну готель, забронювати номер, придбати авіаквитки і орендувати транспортні засоби.

Однак ці ресурси не можуть скласти пряму конкуренцію соціальним мережам, незважаючи на те, що і ті й інші широко застосовують маркетингові інструменти для просування готельних послуг.

До переваг соціальних мереж в готельному бізнесі, що обумовлює ефективність їх використання, в порівнянні зі спеціалізованими інтернет-сервісами і традиційними маркетинговими інструментами, слід віднести:

- професійне позиціонування;
- просування послуг;
- рекламу конкретних об'єктів і проектів;
- обмін думками та можливість дискусії з цільовою аудиторією.

Сьогодні просування та інвестування в соціальні медіа є необхідністю, а не справою привілейованих брендів. Використовуючи можливості, що надаються соціальними мережами, представники невеликих готелів, що мають обмежений бюджет, можуть придбати потенційних клієнтів або партнерів.

Крім того, робота в соцмережах дозволяє компаніям мати зворотний зв'язок з клієнтами, отримувати статистичні дані, необхідні для аналізу ефективності використовуваних ресурсів, своєчасно вносити зміни в свою маркетингову стратегію. Так, враховуючи цільову аудиторію основних соціальних мереж, можна зробити висновок, що великим готельним підприємствам доцільно використовувати мережу Facebook, готелів, які роблять ставку на цікавий, яскравий, унікальний дизайн своїх інтер'єрів, підійде мережа Instagram.

До основних переваг соціальних мереж для готельного бізнесу можна віднести наступні:

- реклама «з вуст в уста»;
- підвищення лояльності та довіри гостей;
- брендинг компанії і зростання впізнаваності бренду;
- покращений охоплення аудиторії і вплив на неї;
- SEO (Search Engine Optimization) – всебічний розвиток і просування сайту з метою його виходу на перші позиції в результатах видачі пошукових систем за запитами відвідувачів для збільшення відвідуваності і, як наслідок, збільшення доходу.

Щоб мати можливість виділитися серед інших готельних підприємств, контент, що представляється в соціальних мережах повинен бути не тільки яскравим, але корисним і цікавим для майбутніх передплатників. У зв'язку з

цим особливої уваги заслуговує вибір тем. План постів доцільно розробляти на щомісячній основі на весь наступний місяць з урахуванням максимально збалансованого чергування тематик постів і відображення новин. Протягом місяця необхідно вносити правки, так як будуть з'являтися нові актуальні новини та спеціальні пропозиції. При створенні контенту головне-баланс.

Контент повинен бути яскравим, незабутнім і корисним.

В даний час великі готельні компанії активно використовують практично всі види інтернет-маркетингу. Цей інноваційний вид маркетингової діяльності полягає в реалізації цілого комплексу заходів з метою просування готельних підприємств в мережі Інтернет [36]. Багато в чому завдяки інтернет-маркетингу великі готельні компанії відомі у всьому світі, в тому числі і в Україні. А просування готельних підприємств в соціальних мережах можна віднести до найбільш популярних і ефективних методів цього інноваційного виду маркетингу.

Таким чином, соціальні мережі можуть стати ефективним інструментом взаємодії з величезною аудиторією існуючих і потенційних клієнтів готельних підприємств, що, в кінцевому рахунку, відіб'ється на рівні їх конкурентоспроможності [45]. Це дозволить не тільки підвищити привабливість самих готельних підприємств, а й створити точки тяжіння уваги до регіонів і країні в цілому.

Однією з найбільших помилок маркетологів при формуванні email-розсилок є створення декількох пропозицій в одному листі. Наявність двох і більше закликів до дії зіб'є ваших потенційних гостей з пантелику, а це, в свою чергу, зменшить шанси на успіх всієї email-кампанії.

Одним з упущених аспектів успішної email-кампанії є посадкова сторінка, яка б задовольнила цікавість потенційного гостя і допомогла йому прийняти позитивне щодо вашого готелю рішення.

Цільова сторінка повинна доповнювати і посилювати ту пропозицію, яку відправили в електронному листі. В іншому випадку потенційні гості просто підуть в інше місце. Щоб не заплутати передплатників і не викликати

у них почуття дисонансу і роздратування, цільова сторінка повинна мати таку ж тему, пропозицію і оформлення, що і електронний лист. Якщо ж перенаправляєте користувача на сторінку спеціальних пропозицій, обов'язково переконайтеся, що ваша пропозиція діє і на ній.

Багато готелів зберігають стару або неточну інформацію в клієнтській базі даних, що збільшує кількість недоставлених листів і впливає на ефективність всієї email-кампанії. Для поліпшення ситуації необхідно видаляти з бази даних старих клієнтів, які не користуються вашими послугами більше 2 років. Існує шість ключових параметрів, які маркетологи використовують для оцінки успіху email-кампанії.

1. Коефіцієнт відкриття листів (open rate).

Як рахувати: (кількість відкритих листів ÷ кількість відправлених листів) x 100.

Приклад: 170 відкритих листів ÷ 1000 відправлених email x 100 = 17%.

2. Рівень Клікабельності (CTR): відсоток одержувачів розсилки, що клікнули на одну або більше посилання в листі.

Як рахувати: (кількість переходів за посиланнями в листах ÷ Число доставлених листів) x 100.

Приклад: 500 кліків ÷ 10 000 доставлених email * 100 = 5% CTR

3. Відсоток недоставлених листів (bounce rate): відсоток листів, які з яких-небудь причин не були доставлені одержувачам.

Як рахувати: (кількість bounced подій ÷ Число відправлених листів) x 100.

Приклад: 1000 bounced ÷ 10 000 відправлених email x 100 = 10% bounced Rate

4. Рівень відписки (unsubscribe rate): відсоток передплатників, що відписалися від вашої розсилки.

Як рахувати: (кількість unsubscribed подій ÷ Число активних передплатників) x 100.

Приклад: 10 unsubscribed ÷ 1000 передплатників x 100 = 1%

Unsubscription Rate.

5. Коефіцієнт окупності інвестицій (ROI): показник окупності інвестицій в email-кампанії.

Як рахувати: $[(\$ \text{від Додаткові продажів мінус } \$, \text{ вкладені в email-кампанії}) \div \$, \text{ вкладені в email-кампанії}] \times 100$.

Приклад: $(\$1000 \text{ від дод. продажів} - \$100 \text{ вкладено в email-кампанію} / \$100 \text{ вкладено в email-кампанію}) \times 100 = 900\%$ повернення інвестицій, вкладених в email-компанію.

6. Темп зростання клієнтської бази даних (guest database growth rate).

Більшість сервісів email-розсилок відстежують CTR, коефіцієнт відкриття листів, показник недоставлених листів, кількість відписок і швидкість зростання клієнтської бази даних. Вимірювання ROI представляється складніше, оскільки вимагає інтеграції email-сервісу з вашою CRM-системою.

Пряма поштова розсилка, або direct mail-метод поширення рекламних та інформаційних матеріалів (листів) за заздалегідь підготовленими списками адрес електронної пошти. Це можуть бути адреси людей, які вже зупинялися в готелі і залишили свій e-mail в знак лояльності. Або ж цільовою аудиторією поштової розсилки можуть бути потенційні гості, які за сферою своїх інтересів, ймовірно, зацікавлені відправленим повідомленням. Маркетингова політика може мати кілька цілей:

- збільшення первинного попиту на готельні послуги;
- збільшення вторинного попиту, який передбачає активну комунікацію з гостями, які вже проживали в готелі або в мережі;
- створення кола постійних гостей.

У готельному бізнесі даний етап має виключно важливе значення, так як являє собою фактично «золотий фонд», який в значній мірі формується за допомогою прямої комунікації (наприклад, e-mail-маркетингу).

E-mail-маркетинг – найбільш недооцінений вид маркетингу. Дуже рідко цей спосіб просування використовується як єдиний в маркетингової

стратегії готелю або окремо взятої рекламної кампанії, але відрізняється від інших широкими можливостями представлення контенту повідомлення.

3.2. Перспективи використання екологічних технологій в сфері гостинності у повоєнний час

Віртуальна екскурсія – це трьохвимірна сцена розміщена в мережі Інтернет, який дає можливість потенційному клієнту отримати уявлення про реальний об'єкт. Створювана модель дозволяє відчувати повну свободу пересування. Таким чином, користувач, який не виходячи з дому може оцінити запропонований туристичний продукт.

Інтернет-брендинг охоплює весь комплекс заходів, пов'язаних зі створенням та просуванням нового або існуючого бренду в мережі Інтернет. Туристичний брендинг є процесом додавання вартості до туристичного продукту, який досягається його рекламою, використанням торгової марки, а також заходам стимуляції продажу.

Таким чином розвиток Інтернет-брендингу в галузі сільського зеленого туризму дає можливість збільшення прибутку, що в свою чергу має позитивний вплив для відновлення екологічної рівноваги.

Сьогодні інформаційні системи і технології дуже стрімко і динамічно розвиваються, тобто розширюється спектр можливостей для способів звернення уваги споживачів. Відповідно до цього, кошти поширення інформації щодо СЗТ збільшуються [36].

В майбутньому є дуже актуальним використання 3d-принтерів для створення «природною» середовища навіть в домашніх умовах. Це буде служити мотивом для екологічного спрямування туристичної діяльності.

Найбільш доречним буде створення єдиної інформаційної програми, яка дозволить наочно оцінювати результати впливу СЗТ на організм людини засобами завантаження фотокартки до програми, яка зможе в порівнянні з доданою фотокарткою показати яким чином впливає природне середовище

на організм після нетривалого відпочинку. З іншого боку, найдосконалішою буде можливість підбору індивідуального туру, тобто розробка рекомендованих природних умов перебування. Для цього людина зможе вводити особисті показники здоров'я в спеціальний бланк, попередньо передбачений програмою. Таким чином, людина буде мати можливість заздалегідь побачити наслідки відпочинку, який додатково посилює інтерес саме до цієї галузі туризму.

В умовах сучасної євроінтеграції України європейські практики збалансованого природокористування набувають все більшого значення для Держави. Ці тенденції характерні для всіх секторів економіки. В тому ж числі характерними є ті тенденції, які проявляються і в туристичному секторі, через відповідні державні програми, де екотуризм став популярним видом туризму.

Як вже було сказано раніше за останні кілька років в Україні з'явилися різні туристичні тренди, зокрема й екотуризм, кінцевою метою якого є збереження та відновлення довкілля.

Розвиток екотуризму в Україні набуває все більшого значення в результаті децентралізації, яка надала місцевим громадам нові ресурси та повноваження щодо їх використання. Водночас, для широкого впровадження екотуризму необхідні певні підготовчі дії. Щоб зробити екотуризм стійким, його потрібно спеціалізувати і розвивати через освіту.

Окрім зосередження на збереженні природного середовища, екотуризм також повинен приділяти увагу соціальним і культурним аспектам. Водночас, природне середовище залишається головним рушієм розвитку екотуризму і має сильний вплив на залучення туристів.

Спочатку екотуризм в основному асоціювався з екологічними аспектами, але сьогодні він охоплює всі аспекти сталого розвитку, ґрунтуючись на таких принципах:

1. Докладати зусиль для захисту навколишнього середовища. Мінімізувати забруднення повітря, води, ґрунту та відходи, що виникають в

результаті стандартної діяльності туристичної агенції.

2. Соціальний розвиток. Підтримувати та покращувати якість життя місцевих громад, поважати різні традиції та підтримувати культурну спадщину.

3. Економічне процвітання. Забезпечення конкурентоспроможності місцевого бізнесу в туристичній галузі. Інтегрувати економіку та екологію в процес збереження природних територій, тим самим збільшуючи майбутні доходи від екотуризму.

4. Мінімізувати вплив на клімат. Кліматичні аспекти стали дуже важливими в останні роки. Тому необхідно мінімізувати вплив туризму на клімат і при цьому максимально адаптуватися до змін клімату [25].

Принципи екотуризму зосереджуються насамперед на підходах до розвитку продукту, ринку та громади, звертаючи увагу на об'єкти туризму, які розробляються та використовуються як головна атракція. Завдяки екологічним принципам ця діяльність у сфері екотуризму сприятиме підвищенню обізнаності та отриманню вигод місцевими громадами, а також дбайливому ставленню до довкілля та його природних ресурсів.

Розвиток екотуризму враховує екологічні фактори та обирає території, які будуть використовуватися в якості туристичних об'єктів. Екотуризм, як вид альтернативного туризму, що використовує природні ресурси, також може розширити можливості місцевих громад, створити додаткові робочі місця та залучити інвестиції в сільську місцевість.

Екотуризм також розвивається через культурний туризм, коли він базується на унікальності та статусі існуючої місцевості і збігається з розвитком сільських територій, розширюючи можливості місцевих громад для соціального розвитку та покращуючи їхній соціальний статус.

Наразі розвиток екотуризму залежить від наявності унікальних природних ресурсів. Звідси випливає необхідність інвестицій для збереження природного середовища, створення нових робочих місць у сільській місцевості та розвитку підприємництва.

Досвід розвитку екотуризму в Європі показав, що екотуризм є дуже складним видом діяльності і потребує інструментів для підтримки ефективного прийняття рішень з метою гармонізації конкуруючих економічних, соціальних та екологічних вимог сталого розвитку. Водночас необхідно враховувати потенційні ризики, що виникають внаслідок туристичної діяльності. У таблиці 3.1 наведені приклади ризиків від туристичної діяльності для навколишнього природного середовища

Таблиця 3.1 – Приклади ризиків від туристичної діяльності для навколишнього природного середовища [41]

Елементи природного середовища	Приклади ризиків від туристичної діяльності
Екосистеми	Будівництво житла, центрів для відвідувачів, інфраструктури та інших об'єктів має безпосередній вплив на навколишнє середовище, включаючи знищення рослинності та вплив на дренаж. Туристична діяльність усіх видів може суттєво змінити середовище існування диких тварин (наприклад, міграційні шляхи, мисливські угіддя та місця розмноження).
Ґрунти	Ущільнення ґрунту може відбуватися на добре використовуваних ділянках. Також може виникнути ерозія ґрунту.
Рослинність	Транспорт може мати прямий негативний вплив на навколишнє середовище (наприклад, знищення рослинності). Частота пожеж може змінюватися залежно від кількості туристів.
Вода	Підвищені вимоги до прісної води. Утилізація стічних вод або сміття в річках та озерах спричиняють забруднення води.
Повітря	Моторизований транспорт може спричинити забруднення через викиди.
Дика природа	Полювання та рибальство можуть змінювати динаміку популяцій. Це стосується комах і дрібних безхребетних. Звикання до людини може призвести до змін у поведінці диких тварин.

Дивлячись на можливі ризики від туристичної діяльності, що наведені

в таблиці 3.1 можна сказати, що екотуризм повинен розвиватися на основі спільних інтересів, щоб забезпечити екологічну, соціальну та економічну стійкість. Природні умови довкілля, які мають бути перетворені на екотуристичні території, повинні бути адаптовані до екотуристичної діяльності, що розвиватиметься з метою використання цих природних атракцій. Водночас, асиміляційна здатність довкілля є аспектом, який необхідно враховувати при розвитку керованого екотуризму. Також важливо враховувати екологічну ємність конкретного природного середовища.

Європейський досвід розвитку екотуризму свідчить про те, що екотуризм також можна розвивати через креативну економіку, спираючись на передовий досвід та покращуючи якість людських ресурсів. Крім того, стратегії, які можуть бути застосовані для підтримки екологічної стійкості в екотуристичних регіонах, включають в себе зонування та картографування на основі геоінформаційної системи, щоб гарантувати, що баланс екосистемних функцій не буде порушений [32].

Водночас, для усвідомлення взаємозв'язку між природною стійкістю та економічними вигодами необхідно також сприяти активній участі громадськості в даному питанні. Національна політика у сфері екотуризму в різних країнах світу суттєво відрізняється. Яскравими прикладами є Канада, Бразилія та Фінляндія, де у відповідних міністерствах створено незалежні департаменти та консультативні комітети з питань екотуризму.

Уряди Коста-Ріки, Намібії та Австралії включили розвиток екотуризму до списку своїх національних пріоритетів розвитку. В той час як у Німеччині та Туреччині на розвиток цієї галузі з державного бюджету навіть виділяються значні кошти. Напрями державної політики щодо стратегічного розвитку екотуризму в Україні представлені в таблиці 3.2.

З огляду на геополітичні чинники та національні стратегії розвитку, позиції країн щодо запровадження екотуризму дуже різняться. Однак варто зазначити, що розвиток екотуризму є невід'ємною частиною зусиль з охорони навколишнього середовища на певній території.

Таблиця 3.2 – Напрями державної політики щодо стратегічного розвитку екотуризму в Україні [8]

Напрямок	Характеристика
Розробка стратегічного плану розвитку екотуризму на державному рівні.	Посилення міжнародного співробітництва на основі транснаціональних методів збалансованого природокористування та можливості спрощення візового режиму. Розробити стратегію розвитку екологічного туризму на основі збалансованого розвитку у сферах національної політики з урахуванням соціо-еколого-економічних впливів.
Розподіл економічного і соціального ефектів від екотуристичної діяльності	Реалізація проектів та ініціатив у сфері екотуризму на неприбутковій основі після завершення адміністративно-територіальної реформи в країні. Сектор екотуризму буде орієнтуватися та розвиватися таким чином, щоб збалансувати його інтереси з інтересами відповідних секторів економіки.
Розвиток інформаційного середовища	Формування та розвиток систем інформаційної підтримки фінансування, організації та управління послугами екотуризму. Проведення відповідних інформаційних кампаній.

Іншими словами, природоохоронні території приваблюють туристів, а завданням туристичного сектору є надання якісних і доступних послуг для туристів [6]. Болгарія була однією з перших країн, яка розглядала стратегії розвитку екотуризму як основу для національних програм.

Використання цього досвіду при розробці стратегічного плану розвитку екотуризму може значно підвищити ефективність природоохоронних заходів і в Україні. Також слід зазначити, що на даний момент розвиток екологічної галузі в Україні здійснюється відповідно до Закону «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» [8], який має інтегрувати у всі сфери економіки й повсякденне життя українців екологічні стандарти, що діють у

країнах ЄС.

Цей Закон приділяє важливу увагу розвитку природно-заповідного фонду України. Відповідно до цього Закону саме розширення існуючих та створення нових природно-заповідних територій дозволить досягти ключової стратегічної мети країни – збалансованого екологічного розвитку та зупинити деградацію довкілля.

Проте у 2021 році кількість природоохоронних територій зменшилася втричі порівняно з попереднім роком. Так, у 2021 році було створено понад 10000 га природоохоронних територій, що становить 3,6% від тих, що мали бути створені згідно з планами місцевих органів влади та Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України, не кажучи вже про плани на основі стратегії до 2030 року.

У 2022 році показник заповідності становив 2% від того, що необхідно створити за Стратегією до 2030 року. Таким чином, для досягнення лише цільового показника Стратегії до 2030 року (15%) необхідно додатково заповідати ще 4,89 млн. га земель, або 8,1% площі України. Станом на 1 січня 2023 року було заповідано лише 3,52% від площі, що необхідно заповідати відповідно до Стратегії до 2030 року [8].

Отже, в умовах сучасної євроінтеграції України європейські практики збалансованого природокористування набувають все більшого значення для Держави. Ці тенденції характерні для всіх секторів економіки. В тому ж числі характерними є ті тенденції, які проявляються і в туристичному секторі, через відповідні державні програми, де екотуризм став популярним видом туризму.

Наразі розвиток екологічного сектору України базується на Основних засадах (стратегії) державної екологічної політики України на період до 2030 року, тобто законі, спрямованому на впровадження екологічних стандартів, що застосовуються в країнах ЄС, в усі сфери економіки та повсякденного життя українців.

Для покращення даної стратегії необхідно залучити іноземних фахівців

та активно впроваджувати в Державній політиці іноземний досвід розвитку екотуризму. Врахування зарубіжного досвіду державної політики підтримки екотуризму як з екологічної, так і з економічної точки зору допоможе забезпечити збалансований розвиток екотуризму в Україні та сприятиме збереженню довкілля.

Зелений туризм, один з найбільш динамічних і трудомістких секторів нашого часу, виявився в числі найбільш постраждалих внаслідок нинішньої кризи. На карту поставлені кошти до існування мільйонів людей, і їм необхідно надавати підтримку. У міру того, як країни поступово знімають обмеження на поїздки і туристична діяльність у багатьох частинах земної кулі потроху відновлюється, охорона здоров'я повинна залишатися пріоритетним завданням, а скоординовані протоколи охорони здоров'я, які захищають трудящих, населення і подорожуючих, одночасно підтримуючи компанії і їх працівників, повинні неухильно дотримуватися.

Необхідно активізувати міжнародне співробітництво, особливо в питаннях обмежень на поїздки і прикордонного контролю, з тим щоб зберегти джерела, що забезпечують людей засобами до існування, і підтримати економіку, проявивши відповідальність і солідарність. Необхідно продовжувати та активізувати такі зусилля, які всього через кілька тижнів після спалаху епідемії були зроблені Групою Світового банку (ГВБ), Азіатським банком розвитку (АБР), Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) і ЮНВТО з метою прискорення відновлення туристського сектора за трьома напрямками пакету технічної допомоги з метою відновлення туризму в зв'язку з COVID-19, з акцентом на збереження людського капіталу, а також адаптацію і посилення інтеграції.

Криза також дає можливість переосмислити роль і місце сектору туризму і його внесок в досягнення цілей в галузі сталого розвитку, в охорону природи і виконання Паризької угоди про зміну клімату; можливість працювати в напрямку формування більш сталого та інклюзивного туристського сектора, який володіє підвищеним потенціалом протидії лихам.

Лише колективними зусиллями і за допомогою міжнародного співробітництва зможемо ми перетворити туризм, збільшити його внесок в реалізацію Порядку денного на період до 2030 року та зробити його інклюзивним та вуглецево нейтральною сектором, який буде активно використовувати інновації і досягнення цифровізації, брати до уваги цінності і враховувати потреби і інтереси місцевого населення і забезпечувати гідні можливості зайнятості для всіх, не залишаючи нікого позаду.

ВИСНОВКИ

Екотуризм представляє собою специфічну туристичну діяльність, яка пов'язана з потребами туристів пізнавати природу і робити внесок у збереження екосистем, поважаючи при цьому інтереси місцевого населення. Основними причинами виникнення екотуризму вважаються такі зміни соціального життя, як концентрація людей у містах, скорочення фізичного життя та збільшення можливостей для подорожей. Віддаленість районів земної кулі та зміни в соціальному житті призвели до більш активного використання вільного часу, який здебільшого використовувався і використовується для відновлення людини після важкої праці.

За роки свого існування екотуризм став предметом низки важливих офіційних міжнародних декларацій. Серед них можна виділити Берлінську декларацію про біорізноманіття та сталий туризм (1997 р.) та Квебекську декларацію про екотуризм (2002 р.). Зокрема, Квебекська декларація визначає низку критеріїв, яким повинні відповідати екотуристичні продукти. Серед них політична та фінансова підтримка захисту довкілля, визнання та повага до прав місцевих та корінних народів, а також культурна та екологічна освіта для туристів. Дані документи визначають екологічні, економічні та соціальні складові сталого розвитку туризму.

Невід'ємною частиною практичного здійснення національного та культурного відродження України є рекреаційна діяльність, головною метою якої є організація відпочинку громадян країни та розвиток її туризму. Обґрунтування та реалізація в Україні власних довгострокових проектів розвитку туристично-екскурсійної діяльності визначає доцільність аналізу ринку рекреаційних послуг та потенціалу національних природних парків у сфері розвитку екологічного туризму.

В Україні існує законодавча система щодо розвитку екологічного туризму, а саме Конституція України (ст. 13, 66), Закон «Про охорону навколишнього середовища», Закон «Про заповідний фонд України»,

Червона книга України, тощо. В них подано, класифікацію об'єктів природно-заповідного фонду як національного надбання та визначена соціальна, економічна, екологічна роль природоохоронних комплексів у державі. Забезпечення регульованого туризму на територіях національних парків здійснюється відповідно до затверджених проектів на підставі ліцензій на здійснення діяльності по забезпеченню регульованого туризму наданих дирекціями національних парків, якщо пропоновані послуги по організації обслуговування відвідувачів не суперечать цілям діяльності національних парків і не заповдіють збитку природним комплексам і об'єктам історико-культурної спадщини.

В другому розділі роботи було зроблено характеристику підприємства з обслуговування агроекотуристів «Краса Карпат» та його організаційно-економічного середовища, визначили його інноваційні форми обслуговування, перспективні ринки збуту, внесли пропозиції щодо поліпшення функціонування агроекосадиби. Економічне середовище агроекотуристичних підприємств багато в чому обумовлюється економічною ситуацією і спроможністю регіону, в якому знаходиться підприємство.

Власний економічний потенціал в силу своїх малих розмірів невеликий, але перспективний, оскільки заснований на грамотному підході до діяльності, починаючи від освіченості господарів, здорового інтересу до подій в країні і в світі до тверезої оцінки того, що відбувається навколо і в різних сферах життя людей. Перспективні ринки збуту агроекотуристичного продукту формуються відповідно попиту і пропозиції, і ґрунтуються на ресурсних потенціалах регіонів і країни в цілому. Для правильного і ефективного розвитку і функціонування підприємств агроекотуризму необхідно виконувати ряд заходів щодо поліпшення та вдосконалення організаційних і освітніх моментів в діяльності. Пропозиції носять рекомендаційний характер, але засновані на конкретних спостереженнях та фактах.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Алексеев В. М. Проблеми самодостатності територіальних громад. Хмельниц. ун-ту управління та права. Хмельницький, 2007. №3(23). С. 45–51.
2. Ахмедова О. О. Можливості використання світового досвіду державного регулювання у сфері туризму в Україні. *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. Серія «Державне управління». 2016. №1. С. 124–128.
3. Ахмедова О. О., Сікорська І. М. Туристична індустрія як об'єкт державного регулювання. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2014. Вип.8. С. 35–40.
4. Баєв В. В. Впровадження принципів TQM в систему менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії. *Економіка та держава*. 2012. №8. С. 12–18.
5. Борейко, В. Е. Заповедность (пассивная охрана природы) : теория и практика. В. Е. Борейко, В. А. Бриних, И. Ю. Парникоза ; Киевский эколого-культурный центр. Киев : Логос, 2015. 111 с.
6. Борейко, В. Е. Троянский конь экотуризма: смерть для заповедной природы. Киевский эколого-культурный центр. Изд. 2-е, доп. Киев : Логос, 2015. 111 с.
7. Габа М. І. Фактори впливу на розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму Карпат. *Інтелект XXI*. 2014. №5. С. 21–27.
8. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні : автореф. дис... к.держ.упр.: 25.00.02. Київ, 2011. 23 с.
9. Гаман П. І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис... д.держ.упр.: 25.00.02. Київ, 2009. 40 с.
10. Гаман П. І. Особливості функціонування механізму державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. *Держава та регіони*.

Серія «Державне управління». 2008. №2. С. 133–138.

11. Гарбар Г. А. Культурний туризм в контексті масової культури. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 56. С. 89–95.

12. Герасименко В. Г., Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія за заг. ред. В.Г. Герасименка. Одеса : Астропринт, 2013. 304 с.

13. Гетьман В. Основні завдання і проблеми розвитку екотуризму в національних природних парках і біосферних заповідниках України. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2002. №35 (280). С. 93–99.

14. Гетьман В. Природні лікувальні ресурси Українських Карпат у контексті сучасного стану вітчизняної курортної справи. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2003. №2. С. 112–116.

15. Гетьман В. Туризм і збереження довкілля Українських Карпат. *Географія та основи економіки в школі*. 2000. №3. С. 43–51.

16. Гетьман В. І. Концептуальні питання екотуризму в контексті збереження ландшафтного різноманіття. *Рідна природа*. 2001. № 2. С. 90–97.

17. Гловацька В. В. Формування попиту і пропозиції на туристичний продукт сільського (зеленого) туризму. *Інноваційна економіка*. 2010. №16. С.34–47.

18. Глядіна М. В. Зарубіжний та вітчизняний досвід розвитку екологічного туризму. II міжнародний конгрес «Інформатизація рекреаційної і туристичної діяльності: перспективи культурного та економічного розвитку». Трускавець, 23–28.05.2000 р. С. 190–193. Т. 16, 17

19. Гоблик-Маркович Н. М. Маркетингове забезпечення розвитку туризму в прикордонному регіоні : автореф. дис... к.е.н.: 08.00.05. Ужгород, 2011. 23 с.

20. Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : автореф. дис... к.філос.н.: 09.00.03. Запоріжжя, 2002. 20 с.

21. Горішевський П. А., Васильєв В. П., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ : Місто-НВ, 2003. 148 с.
22. Грицку-Андрієш Ю., Грицку В. Географія сільського зеленого туризму у Закарпатській області. *Вісник Львівського університету*. Серія міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. С. 68–73.
23. Гуляев В. Г. Джигирей В. С. Екологія та охорона навколишнього природного середовища : Навчальний посібник. Київ : Знання, 2004. 327 с.
24. Гуцуляк Г. Д. Земельно-ресурсний потенціал Карпатського регіону. Львів : Світ, 1991. 151 с. Т. 18.
25. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм у системі суспільно-економічних відносин. Економічна та соціальна географія : Науковий збірник. Київ : 2001. С. 89–95. Т. 15.
26. Забуранна Л. В., Кулік А. В. Конкурентостійкість підприємств сільського зеленого туризму: теорія, механізм формування та управління : монографія Київ : Центр учбов. л-ри, 2016. 291 с.
27. Зінько Ю. В., Васильєв В. П., Горішевський П. А., Рутинський М. Й. Світовий досвід організації сільського туризму : методичні рекомендації. Одеса, 2009. 56 с.
28. Зінько Ю. В., Васильєв В. П., Горішевський П. А., Рутинський М. Й. Сільський туризм в Європі і Америці. *Туризм сільський зелений*. 2009. №2. С. 3–40.
29. Зінько Ю. В., Горішевський П. А., Петришин М. А., Васильєв В. П., Гундяк О. О. Маркетингові дослідження сільського туризму в Карпатському регіоні. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. 2008. Вип. 124. С. 32–40.
30. Клейменов А. М., Сергєєв Б. І. Інноваційні процеси в розвитку туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. №52, Т.2. С.62–66.
31. Кубинська І. В. Територіальна структура та особливості організації сільського туризму на Івано-Франківщині. *Рекреаційний потенціал*

Прикарпаття: історія, сучасний стан, перспективи : Матеріали Міжнар. наук. конф. Івано-Франківськ: «Фоліант», 2009. С.219–228.

32. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : Навчальний посібник. 2-ге вид. допов. Київ : КНЕУ, 2003. 265 с.

33. Навчальні матеріали для операторів сільського туризму. Підготовка агротуристичної місцевості, розробка агротуристичного продукту. За ред. Ю. В. Зінько, Г. М. Кінаш, Д. Скрильнікова та ін. Львів, 2001. 165 с.

34. Регіон: соціально-економічні трансформації. М. І. Пітюлич, Ю. Б. Кушнір, Є. С. Лавренюк, О. С. Молнар. Ужгород : Вид-во «Карпати», 2007. 415 с.

35. Розвиток сталого сільського туризму : Тематичний довідник. Ужгород, 2007. 146 с.

36. Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. Міжнародний досвід організації сільського туризму. *Географія та туризм*. 2010. Вип.5. С. 55–58.

37. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <http://www.greentour.com.ua>. (дата звернення: 09.11.2023).

38. Стойко С. М. Завдання заповідних ландшафтів щодо збереження природної, історичної та культурної спадщини. *Географічний вісник*. Львів, 2000. Вип. 26. С. 65–71. Т. 2, 18.

39. Стимулювання розвитку зеленого туризму в Україні: наявні інструменти. Інформаційна довідка ІДЦ при ВР України. Фонд «Східна Європа». 2021. URL: https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00XH89.pdf. (дата звернення на 14.11.2023 р.).

40. Тадра А. М., Дробішер Г. С. Ринок зеленого туризму в Україні: особливості, тенденції і фактори, що гальмують його розвиток. URL: na.lp.edu.ua/bitstream/ntb/13381/1/Тадра.pdf. (дата звернення на 24.11.2023 р.).

41. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

42. Управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств : монографія. В. М. Селютін, Л. М. Яцун, Г. В. Андрієнко, С. В. Селютін.

Харків : ХДУХТ, 2016. 255 с.

43. Характеристика альтернативних видів туризму Волинської області. Природа Західного Полісся та прилеглих територій. Єрко І.В. Савич К. В. зб. наук. пр. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. № 13. 190 с.

44. Шумлянська Н. В. Екотуризм як форма долучення до природної та культурної спадщини. URL: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura47/15.pdf> (дата звернення: 29.11.2023).

45. Ф. Ф. Шандор., М. П. Кляп. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с.

46. Як заповідник Тустань робить унікальну екосистему співпраці музею, громади й бізнесу. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2020/09/11/242281/> (дата звернення: 11.11.2023).

47. Brazales D. Indicators for a tourist Observatory. Spanish Academic Editorial, 2018. URL: <https://www.morebooks.de/store/fr/book/indicadores-para-un-observatorio-turistico/isbn/978-620-2-12071-5> (дата звернення: 19.11.2023).

48. Ecotourism and sustainable development. Prospects. URL: https://www.researchgate.net/publication/355209480_Ecotourism_and_sustainable_development_Prospects_for_Ukraine accessed Dec 15 2022 (дата звернення на 30.03.2023 р.).

49. March 1. Alternative tourism in Chiapas, 1996. URL: <http://gopher://csf.Colorado.EDU:70/00/enviroment/orgs/El-Planeta-Platica/Mexico/96-ChiapasEcotourism> (дата звернення 29.10.2023).

50. Jill James. Special Report Carlson Wagonlit TravelAdd to myFT Investigation: Green travel still has a way to go, Financial Times, SEPTEMBER 12 2011. URL: <https://www.ft.com/content/27ed0260-c801-11e0-9501-00144feabdc0> (дата звернення на 28.11.2023 р.).

51. Adam Hayes. What Is Greenwashing? How It Works, Examples, and Statistics, November 08, 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/g/greenwashing.asp> (дата звернення на 18.11.2023 р.).

52. Jill James. Special Report Carlson Wagonlit TravelAdd to myFT Investigation: Green travel still has a way to go, Financial Times, September 12 2011, URL: <https://www.ft.com/content/27ed0260-c801-11e0-9501-00144feabdc0> (дата звернення на 15.11.2023 р.).

53. Zsóka, Á., Szerényi, Z. M., Széchy, A., & Kocsis, T. Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior and everyday pro-environmental activities of Hungarian high school and university students. *Journal of Cleaner Production*, 2013. 48, 126–138.

54. Jou, R.-C., & Chen, T.-Yi. (2015). Willingness to Pay of Air Passengers for Carbon-Offset. *Sustainability*, 7(3), 3071–3085.

55. Lu, J.-L., & Shon, Z. Y. (2012). Exploring airline passengers' willingness to pay for carbon offsets. *Transportation Research Part D-Transport and Environment*, 17(2), 124–128.

56. Maria Cleary. Reading for the environment: Environmental education. September 10, 2021. URL: <https://www.helbling.com/int/en/blog/reading-for-the-environment-environmental-education> (дата звернення на 12.11.2023 р.).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. Гори сміття на горі Еверест в Непалі [33]