

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний
Кафедра економіки природокористування

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: Екологізація розвитку туристичних дестинацій

Виконав студент групи МЕД-20
спеціальності 051 «Економіка»
Кушнір Юрій Сергійович

Керівник канд.екон.наук, доц.
Попова Марія Олександрівна

Рецензент д-р екон.наук, проф.
Садченко Олена Василівна

Одеса 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет (інститут) Природоохоронний
Кафедра Економіки природокористування
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 051 «Економіка»

(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Економіка довкілля та природних ресурсів»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки природокористування

Губанова О.Р.

«28» жовтня 2021 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

студенту Кушніру Юрію Сергійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Екологізація розвитку туристичних дестинацій

керівник роботи Попова Марія Олександрівна, к.е.н., доцент

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

затверджені наказом ОДЕКУ від “18” жовтня 2021 року № 216-С.

2. Строк подання студентом роботи 6.12.2021 року.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти, інформація електронних Інтернет-ресурсів, статистика по галузі, інформація про туристичну діяльність Миколаївської області, літературні та наукові джерела по тематиці даної роботи.

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

1. Теоретичні аспекти екологізації у туристичній сфері.
2. Дослідження сучасного стану розвитку туристичних дестинацій.
3. Шляхи підвищення ефективності екологізації туристичних дестинацій.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
 1. Партнери для сталого розвитку туризму.
 2. Взаємозалежність туризму та навколишнього середовища у досягненні сталого розвитку.
 3. Перешкоди процесу впровадження сталого розвитку туризму.
 4. Модель туристичної дестинації або модель «шість А», запропонована вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсенем, К.Купером, Д. Флетчером.
 5. Критерії екологічного туризму.
 6. Складові компоненти екологічного туризму.

7. Схема екологічного менеджменту та аудиту.
8. Інтегрований екологічний менеджмент у туристичному об'єкті.
9. Екологічні аспекти та вплив еко-готелю на навколишнє середовище.
10. План дій для досягнення екологічної стійкості та оцінки природної спадщини Хорватії.
11. Фінансове забезпечення проекту «ЕкОльвія».

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 28.10.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1.	Написання 1-го розділу магістерської роботи.	28.10.21-07.11.21	92	Відмінно (А)
2.	Написання 2-го розділу магістерської роботи.	08.11.21-20.11.21	92	Відмінно (А)
3.	Рубіжна атестація	21.11.21-25.11.21	92	Відмінно (А)
4.	Написання 3-го розділу магістерської роботи.	26.11.21-02.12.21	92	Відмінно (А)
5.	Формулювання висновків магістерської роботи. Оформлення магістерської роботи	03.12.21-05.12.21	92	Відмінно (А)
6.	Перевірка магістерської роботи науковим керівником, надання відгуку	06.12.21-08.12.21		
7.	Перевірка на антиплагіат	09.12.21-11.12.21		
8.	Перевірка магістерської роботи зав. кафедрою	12.12.21-13.12.21		
9.	Отримання рецензії	14.12.21-15.12.21		
10.	Попередній захист магістерської роботи на кафедрі	16.12.21		
11.	Надання магістерської роботи до деканату	17.12.21		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		92	Відмінно (А)

Студент

(підпис)

Кушнір Ю.С.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Попова М.О.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему «Екологізація розвитку туристичних
дестинацій»

Кушніра Юрія Сергійовича

Актуальність теми. Незважаючи на велику кількість робіт, проблема розробки розвитку туристичних дестинацій потребує глибокого опрацювання та якісного дослідження в силу часто мінливої навколишньої обстановки, кризові явища і, як наслідок, зміни вимог до сучасної туристичної діяльності. Все ще недостатньо уваги приділяється розвитку туристичних дестинацій на основі екологізації саме в сучасних умовах. У зв'язку з цим тема нашого дослідження є досить актуальною і своєчасною.

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

Для досягнення мети були поставлені і вирішені наступні завдання:

- визначено особливості та сучасні тенденції процесу реалізації сталого розвитку туризму;
- розглянута сутність стратегій екологізації в індустрії туризму;
- проведено аналіз сучасного стану розвитку туристичних дестинацій на підставі зарубіжного досвіду;
- розроблені шляхи підвищення ефективності екологізації туристичних дестинацій.

Об'єктом дослідження виступає процес розвитку туристичних дестинацій за рахунок впровадження екологізації.

Предметом дослідження є туристична діяльність і механізм формування конкурентоспроможних дестинацій у відповідності до сучасних вимог.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є фундаментальні концепції теорії комунікацій та теорії управління, наукові положення в галузі туризму та міждисциплінарних наук, класичні підходи до формування системного погляду на екологічні процеси, роботи з вдосконалення конкурентоспроможності туристичних дестинацій в контексті вирішення проблем з запобігання кризових ситуацій в туристичній галузі.

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

Результати, їх новизна, теоретичне та практичне значення. У кваліфікаційній роботі магістра розглянуто сучасні проблеми екологізації та тенденції процесу реалізації сталого розвитку туризму; наведені практичні рекомендації щодо розробки сучасного екологічного проекту розвитку туристичної дестинації Північного Причорномор'я.

Рекомендації щодо використання результатів роботи з зазначенням галузі застосування. Сформульовані та обґрунтовані положення та рекомендації можна застосовувати для подальшого розвитку науково-практичних підходів щодо формування системи сприяння розвитку туристичних дестинацій на основі сучасних еко-трендів.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту кваліфікаційної роботи магістра – 89 сторінок, таблиць – 5, рисунків – 11.

Перелік ключових слів: туризм, екологізація, дестинація, туристична діяльність, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Master's qualification work on «Greening the development of tourist destinations»
by Kushnir Yuri Sergeevich

Actuality of theme. Despite the large number of works, the problem of developing the development of tourist destinations requires in-depth study and quality research due to the often changing environment, crises and, consequently, changing requirements for modern tourism. Still insufficient attention is paid to the development of tourist destinations on the basis of greening in modern conditions. In this regard, the topic of our study is quite relevant and timely.

The purpose and tasks of the study. The purpose of the work – on the basis of modern scientific approaches to the organization of tourism activities within the destinations to analyze the selected object of study and identify ways to improve in this area.

To achieve this goal, the following tasks were set and solved:

- identified features and current trends in the process of implementing sustainable tourism development;
- the essence of greening strategies in the tourism industry is considered;
- analysis of the current state of development of tourist destinations on the basis of foreign experience;
- developed ways to increase the efficiency of greening tourist destinations.

The object of research is the process of development of tourist destinations through the introduction of greening.

The subject of research is tourism and the mechanism of formation of competitive destinations in accordance with modern requirements.

Research methods. Theoretical and methodological basis of the work are fundamental concepts of communication theory and management theory, scientific positions in tourism and interdisciplinary sciences, classical approaches to forming a systematic view of environmental processes, work to improve the competitiveness of tourist destinations in the context of crisis prevention. .

The information base is normative – legislative acts of Ukraine, statistical data obtained by domestic and foreign scientists, scientific publications of domestic and foreign scientists, information from electronic Internet resources.

Results, their novelty, theoretical and practical significance. In the qualification work of the master the modern problems of greening and tendencies of process of realization of sustainable development of tourism are considered; practical recommendations for the development of a modern ecological project for the development of the tourist destination of the Northern Black Sea coast are given.

Recommendations for using the results of work with the indication of the scope of application. Formulated and substantiated provisions and recommendations can be used for further development of scientific and practical approaches to the formation of a system to promote the development of tourist destinations on the basis of modern eco-trends.

Structure and scope of work. The work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of sources used. The full volume of the text of the master's qualification work is 89 pages, tables – 5, figures – 11.

The list of keywords: tourism, greening, destination, tourism, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	9
1.1. Особливості та сучасні тенденції процесу реалізації сталого розвитку туризму	9
1.2. Сутність стратегій екологізації в індустрії туризму	16
2 ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	21
2.1. Екологічний туризм як складова туристичної дестинації	24
2.2. Використання туристських дестинацій для організації екологічного туризму (зарубіжний досвід)	36
3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	55
3.1. Екологізація як фактор конкурентоспроможності туристичних дестинацій	55
3.2. Пропозиції щодо розробки сучасного екологічного проекту розвитку туристичної дестинації Північного Причорномор'я	61
3.3. Перспективні шляхи впровадження розроблених рекомендацій	73
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	86

ВСТУП

Туризм є однією з провідних та найдинамічніших галузей світової економіки. За швидкі темпи зростання його визнано економічним феноменом століття. У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць та забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм впливає на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та інші, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку. На розвиток туризму впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні та політико-правові.

Значення туризму як джерела валютних надходжень, розширення міжнародних контактів, забезпечення зайнятості населення невинно зростає. Бережне ставлення до природи та навколишнього середовища є одним із привабливих елементів туризму та подорожей. Туристські готелі, кемпінги, курорти, які розташовані серед незайманої природи і де приділяється належна увага питанням екології, збереженню природного ландшафту та культурної спадщини, стають все більш популярними та приваблюють нових, екологічно свідомих та підготовлених туристів.

На туристичну діяльність нещодавно негативно вплинули процеси, пов'язані з поширенням коронавірусу (з державними карантинними заходами або без них), що призвело до помітного зниження так званого «соціального споживання». Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте туристична галузь протягом тривалого часу відчуває на собі також вплив таких негативних чинників: відсутність державної політики у сфері туризму, стратегії і програми розвитку туризму та курортів; багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму; бездіяльність Координаційної ради з питань туристичної діяльності,

створеної при Кабінеті Міністрів України; невиконання глави 16 «Туризм» Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014-2017 роки, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 вересня 2014 року № 847-р; нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму; територіальні втрати та воєнні дії на території України; нестабільність у політичному та економічному житті. Всі ці негативні чинники зумовлюють особливу актуальність розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо розвитку туристичних дестинацій, особливо у напрямку їх екологізації.

Вивченням сутності дестинації згідно різних підходів, основ теорії туристичних дестинацій, сучасних наукових підходів до цього концепту, типології та життєвого циклу дестинацій, сутності та класифікації туристичних ресурсів дестинації, методів визначення та оцінки їх потенціалу і нормативно-правового забезпечення функціонування туристичних дестинацій в Україні займалися багато вчених. Серед них можна виділити Н. В. Корж, Д. І. Басюк, Т. Ю. Лужанську, А. Ф. Гукалюк та багатьох інших. Однак незважаючи на велику кількість робіт, аналіз наукових праць зарубіжних та вітчизняних авторів свідчить про відсутність єдиної думки щодо трактування туристичної дестинації як наукової категорії, а також проблема екологізації розвитку туристичних дестинацій потребує глибокого опрацювання та якісного дослідження в силу часто мінливої навколишньої обстановки, кризових явищ і, як наслідок, зміни вимог до сучасної туристичної діяльності. У роботах багатьох дослідників розглядаються різні аспекти екологізації. Серед них слід виділити праці А.Н.Голод, З.П.Новосад, О.Ю.Дмитрук, В.І.Куценко та ін., однак незважаючи на достатню опрацьованість теоретичних і практичних питань, все ще недостатньо уваги приділяється екологізації розвитку саме туристичних дестинацій в сучасних

умовах. Актуальність і недостатня розробленість зазначеної проблеми визначають необхідність її дослідження.

Таким чином, сучасне дослідження може сприяти мотивуванню розробці майбутніх методів підвищення ефективності екологізації туристичних дестинацій в кризових умовах, виявленню сучасних стратегічних напрямків туристичної діяльності.

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

Для досягнення мети були поставлені і вирішені наступні завдання:

- визначені особливості та сучасні тенденції процесу реалізації сталого розвитку туризму;
- розглянута сутність стратегій екологізації в індустрії туризму;
- проведено аналіз сучасного стану розвитку туристичних дестинацій на підставі зарубіжного досвіду;
- розроблені шляхи підвищення ефективності екологізації туристичних дестинацій.

Об'єктом дослідження виступає процес розвитку туристичних дестинацій за рахунок впровадження екологізації.

Предметом дослідження є туристична діяльність і механізм формування конкурентоспроможних дестинацій у відповідності до сучасних вимог.

У дослідженні використовувалися такі методи: комплексного аналізу – у процесі розгляду тенденцій процесу реалізації сталого розвитку туризму в сучасних умовах; спостереження, порівняння, аналізу, узагальнення.

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

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

1.1. Особливості та сучасні тенденції процесу реалізації сталого розвитку туризму

Останнє десятиліття 20-го та перше десятиліття 21-го століття підкреслюють важливість охорони навколишнього середовища та впровадження принципів сталого розвитку у всіх сферах життя. Особливо ці питання важливі для індустрії туризму та гостинності, промисловості, яка використовує природні ресурси як привабливість для туристів.

Сталий розвиток виник як специфічна реакція на той факт, що діяльність людини негативно впливає на природні процеси та соціальні події, навіть якщо така діяльність здійснюється на користь розвитку економіки і суспільства загалом.

Найбільш часто в літературі цитується визначення Всесвітньої комісії з навколишнього середовища та розвитку (WCED), надруковане в 1987 році в доповіді «Наше спільне майбутнє» (відомої як «Звіт Брундтланд»): «Сталий розвиток – це розвиток, який відповідає потребам сьогодення без шкоди для спроможності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби» [16]. Визначення містить два важливі поняття: потреби людини та обмеження навколишнього середовища.

WCED приділяє особливу увагу основним потребам людства, перш за все бідних. Відповідно до WCED задоволення людських потреб і прагнень має ґрунтуватися на справедливості та/або неупередженості щодо доступності ресурсів та розподілу витрат і вигод розвитку. Існують два терміни, які інтенсивно вживаються в літературі щодо сталого розвитку. Це власний капітал всередині поколінь і капітал між поколіннями. Іншим важливим аспектом сталого розвитку є екологічні обмеження, тобто обмежені можливості природного оточення задовольняти теперішні та

майбутні потреби. У цьому сенсі ресурси можна розділити на відновлювані та невідновлювані, тому управління ресурсами становить особливий інтерес у контексті сталого розвитку.

У звіті Брундтланд вказується наступний зміст для сталого розвитку [32]:

1. Самі люди мають здатність досягати сталого розвитку.
2. Необхідна довгострокова перспектива; повинні бути достатні ресурси та гарне середовище для майбутніх поколінь.
3. Повинен бути баланс між багатими та бідними країнами; мають бути забезпечені основні потреби кожного.
4. Ми всі повинні змінити наше ставлення та спосіб життя на користь сталого екологічно адаптованого розвитку.
5. Розвиток – це процес, який можна спрямувати до сталого розвитку.

Сталий розвиток є довгостроковим і глобальним прагненням людства. Беручи до уваги вищезазначене, можна зробити висновок, що сталий розвиток – це процес змін, спрямований на підвищення здатності задовольняти потреби та прагнення, як сьогодні, так і завтра, через взаємну координацію використання ресурсів, інвестицій, технологічного розвитку та інституційних змін [33]. На передньому плані концепція наголошує на якісному покращенні порівняно з кількісним зростанням.

Концепція сталого розвитку сприяє контрольованому зростанню та розвитку шляхом максимального збереження та раціонального використання ресурсів. Це забезпечило б довгостроковий економічний та соціальний розвиток. Розвиток, який у довгостроковій перспективі спричинить порушення економічної, соціальної та екологічної основи, не є розвитком, заснованим на принципах сталості.

За багаточисленними дослідженнями термін сталого розвитку має два основних виміри:

- 1) вимір ресурсів, пов'язаний з довгостроковим використанням та розвитком місцевого села та місцевої культури;

2) вимір, пов'язаний з робочими місцями та матеріальними винагородами. Винагород може бути достатньо, щоб створити основу для створення сімейних фірм і для зміни поколінь.

Розглянемо особливості сучасної туристичної сфери. Як економічна діяльність туризм має свої особливості. Туристи подорожують, тобто вони отримують продукт і прибувають до туристичного місця. Будучи діяльністю, яка здійснюється за допомогою ряду різних агентів, що належать до різних економічних галузей, туризм важко контролювати. Оцінюючи його вплив, слід звернути увагу на сезонний фактор, який концентрує діяльність протягом короткого періоду часу і який потенційно може завдати значної шкоди. Додатковою проблемою є бажання туристів спробувати нові враження під час своїх подорожей.

Говорячи про стійкість, слід зазначити, що ми розглядаємо явища з економічної точки зору, беручи до уваги необхідність та імператив розвитку. Туризм стає масовим світовим явищем, і це факт, який необхідно прийняти, оскільки він дає туристичній галузі можливість заробляти на життя. Необхідно розрізняти термін «масовий», який притаманний туризму, і термін «масовий туризм», який, з огляду на його характеристики, більше не в змозі задовольнити туристичний попит. Вимоги туристичного попиту все більше звертаються до цінностей сталого розвитку – персоналізованих відносин, унікальних вражень, культурних подій, екологічних цінностей.

Розвиток туризму на основі принципів сталого розвитку має визнавати різні інтереси та погляди багатьох різних груп, організацій та установ, які прямо чи опосередковано впливають на розвиток туризму. Тому необхідно знати їхнє ставлення, інакше неможливо розвинути позитивне спілкування та партнерство, яке є обов'язковим у процесі впровадження сталого розвитку туризму.

Туризм має різні види наслідків на території (основними категоріями є економічні, соціальні, культурні, фізичні та екологічні). Ці наслідки впливають як на ресурси та умови для туризму, так і на туристичний

продукт; вони можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. Очевидно, що необхідно відповісти на велику кількість запитань, щоб створити основу для аналізу туризму в дестинації з точки зору стратегії розвитку [36].

Коли розробляються стратегічні документи для розвитку туризму в деяких дестинаціях, питання сталості мають пронизувати весь аналіз. Усі основні зацікавлені сторони повинні прийняти основні принципи та кодекс, щоб зробити можливу стійку стратегію. Зацікавлені сторони можна просто визначити як будь-яку особу або ідентифіковану групу, на яку впливає чи може вплинути досягнення цілей. Це передбачає моральний обов'язок обов'язково залучати такі сторони до значущої участі в процесі прийняття рішень. Зацікавлені сторони можна розділити на п'ять великих груп: уряд (національний та регіональний), промисловість, туристи, професійні асоціації та групи, місцеві жителі (рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Партнери для сталого розвитку туризму [37]

У зв'язку з особливим характером туристичної діяльності, яка залучає інтереси економістів, соціологів, географів, етнологів, філософів, лінгвістів, культурологів, екологів та представників інших галузей науки, мультидисциплінарний підхід ще більшою мірою необхідний для сталого

розвитку туризму. Сталий розвиток туризму повинен узгоджувати економічні, соціологічні, культурні та політичні аспекти з аспектами охорони навколишнього середовища, соціальної та культурної самобутності та якості життя місцевої громади.

Туризм посилює інтерес до використання довкілля населенням, що в подальшому вплине на приватний сектор, регіональний та державний уряд, а особливо на місцеві громади, які більш сприйнятливі до проблеми збереження навколишнього середовища. Взаємозалежність туризму та навколишнього середовища у досягненні сталого розвитку передбачає наступне (рис.1.2.):

1. Інтеграцію політики розвитку з управлінням природними ресурсами на основі проектів, планів і програм.
2. Розвиток управління природними ресурсами на регіональному рівні, що забезпечить основу для програм управління природними ресурсами на місцевому рівні.
3. Інтеграцію розвитку туризму та політики управління природними ресурсами на місцевому, регіональному та державному рівнях.
4. Збільшення місцевих можливостей відповідно до реальних можливостей навколишнього середовища (особливо в районах із сильними туристичними тенденціями).

Екологічна політика загалом вказується як основне питання, яке слід враховувати при розробці концепції сталого розвитку туризму. Само собою зрозуміло, що важливість екологічного менеджменту є незаперечною, оскільки йдеться про охорону природи та навколишнього середовища, що є фундаментальною ресурсною основою туризму.

Однак, слід підкреслити, що неможливо грамотно говорити про сталий розвиток туризму без аналізу соціальних, культурних та економічних ресурсів. Як і будь-яка інша економічна діяльність, туризм має свої позитивні та негативні наслідки. Сталий розвиток туризму має максимізувати вигоди від туризму, водночас мінімізуючи збитки чи витрати, спрямовуючи та

обмежуючи розвиток відповідно до принципів сталого розвитку в туризмі [34].

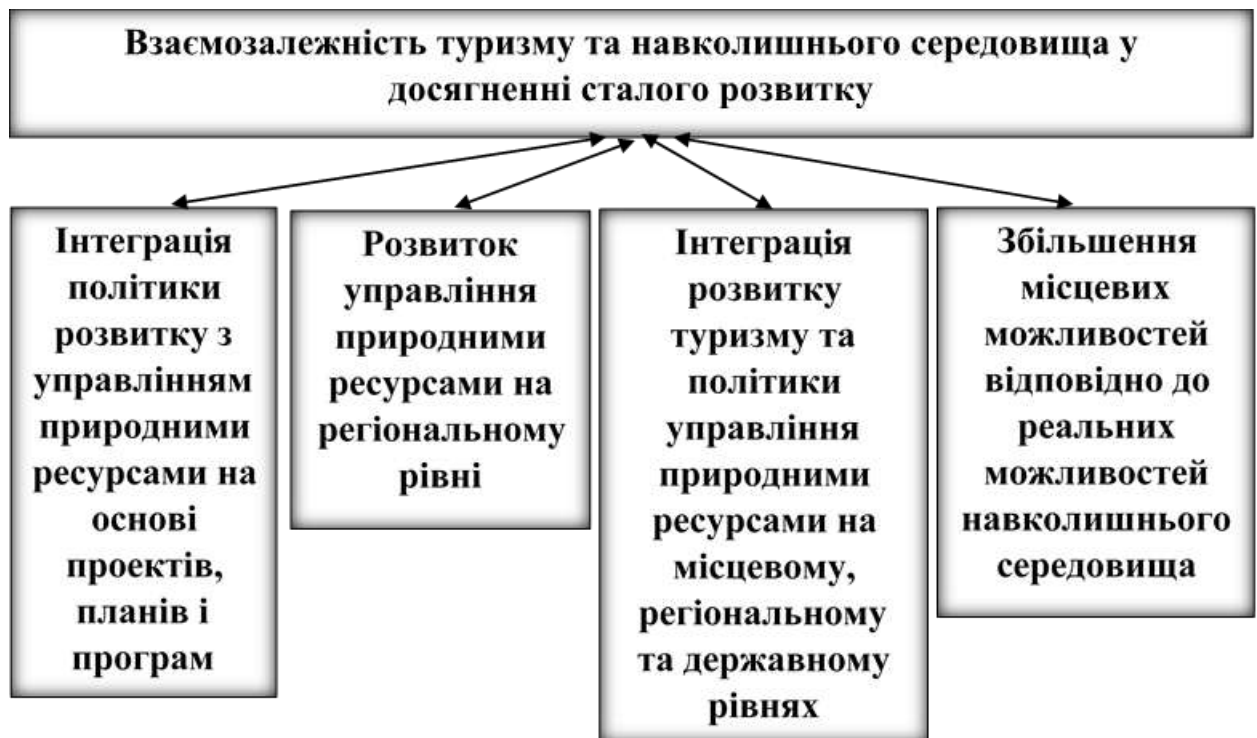


Рис. 1.2. Взаємозалежність туризму та навколишнього середовища у досягненні сталого розвитку

Процесу впровадження сталого розвитку туризму на практиці існує декілька перешкод (рис.1.3.):

1. Фізичні та природні обмеження. Важко точно оцінити поріг толерантності природи і простору через безперервні зміни.
2. Складність відносин. Розвиток туризму не можна спостерігати через спрощений зв'язок причини та наслідки між двома чи більше факторами (це складне співвідношення між різними факторами, які мають різні взаємні зв'язки).
3. Відкладені на час наслідки. Існують певні наслідки з причинами, які сягають минулого, і з наслідками, які з'явилися через тривалий період часу (наприклад, діра в озоновому шарі).

4. Період асиміляції. Потрібен певний період часу, щоб і природа, і люди пристосувалися до нової ситуації. У проектах розвитку часто нехтують необхідністю періоду асиміляції, що призводить до несприятливих наслідків.



Рис. 1.3. Перешкоди процесу впровадження сталого розвитку туризму

Особливо небезпечною для окремих регіонів та біосфери в цілому є створення спеціалізованих великих туристичних центрів та інтенсивне використання місцевих туристичних ресурсів, що призводить до понаднормованого використання природних ресурсів, значного забруднення довкілля, зростання обсягів відходів, наслідком чого є порушення екологічної рівноваги, виникнення незворотних змін у навколишньому природному середовищі, зменшення привабливості природного об'єкта.

Таким чином, для успішного розвитку туристичної галузі стан навколишнього природного середовища є визначальним.

1.2. Сутність стратегій екологізації в індустрії туризму

Індустрія туризму повинна покращити освіту щодо екологічного менеджменту, що потребує міждисциплінарного підходу та тісної співпраці суспільних і природничих наук та фахівців. Система екологічного менеджменту – це організаційна структура, відповідальність, практика, процедури, процеси та ресурси для визначення та впровадження екологічних стандартів [8]. Слід зазначити, що суворе правове регулювання необхідне для впровадження принципів сталого розвитку та досягнення цілі екологічного менеджменту. Тим не менш, туризм має бути економічно стійким, тому що якщо туризм не є прибутковим, то фінансові питання розглядаються у першу чергу, поряд з питаннями екологічної безпеки.

Туристична індустрія може застосовувати різні стратегії (добровільні та регулятивні), щоб поєднати туризм та охорону навколишнього середовища.

Добровільні стратегії, такі як кодекси поведінки, або це можуть бути ліцензії та пов'язані з ними умови – це такі, якими керуються управлінські агентства. До них відноситься доступний ряд засобів для допомоги туроператорам і тим, хто керує туристичними об'єктами, такими як курорти, а також допомагає вести свій бізнес таким чином, щоб мінімізувати його екологічні наслідки.

Кодекс поведінки та рекомендації – це набір очікувань, поведінки або правил, написаних представниками галузі, урядовими чи неурядовими організаціями. Їх мета – впливати на настрій та поведінку туристів туристичної галузі. Кодекс може бути неформальним і прийнятим групою, або більш офіційним і встановленим для членів галузі та/або туристів. Перші часто називають етичними кодексами і мають тенденцію бути філософськими та заснованими на цінностях, тоді як останні зазвичай відомі як кодекси практики або поведінки і є більш застосовуваними та специфічними до реальної практики в місцевих ситуаціях. Рекомендації

також використовуються для визначення того, як здійснюється туристична діяльність, і, подібно до кодексів, можуть бути написані членами галузі, урядовими чи неурядовими організаціями.

Кодекс етики забезпечує стандарт прийнятної діяльності, часто в письмовій формі, який допомагає у встановленні та підтримці професіоналізму. Всесвітня туристична організація (ВТО) прийняла Глобальний етичний кодекс для туризму, з окресленням сталого підходу до розвитку туризму для напрямків, урядів, туроператорів, розробників, туристичних агентів, працівників і мандрівників. Кодекси або рекомендації щодо конкретних видів діяльності мають на меті допомогти туроператорам і відвідувачам покращити управління навколишнім середовищем та мінімізувати їх вплив [16].

Акредитація та сертифікація є іншими засобами, які допомагають представникам туристичної індустрії діяти відповідально. Акредитація передбачає, що агенція чи організація оцінює та визнає програму навчання чи заклад відповідним певним заздалегідь визначеним стандартам або кваліфікації. Сертифікація – це тестування особи, щоб визначити її оволодіння певним об'ємом знань. На початку 1999 року World Travel і Програма «Зелений глобус» Ради з туризму оголосила про програму екологічної сертифікації – Green Globe 21. Це всесвітня програма порівняння та сертифікації, яка сприяє екологічним подорожам і туризму для споживачів, компаній і громад. Вона заснована на Порядку денному 2021 і принципах сталого розвитку, затверджених 182 урядами на саміті ООН у Ріо-де-Жанейро в 1992 році.

Green Globe 21 встановлює міжнародні стандарти для туристичних компаній і громад щодо гарних екологічних показників. Цілі включають охорону культури, традицій, дикої природи та природних ресурсів. Програма охоплює готелі, авіакомпанії, туроператорів, турагентів, аеропорти, туристичні пам'ятки, круїзні лайнери та компанії з прокату автомобілів. Його сфера охоплення є географічно глобальною і підтримується дослідницьким

потенціалом і набором консультативних послуг. Акредитація та сертифікація можуть принести користь як індустрії туризму, так і природному середовищу.

Найкращою практикою є також заохочення відповідальної поведінки представників туристичної індустрії. У туристичній галузі передбачається мінімізація впливу на навколишнє середовище, особливо за рахунок дбайливого використання ресурсів та їх утилізації.

Програми сталого розвитку готелів з урахуванням передового досвіду стосуються скорочення відходів, енергозбереження та водозбереження. Авіакомпанії беруть активну участь у програмах екологізації шляхом вирішення проблем зі зменшенням шуму та викидів та економії палива. Програми ресторанів зосереджені на твердих відходах та зменшенні енергії, а також на ширших питаннях збереження навколишнього середовища.

Регулятивні стратегії використовуються разом із добровільними стратегіями для управління туристичними територіями та водночас захисту навколишнього середовища. Ліцензії з відповідними умовами видаються туроператорам, тоді як оренда видається туристичним підприємствам, які займають фіксовані приміщення на більш тривалий період. Обидва дають юридичні рекомендації туристичним компаніям щодо того, як вони повинні вести свій бізнес. Ліцензія – це документ, що дає офіційний дозвіл на здійснення діяльності. Ліцензії дозволяють керівному органу стежити за доступом і використанням територій, що знаходяться під його контролем, і забезпечувати збереження природоохоронної цінності. Власники ліцензій погоджуються дотримуватися набору правил і положень щодо територій (переважно екологічно чутливих природних територій), в яких вони діють. Оренда, як правило, видається, коли оператори вимагають виключного права на земельні ділянки [30].

Екологічний туризм набув найбільш широкого поширення та визнання в наш час, оскільки екологія з кожним днем набуває все більшого значення. Бережне ставлення до природи та навколишнього середовища є одним із

привабливих напрямів. «Захист навколишнього середовища має встояти перед тиском з боку організацій чи осіб, стурбованих лише комерційним успіхом чи особистим збагаченням», – сказано у Монреальській декларації з туризму (1996 р.). За твердженням Пітера Шеклфорда, регіонального представника ВТО у Європі, термін «екотуризм» використовується в індустрії туризму вже понад 10 років, однак у це поняття вкладається різний зміст. В одному випадку екотуризм – це подорожі, які вживаються в незаймані людською цивілізацією, екологічно чисті кутки природи для підтримки екологічної рівноваги в природі. У іншому – термін «екотуризм» сприймається як ярлик запропонованого для продажу турпродукту. Але і в тому, і в іншому випадку екотуризм сприймається як невід'ємний елемент сталого розвитку. Відомо, що туризм по-різному впливає на довкілля. Туріндустрія експлуатує природні, культурні та історичні ресурси країни, потребує власності на землю, виробляє відходи, забруднює повітря, воду і ґрунт, надає сильний антропогенний вплив на природу. Транспорт використовує токсичні види палива, забруднюючи довкілля [34].

В останні десятиліття охорона навколишнього середовища вийшла на новий рівень, включаючи заходи фінансового контролю та ринкові фактори, а також відповідні законодавчі заходи. Європейський Союз розробив Положення ЄС 1893/93 «Про добровільну участь компаній у Системі екологічного менеджменту та ревізії». Відповідно до методики екологічного менеджменту турфірма чи готель може проводити чи замовляти об'єктивні екоревізії, метою яких є покращення управління екологічними аспектами туристичної діяльності. Екоревізії дають відповідь на те, яким чином туристські підприємства на практиці вирішують екологічні питання, наскільки зацікавлене в їх вирішенні керівництво, якою є екологічна підготовка співробітників, як поширюється екологічна інформація та яким чином туристичні підприємства враховують інтереси своїх клієнтів – туристів.

Відповідно до методики екологічного менеджменту підприємства при наданні туристичних послуг повинні включати питання екології у всі сфери своєї діяльності – від планування та закупівлі продовольства та інвентарю до вирішення повсякденних практичних питань.

Таким чином, сьогодні екологічний туризм повинен стати головним фактором розвитку туристичних дестинацій, коли замість отримання короткочасної вигоди від спілкування з природою буде втілюватися довгострокова життєздатна екологічна стратегія, яка здатна забезпечити реальну фінансову підтримку охороні природи та підвищити значимість тих природних ділянок, які повинні зберігатися в незміненому стані.

2 ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Термін «дестинація» є одним з основоположних понять сучасної теорії туризму. Вперше це слово було використано як поняття «місце призначення» і вважається, що дане поняття ввійшло в тезаурус туризму в середині XIX ст., в 1840 році, коли перші туристи, – однодумці організатора екскурсій за здоровий спосіб життя Томаса Кука, – прочитали в його програмі, що «destination» їх поїздки (тобто місце призначення) – місто Ламфборо, в якому планується з'їзд Асоціації тверезників південних графств центральної Англії. Так з'явилася перша туристична дестинація світу – Ламфборо, де одноразово зібралося понад п'ятсот туристів. У той час дане слово сприймалося як туристами, так і організаторами туризму однаково і трактувалося як «напрямок маршруту». І якщо для більшості подорожуючих термін «дестинації» так і залишився в первинному значенні, то для професійного туризму протягом багатьох років відбувалося поступове ускладнення значення даного поняття (табл.2.1.).

Таблиця 2.1.

Визначення терміна «дестинація»

№	Визначення терміна «дестинація»	Автор
1	2	3
1	Дестинація – це конкретна територія, яку турист обирає для відвідування і знаходиться там деякий час, територія, на якій відбуваються основні процеси взаємодії туриста з туристичною інфраструктурою.	Проф. Мейсенського університету (м. Окленд) Нейл Лейпер [30]
2	Певне місце призначення або цільовий регіон.	Вольфганг Альтгофен [29]
3	Дестинація, це місце, відвідування якого залишає у туристів всілякі враження, дарує досвід і емоції.	П. Пірс [30]
4	Дестинація – це місце, куди в даний час направляються люди або предмети.	«Оксфордський словник мандрів і туризму»
5	«Фізичний простір, де турист проводить мінімум одну ніч. Дестинація має фізичні та адміністративні кордони, які визначають систему менеджменту дестинації, імідж і сприйняття, які визначають її ринкову конкурентоспроможність».	Всесвітня Туристична Організація (Далі – UNWTO) в 2002 році

Продовження таблиці 2.1.

1	2	3
6	Дестинація – це «територія, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями».	Європейська Комісія [32]
7	Дестинація – це конкретна територія, яку турист обирає для відвідування і знаходиться там деякий час, територія, на якій відбуваються основні процеси взаємодії туриста з туристичною інфраструктурою.	Н. Лейпе [29]
8	Дестинація – сукупність послуг та засобів, сформованих з метою задоволення потреб туристів.	С. Купер, Д. Флетчер, Д. Гилберт, Р. Шеперд, С. Ванхилл [35]
9	Туристична дестинація – це місцевість, на якій зосереджено природні, природноантропогенні й культурно-історичні рекреаційно-туристичні ресурси і яка має необхідну транспортну інфраструктуру та достатній рівень розвитку туристичної індустрії, що забезпечує формування конкурентоспроможного туристичного продукту.	Д. І. Басюк [23]
10	Дестинація – це об'єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), який має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), що є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведена до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання	Т. Ткаченко [11]
11	Дестинація (туристична) – місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення.	Закон України «Про туризм» [19]

Розглядаючи основні риси туристичної дестинації заслуговує на увагу модель туристичної дестинації, запропонована вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсеном, К. Купером, Д. Флетчером, які запропонували модель «чотири А», яка згодом трансформувалася у модель «шість А», у якій дестинація розглядається як взаємозв'язок наступних компонентів (рис. 2.1.):

- attractions (атракції) – туристичні ресурси природного або штучного походження, що приваблюють туристів;
- accessibility (доступність) – розвиток транспортних та комунікаційних зв'язків;
- amenities (зручності) – наявність підприємств інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари;
- ancillary services (посередники та допоміжні служби) – наявність посередницьких підприємств, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту (рекламні агентства, банки, лікарні т.д.);
- activities (організація діяльності туристів) – наявність підприємств, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста (рекреація, виставки, конференції і т.д.);
- available packages (пропозиція готового туристичного продукту) – наявність підприємств, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до попиту (туристичні оператори, агенти, бюро подорожей та екскурсій, аматори і т.д.).



Рис. 2.1. Модель туристичної дестинації або модель «шість А», запропонована вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсенем, К.Купером, Д. Флетчером [30]

Саме наявність всіх перелічених на рисунку 2.1. елементів забезпечує пропозицію комплексного туристичного продукту та максимальну реалізацію мети подорожі кожного туриста.

Таким чином, можна стверджувати, що «туристична дестинація» – це місце відвідування, територія якого має певні кордони, приваблива для тимчасового перебування відвідувачів завдяки наявності туристичних ресурсів природного або штучного походження, є метою подорожі, має розвинуті транспортні та комунікаційні зв'язки та містить: підприємства інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари; посередницькі підприємства, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту; підприємства, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста та підприємства, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до існуючого попиту.

2.1. Екологічний туризм як складова туристичної дестинації

Протягом останніх двох десятиліть міжнародні організації та ініціативи просували стійкість туризму у всьому світі. Грунтуючись на вищезгаданих та інших заходах, спрямованих на сталий розвиток туризму, Організація Об'єднаних Націй оголосила 2017 рік Міжнародним роком сталого туризму на користь розвитку та звернула увагу на зв'язки туризму з Порядком денним у галузі сталого розвитку на період до 2030 року та тисячоліттям [32].

На порядку денному на період до 2030 року є кілька цілей, у які туризм може зробити значний внесок (Генеральна Асамблея ООН, 2015 р.): гідна праця та економічне зростання (мета 8); відповідальне споживання та виробництво (мета 12); збереження та раціональне використання океанів, морів та морських ресурсів на користь сталого розвитку (мета 14).

Можна зробити висновок, що ООН розглядає питання туризму та сталого розвитку як такі, що мають глобальне значення. Щодо екологічної стійкості звіти аудиту Національного плану дій з охорони навколишнього

середовища попереджають про необхідність більш систематичного підходу до управління DESTИНАЦІЯМИ. Це відповідає цілям Стратегії розвитку туризму 2020 та політичним ініціативам, які виступають за перетворення системи ради з туризму на систему управління DESTИНАЦІЯМИ, яка потім могла б працювати на існуючих платформах, таких як Європейська система показників туризму для сталого управління DESTИНАЦІЯМИ (ETIS).

Екологічний туризм (екотуризм, зелений туризм) – форма сталого туризму, сфокусована на відвідини незачеплених антропогенним впливом природних територій. «Відмінні риси екотуризму полягають у тому, що він може запобігати негативному впливу на природу і спонукати туроператорів і туристів сприяти охороні природи і соціально-економічному розвитку».

За чверть століття фахівці так і не прийшли до єдиної думки – що таке екологічний туризм, називаючи одне й те саме явище то екотуризм, то природним, то зеленим, то м'яким і т.д., і навіть відносячи його часом до одного з проявів *adventure travel*. Але очевидним є те, що «екологічним» його роблять не помисли та побажання туроператорів, і навіть самих туристів, а то, що використовуючи в своїх цілях природу, вони так чи інакше впливають на неї, на екологічний стан тих місць, де і реалізується даний турпродукт.

Екотуризм – це єдиний напрямок в індустрії туризму, кривно зацікавлений в збереженні свого головного ресурсу – природного середовища та його окремих компонентів (пам'яток природи, певних видів тварин або рослин і т.д.). Коли в процес екотуризму залучено місцеве населення, воно також стає зацікавленим у використанні цих ресурсів на основі господарювання, а не вилучення [9].

Стійкий туризм широко використовується як панацея у туристичному дискурсі, однак, є ще багато проблем у його передачі, розумінні та ефективної реалізації. Екологічний туризм є відповіддю на питання конкурентоспроможності та екологічної стійкості туризму, а також політики Організації Об'єднаних Націй та Європейського Союзу. Попит на ринку, доступні механізми підтримки та накопичений досвід через інновації різними

зацікавленими сторонами ілюструють потенціал для більш систематичної реалізації концепції екологізації туризму. Більше того, багатьма дослідниками стверджується, що існує реальна можливість збільшити економічний ефект за рахунок «озеленення» туризму, який визначається як екологічно відповідальний, екологічно інформативний та освітній. Іншими словами, екологічний туризм означає менший вплив на навколишнє середовище, внесок у цілі охорони природи, підвищення конкурентоспроможності та стійкості ринку, створення нових можливостей для бізнесу та збільшення прибутків та вигод для місцевої економіки.

Незважаючи на те, що концепція сталого розвитку вже давно існує і її просувають провідні міжнародні організації та зацікавлені сторони, професіонали, дослідники та політики все ще не розуміють, як її реалізувати.

Туризм знаходиться в багатоаспектному зв'язку з екологічною стійкістю та негативними зовнішніми ефектами, можливо, навіть більшою мірою, ніж більшість інших секторів бізнесу. Причиною цього є безліч аспектів і рівнів взаємодії, таких як: якість управління дестинаціями, різні рівні екологічної відповідальності постачальників туристичних послуг, ефективність офіційних систем екологічного менеджменту (наприклад, неефективне управління відходами, що створює ризики для довкілля та здоров'я) та системи, що відповідають за просторове планування та охорону природи.

Найбільш очевидними та легко сприйнятими аспектами є сезонні та прив'язані до певного часу та місцезнаходження навантаження великої кількості туристів на найбільш привабливі, часто вразливі та географічно обмежені ресурси. У той самий час масштаби антропогенного впливу стають все більш глобальними. Зміна клімату є найбільш очевидним прикладом з такими наслідками, як потепління та підвищення рівня моря, поява метеорологічних аномалій. Нові глобальні проблеми настільки ж значні, хоч і менш помітні, наприклад, закислення океанів, мікропластик у морських

харчових ланцюжках, викиди з суден екотоксичних важких металів та підводний шум.

Отже, очевидна залежність туризму від якості довкілля. Погіршене середовище означає зниження привабливості та конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Наприклад, міжнародні морські перевезення та авіаперевізники створюють негативні зовнішні ефекти, які з погляду бізнесу не відбиваються негайно на навколишньому середовищі (конкретніше, вони не мають прямих впливів на екосистеми, які деградують, або кліматичні умови, які вони змінюють). Тому тут важливо наголосити, що екологічний слід туризму найбільшою мірою пов'язаний з транспортом, оскільки прибуття до пункту призначення і назад у більшості випадків призводить до значних викидів в атмосферу. Найбільш помітним глобальним екологічним наслідком (і не єдиним) цього є зміна клімату, а внесок туризму у глобальному масштабі десять років тому оцінювався у 5%, з яких 40% припадає на авіаперельоти, 30% – на проїзд на автомобілі та 20% на проживання (за даними Всесвітньої туристської організації та Програми Організації Об'єднаних Націй з навколишнього середовища, 2011 р.). Коли зростання туризму в останні десятиліття враховується поряд з новими тенденціями, такими як екологічно інтенсивний круїзний туризм, стає очевидним, що саме екологічні аспекти визначають туризм сьогодні і завтра [16].

Можна упевнено припустити, що за цими екологічними проблемами ховається парадигма зростання. Розвиток, орієнтований на зростання, агресивно пручається дискусіям у тому, наскільки навантаження від туризму достатнє у тому чи іншого напрямку чи що є оптимальним для конкретного контексту. Вплив дестинації на довкілля залежить від його здатності справлятися з впливом на довкілля. Ефективне управління відходами, стічними водами, споживанням енергії та води, визначає не тільки екологічну стійкість, а й конкурентоспроможність туристичних дестинацій на ринку.

Актуальність концепції сталого розвитку пов'язана з її практичною реалізацією. Не може бути ефективного застосування без поінформованого управління, що базується на моніторингу точних параметрів та показників. Концепція стійкості, запропонована у звіті Брундланд, була б практичнішою, якби вона була заснована на більш відчутних показниках, а не на загальних формулюваннях. Насамперед, термін «потреби» залишається ілюзорним у сенсі, враховуючи те, що потреби сьогодення формуються доктриною споживання, тобто постійно зростаючими витратами, тоді як потреби «майбутніх поколінь» залишаються незбагненими та ігнорованими. З цією метою Європейська комісія розробила «ETIS – Європейську систему показників туризму для сталого управління DESTINACIAMI» (ЕС, 2016), яка охоплює чотири області: управління DESTINACIAMI, економічну цінність, соціальний та культурний вплив, вплив на навколишнє середовище.

Основи політики ЄС «Європа, туристичний напрямок №1 у світі – нова політична основа для туризму в Європі» (ЕС, 2010) наголошують на сприянні: розвитку стійкого, відповідального та високоякісного туризму; іміджу Європи як групи екологічно чистих та високоякісних напрямів; конкурентоспроможності європейського туризму у співвідношенні зі стійкістю природного та культурного середовища та місцевого співтовариства. Реалізація екологічної політики ЄС спирається, серед іншого, на концепцію економіки замкнутого циклу, зелену інфраструктуру та екосистемні послуги, спрямовані на зниження тиску, а також захист потенціалу для розвитку зеленої економіки (ЕС, 2015).

Поява екотуризму та його розвиток пояснюється прагненням звести до мінімуму зміни довкілля. Поняття середовище набуває певного сенсу залежно від центрального суб'єкта системи – організму, спільноти, людини, суспільства, цивілізації. Середовище, що оточує людину – поняття антропоцентричне, яке показує, що йдеться про умови життя людини або населення з урахуванням територіальних характеристик. Історія природи нерозривно пов'язана з історією людей, які створили, другу природу –

штучне довкілля, яке разом із природним утворює єдине навколишнє середовище [32].

Суб'єкт-об'єктні відносини (світ людини – світ природи) породили проблему взаємодії людини і суспільства з навколишнім природним середовищем, від вирішення якої залежить безпека життя на Землі. Одним із гідних способів вирішення цієї проблеми є екотуризм.

Від екотуризму невіддільне екологічне просвітництво. Пізнаючи природу, туристи переймаються необхідністю дбайливого щодо неї ставлення. Внесок екотуризму у формування екологічної культури воістину неоціненний. Крім того, через менший обсяг необхідної туристичної інфраструктури (готелів, ресторанів, розважальних закладів) з розрахунку на одного туриста та на кожен долар прибутку, цей туризм характеризується меншою ресурсоемністю. Отже, це не тільки корисно, а й вигідно.

Як зазначає більшість дослідників, поняття «екотуризм» тривалий час мало розмиті межі. Термін екологічний туризм або екотуризм є буквально перекладом англійської «ecological tourism» та «ecotourism».

За словами П. Шеклфорда, представника Світової організації торгівлі (СОТ) у Європі, термін «екотуризм» використовується в індустрії туризму вже понад 10 років. Мають також твердження, що вперше термін був використаний Міллером в 1978 р. як позначення одного з варіантів сталого розвитку туризму.

Однак в одних випадках маються на увазі подорожі, що вживаються в незаймані цивілізацією куточки природи: екотуризм – «подорожі до відносно неспотворених або незабруднених областей з унікальними природними об'єктами для захоплення та насолоди пейзажем, дикорослими рослинами та дикими тваринами, а також будь-якими культурними проявами в цих областях». В інших випадках – це зусилля з підтримки екологічної рівноваги в природі: екотуризм – «природний туризм, який включає вивчення природного та культурного навколишнього середовища і служить для покращення обстановки в цьому середовищі».

Можна виділити п'ять критеріїв, яким має відповідати екологічний туризм (рис. 2.2.). Екологічний туризм має бути:

- 1) зверненням до природи та заснованим на використанні переважно природних ресурсів;
- 2) не завдавати шкоди чи мінімізувати збитки від нашого проживання, тобто екологічно стійким;
- 3) націленим на екологічну освіту та просвітництво, на формування відносин рівноправного партнерства з природою;
- 4) дбаючим про збереження місцевої соціокультурної сфери;
- 5) економічно ефективним і таким, що забезпечує сталий розвиток тих районів, де він здійснюється.

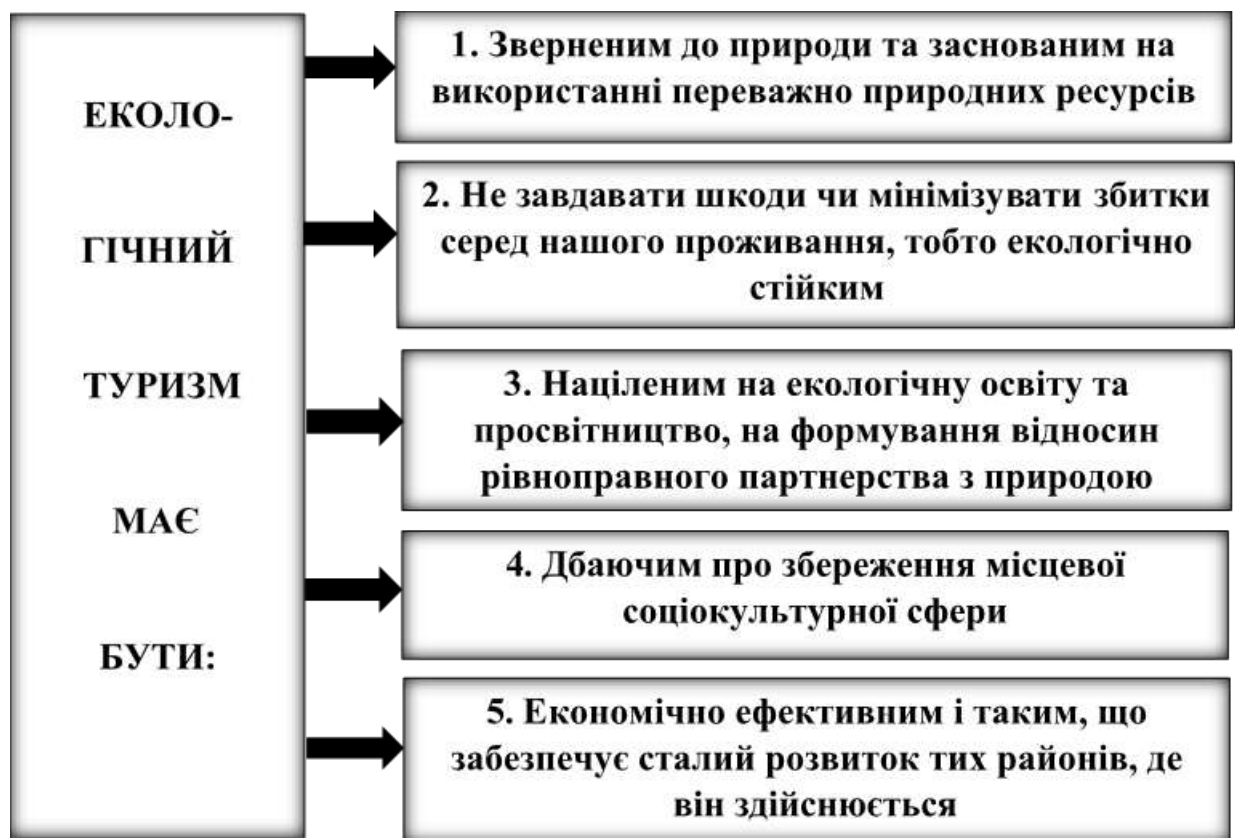


Рис. 2.2. Критерії екологічного туризму [30]

Відповідно до цих критеріїв навіть плавання на лайнері Амазонкою можна порахувати екологічним туром, але тільки за умови, що з позиції

технології цей лайнер буде досконалий, що туристи часто залишатимуть судно для човнових, піших або верхових маршрутів, що вони ознайомляться з місцевою природою, аборигенною культурою та екологічними проблемами регіону і зроблять певний внесок у їх вирішення, навіть найпростішим способом – пожертвуваннями на природоохоронні проекти.

Таким чином тур екологічний, якщо має наступні основні ознаки:

- екологічний транспорт, яким користуються туристи;
- їжа туристів екологічно чиста та корисна, при цьому в раціоні присутні місцеві продукти;
- маршрути та кваліфіковані гіді ведуть туристів у цікаві та екологічно сприятливі природні та культурні ландшафти;
- до програми туру включено відвідування навчальних екологічних стежок, природничих, краєзнавчих музеїв, екотехнологічних господарств та обов'язково ознайомлення з місцевими екологічними проблемами;
- сміття не викидається на загальний смітник або звалище, але збирається спеціальним чином і потім надходить на екотехнологічну переробку;
- привали, бівуаки та особливо багаття влаштовуються лише у спеціально обладнаних місцях;
- гриби, ягоди, квіти, лікарські рослини, будь-які природні сувеніри збираються лише тоді і там, коли і де це дозволено;
- готелі, кемпінги або притулки та хатини, в яких зупиняються туристи, розташовані так, щоб не порушувати нормальний, екологічно стійкий розвиток навколишнього ландшафту та не спотворювати його вигляд;
- готелі та кемпінги побудовані з екологічно нешкідливих матеріалів, енергія та вода витрачаються бережливо, стоки та викиди очищаються, інші відходи утилізуються;
- місцеві жителі залучені до туристського бізнесу та розвивають свої традиційні форми господарства;

- туристи з повагою ставляться до місцевих культурних традицій, прагнуть вивчити та зрозуміти їх;
- туристи доступними їм способами беруть участь у вирішенні місцевих екологічних проблем;
- доходи від туру не вилучаються повністю з місцевого бюджету, але сприяють його наповненню.

Консультативна рада Канади з навколишнього середовища (Canadian Environmental Advisory Council) запропонувала своє визначення екотуризму. Воно досить безпосередньо підсумовує сучасні погляди та підходи до явища, а також широко використовується екотуристськими організаціями. «Екотуризм – вид туризму, пов'язаний з пізнанням природи і робить внесок у збереження екосистем при повазі інтересів місцевого населення».

Узагальнюючи всі розглянуті варіанти, можна назвати три основних компоненти екотуризму (рис.2.3.):

- 1) «пізнання природи», тобто подорож передбачає наявність елементів вивчення природи, здобуття туристами нових знань, навичок;
- 2) «збереження екосистем» має на увазі не лише відповідну поведінку групи на маршруті, а й участь туристів, туроператорів у програмах, заходах із захисту довкілля;
- 3) «повага інтересів місцевих жителів» – не лише дотримання місцевих законів та звичаїв, а й внесок туризму у соціально-економічний розвиток туристських дестинацій. Як то кажуть, мистецтво бути мандрівником – мистецтво бути добрим гостем.



Рис. 2.3. Складові компоненти екологічного туризму [31]

Проаналізувавши наведені вище визначення поняття «екотуризм», можна визначити основні принципи екотуристської діяльності:

- екотуризм стимулює та задовольняє бажання спілкуватися з природою шляхом цілеспрямованих подорожей у незаймані або малозмінені природні території, представлені у всьому світі, як правило, національними та природними парками, заповідниками, заказниками, резерватами, пам'ятниками природи;

- екотуризм відрізняється відносно слабким негативним впливом на природне середовище і тому його іноді називають «м'яким туризмом». Саме з цієї причини він став практично єдиним видом використання природних ресурсів у межах природних територій, що особливо охороняються;

- екотуристська діяльність запобігає негативному впливу на природу та культуру та спонукає туроператорів та туристів сприяти охороні природи та соціально-економічному розвитку туристичних дестинацій;

- екотуризм – це туризм, який поєднує відпочинок, розвагу та екологічну освіту для мандрівників і передбачає наявність певних, досить жорстких правил поведінки, дотримання яких є важливою умовою успішного розвитку самої галузі;

- розвиток екотуризму має бути вигідним місцевому населенню та не суперечити його інтересам та соціально-економічному розвитку; отже, передбачає, що місцеві спільноти не тільки працюють як обслуговуючий персонал, а й продовжують жити на території, що охороняється, вести колишній спосіб життя, займатися традиційними видами господарювання, які забезпечують щадний режим природокористування;

- екотуризм – складова частина промисловості туризму, що виробляє і продає свій турпродукт і одержує від цього прибуток, або як туристична діяльність на природі, що приносить прибуток для збереження природного середовища, а також для покращення життєвого рівня місцевого населення;

- основними цілями екотуризму є: екологічна освіта, підвищення культури взаємовідносин людини з природою, вироблення етичних норм

поведінки у природному середовищі, виховання почуття особистої відповідальності за долю природи та її окремих елементів, а також відновлення духовних та фізичних сил людини, забезпечення повноцінного відпочинку в умовах навколишнього природного середовища [15].

В даний час виділяють чотири види екотуризму та екотурів:

1. Науковий туризм. У результаті наукових екотурів туристи беруть участь у різноманітних дослідженнях природи, ведуть польові спостереження. Наприклад, широко відомі екотури, пов'язані зі спостереженням за поведінкою птахів у Латинській Америці, підрахунком чисельності популяцій китів у Тихому океані. Як правило, туристськими DESTINATIONAMI в таких турах виступають природні території, що особливо охороняються (ООПТ): заповідники, заказники, національні парки, пам'ятники природи. До наукового туризму відносяться і зарубіжні науково-дослідні експедиції, а також польові практики студентів, які навчаються на природничо-наукових факультетах університетів та інститутів.

2. Тури історії природи. Це подорожі, пов'язані із пізнанням навколишньої природи та місцевої культури. Як правило, такі тури є сукупністю навчальних, науково-популярних та тематичних екскурсій, що пролягають спеціально обладнаними екологічними стежками. Найчастіше вони також організовуються територіями заповідників та національних парків. Сюди відносяться походи школярів, у ході яких викладачем, гідом проводяться екскурсії та бесіди про природу. Цей вид екотуризму особливо популярний у Німеччині, тому його ще називають «німецькою моделлю розвитку екотуризму».

3. Пригодницький туризм. Даний вид поєднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування та відпочинку на природі (outdoor), що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, покращення туристом фізичної форми та досягнення спортивних результатів. Сюди відносяться такі види туризму, як альпінізм, скелелазіння, льодолазіння, спелеотуризм, гірський та пішохідний туризм, водний, лижний та гірськолижний туризм,

каньйонінг, кінний туризм, маунтбайк, дайвінг, парашанеризм тощо. Багато з цих видів туризму з'явилися недавно і вважаються екстремальними, оскільки пов'язані з великим ризиком. Разом з тим це найшвидший, прибутковий, хоч і дорогий, вид екотуризму. Пригодницький туризм часто називають «важким екотуризмом» у зв'язку з тим, що жага туристів до пригод тут переважає мотиви охорони природи. У той же час, пригодницький туризм включає види подорожей без активних способів пересування.

В даний час на світовому ринку пригодницький туризм (adventure tourism) – це не просто подорожі з пригодами, а тури з елементами чогось незвичайного, виняткового для туристів. Один і той же туроператор на даному сегменті ринку може пропонувати широкий спектр послуг: від банальної пішої прогулянки лісом до експедиції в Антарктиду.

4. Подорожі до природних резерватів, ООПТ. Висока аттрактивність унікальних та екзотичних природних об'єктів та явищ, що знаходяться на ООПТ, приваблюють безліч туристів. Наприклад, 48% туристів, які прибувають у Латинську Америку, мають на меті подорож у природні резервати. Керівництво багатьох національних парків, заповідників перетворюють екологічні екскурсії на справжнє шоу. Прикладом може бути Єллоустоунський національний парк у США, де тривалість екскурсій розрахована за хвилинами і пов'язана з періодами активності гейзерів. Дуже часто показ природних об'єктів, особливо в печерах, супроводжується кольоровим підсвічуванням, музикою, театралізованими виставами, що демонструють сцени з життя аборигенів. Цей вид екотуризму найбільш розвинений в Австралії, тому його ототожнюють із «австралійською моделлю розвитку екотуризму».

Таким чином можна стверджувати що, екотуризм є широким напрямком в індустрії туризму, який швидко розвивається, він не завжди однаково розуміється в різних країнах, його форми динамічні, він проникає вперше в раніше далекі від екологічної орієнтації області туристської

діяльності і обмежувати його занадто строгими рамками і одним єдино вірним визначенням навряд чи розумно.

2.2. Використання туристських DESTИНАЦІЙ для організації екологічного туризму

Екоефективність у сталому економічному розвитку базується на застосуванні превентивних екологічних стратегій щодо процесів, продуктів і послуг готелів, місцевої туристичної індустрії та інших місцевих органів влади на рівні туристичних DESTИНАЦІЙ. Якість навколишнього середовища є життєво важливою частиною якості продукції в очах туриста.

Сьогодні важливим фактором успіху є особливий спосіб співпраці між місцевою владою та приватними компаніями, а також мережа компаній, які беруть участь у розробці програми сталого розвитку. Коли туристична DESTИНАЦІЯ надмірно використовує свої екологічні ресурси, місце призначення може стати непривабливим і таким чином втратити свою популярність у порівнянні з тими місцями, де навколишнє середовище не було порушено. Існують перевірені методи та технології збереження, які можуть допомогти туристичним підприємствам підвищити комфорт гостей, знизити витрати, а також рости й процвітати в умовах обмеженості ресурсів та екологічної відповідальності [2, 50-53].

Еко-менеджмент або екологічний менеджмент став основною задачею бізнесу для багатьох організацій. Мінімізація кількості відходів, що утворюються, зниження споживання енергії та більш ефективного використання ресурсів можуть призвести до економії фінансових витрат, а також до допомоги в захисті та покращенні навколишнього середовища.

Частиною загальної системи управління є «Система управління навколишнім середовищем» (EMS), яка включає діяльність з планування організаційної структури, відповідальність, практику, процедури, процеси та ресурси для розробки, впровадження, досягнення, перегляду та підтримання

екологічної політики. EMS ґрунтується на переконанні, що людина і природа повинні жити в гармонії. Таке прогресивне бачення вимагає від готелів та інших підприємств у туристичному напрямку бути відповідальними і, таким чином, процвітати зі своїми діловими партнерами та місцевими громадами. EMS – це система управління, яка забезпечує механізм для управління готелем та пунктом призначення, щоб діяти екологічно відповідально, передбачати та відповідати зростаючим очікуванням екологічної ефективності, а також забезпечувати постійну відповідність нормативним та законодавчим вимогам.

EMS дозволяє готельному та туристичному напрямку вирішувати, контролювати та покращувати короткостроковий вплив своїх продуктів та послуг на навколишнє середовище. Перш ніж налаштувати EMS, керівництво готелю або пункту призначення має зрозуміти поточну екологічну ситуацію. Створення та обслуговування EMS має відповідати вимогам ISO 14000 (серія стандартів екологічного менеджменту, які є добровільними та засновані на міжнародному консенсусі). Стандарт ISO 14001 розроблено, щоб дозволити будь-якій організації створити ефективну екологічну систему для досягнення постійного покращення екологічних показників і забезпечити, як мінімум, нормативну та законодавчу відповідність. Стандарт ISO 14001 тепер є єдиним стандартом серії ISO 14000, згідно з яким туристична організація може пройти сертифікацію, і це реальний спосіб отримати реєстрацію «Схеми екологічного менеджменту та аудиту» (EMAS). EMAS – це добровільна ініціатива, спрямована на покращення екологічних показників компаній. Її мета полягає в тому, щоб визнати та винагородити ті організації, які виходять за рамки мінімального законодавчого дотримання та постійно покращують свою екологічну ефективність. EMAS підтримується урядом і екологічними регуляторами, тобто організаціями, які беруть участь, визнано такими, що взяли на себе тверді зобов'язання щодо довкілля та покращення своєї економічної конкурентоспроможності. EMAS також може стати тією конкурентною перевагою, якої прагне керівництво туристичного

призначення. Перш ніж якийсь готель або організація в туристичному напрямку можуть використовувати логотип EMAS та зробити його загальнодоступним, вони повинні виконати екологічну експертизу, встановити EMS, пройти процедуру аудиту та зробити екологічні заяви, які мають бути затверджені акредитованим у Компетентному органі EMAS (рис. 2.4.).

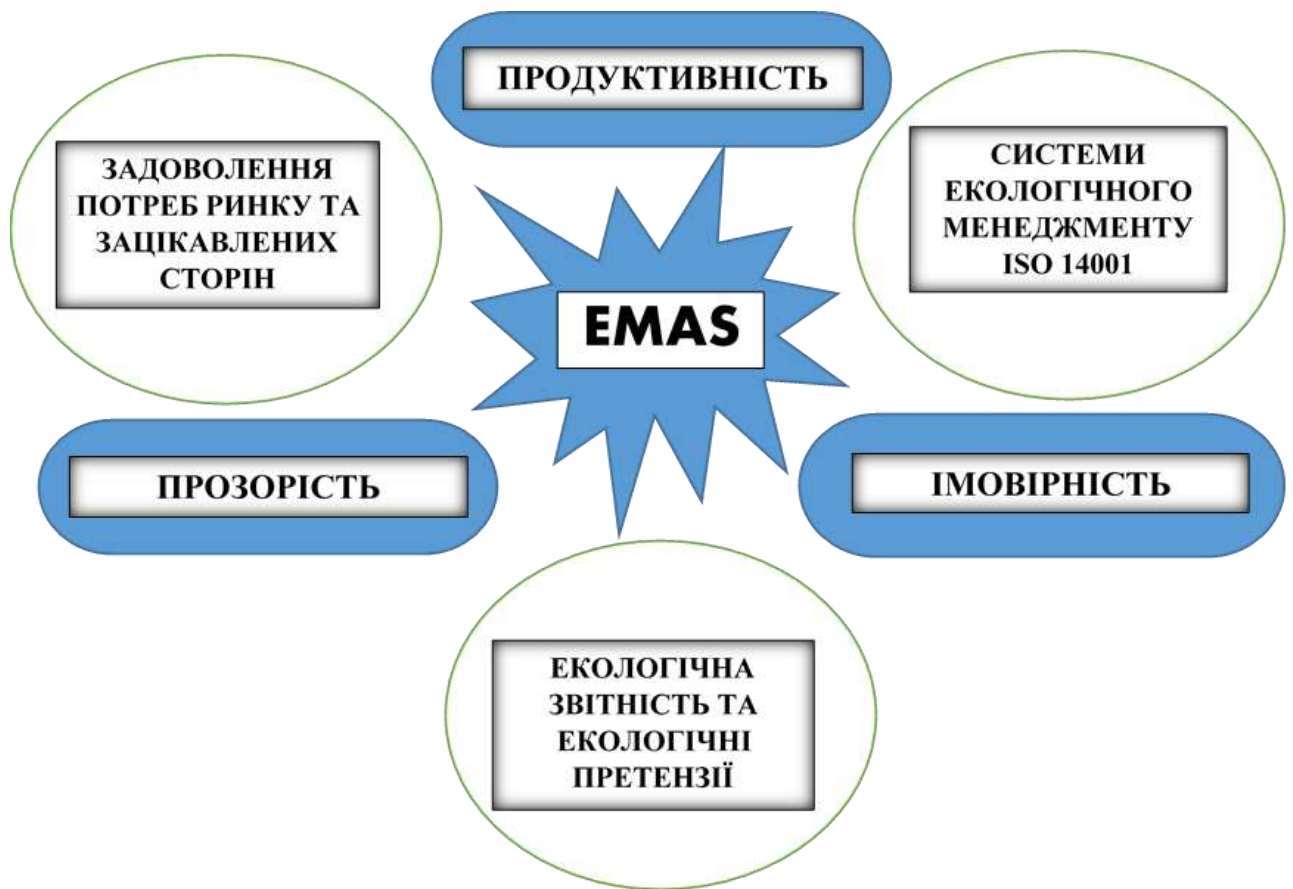


Рис. 2.4. Схема екологічного менеджменту та аудиту [30]

Розглянемо еко-менеджмент сучасної туристичної дестинації. Туристичний напрямок можна визначити та рекламувати туристам як місце для відвідування.

Характеристики гарної туристичної еко-дестинації включають:

1. Велику кількість заповідних ландшафтів і зон відпочинку, таких як велосипедні доріжки або пляжі, спільні для місцевих жителів і гостей.

2. Процвітаючі, місцеві будинки, готелі, ресторани та підприємства, які надають справжню гостинність та мотивований, доброзичливий персонал.

3. Докази місцевого контролю за розвитком туризму, що запобігає завданню шкоди навколишньому середовищу або місцевому добробуту.

4. Місцеві фестивалі та заходи, які демонструють постійне почуття гордості людей за своє середовище та культурну спадщину.

На цьому рівні туристичні продукти можуть координуватися одним або кількома ідентифікованими органами чи організаціями, які мають назву «управління дестинаціями». Важливо вибрати найкращу модель партнерства. Існує багато поглядів, думок і низка різних підходів до проблеми моделі управління інтегрованою дестинацією. Ідентифікація того, хто є менеджером туристичної дестинації або як організовано управління, буде обговорюватися на рівні дестинації між різними моделями [31, 56-70]:

1. Переважно державний сектор (муніципалітет, регіон, префектура, провінція за підтримки бізнесу чи громадських органів, регіонального планового управління та виконавчого фонду чи некомерційної асоціації, що фінансується муніципалітетом).

2. Переважно туристичний сектор (комітет з туризму, цілий спектр агентств, туристична служба, туристичне бюро, агентство з розвитку туризму, місцеві туристичні агентства).

3. Переважно приватний сектор (сильне керівництво з боку приватного сектора, професійної спілки, приватного управління місцевістю, включаючи комунальні послуги).

4. Державно-приватне партнерство (горизонтальна та вертикальна інтеграція різних партнерів – певна участь місцевої влади – у більшості випадків задіяні муніципальні органи призначення).

Метою управління туристичними дестинаціями є успішне впровадження плану екологічної якості, оскільки стійке покращення якості є повторюваним процесом за участі учасників. Цей процес передбачає інтегровану політику управління, яка стосується всіх, хто бере участь у

базових послугах і продуктах, які постачаються туристам, що є джерелом привабливості для відвідувача дестинації, а також до вторинних послуг, які є важливою частиною загального туристичного досвіду. На основі досліджень Європейської Комісії рисунок 2.5. є надто спрощеним уявленням про відносини менеджера туристичної дестинації з різними зацікавленими сторонами в цій дестинації.

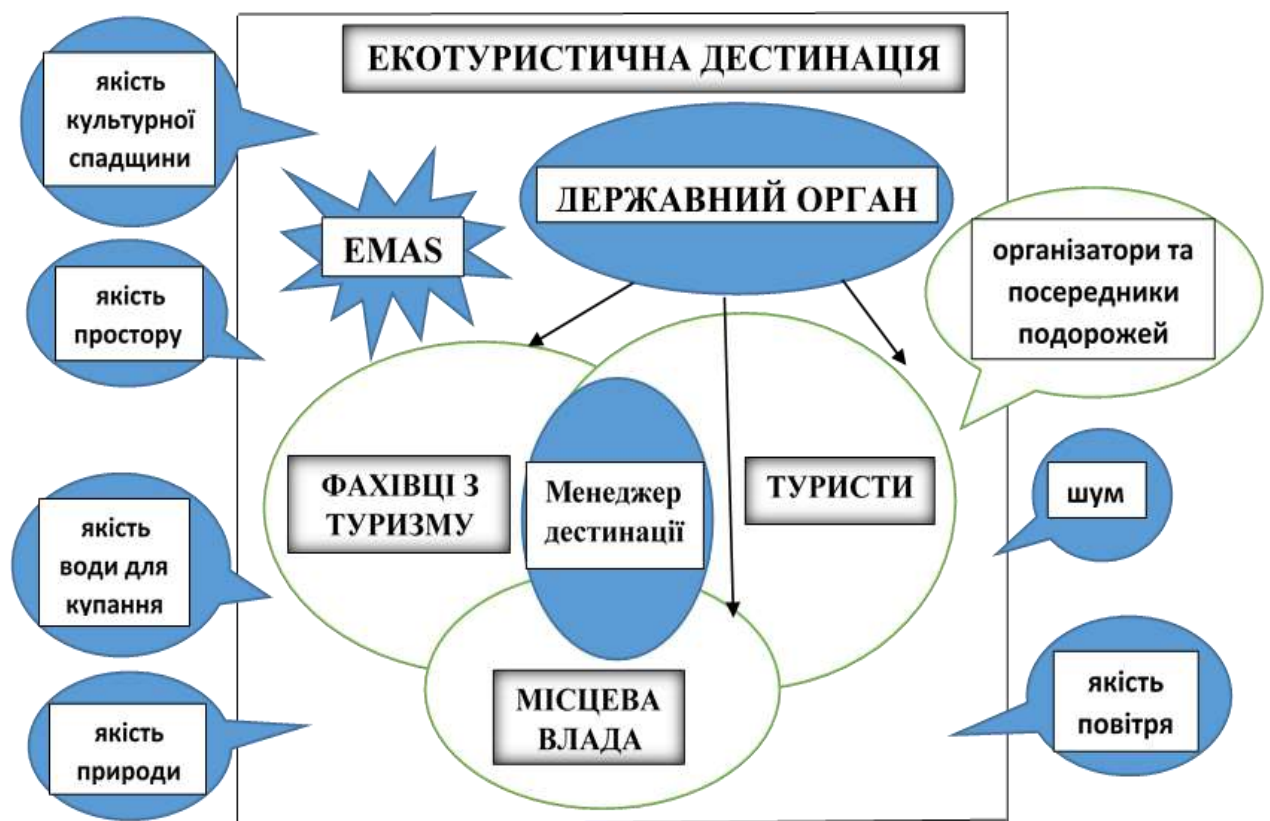


Рис. 2.5. Інтегрований екологічний менеджмент у туристичному об'єкті

Він візуалізує зв'язки між зацікавленими сторонами в дестинації та їхні стосунки, а також представляє різні аспекти впливу на прийняття управлінських рішень у місці призначення (туристичної дестинації).

Управління еко-дестинацією контролює ці аспекти, які є спільними для всіх успішних туристичних місць (шум, вода для купання, якість природи, культурна спадщина тощо), незалежно від того, чи працюють вони в туристичній галузі чи є туристами. Покращення цих елементів також сприятиме покращенню загальної якості життя в туристичній дестинації.

Організатори та посередники подорожей також мають велике значення в презентації туристичного продукту та його маркетингу за межами дестинації. Організатори та посередники подорожей часто представлені в управлінні дестинацією і можуть брати активну участь у процесі управління.

Менеджер має бути лідером, «людським» компонентом інтегрованої концепції управління. Менеджер повинен мати можливість координувати роботу між туристами, місцевим населенням, професіоналами туристичної індустрії та органами державної влади на рівні туристичних місць. Щоб бути успішним в екологічній діяльності, менеджмент дестинації повинен мати кваліфікованих працівників, місцеву владу та ресурси, необхідні для того, щоб брати активну роль у плануванні розвитку туризму. Він має стати каталізатором змін у концепції сталого розвитку. Усі сегменти мають брати активну роль в управлінні туристичними дестинаціями, а державний та приватний сектори не можуть бути незалежними. «Провідний орган» має бути визначений та організований у найкращій формі управління дестинацією, а також підтриманим приватно-державним партнерством [33].

Роль менеджера еко-дестинації полягає в тому, щоб об'єднати зацікавлені сторони в туристичній дестинації та сприяти конструктивному процесу, за допомогою якого можна зібрати їхні внески. У процесі прийняття рішень керівництво потребує інформації, яка має бути пов'язана із зовнішніми та внутрішніми проблемами та впливами на рівень туристичної дестинації. Зовнішня інформація може пов'язувати найважливіші аспекти процесу глобалізації у сфері туризму (ринки, умови виробництва, корпоративні структури, організаційні структури, місцезнаходження, культуру, навколишнє середовище тощо) та його вплив (наприклад, можливості та загрози) на конкретне туристичне місце. Ключовим фактором є визначення інтегрованої інформаційної системи, яка включає сильні та слабкі сторони всіх організацій та інших суб'єктів у цільових пропозиціях [12, 9-15].

Управління екодестинацією зобов'язане підтримувати всі організації та суб'єкти туристичної дестинації, отримати реєстрацію EMAS для впровадження наступних кроків:

- провести екологічну експертизу з урахуванням усіх екологічних аспектів діяльності, продуктів і послуг організації, методів їх оцінки, її законодавчої та нормативної бази та існуючих практик і процедур екологічного управління;

- у світлі результатів огляду створити ефективну EMS, спрямовану на досягнення екологічної політики організації, визначеної вищим керівництвом. Система управління повинна встановлювати відповідальність, цілі, засоби, операційні процедури, потреби в навчанні, системи моніторингу та комунікації;

- провести екологічний аудит, зокрема оцінити діючу систему менеджменту та її відповідність політиці та програмі організації, а також відповідність відповідним екологічним нормативним вимогам;

- надати декларацію про екологічні показники, яка визначає результати, досягнуті в порівнянні з екологічними цілями, та майбутні кроки, які необхідно здійснити для постійного покращення екологічних показників туристичної організації.

На рівні ЄС менеджмент туристичних дестинацій зобов'язаний запровадити інструменти EMAS, які підтверджують, що організація постійно покращує екологічні показники. Організації, зареєстровані EMAS, відповідають законодавству, використовують систему управління навколишнім середовищем (EMS) та використовують її екологічні результати шляхом публікації незалежно перевіреної екологічної заяви. Вони розпізнаються за логотипом EMAS, що гарантує достовірність наданої інформації [32].

Це дуже важливо, тому що для бізнес-спільноти туристичних напрямків стійкість – це більше, ніж просто прикраса. Застосовуючи стійкі методи, компанії можуть отримати конкурентну перевагу, збільшити свою

частку ринку та підвищити вартість акціонерів. Зростаючий попит на екологічно чисті продукти створив нові великі ринки, на яких передові еко-готелі та інші організації отримують значний прибуток. На рівні туристичної дестинації повинні застосовуватися стратегії та інструменти, які компанії можуть використовувати, щоб перетворити прагнення до стійкості в практичні та ефективні рішення. Це включає визначення конкретних тем сталого розвитку з точки зору туристичного бізнесу, включення принципів сталого розвитку в повсякденну бізнес-діяльність (у реальному житті). На цьому рівні мають бути залучені університети, школи та професійні установи, які надають різні можливості освіти та навчання у сфері туризму, щоб допомогти готелям та іншим установам включити стійкість у свої бізнес-стратегії.

Розглянемо еко-менеджмент в індустрії гостинності. Важливими напрямками практичних дій еко-менеджерів в індустрії гостинності, для розробки екологічної політики та загальної стратегії є: екологічна культура готелю, управління відходами, енергозбереження та водозбереження, якість води, закупівля продуктів, якість повітря в приміщеннях, викиди зовнішнього повітря, шум, паливо, що зберігається, поліхлоровані біфеніли (ПХБ), пестициди та гербіциди, небезпечні матеріали, азбест тощо.

Найважливішим завданням для еко-готелю є процес впровадження та розвитку екологічної культури. Пропонований процес є зразковим, що включає зобов'язання зверху вниз, широкі комунікації та консультації, призначення координатора та робочої групи та окреслення внутрішньої програми для включення екологічності в культуру персоналу, підвищення обізнаності, формування зобов'язань, надання підтримки, винагороди та визнання зусиль, визначення успіху і практичні кроки у заданному напрямку до екологізації.

Однією з найважливіших цілей менеджера еко-готелів є розробка програми для довкілля, щоб поглянути на величезний вплив, який екологічно віддані готелі можуть мати на процеси та продукти їх ланцюга поставок.

Дуже важливо, якщо готель внесе такі зміни в спосіб його роботи і зменшить свій вплив на навколишнє середовище. Хороші зв'язки з громадськістю розглядаються як один із корисних побічних ефектів, який можна отримати, щоб залучити гостей і спонукати конкурентів до активних дій. Відповідні готелі відстоюють роль у громаді, що створює новий денний порядок екологічних дій громади як частини бізнес-функції. Хороші ідеї та зразкова поведінка мають бути винагороджені та передані іншим, а також визнані процесом змін.

Окреслений процес повинен виконуватися з відданістю і чуйністю, що ймовірно, та обов'язково призведе до інших значних змін у культурі та етиці організації, на додаток до підвищення екологічної обізнаності та розуміння.

Підходи менеджера еко-готелю полягають у впровадженні мереж між готелями в ланцюжку продуктів життєвого циклу, підтримці співробітників (схеми винагород та заохочень) у проведенні екологічної політики, комунікації через інформаційні бюлетені та листівки для гостей, облаштуванні зелених кімнат та альтернативного розміщення, запровадженні спеціальних екологічних програм для дітей, отриманні грантів на місцеві екологічні програми та знання традиційних архітектурних особливостей та стилів, а також спеціальне використання органічних і перероблених продуктів, біологічно розкладних матеріалів та багаторазових контейнерів. Спеціальний реєстр є екологічним інструментом для визначення значущих екологічних аспектів та пов'язаних з ними впливів у процесі постійного покращення екологічних показників. Для кожного відділу або сегментів у готелі має використовуватися перелік усіх відповідних видів діяльності та операцій, а також пов'язаних з ними аспектів та впливу на навколишнє середовище в звичайних, ненормальних та надзвичайних ситуаціях.

На рисунку 2.6. представлені найбільш значущі екологічні аспекти та впливи в цій сфері, які будуть зберігатися в «Реєстрі» наступним чином:

1. Викиди в повітря (викиди димових газів з котельні, викиди відпрацьованих газів з кухонь, потенційний витік холодоагенту з

охолоджуваної установки в атмосферу, потенційний витік летких хімічних речовин, наприклад, розріджувача, заводу, хімікатів для прання, що містять речовини, що руйнують озоновий шар тощо, викиди частинок ворсу пральною машиною та виділення тепла обладнанням на робочому місці.

2. Використання води та відведення стічних вод (процеси очищення в господарському відділенні, експлуатація пральних машин, робота на кухні, технічне обслуговування та технічне обслуговування будівель та споживання води в номерах, туалетах громадських місць та роздягальнях персоналу).

3. Використання енергії (система освітлення, робота водяних насосів і насосів для басейнів, посудомийних та пральних машин, котельних та іншого енергоємного обладнання).

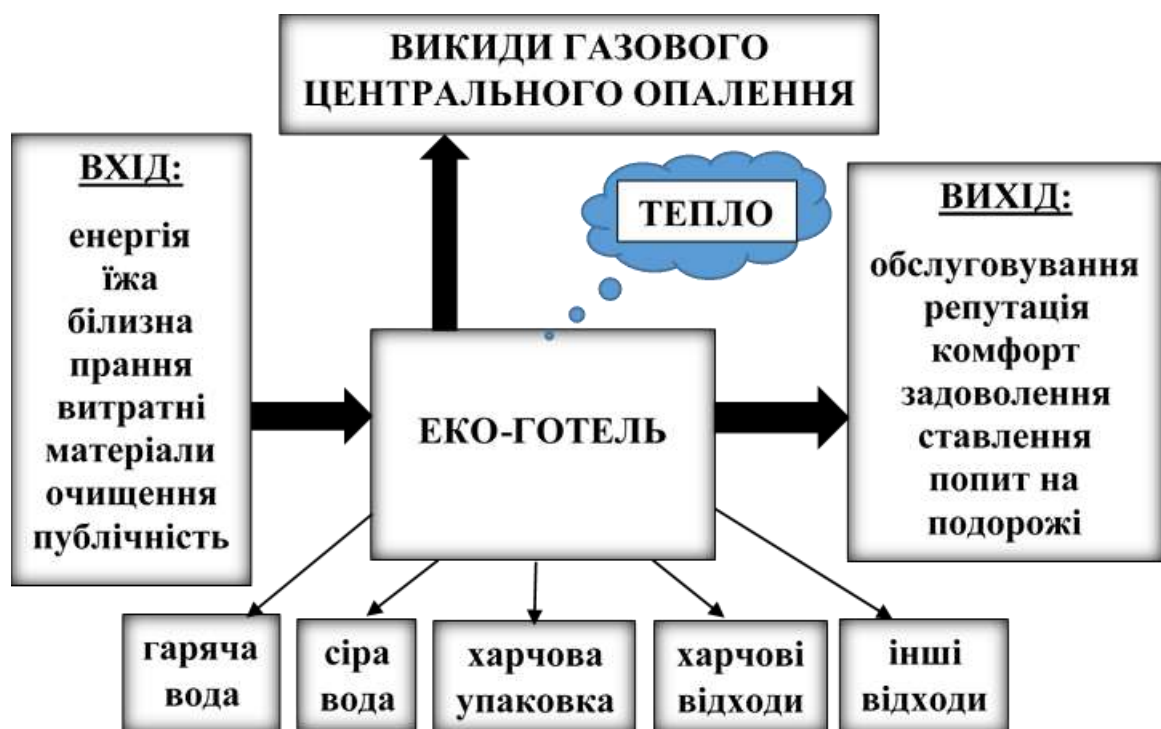


Рис. 2.6. Екологічні аспекти та вплив еко-готелю на навколишнє середовище [34]

4. Загальні тверді відходи (макулатура, порожні контейнери, харчові відходи, відходи упаковки, відходи деревини, зламане обладнання та

інвентар, будівельне сміття та інші витратні матеріали), пов'язані із забрудненням землі та використанням площ звалища (з номерів, офісів, точок обслуговування, кухонь, магазинів; при технічному обслуговуванні).

5. Випромінювання шуму (бари та кімнати відпочинку, інженерні роботи та технічне обслуговування будівель, потенційні викиди шуму від систем сигналізації).

6. Ризики для здоров'я (від поводження з хімічними речовинами та небезпечними вантажами в господарських, пральних, стюардських та інженерних відділах, несправності обладнання або пожежі в готелі).

Першим кроком у процесі запровадження Реєстру значущих екологічних аспектів є проведення аналізу недоліків. Це екологічний аудит або аналіз поточної діяльності та практики управління на відповідність вимогам ISO 14001. Він може дати керівництву знати, чого не вистачає в існуючих елементах EMS, щоб відповідати всім стандартам ISO 14001 EMS.

Головна мета – визначити всі екологічні аспекти та вплив готелю в різних відділах і сегментах, щоб контролювати та покращувати ці важливі екологічні аспекти. У цьому процесі EMS розглядається як система управління, яка забезпечує цей механізм для того, щоб готель працював екологічно відповідально, передбачав і відповідав зростаючим очікуванням екологічної ефективності, а також забезпечував постійну відповідність нормативним і законодавчим вимогам. EMS дозволяє готелю вирішувати, контролювати та покращувати короткостроковий і довгостроковий вплив його діяльності, продуктів і послуг на навколишнє середовище. Документація EMS охоплює чотири рівні (керівництво з управління навколишнім середовищем, екологічні процедури готелю, процедури оперативного контролю та екологічні записи) з екологічною політикою вищого керівництва.

Постійне вдосконалення EMS в індустрії гостинності є завданням менеджера EMS (або менеджерів) у тісній співпраці з генеральним менеджером для визначення та перегляду екологічної політики на основі

результатів аудиту EMS або перегляду результатів усіх заходів і процесів, пов'язаних з навколишнім середовищем в готелі [36].

Коли виробники товарів та послуг туристичної спрямованості розуміють фінансові вигоди, які можуть виникнути внаслідок зменшення впливу на навколишнє середовище, вони з більшою ймовірністю приймають більш чисті практики виробництва та надання послуг.

Без інструментів екологічного обліку підприємства часто не знають екологічні витрати свого бізнесу, оскільки вони були занадто вузько визначені – лише як витрати на дотримання екологічних норм. Витрати на ресурси (такі як повітря, вода та енергія) можуть розглядатися як однорядкові експлуатаційні витрати або адміністративні витрати, які керівництво розглядає як незалежні від виробництва.

Інструменти екологічного обліку допомагають розпізнати всі екологічні витрати як витрати на ресурси у виробництві, вартість ресурсів у загальних господарських операціях, витрати на обробку та утилізацію відходів, а в деяких ситуаціях – вартість поганої екологічної репутації та премії за страхування екологічних ризиків. Екологічний облік використовується для пошуку цих прихованих витрат і їх правильної класифікації, а також намагається допомогти керівництву оцінити справжні екологічні витрати, а також витрати та вигоди від альтернативних дій, необхідних у процесі прийняття рішень.

Як приклад, розглянемо «зелені» основи хорватського туризму. Тенденції останніх двох десятиліть у туризмі такі, що відбувається поступове формування «нового туриста», який купує новий життєвий досвід, історії, фізично та інтелектуально активний, готовий брати участь, схильний до подорожей, які сприятимуть його/її особистому зростанню. Новий турист представляє значний сегмент, який активно виступає за стійкість навколишнього середовища і готовий вибирати туристичні напрямки та продукти, які враховують дані стандарти стійкості.

Як показують міжнародні та хорватські дослідження, знайомство з природою є найважливішим туристичним напрямком. UNWTO повідомляє, що якість природи та ландшафтів є одним з найважливіших факторів мотивації в міжнародних поїздках, у той час як відвідування природних пам'яток мотивує 20% приїздів до Хорватії, і пов'язане з цим задоволення природою оцінюється за даними Інституту туризму (2017 р.) високо.

Біологічна та ландшафтна різноманітність є основою туристичної привабливості Хорватії та її порівняльних переваг на світовому ринку. Лише небагато країн Європи мають більше двох біогеографічних регіонів, тоді як у Хорватії їх чотири. Крім того, у Хорватії, незважаючи на відносно невелику площу, шістнадцять діаметрально різних типів ландшафтів; вона посідає третє місце у Європі за кількістю видів рослин та третє місце за видами риб у Середземномор'ї (Ozimes, 2014). Природоохоронна зона займає майже 9% загальної площі (12,25% землі та 1,94% територіального моря).

Синергетичні практики людини та природи присутні у різних моделях та методологіях, таких як ЮНЕСКО – програма «Людина та біосфера», екосистемні послуги, громадянська наука, зелене та традиційне будівництво, агробіорізноманіття, біодинамічне та екологічне сільське господарство тощо. Усе це може бути використано для розробки туристичних продуктів та послуг, особливо в інтерпретації «зеленого» та традиційного туризму (сільське господарство, будівництво, спосіб життя тощо) [37, 112-132].

Згідно з останніми дослідженнями мотивації, активності, задоволеності та витрат туристів у літній період у прибережних регіонах (Інститут туризму, 2017), відвідувачі всенайменше висловлюють задоволення культурою, розвагами, покупками та спортом. Це підтверджує необхідність розробки інноваційних продуктів та послуг для задоволення існуючого попиту на природну, традиційну, історичну та археологічну спадщину.

Таким чином, можна зробити висновок, що існує значний попит на зелений туризм як екологічно відповідальний та екологічно інформативний у поєднанні з необхідністю зниження впливу туризму на навколишнє

середовище. Водночас зелений туризм дозволить досягти фінансової економії за рахунок оптимізації систем та процесів управління відходами, енергоефективності, споживання води та управління стічними водами. Є також значний потенціал та необхідність у розробці нових продуктів та послуг, заснованих на спадщині, які базуються на існуючих місцевих ресурсах, інформують та просвітлюють туристів за ключовими цінностями спадщини.

Розглянемо проблеми та можливості реалізації концепції зеленого туризму на прикладах існуючої практики.

«Озеленення» туризму – це необхідність, яка може зробити туризм більш конкурентоспроможним, сприяти інноваціям, застосуванню передових рішень, працевлаштуванню та збільшенню доходів від туризму в рамках економічної системи Хорватії. Таким чином, туризм має стати ключовою частиною концепції зеленої та замкнутої економіки, яку відстоюють ЄС та UNWTO, шляхом акцентування уваги на зменшенні екологічного сліду (викиди та забруднення, споживання вода, енергія та інші ресурси), а також мети захисту природи, традицій, культурної спадщини та розвитку туризму. Одним словом, зелений туризм є екологічно відповідальним, екологічно інформативним та пізнавальним.

Більш конкретно, розвиток зеленого туризму потребує постійних та систематичних заходів та аналізу впливу туристичної діяльності, щоб уникнути, зменшити або пом'якшити негативний вплив на навколишнє середовище. Підвищення екологічної стійкості туризму включає різні рівні, від туристичних дестинацій до постачальників послуг/товарів і, насамперед, процеси планування та законодавства.

Крім того, розвиток зеленого туризму передбачає якісний і конкурентоспроможний туристичний продукт, заснований на спадщині та присутності у всіх відповідних типах та аспектах туризму на територіях, що охороняються, або за їх межами.

У Хорватії існують заходи на різних рівнях, які застосовують та просувають концепцію зеленого туризму (або озеленення туризму):

I. Приклад інтеграції концепції зеленого туризму в політику (рис. 2.7.).

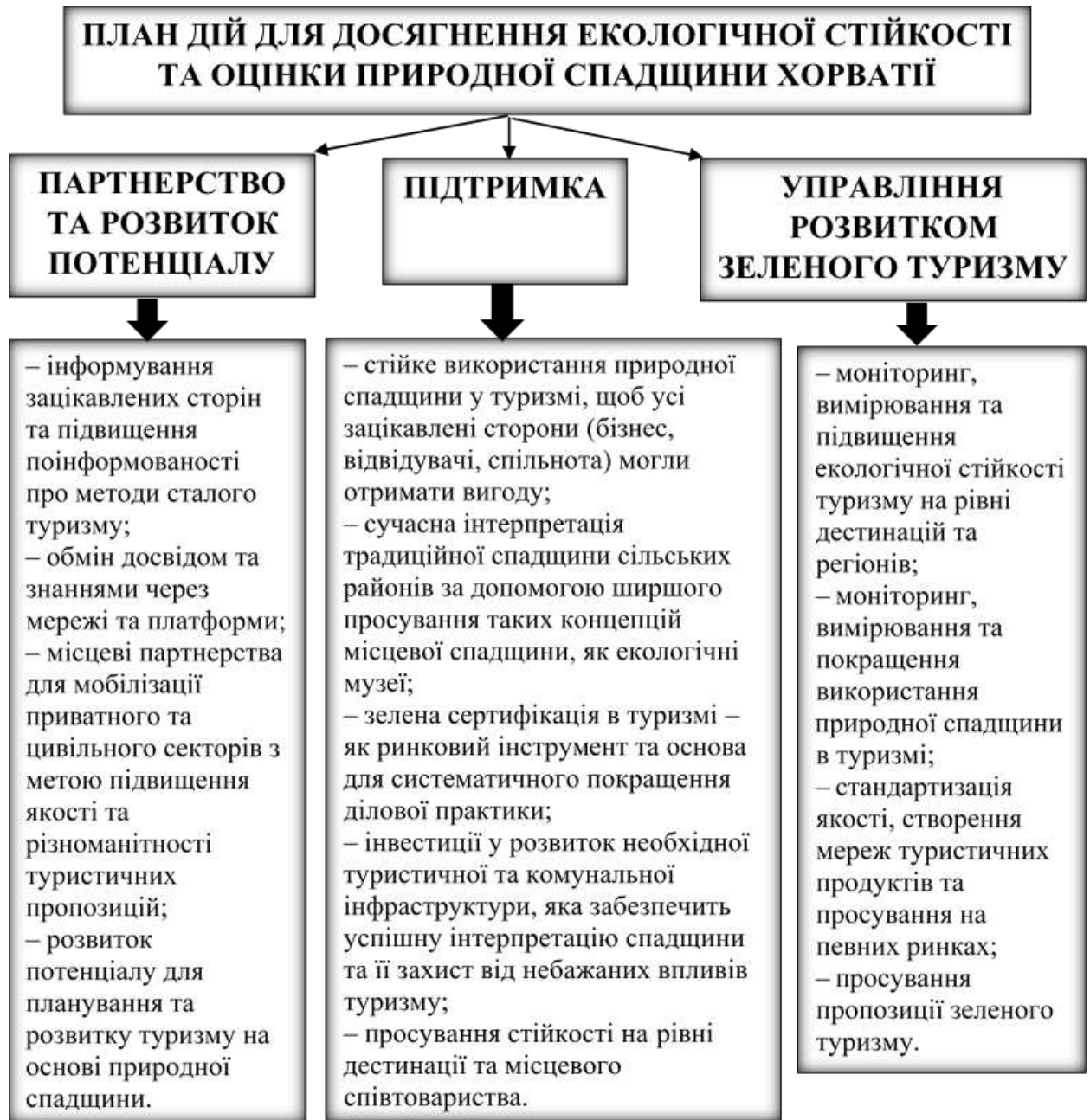


Рис.2.7. План дій для досягнення екологічної стійкості та оцінки природної спадщини Хорватії

У період з 2000 до 2015 року хорватське міністерство туризму профінансувало понад сто невеликих проектів, пов'язаних із природною спадщиною, на суму 8,5 мільйона куна (близько 1,2 мільйона євро). Ці зусилля були продовжені у 2016 році з Планом дій щодо розвитку зеленого туризму, спрямованим на створення синергії з різними секторами (наприклад, відходами, енергетикою, охороною природи, управлінням водними ресурсами, просторовим плануванням, дорожнім рухом тощо). План дій був розроблений виходячи з передумови, що зелений туризм може призвести до вкрай необхідного переходу до зеленої та замкнутої економіки. Було визначено три групи дій для досягнення екологічної стійкості та оцінки природної спадщини: партнерство та розвиток потенціалу, підтримка та управління розвитком зеленого туризму.

II. Приклад екологічної стабільності невеликого сімейного готелю в Хорватії. Готель Villa Dvor розташований на території старовинної вілли Двір над містом Оміш, на кам'янистих схилах гір Мосор і Дінара біля річки Цетіна, всього за 20 км від Спліту. Готель знаходиться поруч із чарівним пляжем і всього за 300 метрів від піщаного міського пляжу. У готелі є 23 номери, всі вони оснащені плазмовим телевізором, а з вікон відкривається панорамний вид на море, гори Мосор і Дінара та річку Цетіна.

У чудовому ресторані Knez подають фірмові страви з риби та м'яса, а також традиційні страви регіону Полиця, які припадуть до смаку найвибагливішим гурманам. Крім того, в ресторані пропонується американський сніданок «шведський стіл», а поснідати можна на терасі. Мальовничі околиці готелю чудово підходять для прогулянок.

Готель Vila Dvor Omiš компостує біорозкладні відходи і щорічно виробляє близько 2000 літрів перегною, що використовується на городі готелю. Економія води, реалізована у 2007 році, дозволила знизити споживання води на 30%, і поточний показник становить 228 літрів за ніч (включаючи ресторан та пральню). Крім оптимального використання ізоляції та датчиків, готель охолоджується за допомогою системи теплообміну, яка

використовує річку Цетину. Електроенергія виробляється фотоелектричною системою потужністю 24 кВт, а гаряча вода виробляється сонячною системою нагрівання води потужністю 5 кВт, що дозволяє скоротити викиди вуглекислого газу на 30,8 тонн CO₂ на рік (оцінка SolarLog). У 2012 році елеватор був задіяний у виробленні електроенергії 3,9 кВт (під час спуску), що становить близько 60 кВт на рік. Сім'я Журлінів, самостійно керує готелем та брала участь у проектуванні вищезгаданого, тобто цей бізнес є майже ідеальним прикладом для всіх типів житла (готелі, приватні апартаменти та будинки). Готель може бути моделлю для зменшення впливу на навколишнє середовище, що одночасно сприяє економії фінансових коштів [36].

Слід зазначити, що у всій Європі громадянське суспільство активно захищає громадські інтереси та ресурси, і навіть виступає новатором у сфері туризму. Існує ряд проектів, у яких природа та традиційна спадщина використовуються раціонально, і тут представлені ті, які на основі своєї довгострокової діяльності та надійності створюють контент із доданою вартістю та захищають ключові цінності.

Екоцентр «Zlatna Greda» був заснований в 2003 році і повністю зданий в експлуатацію в 2015 році, а через рік було створено туристичне агентство, що пропонує екологічні та природні освітні програми, які діють на принципах соціального підприємництва. У гостьовому будинку 46 місць для ночівлі та ресторан. Тут розташований перший у регіоні парк адреналіну з місцем для пікніка.

Унікальність пропозиції заснована на маловідомих та незвіданих місцях північного природного парку Корацькі ріт, затоплених лісах Дунаю та заходах, що поєднують екологію, освіту, пригоди та дивертисмент (веслування на каное, походи, фотосафарі, спостереження за птахами, парк адреналіну, гастрономія).

Інститут Блакитного Світу (BWI) проводить заходи, пов'язані з дослідженням та захистом дельфінів-афалін, у рамках багаторічного проекту

«Адріатичні дельфіни», навчання морського середовища та першого Морського освітнього центру. Крім лекцій, публічних заходів, публікацій, виставок тощо, BWI розробляє та впроваджує інноваційні методи участі громадськості у захисті навколишнього середовища та зникаючих видів за допомогою моделей цивільної науки – розробки веб-платформ для смартфонів, за допомогою яких громадяни та туристи можуть повідомляти про свої спостереження окремих видів та дізнаватися про цінність та важливість морської екології.

У Хорватії стає все більш очевидною важливість громадянських ініціатив у захисті прозорості управління у процесах планування та прийняття рішень, а також у покращенні захисту ресурсів та суспільних інтересів за допомогою юридичних механізмів. Можливо, останнім часом найпомітнішими були останні досягнення Green Action, які за допомогою громадських кампаній із захисту інтересів вирішували важливість протистояння проектам розвитку, які не мають чіткої мети сприяння стійкості, місцевій економіці та спільноті.

Крім того, за допомогою юридичних механізмів їм вдалося успішно оскаржити запобігання масовим туристичним проектам, заснованим на незаконних діях: маніпуляціях з територіальним планом, недостовірним оцінкам впливу на навколишнє середовище та незаконному дозволу на будівництво. Це важливий приклад (навіть прецедент) для всього, що пов'язано з суспільними інтересами та ресурсами в хорватському контексті, оскільки наголошує на важливості використання громадянської активності в синергії з усвідомленим використанням правових механізмів.

Підсумовуючи, слід наголосити на необхідності постійного поліпшення всіх елементів, необхідних для застосування стійкого, відповідального, «зеленого» туризму. Як показано на прикладах, сталий розвиток у туристичній практиці та за її межами має сенс лише в тому випадку, якщо всі три компоненти стійкості будуть чітко синхронізовані, наділені повноваженнями та представлені. Щоб пробудити і сприяти ширшій

поінформованості, необхідно чіткіше роз'яснити мету стійкості, і навіть її роль в озелененні туризму. Стійкий розвиток у туристичній практиці має виглядати просто і ясно: те, що не добре для навколишнього середовища та місцевого співтовариства, не добре для туризму; чи скільки туризму достатньо для стійкості довкілля (тобто розрахунок навантаження)?

Озеленення туризму в хорватському контексті має враховувати три основні пріоритети:

1) збільшення фактора примноження туризму для хорватської економіки із застосуванням концепцій зеленої та замкнутої економіки, звідси і концепції зеленого туризму;

2) зменшення впливу на навколишнє середовище, оскільки воно одночасно є екологічно стійким та рентабельним;

3) розробка інноваційних продуктів та послуг на основі цінностей спадщини (природа, традиції, культура, історія, архітектура, археологія) може:

- бути дуже конкурентоспроможним на ринку;
- сприяти цілям охорони навколишнього середовища;
- сприяти стійкості місцевих спільнот;
- знайти вкладників через фонди ЄС та створити нові можливості для бізнесу [4, 210-212].

Хоча вищезгадані пріоритети можна побачити у стратегічних та законодавчих документах, а також з іншими ключовими зацікавленими сторонами (адміністрація, академічні кола, громадянські та ділові ініціативи), все ще існує потреба у роботі над впровадженням механізмів постійного покращення. Нарешті, можна зробити висновок про те, що є людський капітал, який може виконувати екологічні програми по горизонталі та вертикалі, але також слід врахувати, що особи, які приймають рішення та визначають політику, повинні знайти механізми для мотивації, підтримки, створення рамок і захисту від несумлінних дій.

З ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

3.1. Екологізація як фактор конкурентоспроможності туристичних дестинацій

У сучасних умовах конкуренція в туризмі є одним із ключових інститутів туристського ринку та центральною умовою його ефективного функціонування.

У ході проведення дослідження було встановлено, що аналіз конкурентного середовища туристських дестинацій є актуальним, оскільки забезпечує подальше функціонування туристської території. Нині у світі зростає кількість дестинацій, які можуть висунути ринку конкурентоспроможну пропозицію. У рамках туристських дестинацій розробляються та реалізуються туристські проекти.

У загальному значенні дестинація виступає у ролі безлічі певних компонентів: об'єкти показу та пам'ятки, природний потенціал та багатства або штучно створені людиною туристські центри, туристська інфраструктура: підприємства харчування, розміщення, індустрія розваг, транспортна доступність та інші організації сфери послуг. Дестинація повинна мати особливу цінність для потенційних споживачів та відповідати їх запитам.

Конкурентами туристичної дестинації можуть бути [13, 134-136]:

- інші дестинації, що змагаються за ринки збуту та вкладення;
- місцеві господарсько-географічні компанії, які змагаються за ресурси.

Туристська дестинація – певний центр із різноманітними послугами для туристів. У світі, необхідно приділяти велике значення вивченню конкуренції у промисловості туризму, оскільки з'являються нові туристські дестинації, які можуть досягти тієї ж ринкової ніші.

Аналізуючи дестинацію як суб'єкт конкуренції, слід зазначити, що вона характеризується конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю. Конкурентна перевага – економічне поняття, характеристика та особливості продукту чи послуги, які формують конкретну перевагу над явними конкурентами. Конкурентоспроможність сприймається як властивість об'єктів, здатних задовольняти певну потребу проти аналогічних пропозицій на ринку [12, 106-120].

Сьогодні екологічний туризм повинен стати головним фактором розвитку туризму, коли замість отримання короточасної вигоди від спілкування з природою буде втілюватися довгострокова життєздатна екологічна стратегія, яка здатна забезпечити реальну фінансову підтримку охорони природи та підвищити значимість тих природних ділянок, які повинні зберігатися в незміненому стані.

Індустрія туризму – це один із секторів економіки, що швидко розвивається, вона покликана не тільки задовольняти нагальні екологічні потреби потенційних туристів, вона також надає позитивний вплив на загальний добробут регіону. У зв'язку із цим відзначається посилення конкуренції у сфері туризму. Отже, забезпечення конкурентоспроможності туристичних дестинацій за рахунок екологізації є одним із ключових завдань політики регіону.

Відповідно до Фліта А. конкурентоспроможність включає наступні фактори [10]:

- природно-географічне положення, кліматичні умови;
- штучні – створена туристична інфраструктура.

На нашу думку, туристична індустрія визнається конкурентоспроможною в тому випадку, якщо вона з одного боку має привабливі туристичні пропозиції, а з іншого, може надати високоякісні туристичні послуги, відмінні від конкурентів.

Юванен Є.М. запропонувала модель конкурентоспроможності туристичної дестинації, що складається з наступних факторів [4, 210-214]:

- основні/додаткові фактори привабливості туристичної дестинації. Вони складаються з основних факторів та штучно створених елементів туристичної інфраструктури;

- управління дестинацією туризму. Цей фактор має сприяти збільшенню привабливості основних ресурсів та формуванню додаткових ресурсів;

- туристський ринок та рівень життя населення. В рамках цього фактора аналізується тип ринку, сезонність та якість життя населення.

На наш погляд у даній моделі необхідно розділити на групи основні та додаткові фактори, тому що вони надають на споживача різний вплив. Крім того, ці фактори орієнтовані на різний цільовий сегмент та по-різному визначають сезонність дестинації.

Відповідно з тих же причин, слід окремо аналізувати стан туристичного ринку та якість життя населення. Дані попиту на туристичні послуги у дестинації, виконують найважливішу роль у проблемі визначення величини конкурентоспроможності дестинації. Дослідження свідчать про те, що важливою умовою є, не тільки обсяг попиту на туристичні послуги безпосередньо в регіоні, а також характер надання туристичних послуг та їх відповідність актуальним напрямкам попиту на світовому туристичному ринку. Конкурентну перевагу набувають дестинації, які звертають особливу увагу на формування індивідуальності та підтримання ексклюзивності справжнього туристського продукту.

Передумовою конкурентних переваг у туристичній діяльності є наявність туристичних ресурсів та туристичного потенціалу. Однак необхідно враховувати той факт, що тільки наявність ресурсів без можливості відвідування їх туристами не є економічною діяльністю, а виступає як культурно-історична цінність. Наявність туристичного потенціалу, який не використовується, виступає як можливість створення конкурентної переваги території. Для включення ресурсів у фінансову

активність, потрібне створення туристичної інфраструктури та надання туристичних послуг.

Таким чином, дійсні конкурентні переваги DESTИНАЦІЇ забезпечуються взаємодією наступних умов: по-перше, це наявність на території туристичних ресурсів та об'єктів показу, пам'яток, їх унікальність та своєрідність; по-друге, можливість доступу до цих туристичних ресурсів; по-третє, наявність розвиненої туристичної інфраструктури.

Туристичні DESTИНАЦІЇ, розміщені на різноманітних територіях, володіють відмінними рисами, історико-культурною специфічністю, наявністю туристичних ресурсів, соціально-економічним становищем, рівнем життя населення, наявністю туристичної інфраструктури, іміджем та іншими факторами. DESTИНАЦІЇ між собою розрізняються за позитивними та негативними якостями. Позитивні відмінності створюють конкурентну перевагу на території.

Відповідно до класифікації Дудецького Д. переваги DESTИНАЦІЇ це [2]:

- порівняльні переваги, набуті DESTИНАЦІЄЮ в результаті географічного положення;
- конкурентні переваги, отримані штучним шляхом, в результаті діяльності людини.

Наступний підхід аналізує конкурентоспроможність туристичної DESTИНАЦІЇ. Він пов'язаний із життєвим циклом туристської DESTИНАЦІЇ.

Гранбрег А.Г. пропонує аналізувати конкурентоспроможність туристичної DESTИНАЦІЇ у взаємозалежності із життєвим циклом DESTИНАЦІЇ [5, 19-21]. Залежно від того, на якій сходинці життєвого циклу розташовується туристична DESTИНАЦІЯ, формуються методи й способи підтримки її конкурентоспроможності. Наприклад, якщо DESTИНАЦІЯ розташовується на етапі формування, необхідно здійснювати фінансові витрати на створення та просування туристського продукту. У випадку, якщо DESTИНАЦІЯ характеризується стійкою привабливістю та попитом, доцільно розвивати туристичну інфраструктуру та підвищувати якість туристських послуг.

Важливим є обов'язкова прив'язка стратегічного розвитку дестинації та підвищення її конкурентоспроможності до конкретного обсягу необхідного фінансування та конкретного часового інтервалу.

Батлер Р. аналізує життєвий цикл туристської території та виділяє шість етапів.

1. Етап розвідки. Цей етап характеризується невеликим туристським потоком, слабо розвиненою інфраструктурою, тобто сезонність туристської пропозиції не сформована. Привабливим для туристів є природний та культурний потенціал.

2. Етап залучення, тобто запровадження товару ринку. Зростає туристський потік, формується туристський продукт, розвивається туристична інфраструктура, проявляється сезонність туризму.

3. Етап зміцнення. На цьому етапі зростають прибутки від туризму, спостерігається найбільший потік туристів. Туризм починає грати ключову роль в економіці регіону. Сезонність туризму впливає на економіку регіону.

4. Етап стагнації. Цей етап характеризується посиленням конкуренції, появою на ринку нових перспективних пропозицій. Етап може тривати невизначений період.

5. Далі настає етап занепаду. Такий етап у життєвому циклі дестинації настає, коли постійні клієнти не задоволені пропозицією туристського продукту, не вдається залучити нових клієнтів, туристський продукт не оновлюється.

6. Етап оновлення. Протилежним етапом занепаду є етап оновлення. Оновлення є наслідком планування та заздалегідь розробленої стратегії. Згідно з Батлером Р., даний етап характеризується розробкою та появою нового туристського продукту або ребрендингом вже наявного з метою формування конкурентних переваг дестинації.

На нашу думку, у життєвому циклі туристської території можна виділити чотири етапи: розвідка, залучення, зміцнення та завершальний етап. Останній етап розвиватиметься за трьома існуючими сценаріями: стагнація,

занепад, оновлення. Основними критеріями переходу від одного етапу до іншого є кількість туристського потоку, стан туристичної інфраструктури, конкурентне середовище.

Туристична послуга, що випускається, повинна відповідати запитам споживача, мати широкий асортимент і найголовніше – бути високоякісною. У зв'язку з цим, туристські компанії мають проводити дослідження на ринку туристських послуг, вивчати попит та ціни на туристські послуги, аналізувати думки та відгуки клієнтів.

Якість природних пам'яток є ключовим компонентом привабливості дестинації та може визначати її конкурентоспроможність. Потім стає очевидним, що можна визнати важливість збереження як засіб збільшення попиту і, отже, збільшення фінансових ресурсів, які необхідні для усвідомлення впливу на спільноти навколо природних територій, що охороняються.

Ефективним напрямком вирішення проблеми «туризм – навколишнє середовище» є розвиток екологічного туризму. Екологічний туризм сьогодні здатен забезпечити реальну фінансову підтримку охороні природи та підвищити значимість тих природних ділянок, які повинні зберігатися в незміненому стані. Екологічний туризм пропонує унікальне рішення, яке забезпечить робочі місця та стабільно високі доходи населення і збереже недоторканою дику природу. Екологічно орієнтовані напрямки туризму передбачають обмеження будівництва туристичної інфраструктури, використання екологічних технологій для найбільш поширених видів туризму, підвищення екологічної свідомості туристів та місцевого населення.

На закінчення можна стверджувати, що в усьому світі зростає кількість дестинацій, які можуть висунути на ринок конкурентоспроможну пропозицію, засновану на наданні екологічних послуг у сфері туризму. Отже, за умов жорстокої конкурентної боротьби необхідно пропонувати унікальний туристський продукт, який відповідає запитам потенційних споживачів. Пропозиція має бути високоякісною і мати переваги перед конкурентами.

Для підтримки конкурентоспроможності кожна окрема територія має формувати конкурентні переваги. Конкуренція на основі екологізації є ключовою умовою функціонування туристичної дестинації.

3.2. Пропозиції щодо розробки сучасного проекту розвитку туристичної дестинації Північного Причорномор'я

Базовою умовою розвитку туристичної дестинації є вироблення сталої конкурентної переваги. Припускаємо, що це може бути досягнуто за рахунок екологізації туристичних продуктів та послуг.

У багатьох напрямках кількість туристів швидко зростає, що чинить тиск на місцеві інфраструктури, довкілля та населення. Такі напрямки повинні керувати потоками туристів таким чином, щоб це призводило до рівномірного розподілу та пом'якшувало їх негативні наслідки. Це можна зробити за рахунок збільшення туристичного інтересу до місць, що не належать до гарячих точок, що має призвести до більш симетричного розподілу туристів. Більше того, раптовий приток туристів, особливо пов'язан з високою сезонністю, може призвести до конфлікту з місцевим населенням. У таких випадках життєво важливо забезпечити схвалення місцевих жителів за допомогою активної участі у туристичній діяльності та реалізації загального бачення [3].

Туризм будь-якого масштабу може чинити тиск на місцеве населення. Оскільки місцеве населення є господарями, які пропонують послуги та інфраструктуру, що залучають туристів, необхідно, щоб вони звикли до своєї ролі господарів. Конфлікти мають бути пом'якшені, а розвиток туризму має здійснюватися за участю та консенсусом із місцевим населенням.

На березі Бузького лиману, за 40 кілометрів від Миколаєва, розташоване село Парутине. Воно приваблює туристів як мальовничими краєвидами, так й романтикою античності. Про село Парутине у своїх творах

згадував ще Геродот. Античне місто заснували на початку VI століття до нашої ери. Воно проіснувало майже тисячу років.

Ольвія (ін.-грец. Ὀλβία – «щаслива, багата») – антична грецька колонія, заснована вихідцями з Мілета в першій чверті VI століття до н. е. на правому березі Дніпро-Бузького лиману на південь від сучасного Миколаєва та сучасного села Парутине Очаківського району Миколаївської області, Україна. За часів розквіту (друга половина V століття до н. е. – перша половина III століття до н. е.) місто займало площу близько 50 га і являло собою важливий центр торгівлі та рибальства, мало тісні економічні зв'язки зі скіфами, чисельність його населення імовірно досягала 15 тисяч людей. Одним із перших археологічними розкопками в Ольвії в середині XIX століття зайнявся російський археолог граф Уваров А.С. На базі відкритих під час розкопок руїн міста у 1924 році створено археологічний заповідник. Завдяки розкопкам вітчизняних та зарубіжних археологів на території Ольвії були відкриті та досліджені руїни фортечних стін та веж, подвійні ворота, агора та Східний та Західний теменоси. Розкопки в Ольвії ведуться і зараз.

Стародавні греки, що заклали місто в VI столітті до нашої ери, змінили кіммерійців і скіфів (втім, греки поступово асимілювалися з місцевим населенням: згодом вони почали говорити на суміші грецького та скіфського та носити скіфський одяг). Ще VI столітті до н. е. в Ольвії разом із храмом Зевса з'явилися святилища та теменоси Аполлона Дельфінія та Лікаря. У 450 до н. е. Ольвію відвідав Геродот. Він зробив перший опис історії, географії та звичаїв народів, які на той час населяли територію північного узбережжя Чорного моря. У VI-V століттях до н. е. тут правили олігархи, початку IV в. до н. е. було встановлено демократичну форму правління. У 331 до н. е. Ольвію невдало намагався завоювати полководець Олександра Македонського Зопіріон. У 55 році до н. е. Ольвія була завойована гетьським царем Бурбистою. Згодом держава відновила своє існування, але на значно меншій території. У 198 року н.е. Ольвія увійшла до складу Римської імперії. Частини Ольвії було перебудовано під владою Риму. Діон Хрїстост відвідав

місто, яке він назвав Бористенічним дискурсом на честь річки, що впадає там у Чорне море. Місто, яке належить римській провінції Мезія, ймовірно, було закинуто в четвертому столітті нашої ери після того, як двічі згоріло під час так званих готських воєн. Повністю воно загинуло під час навали гунів у роки IV століття н.е.

Свідченням значної комерційної ролі міста в цьому регіоні є численні монети, що з'явилися у ранній період його існування. Спочатку вони були відлиті у формі риб (так званих дельфінів), які використовувалися для простого обміну грошей, які пізніше (VI/V століття) замінили мідні монети, відлиті із зображенням на лицьовій стороні голови Афіни, Деметри, або так званий горгонейон. На реверсі зазвичай зображений дельфін або орел із дельфіном у пазурах. У середині IV століття до нашої ери в Ольвії випускаються срібні статери зі схожими ідеями. На деяких монетах вказано назву міста у вигляді OLBI або OLBIO (політоній) або написи ARIX, EMINAKO (імена посадових осіб). На основі багатого нумізматичного матеріалу можна встановити та простежити майже двохсотрічний розвиток Ольвійського карбування. Багато зусиль доклав О. Зограф, за ним пішли П. Каришковський та В. Анохін, а останні відкриття зробив В. Нечитайло.

На території збереглися руїни укріплень, міські квартали, площа-агора, священні ділянки – Східний та Західний теменоси, храми Аполлона, Зевса та Асклепія, майстерні та некрополь. Твори образотворчого та декоративного мистецтва зберігаються у численних музеях України, Росії тощо. На території міста працює археологічна експедиція Інституту археології НАНУ.

У вересні 2021 року виповнюється 100 років, відколи городище взяли під державну охорону. Все село Парутине, що межує з Ольвією, збудовано «по рутенах» – «на руїнах» стародавнього некрополя. Причому, якщо руїни житлових кварталів міста-держави розкинулися на площі 50 гектарів, некрополь (місце поховань) займає всі 500 гектарів. Саме там розташований Національний історико-археологічний заповідник «Ольвія». Заповідник був заснований у 1926 році, а національним він став у 2002-му. Раніше до

пандемії Ольвія приймала трохи більше ніж 10 тисяч туристів на рік. З ольвійського каменю збудовано Турецьку фортецю в Очакові. Турки наприкінці 1700-х вивозили морем будматеріали у промислових обсягах. У заповіднику можна оглянути два музеї. У залі лапідарію зібрано кам'яні свідки життя ольвіополітів – жертвні вівтарі з помітними досі слідами червоного вина, фрагменти мармурових скульптур, каміння для розмелювання зерна, кам'яні вагові гири.

Відомий археолог Алла Буйських вважає «Ольвію» унікальною пам'яткою світового масштабу. На відміну від античних пам'яток у Середземному морі – в Італії, Греції чи Туреччині, українська територія ще недостатньо досліджена. «Тут немає середньовічного культурного шару, ні сучасного міста. Ольвія є справжнім парадизом для професійних археологів», – наголосила Буйських.

Античне городище на Миколаївщині почали розкопувати 120 років тому. До цього дня археологи щороку знаходять нові поховання та артефакти. Цілий комплекс пам'яток стародавнього міста-держави розташований на 300 гектарах. Однією з найвідоміших локацій Ольвії є Зевсов курган. Він розташований у центрі городища, його звели ще у II столітті нашої ери. Визначна пам'ятка добре збереглася, але її пограбували ще до того, як про неї стало відомо археологам. «Швидше за все, тут поховали людину чи осіб, які мали статус у міській ієрархії. Міська аристократія чи навіть вихідці з храмового жрецтва», – розповів історик Валерій Чернявський. За його словами, оскільки курган розграбували, поки що точно сказати, кого там поховали, не можна. Ймовірно, вміст пам'ятки розікрали за кілька разів.

Заслужений художник України Володимир Бахтов живе за 350 метрів від «Ольвії». Він усе життя присвятив заповіднику та навіть стилізував під нього власне житло. «Люди знають мою любов до каменів і дарують їх мені. Майже в кожному дворі є античний камінь або в фундаменті, або курник може бути збудований із частин від кургану», – зазначив Бахтов. Античну

державу художник зображує у своїх роботах у різних техніках, особливу увагу надає офорту – тисненню на мідних чи цинкових пластинах. Частина робіт присвячена містичному ритуалу стародавніх людей – ініціації. Його учасники переживали транс та своєрідне переродження у печерах.

Сьогодні «Ольвія» знову відкрита для туристів. Через пандемію коронавірусу у 2020 році заповідник майже не відвідували туристи. Директор «Ольвії» Роман Козленко пояснив, що найближчим часом там планують проводити інтерактивні екскурсії та оновити музейний комплекс для працівників та волонтерів-археологів. «Для туристичного екскурсійного маршруту ми відновлюємо деякі археологічні об'єкти», – додав він. Заповідник «Ольвія» включає городище з системою водопостачання, некрополь з різними типами поховань і острів Березань у Чорному морі, де існувало найдавніше давньогрецьке поселення Північного Причорномор'я. На території є музей, залишки стін, цитаделей та житлових кварталів.

При детальному дослідженні сфери туризму Миколаївської області виявлено проблеми, що доводять необхідність розробки проекту з екологізації як свідомості туристів, так і туризму загалом, а також проект, здатний удосконалити та розширити існуючі екологічні туристичні продукти Миколаївської області. Завдяки своєму стрімкому розвитку туризм, зокрема екологічно орієнтований, може стати ключовим пріоритетом розвитку України в галузі економіки.

У країні безліч областей та регіонів, що мають можливості для розвитку туризму. Зокрема про Миколаївську область можна відзначити таке. Різноманітність екологічних туристичних маршрутів та потенціал численних об'єктів природної та культурної спадщини дозволяє говорити про те, що керівництво області має бути зацікавлене у просуванні екологічних туристичних продуктів.

Проте розвиток супроводжується низкою проблем, які притаманні населенню практично кожної області. Однією з найбільш гострих проблем є неусвідомленість населенням усієї важливості збереження природного

середовища та його компонентів. Особливо дана проблема повинна хвилювати особи, які займаються діяльністю у сфері туризму, тому що природні об'єкти та комплекси є ключовими при здійсненні туристської діяльності. У цьому ключі зусилля необхідно зосередити на критичному стані значної частини пам'яток природи, історії, культури та архітектури, які в сукупності становлять туристичний потенціал розглянутої дестинації.

Для підвищення рівня екологізації сфери туризму потрібна реалізація проекту, ключовим заходом якого стане створення наметового містечка, яке відповідає всім сучасним екологічним вимогам.

До основних проблем екологічного туризму в Миколаївській області також можна віднести [21]:

- недостатньо високу якість туристичних послуг;
- складну транспортну доступність по відношенню до деяких об'єктів показу;
- малу поінформованість українського та іноземного населення щодо можливостей екологічного проведення дозвілля та відпочинку в області.

Однак при існуючих проблемах є переваги, які перебувають у постійній розробці та вдосконаленні:

- сприятливі умови для розвитку екологічного туризму;
- досить прийнятна вартість;
- наявність різноманітних природних та культурних пам'яток, доступних для туристичного показу.

Таким чином, можна резюмувати:

- 1) необхідно зберігати та захищати природну та культурну спадщину регіону, яка становить основний потенціал туристичної сфери Миколаївської області;
- 2) розробити проект та включити до нього заходи, спрямовані на екологізацію свідомості та екологічне виховання населення;

3) у Миколаївській області необхідно розвивати туристичну інфраструктуру, яка здатна створювати та підтримувати сприятливі умови для збереження природної спадщини;

4) дуже важливо стимулювати просування туристського продукту Миколаївської області на міжнародному та внутрішньому ринку.

Можна зробити висновок про те, що Миколаївська область потребує масштабної екологізації сфери туризму. Цей процес є чинником для розвитку регіону, і, виходячи з цього, необхідно розвивати цей напрямок і активно впроваджувати екологічні установки, насамперед, у свідомість населення, а по-друге, у сферу туризму.

Для повноцінного формування туристської індустрії та поширення туристського продукту Миколаївської області на внутрішній та міжнародний ринок нами пропонується включити до вже існуючих туристських продуктів проект з екологізації сфери туризму під назвою «ЕкОльвія», який здатний у ході своєї діяльності сформувати в суспільстві усвідомлення необхідності охорони та збереження природної спадщини області.

Основним елементом запропонованого проекту є складання програми, до якої входять послуги розміщення, харчування, транспортування, а також тематичні туристичні маршрути екологічної орієнтованості Миколаївської області. Щодо аспекту інноваційності запропонованої програми, то він полягає в організованому проживанні в наметових містечках, а також доступних місць для відпочинку та рекреації, проведенні дозвілля та ознайомленні з природою та культурою запропонованої території. Даний проект відіграє важливу роль для Миколаївської області, тому що він в змозі виконати такі функції як: підтримка природних територій, що особливо охороняються, за рахунок надходжень від екологічного туризму, пропаганда природних територій регіону, а також екологічне просвітництво серед місцевого населення і туристів [25].

При реалізації проекту існує варіант включення до нього різноманітних подій, що проходять на території області, а також місцевих пам'яток, серед

яких можна особливо виділити відвідування Зевсова кургану та будинку художника Володимира Бахтова.

Характеристика проекту «ЕкОльвія» представлена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Основні характеристики еколого-туристичного проекту «ЕкОльвія»

№	Показник	Характеристика
1	Назва проекту	«ЕкОльвія»
2	Цілі проекту	– ознайомлення учасників з культурною та природною спадщиною Миколаївської області; – екологічне виховання учасників; – предреставраційна робота на об'єкті; – оволодіння навичками життя та роботи у групі.
3	Завдання проекту	– ознайомлення учасників з особливо охоронюваними природними територіями, рослинним та тваринним світом Миколаївської області; – екологічне просвітництво, розвиток і, як наслідок, розуміння населенням цінності природи для суспільства; – пряма і непряма підтримка у становленні особливо охоронюваної природної території.
4	Тематика проекту	Екологічний
5	Форма організації	Організований
6	Форма організації за категорією споживачів	Дорослий Молодіжний Змішаний
7	Цільова аудиторія	Туристи віком від 18 до 30 років з Миколаївської області, а також з інших регіонів та областей.
8	Кількість туристів у групі	15 осіб + 2 організатори
9	Кількість груп	16
10	Кількість груп в місяць	4
11	Тривалість однієї зміни	14 днів/13 ночей
12	Сезонність проекту	Сезонний (травень-вересень)
13	Розміщення	У наметах, що утворюють між собою «містечко», у центрі якого стоїть «адміністрація».
14	Початок проекту	2022 рік

Учасниками проекту можуть стати як індивідуальні туристи, так і група туристів. Після закінчення зміни туристи можуть продовжити ознайомлення із територією, але вже на самостійному рівні.

Послуги розміщення учасників програми здійснюватимуться в наметах, що утворюють між собою «містечко», у центрі якого стоїть «адміністрація». Даний вид розміщення досить бюджетний та доступний. Але головною його перевагою є те, що процес єднання з навколишньою природою та культурою пройде найбільш ефективно та повноцінно. Перебуваючи в будиночках такого типу, туристи зможуть повною мірою вивчити запропоновану територію, змінити свій звичний міський спосіб життя на життя справжніх мандрівників, перейнятися місцевими традиціями та культурою, а також провести екологічно чистий відпочинок.

Протягом проекту для групи туристів призначається керівник, який відповідає за техніку безпеки та її дотримання, встановлення наметового містечка, харчування, знайомство туристів із природною та культурною спадщиною, а також заступник керівника, який призначений відповідальним за проведення робіт на об'єкті, проведення польових занять, присвячених природі та екології. Організоване проживання та харчування здійснюється у наметовому містечку. Відповідальним за харчування та проживання на маршруті є керівник та заступник керівника.

Для участі у проекті туристам необхідно надати довідку про щеплення від кліщового енцефаліту, а також, залежно від епідеміологічного стану, сертифікат про вакцинацію. Безумовно необхідно мати медичний допуск, що дозволяє багатоденні походи. Перед початком подорожі організаторам необхідно провести інструктаж з техніки безпеки. Також необхідно укласти договір про туристичне страхування. Перед початком маршруту туристи укладають договір туристичного страхування на час проходження маршруту. У вартість маршруту входить страховка, в яку включені медичні витрати та виплати матеріальних засобів зі страхування від нещасного випадку, послуги трансферу, харчування, послуги організаторів, а також збір за відвідування природної території, що особливо охороняється.

Нині у суспільстві відбулося усвідомлення екологічних проблем, важливості захисту довкілля, охорони та збереження її компонентів. Зокрема,

для сфери туризму особливо важливо зберегти природну та культурну спадщину регіону для формування та просування туристського продукту. Все більшим попитом на українському та міжнародному ринку користуються екологічні маршрути, для здійснення яких Миколаївська область має достатні ресурси. Тому цей проект здатний задовольнити екологічні та моральні потреби суспільства.

Виходячи з цього, можна виділити основну спрямованість проекту, а саме впровадження екологічних установок у свідомість населення та у сферу туризму загалом, а також збереження природного та культурного потенціалу Миколаївської області з метою формування нових туристичних продуктів та просування їх на міжнародний та внутрішній ринок.

Основними цілями проекту є екологізація свідомості суспільства, а також підвищення зацікавленості пріоритетної цільової аудиторії до проведення екологічного відпочинку на туристичній дестинації Миколаївської області, допомога у відновленні та збереженні природної та культурної спадщини регіону, обмін досвідом туристів та встановлення контактів для подальшої співпраці.

Виходячи з цілей, виявлено такі завдання проекту:

1. Перше завдання полягає у екологічному вихованні суспільства. Завдання буде досягнуто шляхом залучення аудиторії зазначеного віку, оскільки обрана аудиторія найбільш сприйнятлива до інноваційних розробок.

2. Другим завданням є ознайомлення туристів із природою та культурою Миколаївської області. Завдання буде досягнуто шляхом розчищення території об'єкта для подальшої реставрації. У рамках програми учасникам запропоновано чередувати робочу діяльність із екскурсійно-пізнавальною. Це досягається шляхом включення до проекту екскурсійних програм туристичної дестинації.

3. Також до завдань належать вдосконалення комунікативних навичок. Це завдання можна досягти шляхом взаємодії учасників проекту.

Підсумком представленого проекту для туристів, які були його учасниками, стає дбайливе ставлення до об'єктів природної та культурної спадщини області, розвиток та популяризація дестинації, а також позитивний вплив на своїх товаришів та однолітків.

Також проект «ЕкОльвія» передбачає екскурсійно-розважальну діяльність упродовж усього часу, проведеного у Миколаївській області.

Реалізація запропонованого проекту здатна надати позитивний вплив на культурний та природний потенціал дестинації. Серед явних переваг реалізації проекту можна виділити такі:

- збільшення туристського потоку на території області;
- збереження природного та культурного потенціалу області;
- впровадження екологічних установок у життя громадськості;
- підвищення статусу Миколаївської області у поданні туристів;
- підвищення впізнаваності туристичних об'єктів дестинації та області загалом.

Реалізація розробленого проекту складається із трьох етапів.

Перший етап – підготовчий. На цьому необхідно визначити учасників та партнерів проекту, розробити організаційну структуру та інформаційне забезпечення реалізації проекту. Також на цьому етапі опрацьовуються ресурси, які необхідні для реалізації проекту, а також здійснюється презентація проекту.

Другий етап – основний. На цьому етапі відображається поточна робота з реалізації проекту, приведення інформаційних ресурсів у цілісну систему, а також проведення запланованих заходів.

Третій етап – завершальний полягає у проведенні аналізу реалізованих у рамках проекту заходів, а також підбиваються підсумки реалізації проекту.

Нині на туристичному ринку значну роль грає розробка інноваційних туристських пропозицій. Але найбільша їх ефективність не буде досягнута без інформаційно-рекламного забезпечення, що є способом розповсюдження та доведення пропозиції до споживачів. Значимість реалізації програми

просування проекту підвищується, тому що на туристичному ринку відбувається процес зростання рівня конкуренції пропозицій. Конкурентною перевагою запропонованого проекту буде екологічна спрямованість, що включає безвідходне виробництво, зменшення антропогенного впливу туризму на природне середовище, пошук шляхів його попередження та мінімізації, обмеження в'їзду транспортних засобів на територію природного об'єкта. Внаслідок проведених заходів очікується активне залучення природоохоронних інвестицій, економічне стимулювання екологічно спрямованої діяльності у туризмі.

У ході своєї діяльності проект здатний посилити в учасників почуття екологічної відповідальності за довкілля та культурний потенціал дестинації, особистісної активності, а також сприяє розкриттю потенціалу області. Весь проект реалізується на основних принципах, представлених у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Основні принципи проекту «ЕкОльвія»

№	Принцип	Пояснення
1	Принцип легітимності	Всі заходи здійснюються тільки за безпосередньої згоди всіх учасників та громадського схвалення.
2	Принцип адекватності та реальності створення	Під час реалізації проекту враховується реальне становище Миколаївської області.
3	Принцип адресності	Запропонований проект орієнтований на певну цільову аудиторію.
4	Принцип комплексності	В основі даного принципу лежить облік потреб сторін, що беруть участь: зацікавленість Миколаївської області у відновленні та збереженні природної та культурної спадщини дестинації, а туристи отримують можливість ознайомитися з навколишнім середовищем території.
5	Принцип ініціативності та залучення	Цей принцип означає, що у основі проекту лежить бажання учасників допомагати, творити.
6	Принцип малобюджетності	Використання внутрішніх резервів Миколаївської області (державне цільове фінансування, волонтерство, краудсорсинг, грантова підтримка), залучення спонсорів та інших зацікавлених суб'єктів.
7	Принцип інноваційності	Специфічні властивості обраної цільової аудиторії спричиняють застосування принципу інноваційності.
8	Принцип адаптивності	Цей принцип означає, що проект може модифікуватися залежно від зовнішніх факторів впливу.

Таким чином, завдяки реалізації проекту «ЕкОльвія» та формуванню в його рамках наметового містечка передреставраційної спрямованості, дестинація здатна не лише відновити та зберегти свою природну та культурну спадщину, а й за допомогою учасників програми, область зможе повною мірою показати свій туристський потенціал, задовольнити екологічні та моральні потреби самих туристів, а також підтвердити статус одного з найкращих місць для екологічного відпочинку в Україні, запропонувавши туристам цей продукт.

Потреба у розробці цього проекту пояснюється сучасною ситуацією, де населення зацікавлене у захисті довкілля. Тому екологізація сфери туризму вимагає від кожного учасника процесу активної діяльності у зміні середовища існування.

Таким чином, у реалізації проекту використовуються такі принципи: інноваційності, легітимності, ініціативності та залучення, комплексності, адекватності, адресності, адаптивності та малобюджетності. Вони сприяють всебічному задоволенню потреб туристів, і навіть організаторів проекту. Дотримуючись цих принципів, проект здатний стати повноцінним конкурентоспроможним продуктом на туристському ринку, сприяти розвитку туристичної дестинації за рахунок активного процесу широкомасштабної екологізації.

3.3. Перспективні шляхи впровадження розроблених рекомендацій

Сьогодні туристська індустрія світу зазнає часи активного розвитку та формування нових напрямків. Паралельно з традиційними видами туризму набувають поширення усілякі нетрадиційні форми відпочинку та подорожей. Все більший вплив на сферу туризму робить поширення ідей екологізації життя, саме тому нами було обрано курс на охорону природи та навколишнього середовища при розробці рекомендацій для розвитку туристичних дестинацій Північного Причорномор'я.

Для успішної реалізації запропонованого проекту «ЕкОльвія» рекомендується застосування таких механізмів: корпоративне волонтерство та державно-приватне партнерство.

Корпоративне волонтерство – це волонтерські програми, які реалізуються силами працівників на добровільній основі за підтримки своєї компанії. Волонтери – це громадяни, які займаються діяльністю на безоплатній основі з метою задоволення потреб у різних сферах. Ефективне корпоративне добровольство ґрунтується на задоволенні інтересів трьох сторін: компанії, її персоналу та отримувача волонтерської допомоги (представників місцевої спільноти, шкіл, лікарень, некомерційних організацій тощо). Таким чином, ціль корпоративного волонтерства – приносити користь людям та суспільству. Саме волонтери можуть бути залучені до участі у запропонованому екологічному проекті «ЕкОльвія».

Одним із механізмів реалізації проекту є державно-приватне партнерство. Суть механізму полягає у взаємовигідній взаємодії держави та приватного бізнесу. Об'єкти культури та природи передаються у приватне користування.

Таким чином, проект спрямований на розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, здатний сформувати нові робочі місця та майданчики для здійснення діяльності, тим самим вирішуючи соціально-значущі проблеми. Також за допомогою проекту стає можливим пошук джерела фінансування для особливо цінних природних територій та закріплення статусу перспективної дестинації на туристському ринку.

Фінансове забезпечення проекту передбачається здійснити за рахунок оптимізації виділених коштів бюджету Миколаївської області. Фінансування проекту також можливе за рахунок залучення позабюджетних коштів, таких як (рис. 3.1):

1. Краудсорсінг – технологія залучення здібностей населення з допомогою інформаційних технологій. Мета краудсорсінгу полягає у вирішенні проблем, які стоять перед бізнесом чи суспільством загалом.

Також технологію використовують для пошуку нових ідей. Головними перевагами технології «краудсорсинг» є велике охоплення аудиторії, фіксовані терміни, економія матеріальних ресурсів, залучення користувачів. Однак деякі дослідники вважають, що такий «колективний розум» не здатний показати ефективний результат.

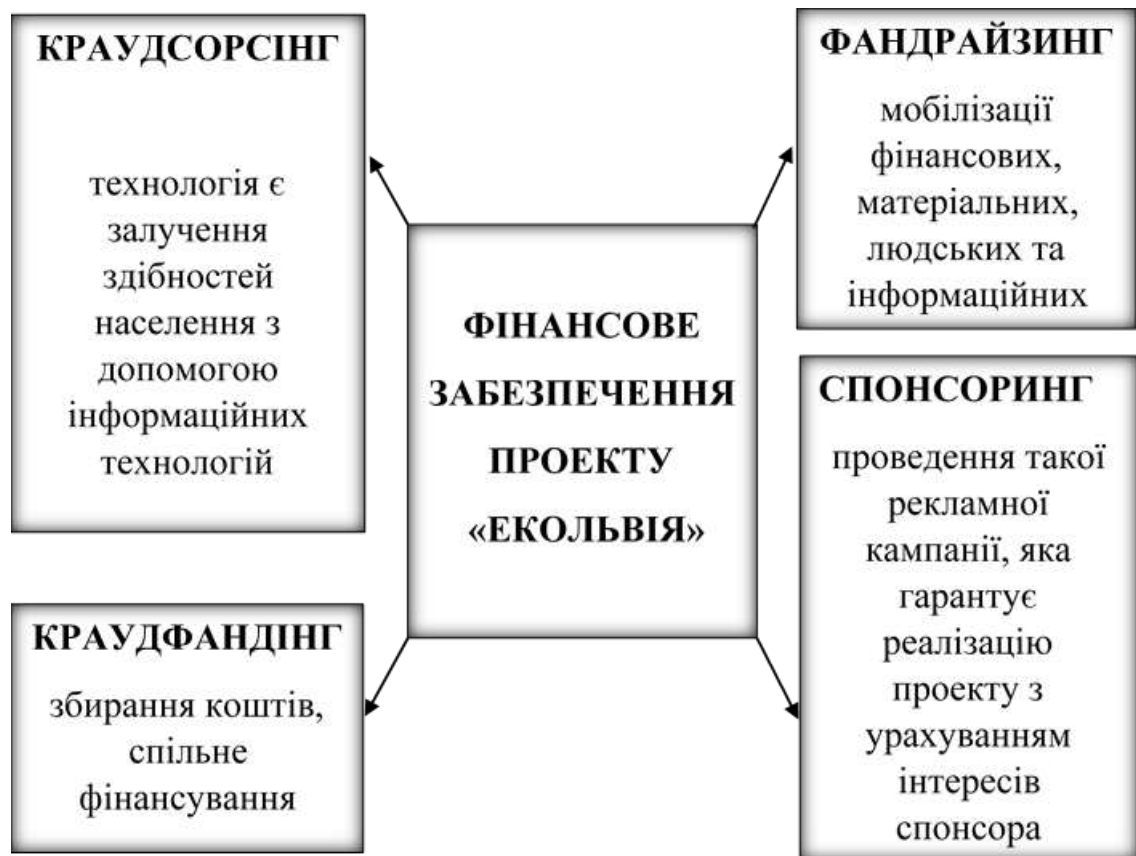


Рис. 3.1. Фінансове забезпечення проекту «ЕкОльвія»

2. Краудфандінг – це збирання коштів, спільне фінансування. У сучасному світі ця технологія спрямована на благодійність, підтримку досліджень в галузі науки і медицини, різних проектів у галузі культури і мистецтва, підтримку спорту, на охорону природного середовища, на розвиток інфраструктури і т. д. Для успішного функціонування технології необхідна чітка мета, при формулюванні якої організатори повинні повідомити, які завдання будуть вирішені при вкладі коштів. Найголовнішою умовою краудфандингу є відкритість.

3. Фандрайзинг. Ця технологія полягає в мобілізації фінансових, матеріальних, людських та інформаційних засобів некомерційним підприємством. Зазначені кошти можна отримати як від приватних осіб та комерційних організацій, так і від фондів та урядових підприємств. До завдань технології належить насамперед збір коштів, встановлення контактів та партнерських відносин.

4. Спонсоринг. Означає «підтримка», «підтримка». Мотивами для використання даної технології може бути перспектива формування іміджу та репутації, конкуренція, перспектива впровадження на новий ринок, суб'єктивний інтерес керівника і т. д. У розгорнутій формі спонсоринг полягає у веденні та контролі за подією, а також проведення такої рекламної кампанії, яка гарантує реалізацію проекту з урахуванням інтересів спонсора.

До основних витрат, необхідних для реалізації проекту, входить оплата технічних робіт, вартість роздрукування буклетів та каталогів, витрати на транспорт та технічну базу.

Також до статті витрат входить оплата праці організаторам проекту «ЕкОльвія» та технічним співробітникам. Слід зазначити, що обсяг грошових коштів, необхідних для реалізації проекту, визначається виключно після проведення підготовчого етапу роботи з реалізації.

Таким чином, для реалізації проекту доцільно провести оптимізацію виділених коштів суб'єктів діяльності сфери туризму та екології, також пропонується використати інтернет-технології, краудфандинг, спонсоринг, фандрайзинг, краудсорсинг.

Розглянемо програму просування проекту «ЕкОльвія».

Мета програми – привернення уваги туристів до запропонованого проекту, підвищення рівня зацікавленості громадськості до туристичних продуктів, а також розвиток та популяризація туризму у регіоні, активне просування туристичної дестинації на український ринок.

Для досягнення цієї мети необхідне вирішення наступних завдань:

- інформування про Миколаївську область як про туристичну дестинацію значущу для пізнання, вивчення, екологічного відпочинку;
- створення єдиного інформаційного простору для туристів;
- залучення населення та потенційних молодих туристів у програму просування дестинації;
- мотивування до активного туризму в Україні, а саме – у Миколаївській області;
- активізація участі туристів у проектах, що відбуваються на території Миколаївської області.

Для просування запропонованого проекту позначені суб'єкти діяльності, які безпосередньо впливають на програму просування. У цьому ключі діяльність Департаменту культури та туризму має бути спрямована на створення та підтримку позитивного вигляду туристської дестинації, тому що становлення екологічно спрямованого туризму має специфічні риси, що відрізняють його від інших видів туризму.

Можливо виконувати програму просування за допомогою наступних дій. Одним із способів є видавнича діяльність друкованої реклами з подальшим її розповсюдженням. Другим способом є організація публікацій у засобах масової інформації. Третім варіантом просування є презентація туристичного продукту та участь у різноманітних, у тому числі й екологічних виставках.

Інструменти, що сприяють просуванню проекту створення наметового містечка:

- створення банера, вкладки на офіційному сайті Департаменту культури та туризму, що повідомляють про існування у Миколаївській області проекту, спрямованого на захист та збереження природної та культурної спадщини;
- можливість згадки проекту, що реалізується у Миколаївській області, на різних туристських виставках.

Таким чином, проект «ЕкОльвія» потребує масштабної програми просування. Кожен етап у заданій програмі виконує окремі функції та завдання, а виконання зазначених заходів має дотримуватися у відповідності до складеної таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

Програма просування реалізації проекту «ЕкОльвія»

№ етапа	Заходи
Перший етап – підготовчий	– складання плану проекту відповідно до ключових реалізованих заходів; – обговорення програми просування між Департаментом культури та туризму та регіональними туроператорами; – організація робочої групи проекту; – формування бюджету проекту, і навіть джерел фінансування; – підготовка засобів для здійснення інформаційного забезпечення проекту; – створення та функціонування web-сайту проекту «ЕкОльвія»; – розробка фірмового стилю проекту; – презентація проекту для ЗМІ.
Другий етап – основний	– функціонування інформаційної групи та публічної сторінки у соціальних мережах, здійснення роботи інформаційного web-сайту; – планується провести конкурс репостів у соціальних мережах; – конкурс фото із природним або культурним об'єктом спадщини Миколаївської області; – заплановано вікторину «Незвідана Миколаївщина»; – конкурс відеороликів під назвою «Серцю милий куточок»; – участь у різних туристських виставках; – проведення в рамках проекту «ЕкОльвія» промо-туру для інтернет-блогерів, що спеціалізуються на подорожах; – вірусна реклама про екологічну обстановку на Миколаївщині; – розповсюдження рекламних брошур серед вищих навчальних закладів, підприємств громадського харчування, спортивних залів, спортивних магазинів та інших підприємств регіону; – публікації для туроператорів та турагентів інформаційних матеріалів про наявність у галузі туристського регіонального екологічного проекту; – з метою просування проекту та інформації про нього в мережі інтернет, доцільно ввести спеціальні позначки, відомі як «хештеги»; – для ефективного просування проекту та інформування потенційних туристів розробити фірмовий стиль проекту.
Третій етап – завершальний	– проведення змін дій на майбутній сезон; – формуванні плану заходів на майбутній сезон; – проведення соціологічного дослідження з метою виявлення ступеня задоволеності заходами; – виявленні ефективних методів впливу на цільові аудиторії; – організація прес-конференції за результатами реалізації проекту.

Необхідно підключити до реалізації проекту різні суб'єкти туристичної діяльності Миколаївської області з метою розповсюдження представленого проекту. Традиційною та ефективною технологією просування є рекламна діяльність, отже, вона застосовується при взаємодії із сучасними технологіями просування для досягнення ефективного результату.

Програма просування проекту включає три етапи, в рамках яких здійснюються організаційні та інформаційні заходи.

Перший етап – підготовчий. На цьому етапі проводяться заходи щодо взаємодії учасників програми з просування проекту.

Другий етап – основний. Тут необхідно провести заходи щодо функціонування доступного інформаційного поля для учасників програми просування, залучення потенційних туристів у програму просування туристського продукту.

Третій етап – завершальний полягає у підведенні підсумків проекту та формуванні вдосконалювальних технологій для подальшої його реалізації.

Таким чином, програма просування передбачає докладний перелік заходів, що сприяють комплексному інформуванню про проект. Заходи проводяться як у мережі інтернет, тому що в даний час даний вид просування є найбільш ефективним та актуальним, а також у «реальному світі», де реклама за допомогою друкованої продукції не менш продуктивна. Представлена програма просування здатна охопити велику аудиторію, а тим самим залучити потенційних туристів та збільшити турпотік у область.

Таким чином, реалізація проекту «ЕкОльвія» та програм, що здійснюються в його рамках, вплине на розвиток туризму, зокрема екологічного, на території туристичної дестинації, що сприятиме покращенню іміджу Миколаївської області в очах потенційних туристів, формуванню інтересу туристів до відвідування значущих місць, збільшення відвідуваності дестинації.

Наведемо очікувані результати проекту «ЕкОльвія» (табл.3.4.).

Таблиця 3.4.

Очікувані результати запропонованого проекту «ЕкОльвія»

№	Результат
1.	Реалізація наметового містечка передреставраційного спрямування для туристів у рамках проекту сприятиме: 1) інформуванню туристів про сучасні можливості екологічного відпочинку в Миколаївській області; 2) підвищенню зацікавленості туристів до Миколаївської області як до платформи для пізнання миру та самореалізації; 3) зростанню мотивації до екологічного туризму в Україні, а зокрема у Миколаївській області; 4) розвитку нової форми туризму в Миколаївській області, а саме становлення наметового містечка передреставраційного спрямування з урахуванням екологічних вимог; 5) ознайомленню з природною та культурною спадщиною Миколаївської області; 6) встановленню контактів для подальшого спілкування та обмін досвідом спілкування («підтримка зв'язків»); 7) здобуттю досвіду міжкультурного спілкування; 8) екологічному та моральному вихованню; 9) перспективному розвитку туристичної дестинації на екологічній платформі.
2.	Економічна значущість: 1) відбувається процес розвитку в'їзного туризму, 2) підвищення кількості туристів та 3) просування Миколаївської області на всеукраїнський ринок. 4) відбувається розвиток інфраструктури 5) створення додаткових робочих місць у сучасній туристичній дестинації. 6) зменшення витрат на оплату праці (в основі проекту лежить волонтерство).
3.	Соціальна значущість: 1) відбувається процес раціонального використання природних та культурних ресурсів Миколаївської області; 2) розвиваються та вдосконалюються канали комунікації на регіональному рівні; 3) створюються умови для самореалізації та задоволення екологічних та моральних потреб туристів; 4) здійснюється підтримка та допомога щодо збереження об'єктів природної та культурної спадщини Миколаївської області, які є складовими туристського потенціалу розглянутої дестинації.
4.	Практична значущість: 1) запропонований проект «ЕкОльвія» стане одним із способів вирішення екологічних проблем у сфері туризму Миколаївської області; 2) проект здатний сприяти розвитку туристичної дестинації; 3) проект здатний сприяти залученню інвестицій, 4) розвиток інфраструктури, яка збережеться після від'їзду учасників програм і нею зможуть скористатися місцеві жителі, туристи та екскурсанти.

Реалізація проекту вимагає великих фінансових вкладень. Так, наприклад, основним принципом запропонованого проекту щодо створення наметового містечка передреставраційного спрямування є малобюджетність,

допомога волонтерів, кооперація з партнерами проекту. При організації програми та її проектів необхідно передбачити їхнє просування у мережі Інтернет, створення контенту, заходів, спрямованих на залучення цільової аудиторії (молодих людей) у проект. Значна частина заходів також проводиться без витрат (надається спонсорська допомога; благодійна підтримка; участь волонтерів у реалізації заходів; краудсорсинг; краудфайдинг).

Відтак регіональний туристичний екологічний проект «ЕкОльвія» здатний вирішити важливі стратегічні завдання, у тому числі щодо збереження та відновлення культурної та природної спадщини Миколаївської області. При всьому різноманітті об'єктів культурної та природної спадщини, як з'ясувалося в ході дослідження, державою не здійснюється належного забезпечення безпеки та захисту деяких об'єктів. Тому цей проект має підготувати майданчик для реставрації шляхом розчищення території об'єкта.

Реалізація проекту можлива при поєднанні двох аспектів, а саме туризму та екології. Реалізація розробленого проекту можлива за державно-приватного партнерства, що в даний час є актуальним явищем.

Таким чином, регіональний туристичний екологічний проект на території Миколаївської області «ЕкОльвія» є формою екологічного виховання, просвітництва та розвитку дестинації. Досвід розробки запропонованого проекту можна використовувати на інших особливо охоронюваних природних територіях. За допомогою цього проекту туристи зможуть провести екологічно чистий відпочинок, надати підтримку у збереженні та захисті природної та культурної спадщини регіону, а також отримати досвід спілкування з різними народами (за умови участі іноземних туристів), місцевим населенням та їх культурою, що найбільш ефективно сприяє процесу екологізації свідомості.

ВИСНОВКИ

Тематичні дослідження підтвердили, що на туризм впливає широкий спектр соціально-економічних та екологічних проблем та навпаки. Туризм не можна розглядати у відриві від еколого-економічного розвитку, його слід розуміти як його невід'ємну частину. Соціально-економічні та екологічні проблеми, що впливають на дестинацію, можуть стати проблемою для вивчення туристичного потенціалу. Наприклад, забруднення може відлякати туристів від відвідування і може посилити їх негативне сприйняття досліджуваної дестинації. В інших випадках розвиток туризму також може допомогти полегшити або навіть обернути деякі соціально-економічні проблеми.

У ході дослідження було відзначено тісний взаємозв'язок між туризмом та регіональним розвитком. Туризм пов'язаний із еколого-економічною ситуацією у дестинаціях. Можна довести, що туризм, і регіональний розвиток впливають та взаємно посилюють один одного. Еколого-економічний розвиток може підвищити туристичний потенціал та туристичну пропозицію, у той час як вплив туризму має важливі наслідки для регіонального розвитку та може вимагати значних коригувань у стратегіях розвитку. Наприклад, місцевій та регіональній владі, можливо, доведеться реагувати на вплив туризму на навколишнє середовище або на конфлікти з місцевим населенням, причому одночасно можливо, доведеться адаптувати місцеву та регіональну інфраструктуру, щоб підвищити туристичну привабливість. Це говорить про те, що необхідно розглядати розвиток туризму та управління дестинаціями у зв'язку з регіональним розвитком.

Екологічний туризм володіє пізнавальними, еколого-освітніми, виховними можливостями, формує суспільну думку щодо охорони та раціонального використання природних ресурсів, важливості захисту навколишнього природного середовища. Розвиток екологічного туризму

сприяє пошуку альтернативних варіантів сталого розвитку DESTИНАЦІЇ та раціоналізації природокористування.

Аналіз наукових джерел та нормативних актів дозволяє зробити висновок, що DESTИНАЦІЯ – це не будь-яка територія, а територія, вибір якої залежить насамперед, від особистої мотивації відвідувача, існує ряд критеріїв, яким повинна відповідати ця територія: наявність транспортної доступності; наявність комплексу туристичних послуг належної якості для обслуговування відвідувачів; високий рівень розвитку туристичної інфраструктури та ін.

У процесі дослідження було підтверджено той факт, що на сьогоднішній день екотуризм дуже важливий як альтернативна форма розвитку туризму та сучасна концепція для досягнення сталого розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ. Вигоди для місцевого співтовариства, які очікуються від розвитку екотуризму, включають підтримку біорізноманіття, високий рівень відповідальності туристичних підприємств та працівників, що працюють у цьому секторі, а також активну роль місцевого населення та посилення екологічної свідомості.

Державно-приватне партнерство – це особливий спосіб співпраці між місцевою владою, індустрією гостинності, професіоналами в галузі туризму, іншими підприємствами, неурядовими організаціями та місцевим населенням для досягнення мети сталого розвитку та отримання екологічного прибутку через екологічний проєкт. Співпраця та партнерство між різними учасниками, а також прибуток від ефектів синергії є для всіх учасників мережі великим шансом на більш економічний та екологічний успіх, особливо в розробці та впровадженні нових екологічних технологій. Вона зосереджена на застосуванні превентивних екологічних стратегій і включає ефекти синергії щодо екопроцесів, розвитку продуктів і послуг.

Аналіз показав, що у всьому світі зростає кількість DESTИНАЦІЙ, які можуть висунути ринку конкурентоспроможну пропозицію з урахуванням екологізації. Отже, за умов жорстокої конкурентної боротьби необхідно

пропонувати унікальний туристський продукт, який відповідає запитам потенційних споживачів. Запропонована пропозиція має бути високоякісною і мати переваги перед конкурентами. Конкурентами туристської дестинації виступають центри туристського попиту, які відбивають стан ринків збуту туристичних послуг, інші дестинації. Для підтримки конкурентоспроможності, кожна окрема територія має формувати конкурентні переваги. Отже, центральними елементами, у яких здійснюється конкуренція є дестинація, центри туристичного попиту та інші дестинації. Конкуренція на основі надання екологічних послуг є ключовою умовою функціонування туристичної дестинації.

Нами були зроблені пропозиції щодо розробки сучасного екологічного проекту розвитку туристичної дестинації Північного Причорномор'я.

Також нами було обґрунтовано актуальність, зміст, сутність, цілі та завдання розробленого проекту «ЕкОльвія». Окремо розглянуто програму просування проекту та механізми його реалізації. Слід зазначити, що проект є формою екологічного виховання, просвітництва та розвитку громадськості, що сприяє процесу екологізації свідомості населення. У ході всього дослідження виявлено, що поєднання двох аспектів, зокрема туризму та екології, сприяє продуктивній реалізації проекту, його просуванню на туристський ринок та розвитку туристичної дестинації Північного Причорномор'я.

Впровадження екологічних установок позитивно впливає на розвиток Миколаївської області, збільшує впізнаваність її об'єктів на туристському ринку, отже, екологізація дійсно виступає фактором розвитку сфери туризму регіону. Розроблений регіональний екологічний проект за аналогією можна використовувати в інших особливо охоронюваних природних територіях різних регіонів країни, зацікавлених у екологізації сфери туризму. Також доведено, що екологія природи пов'язана з екологією культури.

Можна резюмувати, що екологізація сфери туризму починається з усвідомлення людиною цінності природи та культурних об'єктів, і навіть

необхідності захисту природного довкілля, тобто екологізація сфери туризму починається з екологізації свідомості. В даному ключі доцільно говорити, що впровадження екологічних установок у туристичну діяльність – це найбільш продуктивний засіб надання екологічних даних для нових туристів, а також інноваційна форма розвитку туристичних дестинацій, що стимулює формування нових послуг відпочинку, що екологічно щадить довкілля і не заважає, але й сприяє розвитку навколишнього природного середовища.

Таким чином, запропоновані заходи покращать сучасний стан туристичної дестинації та дозволять зайняти стійкі позиції у конкурентній боротьбі за рахунок впровадження нових форм активізації діяльності на основі екологізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ахмедова О.О., Сікорська І. М. Туристична індустрія як об'єкт державного регулювання. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. Вип.8. Київ : Вид-во НТУ «КПІ», 2014. С.40-47.
2. Басюк Д.І. Науково-теоретичні основи формування туристичних дестинації: *Наукові праці НУХТ*. 2014, Том 20, №5. С. 50 – 58.
3. Бедрик Н.М. Державне регулювання туристичної галузі в умовах подолання кризи. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2015. №2. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bedrik.htm.
4. Бережна Ю. С. Концепція «зеленої економіки»: міжнародний аспект. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. 2016. №1. С. 210-215.
5. Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис – XXI*. № 3-4. 2014. С.19-22.
6. Величко Л.Ю. Передовий світовий досвід державної підтримки розвитку туризму: уроки для України. *Правові, управлінські та економічні аспекти трансформації сучасного громадянського суспільства*: тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. Київ : ВЦ КНУКіМ, Ч.І. 2016. С.598-600.
7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 224 с.
8. «Зелена» економіка – новий глобальний напрямок розвитку. URL: <http://ecoosvita.org.ua/storinka-knygy/zelena-ekonomika>.
9. Іващенко В.С., Зацепіна Н.О. Розвиток зеленого туризму в Запорізькому регіоні. Тиждень науки-2019. Тези доп. наук.-практ. конф., 15-19 квітня 2019 р. [Електронний ресурс]. : ЗНТУ, 2019. С. 121-123.
10. Как ЕС помогает развивать «зеленый» туризм в Украине. URL:<https://news.finance.ua/ru/news-/285915/kak-es-pomogaet-razvivatzelenyj-turizm-v-ukraine>.

11. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги – ХХІ, 2016. 300 с.
12. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: Підручник. Київ.: Знання, 2010. 502 с.
13. Лотиш О.Я Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Київ : КМГУ, 2016. С. 134-138.
14. Мельниченко О.А., Величко Л.Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. Вип. 4. 2015. С. 3-9.
15. Мусіна Л. Стан і перспективи розвитку зеленої економіки та зеленого бізнесу в Україні. Аналітична доповідь. URL: [http:// eep.org.ua](http://eep.org.ua).
16. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization) [Електронний ресурс]. URL: <http://www.world-tourism.org>.
17. Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти : матер. Всеукр. наук.-практ. інтерн.-конф. (24 березня 2016 року) / ред. кол. В. О. Стойка та ін. Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2016. 220 с.
18. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України: Постанова Верховної Ради України від 13.07.2016 року № 1460–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1460-19> (дата звернення: 21.10.2021).
19. Про туризм: проект Закону України від 24.02.2014 р. № 4224. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49894 (дата звернення: 21.10.2021).
20. Проект Закону України «Про франчайзинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH5QE00A.html

21. Семенова М. В. Господарсько-правове регулювання туристичної діяльності: монографія. Харків : Оберіг, 2019. 196 с.
22. Сисоєва С.І. Механізми управління туристичним бізнесом в Україні. *Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр.* Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», №2. 2014. С.75-80.
23. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: КНТЕУ, 2015. 463 с.
24. Топилко Н. Проблеми активізації занять туризмом учнівської молоді / Н. Топилко, В. Семенюк // *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення* : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю. Львів, 2017. С. 288-291.
25. Троценко Т. Туристсько-краєзнавча діяльність як ефективний засіб морального виховання молодших школярів // *Спортивний вісник Придніпров'я*. 2015. № 2. С. 77–79.
26. Туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/tourism_ukr.htm.
27. Туристична діяльність в Україні у 2017 році. Статистичний збірник. Державна служба статистики України / Відповідальний за випуск О.О. Кармазіна. Київ, 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf
28. Школа І. М. Типові інвестиційні проекти в туристичній індустрії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://buklib.net/books/33265>
29. A Dictionary of Travel and Tourism. URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987-e-5902?rskey=T7iyu1&result=1>
30. A Practical Guide to Tourism Destination Management 2017. URL: <http://www2.unwto.org/publication/practical-guide-tourism-destination-management> (дата звернення: 21.10.2021).
31. C. Cooper, J. Fletcher, D. Gilbert, R. Shepherd, S. Wanhill. *Tourism: Principles and practices*. Harlow: Pearson, 2015. 736 p.

32. European Commission (n.d.) European Tourism Indicators System for sustainable destination management. Available at: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en (accessed 25 May 2021).

33. González-Guerrero G, Robles AKO, Pérez MEV, Ibarra RM and Martínez TC (2016) The application of the tourist carrying capacity technique and its critical analysis for tourism planning. *Tourism Planning & Development* 13(1): 72–87.

34. Gössling S, Scott D and Hall CM (2015) Inter-market variability in CO₂ emission-intensities in tourism: Implications for destination marketing and carbon management. *Tourism Management* 46: 203–212.

35. Green Destinations (2017) Green destinations standard & reporting system. Available at: <http://greendestinations.org/wp-content/uploads/2017/11/Green-Destinations-Standard-1.4.2.pdf> (accessed 30 November 2021).

36. Gunter U and Wöber K (2019) Estimating CO₂ emissions of European city tourism by source market, travel distance, and transportation mode. Presentation at the 54th TRC Meeting, Palma de Mallorca, Spain (April 4-6, 2019).

37. Leiper N. *Tourism Management*. 3d ed., Sidney: Pearson Education Australia, 2016. 326 p.

38. McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council (2017) Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations. Available at: <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2017/tourism-overcrowding/> (accessed 25 May, 2021).