

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА, ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ НАУК

Кафедра історії, археології та туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА**

**на тему: «Екологічна відповідальність суб'єктів туристичної
індустрії України»**

здобувач 2 курсу групи ТУ-24зм

спеціальність: 242 Туризм і рекреація

Барабаш Т. О.

(ПІБ здобувача)



Науковий керівник:

д. е. н., проф. Зеленко О. О.

(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)



(підпис)

Київ – 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

Факультет _____ права, гуманітарних і соціальних наук
(повне найменування факультету)
Кафедра _____ історії, археології та туризму
(повне найменування кафедри)
Освітній ступінь _____ магістр
(бакалавр, магістр)
Спеціальність _____ 242 Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
к. і. н, доц. Сапицька О.М.

« 14 » листопада 20 25 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Барабаш Тетяна Олегівна
(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

1. Тема роботи: «Екологічна відповідальність суб'єктів туристичної
індустрії України»

керівник роботи: д. е.н. Зеленко О. О.

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

затверджені наказом по _____ від « 14 » листопада 20 25 року № 229/19
університету: _____

2. Строк подання студентом роботи до _____
захисту: 19.12.2025

3. Вихідні дані: дані відкритих джерел мережі Інтернет, інформація
відкритого доступу щодо діяльності туристичних
підприємств України, наукова література, законодавство

4. Зміст основної частини (перелік питань, які потрібно розробити):

Теоретичні засади екологічної відповідальності в туризмі

Аналіз рівня екологічної відповідальності туристичних підприємств України

Напрями вдосконалення екологічної відповідальності суб'єктів туристичної
діяльності і

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових
креслень): 9 таблиць, 3 рисунки

6. Консультанти розділів

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Зеленко О. О.		
Розділ 2	Зеленко О. О.		
Розділ 3	Зеленко О. О.		
Розділ 4	Зеленко О. О.		

7. Дата видачі завдання « 14 » листопада 20 25 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз літературних джерел	20.11.2025	виконано
2	Визначення мети, завдань, об'єкту та предмету дослідження	22.11.2025	виконано
3	Дослідження теоретичних засад екологічної відповідальності в туризмі (розділ 1)	29.11.2025	виконано
4	Аналіз рівня екологічної відповідальності туристичних підприємств України (розділ 2)	05.12.2025	виконано
5	Ідентифікація напрямів вдосконалення екологічної відповідальності суб'єктів туристичної діяльності (розділ 3)	12.12.2025	виконано
6	Окреслення перспектив розвитку екологічно відповідального туризму в Україні (розділ 4)	17.12.2025	виконано
7	Оформлення та подання роботи на кафедру	19.12.2025	виконано
8	Захист	22.12.2025	виконано

Здобувач



(підпис)

Барабаш Т. О.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи



(підпис)

Зеленко О. О.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Обсяг 98 с., 9 таблиць, 3 рисунків, 4 додатки.

Ключові слова: екологічна відповідальність, сталий туризм, ESG, циркулярна економіка, регенеративний туризм, «зелені» технології, туристичний бізнес України.

Розкрито багатовимірну сутність екологічної відповідальності в туризмі, що включає нормативний, етичний, економічний та регенеративний підходи. Проаналізовано світові тренди (декарбонізація, циркулярна економіка, регенеративний туризм) та систему міжнародного регулювання екологічної відповідальності. Діагностовано сучасний стан української туристичної індустрії як системну кризу, посилену війною, що характеризується фрагментарністю екопрактик, низьким рівнем переробки відходів та мізерною міжнародною сертифікацією. Визначено, що головним драйвером змін є громадянське суспільство, тоді як державна політика залишається непослідовною. Запропоновано інноваційні напрями вдосконалення: технологічна трансформація на основі «розумного підприємства», впровадження циркулярної економіки, розвиток регенеративного туризму. Розроблено практичний інструментарій для підприємств, включно з матрицею стратегії популяризації еко-туризму та детальним «зеленим» маршрутом «Стежками Поліських джерел». Доведено, що екологічна відповідальність перетворюється з добровільної ініціативи на обов'язкову умову виживання та конкурентоспроможності туристичного бізнесу в Україні. Подолання кризи та відбудова галузі можливі лише на основі синергії зусиль бізнесу, держави, громад та міжнародних партнерів через інтеграцію принципів ESG, впровадження «зелених» технологій та формування нового наративу регенеративного туризму.

АНОТАЦІЯ

Барабаш Т. О Екологічна відповідальність суб'єктів туристичної індустрії України – Рукопис.

Магістерська робота на здобуття кваліфікаційно-освітнього рівня магістра за спеціальністю 242 Туризм і рекреація, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Київ, 2025 р.

У магістерській роботі досліджено теоретичні засади, проведено аналіз сучасного стану та розроблено практичні рекомендації щодо підвищення екологічної відповідальності туристичного бізнесу України. На основі комплексного аналізу виявлено, що стан еко-відповідальності в українському туризмі є системною кризою, посиленою наслідками війни. Незважаючи на це, ідентифіковано потенціал для трансформації через інтеграцію міжнародних стандартів, «зелених» технологій та регенеративних практик. Робота містить конкретні інструменти для підприємств, зокрема алгоритм впровадження системи екоменеджменту, стратегію популяризації еко-туризму та готовий еко-маршрут. Результати дослідження призначені для використання органами влади, туристичними підприємствами та громадськими організаціями при формуванні політики та розробці продуктів сталого туризму в умовах відбудови країни.

ABSTRACT

Barabash T. O Environmental responsibility of tourism industry entities in Ukraine – Manuscript.

Master's thesis for obtaining the qualification and educational level of a master in specialty 242 Tourism and recreation, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2025.

The master's thesis examines theoretical foundations, analyzes the current state and develops practical recommendations for increasing the environmental responsibility of the tourism business of Ukraine. Based on a comprehensive analysis, it was found that the state of eco-responsibility in Ukrainian tourism is a systemic crisis, exacerbated by the consequences of the war. Despite this, the potential for transformation through the integration of international standards, "green" technologies and regenerative practices has been identified. The work contains specific tools for enterprises, in particular, an algorithm for implementing an eco-management system, a strategy for popularizing eco-tourism and a ready-made eco-route. The results of the study are intended for use by authorities, tourism businesses, and public organizations in policy formulation and development of sustainable tourism products in the context of the country's reconstruction.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади екологічної відповідальності в туризмі.....	10
1.1. Поняття та сутність екологічної відповідальності у туристичній сфері.....	10
1.2. Світові тренди та міжнародні стандарти екологічної відповідальності в туризмі.....	16
1.3. Регулювання екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії на міжнародному рівні.....	22
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. Аналіз рівня екологічної відповідальності туристичних підприємств України.....	30
2.1. Сучасний стан туристичної індустрії України в контексті екологічної відповідальності.....	30
2.2. Роль державних та громадських ініціатив у формуванні екологічної свідомості туристичного бізнесу.....	36
2.3. Екологічна відповідальність туристичного підприємства	41
Висновки до розділу 2.....	48
РОЗДІЛ 3. Напрями вдосконалення екологічної відповідальності суб'єктів туристичної діяльності.....	50
3.1. Інноваційні підходи до екологічного менеджменту в туристичній сфері...50	
3.2. Впровадження "зелених" технологій в повсякденну діяльність туристичного бізнесу.....	55
3.3. Популяризація екологічного туризму як стратегії стійкого розвитку туристичної індустрії.....	61
Висновки до розділу 3.....	73
РОЗДІЛ 4. Перспективи розвитку екологічно відповідального туризму в Україні.....	68
4.1. «Зелений» маршрут «Стежками Поліських джерел».....	68
4.2. Взаємодія держави, бізнесу та суспільства у формуванні екологічної культури туризму із дотриманням безпекових вимог.....	74
Висновки до розділу 4.....	76
ВИСНОВКИ.....	78
Список використаних джерел.....	80
Додатки.....	87

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах глобальних екологічних викликів, посилених наслідками повномасштабної війни, питання екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії України набуває особливої гостроти та значення. Туризм, будучи однією з найбільш динамічних галузей економіки, одночасно є суттєвим чинником впливу на довкілля. В умовах відбудови країни формування стійкої, регенеративної моделі туризму, заснованої на принципах екологічної відповідальності, стає не лише фактором конкурентної переваги, але й елементом національної безпеки, збереження природного капіталу та соціально-економічного розвитку регіонів.

Ступінь наукової розробленості проблеми залишається недостатньою в українському контексті, особливо з урахуванням нових викликів, пов'язаних із воєнними діями та необхідністю відновлення. Існуючі дослідження часто носять фрагментарний характер, тоді як комплексний аналіз екологічної відповідальності туристичних підприємств, зокрема в аспектах регенеративного туризму та інтеграції ESG-принципів у кризові умови, потребує поглибленого наукового осмислення.

Метою магістерської роботи є комплексне дослідження теоретико-методичних засад, сучасного стану та перспектив розвитку екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії України, а також розроблення практичних рекомендацій щодо її вдосконалення в умовах війни та відбудови.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- досліджено поняття та сутність екологічної відповідальності у туристичній сфері;
- висвітлено світові тренди та міжнародні стандарти екологічної відповідальності в туризмі;
- визначено особливості регулювання екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії на міжнародному рівні;

- охарактеризовано сучасний стан туристичної індустрії України в контексті екологічної відповідальності;
- ідентифіковано роль державних та громадських ініціатив у формуванні екологічної свідомості туристичного бізнесу;
- досліджено локальний рівень екологічної відповідальності в межах роботи туристичного підприємства;
- представлено інноваційні підходи до екологічного менеджменту в туристичній сфері;
- окреслено напрями впровадження "зелених" технологій в повсякденну діяльність туристичного бізнесу;
- визначено напрями популяризації екологічного туризму як стратегії стійкого розвитку туристичної індустрії;
- розроблено «зелений» маршрут «Стежками Поліських джерел»;
- охарактеризовано інструменти взаємодії держави, бізнесу та суспільства у формуванні екологічної культури туризму із дотриманням безпекових вимог в Україні.

Об’єктом дослідження є екологічна відповідальність як системна категорія у сфері туристичної індустрії.

Предметом дослідження — особливості, механізми та перспективи формування та впровадження екологічної відповідальності суб’єктами туристичної діяльності в Україні.

Методична основа дослідження базується на принципах системності, історизму та міждисциплінарності. Використано комплекс методів: теоретичний аналіз, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз, контент-аналіз, картографічний метод, опитування, а також методи класифікації та узагальнення.

Наукова новизна полягає в комплексному дослідженні екологічної відповідальності українського туристичного бізнесу в контексті воєнного стану та відбудови, обґрунтуванні переходу до регенеративної моделі туризму та розробці практичних інструментів її впровадження.

Практична значущість роботи полягає в тому, що отримані результати та рекомендації можуть бути використані органами державного управління для формування політики, туристичними підприємствами для модернізації діяльності, громадськими організаціями та міжнародними партнерами для проектування програм сталого розвитку туризму в Україні.

Апробація результатів дослідження: за результатами проведеного дослідження було опубліковано статтю у фаховому науковому журналі. (Зеленко О., Барабаш Т., Жуган Н. Екологічна відповідальність місцевих громад як драйвер розвитку зеленого туризму. *Причорноморські економічні студії*. 2025, № 96.)

Структура роботи: кваліфікаційна випускова робота магістра складається з вступу, 4 розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

1.1. Поняття та сутність екологічної відповідальності у туристичній сфері

Екологічна відповідальність у туристичній сфері являє собою фундаментальний організаційно-етичний принцип і сукупність практичних дій, спрямованих на узгодження інтересів туристичної індустрії з імперативами збереження природного середовища. У своїй сутності це — пріоритетне визнання того, що туризм як господарська діяльність та соціокультурний феномен існує не в вакуумі, а в тонкій, вразливій та часто невідновлюваній природній системі, яка є одночасно його основним ресурсом, умовою існування та об'єктом експлуатації. Таким чином, екологічна відповідальність виходить за рамки простої дотримання екологічного законодавства; вона трансформується в проактивну філософію управління, де мінімізація негативного впливу та активне відтворення природного капіталу стають центральними цілями будь-якої туристичної активності (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «екологічна відповідальність суб'єктів
туристичної діяльності»

Підхід / Критерій визначення	Суть та характеристика підходу
1	2
Нормативно-правовий (комплаєнцій) підхід	Визначення через обов'язкове дотримання національних та міжнародних законодавчих норм і стандартів. Відповідальність розуміється як мінімальний обов'язок уникнення шкоди та виконання встановлених вимог (лімітів викидів, правил поводження з відходами, охоронних режимів територій). Акцент на ліцензіях, дозволах та санкціях.
Етико-моральний підхід	Визначення через внутрішні переконання та соціальну мораль. Відповідальність виходить за межі закону і ґрунтується на принципах справедливості, поваги до природи та зобов'язаннях перед майбутніми поколіннями. Акцент на добровільних ініціативах, етичних кодексах та особистій відповідальності керівництва та працівників.

Продовження табл. 1.1

1	2
Економіко-утилітарний підхід	Визначення через призму економічної вигоди та ризиків. Відповідальність розуміється як інвестиція в довгострокову стійкість бізнесу. Збереження природного капіталу (красивих ландшафтів, чистих водойм) розглядається як умова збереження привабливості туристичного продукту. Акцент на екоефективності, зменшенні витрат на ресурси, PR-перевагах «зеленого» іміджу.
Управлінсько-стратегічний (сталий розвиток) підхід	Визначення через інтеграцію екологічних цілей у ядро бізнес-стратегії. Відповідальність — це системний процес, що включає планування, впровадження, моніторинг та вдосконалення (цикл PDCA). Акцент на системах екологічного менеджменту (ISO 14001), корпоративній звітності (ESG), взаємодії з усіма стейкхолдерами (громадою, владою, споживачами).
Ризик-орієнтований підхід	Визначення через ідентифікацію, оцінку та управління екологічними ризиками діяльності. Відповідальність полягає в проактивному запобіганні аварій, забруднень, деградації ресурсів, які можуть завдати шкоди природі, репутації бізнесу або призвести до фінансових збитків. Акцент на екологічному аудиті, оцінці впливів (EIA), планах дій у надзвичайних ситуаціях.
Інтегрований (циркулярний, регенеративний) підхід	Найсучасніший підхід, що визначає відповідальність як створення позитивного впливу на природу. Мета — не «менше шкоди», а відновлення та відтворення екосистем. Суб'єкт стає активним учасником екологічного відновлення. Акцент на циркулярній економіці (zero waste), регенеративному туризмі, створенні біопозитивних об'єктів та компенсаційних природоохоронних проектах.
Соціально-контекстуальний підхід	Визначення через обов'язки перед конкретною територією та місцевою громадою. Відповідальність виходить з розуміння унікальності та вразливості локальної екосистеми. Підкреслює роль традиційних екологічних знань громади, необхідність врахування її інтересів та сприяння її екологічній стійкості. Акцент на партнерстві з громадою, підтримці локальних еко-ініціатив.

Джерело: сформовано автором на підставі відкритих джерел

Сутність цього поняття найглибше розкривається через призму концепції сталого розвитку, де екологічна складова утворює нерозривну тріаду з соціокультурною та економічною. У цьому контексті екологічна відповідальність — це не опція чи маркетинговий хід, а обов'язкова умова довгострокової життєздатності туристичної дестинації чи підприємства. Вона вимагає такого управління всіма ресурсами — від води та енергії до ландшафтів та біорізноманіття — при якому задоволення поточних потреб туристів та місцевих громад не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь

задовольняти свої власні потреби. Це означає перехід від екстенсивної, ресурсомісткої моделі туризму до моделі циклічної, регенеративної, яка вміщується в відновлювальну місткість екосистем.

Багаторівневий характер екологічної відповідальності проявляється на всіх щаблях туристичної системи. На макрорівні (держава, регіон) вона реалізується через стратегічне екологічне планування територій: створення та ефективне управління національними парками та іншими охоронюваними територіями, розробку норм навантаження на екосистеми, інтеграцію екологічних вимог у градо-будівні та інфраструктурні плани. На мезорівні (дестинація, місцева громада) це передбачає розвиток комунальної інфраструктури, адаптованої до туристичних потоків: сучасні системи очищення стічних вод, комплексне управління твердими відходами, розвиток екологічно чистого транспорту. Критично важливим тут є залучення місцевої громади до процесів прийняття рішень, оскільки саме вона є основним стейкхолдером і носієм знань про локальну екосистему. На мікрорівні (окреме підприємство: готель, туроператор, транспортна компанія) екологічна відповідальність матеріалізується у конкретних діях: впровадження енерго- та водозберігаючих технологій, повний цикл управління відходами з акцентом на утилізацію та переробку, використання екологічно сертифікованих матеріалів, закупівля продуктів у місцевих виробників для скорочення вуглецевого сліду логістики. Нарешті, на рівні індивідуального туриста сутність відповідальності полягає в усвідомленому споживанні: вибір екологічно сертифікованих послуг, дотримання етичних норм поведінки в природі (наприклад, принципів міжнародного руху «Leave No Trace» — «Не залишай слідів»), мінімізація використання одноразового пластику, повага до місцевих екологічних традицій та правил.

Важливою рисою сучасної екологічної відповідальності є її проактивність та орієнтація на запобігання. Замість того щоб ліквідувати наслідки екологічної шкоди, відповідальний підхід вимагає їхнього попередження через екологічний моніторинг, оцінку впливу на навколишнє середовище (ОВНС) для всіх нових проєктів, а також стратегічне регулювання туристичних потоків задля

запобігання фізичній деградації вразливих об'єктів (наприклад, ерозії ґрунтів на пішохідних стежках, руйнуванню коралових рифів, замуленню водойм). Це також передбачає інвестиції в відновлювані джерела енергії та замкнуті цикли використання ресурсів.

Економіко-екологічна взаємозалежність становить ядро бізнес-виміру цієї концепції. Для переважної більшості видів туризму — екологічного, рекреаційного, пригодницького, а часто і культурно-пізнавального — первісна природа, мальовничі ландшафти, чисте повітря та вода є основним капіталом, що формує привабливість продукту. Деградація цього капіталу веде до прямої втрати конкурентної переваги, зменшення туристичних потоків і, як наслідок, економічних збитків. Таким чином, екологічна відповідальність є стратегічною інвестицією в майбутню конкурентоспроможність та фінансову стабільність.

Нормативно-правова та інституційна основа екологічної відповідальності поєднує обов'язкове дотримання національного екологічного законодавства з добровільним слідуванням міжнародним стандартам і сертифікаціям, таким як «Green Key», «EU Ecolabel», або критеріям Глобальної ради з сталого туризму (GSTC). Ці стандарти задають чіткі, верифіковані параметри відповідальної діяльності, перетворюючи абстрактну ідею на набір конкретних, вимірних індикаторів.

Розвиток екологічної відповідальності в туризмі тісно пов'язаний із загальними екологічними рухами та еволюцією суспільної свідомості. Нижче наведено ключові етапи цього процесу (табл 1.2).

У специфічному контексті війни в Україні, екологічна відповідальність набуває особливої гостроти та нових вимірів. По-перше, вона безпосередньо стикається з наслідками масштабного екологічного злочину, вчиненого агресором: руйнування екосистем, забруднення ґрунтів і водних ресурсів, лісові пожежі, утворення тимчасових полігонів небезпечних відходів. Тому туристична діяльність на деокупованих територіях не може обмежуватися лише меморіалізацією; вона повинна інтегрувати в себе компоненту екологічного відновлення та ревіталізації.

Таблиця 1.2

Історичні віхи розвитку екологічної відповідальності суб'єктів туристичної діяльності

Період / Віха	Основні події та характеристики	Вплив на туристичну діяльність
1	2	3
1. До 1960-х років: Прецеденти охорони та рекреації	– Створення перших національних парків (Йосеміті, США – 1890 р.). – Розвиток «природничого туризму» та сприйняття природи як об'єкта естетичного споглядання. – Відсутність системного поняття «відповідальності»; домінує ідея невичерпності ресурсів.	Суб'єкти діяльності (переважно держава) стихійно виконували охоронні функції для збереження привабливості територій. Туризм розглядався як спосіб збагачення та «цивілізації» дикої природи.
2. 1970-1980-ті: Зародження екосвідомості та перші реактивні заходи	– Публікація доповіді Римському клубу «Межі зростання» (1972). – Початок масових екологічних рухів. – Перші докази негативного впливу масового туризму на екосистеми (ерозія, забруднення, деградація).	З'являються перші реактивні заходи: локальні заборони, обмеження доступу до вразливих зон, примітивні системи сміттєзбору. Туристичні оператори починають включати екологічні попередження в програми. Формується «підхід комплаєнсу» – дотримання перших природоохоронних законів.
3. 1990-ті: Концептуалізація «сталого туризму»	– Всесвітня зустріч на вищому рівні «Планета Земля» в Ріо-де-Жанейро (1992) і прийняття «Порядку денного на XXI століття». – Визначення «сталого розвитку туризму» Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO). – Активізація міжнародних еко-стандартів (напр., для авіації).	Екологічна відповідальність стає однією з трьох основ сталого розвитку (поряд з економічною та соціальною). З'являються перші системи добровільної сертифікації (напр., «Зелений ключ» у Данії, 1994). Великі міжнародні готелі та туроператори розпочинають розробку власних екологічних політик.
4. 2000-ні: Інституалізація, стандартизація, зелений маркетинг	– Прийняття Міжнародних критеріїв сталого туризму (GSTC, 2008). – Масове впровадження стандартів екологічного менеджменту ISO 14001. – Розвиток соціально відповідального	Відповідальність набуває системного та стратегічного характеру. Впроваджуються комплексні програми з енергозбереження, управління відходами та водою. Екологічна складова стає важливою конкурентною перевагою. Формується «економіко-утилітарний підхід», де охорона природи — це інвестиція в бізнес.

Продовження табл. 1.2

1	2	3
	бізнесу (CSR). – Зростання попиту на «зелений» туризм серед споживачів.	
5. 2010-ті: Ера глобальної прозорості та кліматичної відповідальності	– Підписання Паризької угоди (2015). – Формування Цілей сталого розвитку ООН (2015). – Бурхливий розвиток соцмереж та інформаційної прозорості. – Розквіт медійного контенту про overtourism та еко-злочини в туризмі.	На перший план виходять боргочорні зобов'язання щодо декарбонізації (нейтральність по вуглецю). Зростає тиск з боку споживачів та громадськості. Суб'єкти активно використовують ESG-звітність для демонстрації своїх зусиль. Виникають ніші «стыдного літаку» (flight shame) та компенсаційних програм.
6. 2020-ті (сучасний етап): Перехід до регенеративної та циркулярної моделі	– Пандемія COVID-19 як каталізатор переосмислення моделей туризму. – Актуалізація концепцій циркулярної економіки та регенеративного туризму. – Війна в Україні та усвідомлення екологічних наслідків конфліктів. – Розвиток законодавства щодо розширеної відповідальності виробника.	Фокус зміщується з мінімізації шкоди на активне відновлення та створення позитивного екологічного впливу. З'являються проекти з відновлення екосистем, що фінансуються туризмом. Розвивається гібридна відповідальність, що поєднує охорону спадщини, екологічне відновлення та соціальну інклюзію. Запроваджуються інновації в біорозкладній упаковці, альтернативній енергетиці та кліматичній компенсації.

Джерело: складено автором на відставі відкритих джерел

Це може включати організацію волонтерських акцій з саджання дерев, просвітницьку роботу про масштаби екоциду, а також пряме фінансування природовідновних проектів з частини доходів від турів. По-друге, безпека як головний принцип військового туризму має включати й екологічну складову: маршрути повинні обов'язково враховувати наявність забруднень, замінованих ділянок та інших екологічних загроз для здоров'я відвідувачів. По-третє, сам наратив військового туризму може і повинен розкривати тему екологічної війни як складової геноциду, показуючи, як руйнування природи використовується як зброя проти нації та її майбутнього.

Отже, екологічна відповідальність у туристичній сфері — це не мода, не додатковий сервіс чи обмежувач розвитку. Це — системна, багаторівнева, проактивна стратегія, яка переосмислює взаємовідносини між туризмом і природою. Вона вимагає переходу від логіки експлуатації до логіки синергії, де кожна туристична операція оцінюється не лише за економічною ефективністю, але й за її внеском у збереження та примноження природного капіталу. Саме такий підхід є єдино можливим шляхом до створення стійкого, конкурентоздатного та етично безупречного туристичного продукту, здатного витримати виклики XXI століття, особливо в умовах відновлення України після воєнної травми.

1.2 Світові тренди та міжнародні стандарти екологічної відповідальності в туризмі

Сучасна туристична індустрія перебуває на перехресті глобальних викликів, серед яких кліматична криза, втрата біорізноманіття, забруднення пластиком та соціально-економічні диспропорції займають центральне місце. У відповідь на ці виклики формується нова парадигма розвитку, де екологічна відповідальність перестає бути маргіальною ініціативою та перетворюється на обов'язковий компонент конкурентоспроможності, легальності та

довгострокового виживання будь-якого суб'єкта господарювання. Цей перехід супроводжується динамічним розвитком світових трендів і одночасно – інституалізацією жорстких міжнародних стандартів, що разом формують каркас майбутнього для всієї галузі (рис 1.1).

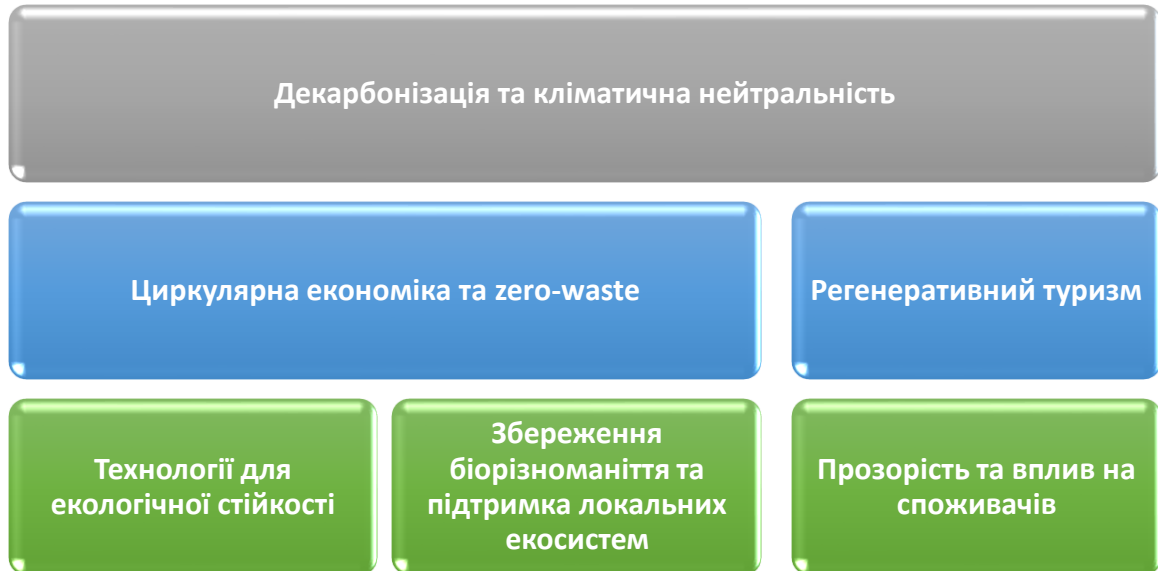


Рис. 1.1. Світові тренди екологічної відповідальності в туризмі

Джерело: [7, 19, 51]

Одним із найпотужніших драйверів змін є тренд декарбонізації та прагнення до кліматичної нейтральності. Туризм, особливо через авіаційну компоненту та енергозатратну інфраструктуру, є значним джерелом викидів парникових газів. У відповідь великі міжнародні мережі, авіакомпанії та туроператори публічно беруть на себе зобов'язання щодо досягнення цілей «net-zero» (нульових чистих викидів), найчастіше до 2050 року. Це не лише публічні заяви, а комплексні стратегії, що включають пряме зниження викидів через перехід на відновлювані джерела енергії (сонячні панелі на готелях, геотермальне опалення), інвестиції в технології уловлювання вуглецю та обов'язкову компенсацію неусувних викидів через фінансування проектів з відновлення лісів або відновлюваної енергетики. Паралельно відбувається культурний зсув серед споживачів – набирає обертів рух «flygskam» («стид за літак»), що сприяє популяризації альтернатив: розвитку повільних подорожей

(slow travel), збільшенню частки залізничних маршрутів на короткі та середні дистанції, а також розвитку глибокого, локалізованого туризму замість блискавичних трансконтинентальних турів.

Тісно пов'язаним і структурним трендом є перехід до принципів циркулярної економіки та моделі «zero-waste» (нульових відходів). Це означає радикальний відхід від лінійної моделі «виробив-використав-викинув». У практичній площині це проявляється в глобальній кампанії щодо ліквідації одноразового пластику: готелі відмовляються від мініатюрних пляшечок з косметикою, вводять станції для очищеної питної води, використовують багаторазові або біорозкладні матеріали для пакування. Кухні ресторанів орієнтуються на замкнутий цикл: органічні відходи йдуть на компост для власних городів або місцевих ферм, з яких, у свою чергу, надходять продукти. Дизайн готельних номерів і громадських просторів все частіше передбачає можливість легкого ремонту, розбирання та повторного використання матеріалів по завершенні життєвого циклу будівлі.

Найпрогресивнішим напрямом, що визначає майбутнє, є концепція регенеративного туризму (Regenerative Tourism). Вона виходить далеко за межі класичної «стійкості», мета якої – мінімізувати шкоду. Регенеративний підхід ставить за мету залишити дестинацію екологічно та соціально більш здоровою, ніж вона була до появи туристів. Це передбачає активну, часто науково підґрунтовану, діяльність з відновлення екосистем: туристичні оператори можуть на пряму фінансувати проекти з ревайлдингу (rewilding), відновлення мангрових заростей, очищення річок чи створення коридорів для міграції тварин. Турист у такій моделі стає не пасивним споживачем, а учасником (іноді фізичним, через волонтерство) процесу відродження території.

Цю трансформацію неможлива уявити без інтенсивного впровадження зелених технологій (Greentech). «Розумні» готельні комплекси обладнуються мережею IoT-датчиків, які в реальному часі моніторують витрати енергії, води, якість повітря і автоматично оптимізують роботу систем кондиціонування, освітлення та поливу. Штучний інтелект аналізує великі масиви даних для

прогнозування навантаження, що дозволяє ефективніше розподіляти ресурси та уникати пікових витрат. Технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) починають виконувати не лише розважальну, а й природоохоронну функцію: створюючи глибокі цифрові копії вразливих пам'яток (печер, стародавніх розкопок), вони дозволяють зменшити фізичне навантаження на оригінали, переносючи частину туристичного досвіду у віртуальний простір.

Паралельно набуває сили тренд на глибоку локалізацію та збереження біорізноманіття. Прогресивні дестинації та бізнес відмовляються від ідеї безмежного зростання на користь управління пропускнуою спроможністю. Це виражається у впровадженні систем бронювання та динамічного ціноутворення, що регулюють потік відвідувачів, розвитку менш відомих регіонів для зняття навантаження з хітових локацій. Архітектура та ландшафтний дизайн все частіше стають біопозитивними – будівлі інтегруються в середовище, створюючи житло для птахів та комах, а не просто займаючи територію.

Однак для того, щоб ці тренди з елітарних ініціатив перетворилися на масову практику, необхідні чіткі, визнані на глобальному рівні правила гри. Саме цю роль виконують міжнародні стандарти, що поєднують в собі технічні норми та етичні принципи (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Міжнародні стандарти та ініціативи

Назва стандарту / ініціативи	Організація	Суть та сфера застосування
1	2	3
Глобальні критерії сталого туризму (GSTC Criteria)	Global Sustainable Tourism Council (GSTC)	Найважливіший базовий стандарт. Визначає міжнародно визнані мінімальні вимоги до практик сталого управління для готелів, туроператорів та туристичних дестинацій. Має чотири стовпи: ефективне управління, соціально-економічна відповідальність, культурна спадщина та екологічна відповідальність.

Продовження табл. 1.3

1	2	3
ISO 14001 (Серія стандартів з екологічного менеджменту)	International Organization for Standardization (ISO)	Міжнародно визнана система екологічного менеджменту (ЕМС). Допомогає організаціям розробити політику та цілі з урахуванням законодавчих вимог та значущих екологічних аспектів. Основа для системного підходу до еко-відповідальності.
Стандарт «Зелений ключ» (Green Key)	Foundation for Environmental Education (FEE)	Провідна світова екологічна марка для туристичних об'єктів (готелі, хостели, кемпінги, конференц-центри). Жорсткі критерії щодо енергозбереження, водокористування, відходів, просвіти та закупівель.
Екологічний знак ЄС (EU Ecolabel)	Європейська комісія	Добровільна схема маркування для товарів і послуг (включаючи послуги розміщення), які відповідають високим екологічним стандартам протягом усього життєвого циклу.
Трендсеттерські ініціативи:		
Science Based Targets initiative (SBTi)	Спільний проект CDP, UNGC, WRI, WWF	Допомогає компаніям встановлювати цілі щодо скорочення викидів парникових газів, науково обґрунтовані для відповідності цілям Паризької угоди. До ініціативи приєднуються великі турмережі.
The Oceanic Standard	The Oceanic Global	Новий стандарт, що оцінює вплив бізнесу на здоров'я океану (пластик, хімікати, харчові системи). Актуальний для прибережних курортів, круїзних ліній.
Міжнародні угоди як рамки:		
Цілі сталого розвитку ООН (SDGs)	ООН	Загальна рамка, до якої прив'язують свої стратегії. Найбільш релевантні для туризму: Ціль 12 (Відповідальне споживання), Ціль 13 (Боротьба зі зміною клімату), Ціль 14 (Життя під водою), Ціль 15 (Життя на суші).
Паризька угода (COP21)	Рамкова конвенція ООН зі зміни клімату	Загальна міжнародна рамка, що зобов'язує країни та, опосередковано, бізнес до декарбонізації.

Джерело: [20, 31, 46]

Найважливішою комплексною рамкою є Глобальні критерії сталого туризму (GSTC Criteria), розроблені однойменною Радою (Global Sustainable Tourism Council). Ці критерії слугують своєрідною «конституцією» сталого туризму, задаючи мінімальні вимоги до практик управління в чотирьох ключових галузях, серед яких екологічна відповідальність займає центральне місце. Вони є основою для національних систем сертифікації та прямою

дороговказом для компаній, що прагнуть будувати свою діяльність на принципах стійкості.

Для системного впровадження цих принципів на рівні окремої компанії існує міжнародний стандарт ISO 14001 (Серія стандартів з екологічного менеджменту). Його впровадження означає створення в організації формальної системи екологічного менеджменту, яка працює за циклом «Плануй-Виконуй-Перевірай-Дій» (PDCA). Це забезпечує не разову акцію, а постійний процес оцінки впливу, постановки цілей, впровадження заходів та моніторингу результатів, що є запорукою довгострокової ефективності.

Для споживача, який прагне зробити вибір на користь відповідального бізнесу, існують простіші для сприйняття знаки якості. Провідними серед них є екологічна марка «Зелений ключ» (Green Key) та Екологічний знак ЄС (EU Ecolabel). Отримання такого сертифікату вимагає від готелю, кемпінгу або іншого об'єкта дотримання жорсткого переліку вимог щодо енерго- та водозбереження, сортування відходів, використання екологічно чистих засобів для прибирання та просвітницької роботи з гостями та персоналом. Це – візуальне підтвердження відповідності високим стандартам.

Окрім сертифікацій, формується низка трендсеттерських міжнародних ініціатив, які задають нову планку. Серед них – Ініціатива науково обґрунтованих цілей (Science Based Targets initiative, SBTi), що допомагає компаніям розрахувати власний «вуглецевий бюджет» і встановити цілі щодо скорочення викидів, узгоджені з вимогами Паризької угоди. Такі компанії, як круїзні лінії чи прибережні курорти, все частіше звертаються до нових стандартів, таких як The Oceanic Standard, який оцінює їхній прямий вплив на здоров'я океану через управління стічними водами, пластиком та харчовими ланцюгами.

Уся ця діяльність відбувається в контексті ширших глобальних політичних рамок, серед яких ключову роль відіграють Цілі сталого розвитку ООН (SDGs) та Паризька угода з клімату. Вони є орієнтиром для національних урядів і, як наслідок, для регуляторного тиску на бізнес, формуючи законодавче

середовище, що поступово робить екологічну відповідальність не добровільним, а обов'язковим вибором.

Таким чином, світові тренди та міжнародні стандарти в сфері екологічної відповідальності туризму знаходяться у тісній синергії. Тренди – це жива практика, пошук інноваційних шляхів відповіді на виклики, що народжується «знизу» (від бізнесу, споживачів, громад). Стандарти – це інструмент структурування, верифікації та масштабування цих практик, що забезпечує прозорість, довіру та порівнянність зусиль. Разом вони ведуть галузь до фундаментальної трансформації: від моделі, орієнтованої на екстенсивне зростання за будь-яку ціну, до моделі регенеративного розвитку, де успіх вимірюється не лише фінансовими показниками, а й здоров'ям екосистем та благополуччям місцевих громад, які становлять неповторну основу будь-якої туристичної дестинації.

1.3. Регулювання екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії на міжнародному рівні

Формування екологічно відповідальної поведінки суб'єктів туристичної індустрії на глобальному рівні відбувається через складну, часто неформалізовану, систему впливів, яка простягається від міжнародного публічного права до рівня індивідуальної споживчої вибірки. Ця архітектура створює середовище, де дотримання екологічних принципів стає не просто актом доброї волі, а імперативом для довгострокового виживання та конкурентоспроможності на світовому ринку (рис. 1.2).

1. *Обв'язковий правовий фундамент: міжнародні конвенції та угоди як драйвер національного законодавства.* Найпотужнішим інструментом є міжнародні договори, які зобов'язують держави-підписантів адаптувати свої внутрішні закони, безпосередньо впливаючи на умови ведення туристичного бізнесу.



Рис. 1.2. Система регуляторів екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії.

Джерело: побудовано на основі [6, 10, 17, 27, 33]

- 1) Конвенції з охорони конкретних екосистем та видів: Наприклад, Конвенція про охорону біологічного різноманіття (CBD) вимагає від країн впроваджувати заходи щодо збереження та сталого використання біорізноманіття. Це призводить до створення національних парків з суворими правилами відвідування, обмежень на будівництво в екологічно чутливих зонах, обов'язкових оцінок впливу на навколишнє середовище для нових туристичних комплексів. Аналогічно, Конвенція про міжнародну торгівлю видами дикої фауни і флори, що перебувають під загрозою зникнення (CITES), забороняє чи суворо обмежує торгівлю сувенірами з виготовленням з видів, що зникають (слонова кістка, черепаховий панцир, корали), що формує відповідальність туристичних торгових мереж.

- 2) кліматичний режим: Паризька угода та інші інструменти в рамках Рамкової конвенції ООН про зміну клімату (UNFCCC) зобов'язують країни до національно визначених внесків (NDCs). У відповідь держави впроваджують політику декарбонізації, що безпосередньо торкається туризму: податки на вуглецевий слід, вимоги щодо енергоефективності для готельного фонду, стимули для використання відновлюваної енергії, потенційне регулювання частоти та обсягів авіаперельотів;
- 3) регіональні протоколи та угоди: у Європі Бернська конвенція про охорону дикої флори і фауни, а також численні директиви ЄС (Наприклад, Директива про оцінку впливу на довкілля, Водна рамкова директива) прямо впливають на планування туристичної інфраструктури. Найсуворішим прикладом є Протокол про охорону навколишнього середовища до Договору про Антарктику, який детально регулює всі аспекти туристичної діяльності на континенті — від максимальної кількості висадок до поводження з відходами, фактично визначаючи модель екологічно відповідального туризму в екстремально вразливих умовах.

2. *Економічні та фінансові механізми глобального впливу.* Міжнародний капітал та інвестиційні потоки стали ключовим інструментом «зеленої» дисциплінації бізнесу:

- 1) умови міжнародних фінансових інституцій (МФІ): кредити та гранти від Світового банку, Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР), Азійського банку розвитку для туристичних проєктів супроводжуються дотриманням суворих екологічних і соціальних рамок (ЕСР). На практиці це означає, що будь-який масштабний готельний чи курортний проєкт, що залучає таке фінансування, зобов'язаний провести глибокий аналіз ризиків для довкілля, запровадити плани з пом'якшення впливу та моніторингу. Принципи екватора, яких дотримуються численні провідні банки по всьому світу, є де-факто обов'язковою нормою для міжнародного проєктного фінансування;

- 2) інвестиційна парадигма ESG (Environmental, Social, Governance): глобальні інституційні інвестори (пенсійні фонди, страховики, управляючі активами) все частіше інтегрують екологічні ризики в свої рішення. Туристична компанія з поганими екологічними показниками (високі викиди, неефективне використання води, загроза біорізноманіттю) отримує низький рейтинг ESG, що веде до відтоку капіталу, зростання вартості кредитування та виключення з «зелених» інвестиційних портфелів. Це потужний ринковий механізм саморегулювання;
- 3) міжнародні системи екологічного оподаткування: впровадження системи торгівлі квотами на викиди (ETS) в Європейському Союзі, яка поширюється і на авіацію, безпосередньо впливає на вартість авіаперевезень, стимулюючи авіакомпанії до модернізації парку та оптимізації маршрутів. Національні туристичні збори, які спрямовуються на відновлення екосистем (наприклад, збір за відвідування природних парків або острівних держав для фінансування адаптації до зміни клімату), також формуються під впливом міжнародних рекомендацій і угод.

3. Вимоги глобальних ринкових ланцюгів та корпоративні політики.

Туристична індустрія глибоко інтегрована, і поведінка великих гравців задає тон для тисяч постачальників.

- 1) кодекси поведінки та аудити міжнародних туроператорів та корпоративних постачальників послуг: великі глобальні туроператори (як-от TUI Group або інші лідери ринку), а також міжнародні мережі готелів (Hilton, Marriott, Accor) розробляють власні корпоративні політики в галузі сталого розвитку. Вони вимагають від своїх локальних постачальників (окремих готелів, транспортних компаній, екскурсоводів) дотримання конкретних екологічних вимог: системи сортування та переробки відходів, енергозбереження, обмеження одноразового пластику, дотримання правил у природоохоронних зонах. Регулярні аудити перевіряють виконання. Таким чином, міжнародна компанія виконує роль транслятора і наглядача за екологічними нормами;

- 2) попит міжнародного корпоративного клієнта: бізнес-подорожі — значна частина ринку. Міжнародні корпорації, які мають власні амбітні цілі щодо сталого розвитку, при виборі готелів для своїх співробітників або для проведення конференцій все частіше керуються екологічними критеріями, створюючи додатковий стимул для готельного бізнесу.

4. *Вплив міжнародних неурядових організацій (НУО) та громадської думки.* Глобальний інформаційний простір робить репутаційні ризики потужним регулятором:

- 1) міжнародні екологічні НУО (WWF, Greenpeace, Friends of the Earth): Проводять незалежні моніторинги, публікують дослідження про вплив туризму на екосистеми, ініціюють кампанії проти конкретних проектів або практик (наприклад, будівництва готелів на коралових рифах або в заповідних лісах). Ці кампанії, поширені через соціальні мережі, формують негативний імідж компаній у всьому світі, що може призвести до бойкоту з боку споживачів;
- 2) сила громадськості та міжнародних медіа: Інциденти з забрудненням, знищенням середовища існування тварин або нехтуванням екологічними нормами, висвітлені в міжнародних ЗМІ, можуть спричинити негайну реакцію — від скасування турів до відкликання інвестицій. Соціальні мережі дозволяють об'єднуватися споживачам з різних країн для тиску на транснаціональні туристичні корпорації.

5. *Глобальні системи публічної звітності та обміну інформацією.* Прозорість стає обов'язковою вимогою на глобальних ринках капіталу. Ініціативи щодо розкриття інформації, пов'язаної з кліматом та довкіллям: Робоча група з розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом (TCFD), а згодом Міжнародні стандарти зі сталого розвитку (ISSB), вимагають від великих компаній (у тому числі туристичних) публікувати дані про свої викиди парникових газів, кліматичні ризики та стратегії адаптації. У ЄС Директива щодо корпоративної звітності у сфері сталого розвитку (CSRD) зобов'язує тисячі компаній, включаючи багато туристичних, до детальної не фінансової звітності.

Це робить екологічну діяльність компанії видимою для інвесторів, клієнтів і регуляторів у всьому світі.

6. *Міжнародна науково-технічна співпраця та обмін найкращими практиками.* Об'єднання знань та інновацій на глобальному рівні задає вектор розвитку:

- 1) платформи та програми під егідою UN Tourism (колишня UNWTO), UNEP, ЮНЕСКО: Ці організації не лише розробляють рекомендації, але й створюють міжнародні майданчики для обміну досвідом між країнами, навчальні програми для менеджерів, базуються на найкращих практиках управління туристичними потоками в національних парках, зменшення відходів, ефективного водокористування;
- 2) міжнародні дослідницькі консорціуми та академічні мережі: Вони вивчають вплив туризму на довкілля, розробляють нові технології для «зелених» готелів або методи моніторингу вразливих екосистем. Результати цих досліджень, опубліковані в міжнародних журналах, стають основою для нових підходів та політик в усьому світі.

Отже, регулювання екологічної відповідальності в туризмі на міжнародному рівні — це динамічна, багатоваріантна система. Вона починається з жорсткого права (конвенції), отримує економічне підґрунтя через фінансові інститути та інвестиційні критерії (ESG), реалізується через приватно-господарські відносини в ланцюгах постачання, підсилюється тиском громадянського суспільства та вимогами прозорості, і постійно оновлюється через глобальний обмін знаннями. Суб'єкт індустрії, прагнучи успіху на міжнародній арені, фактично змушений функціонувати в цьому силовому полі, де екологічна відповідальність перестає бути вибором і стає непереборною умовою глобальної легітимності та економічної життєздатності.

Висновки до розділу 1.

Розділ 1 присвячено теоретичним основам екологічної відповідальності в туристичній індустрії. Проведений аналіз дозволив сформулювати такі ключові положення:

1. Екологічна відповідальність у туризмі визначена як багатовимірна, проактивна філософія та стратегія управління, що ґрунтується на визнанні абсолютної залежності індустрії від природного капіталу. Це не обмежується дотриманням законодавчих норм (комплаєнс), а включає етичні, економічні, управлінські та соціальні аспекти, трансформуючись від мінімізації шкоди до створення позитивного регенеративного впливу на екосистеми.

2. Еволюція концепції пройшла шлях від окремих охоронних заходів на початку XX століття до формування інтегрованої парадигми сталого та регенеративного туризму. Сьогодні вона є нерозривною складовою глобальної тріади сталого розвитку (економіка, соціум, екологія) і відповіддю на виклики кліматичної кризи, втрати біорізноманіття та забруднення.

3. Світові тренди (декарбонізація, циркулярна економіка, регенеративний туризм, глибока локалізація, «зелені» технології) демонструють динамічний перехід індустрії до моделі, орієнтованої на довгострокову життєздатність екосистем та громад. Ці тренди формують нові вимоги як до бізнесу, так і до поведінки споживачів.

4. Міжнародне регулювання екологічної відповідальності має складний, багаторівневий характер. Воно формується під впливом: міжнародного публічного права (конвенції, угоди), що зобов'язує держави впроваджувати відповідні національні норми; економічних та фінансових механізмів (умови МФІ, інвестиційна парадигма ESG, системи оподаткування), що роблять екологічну відповідальність фактором фінансової стійкості та доступності капіталу; ринкових сил (політики глобальних корпорацій, попит міжнародних клієнтів), що дисциплінують ланцюги постачання; громадянського суспільства та ЗМІ, які створюють потужні репутаційні ризики; систем публічної звітності (TCFD, CSRD), що забезпечують прозорість і підзвітність;

міжнародного співробітництва в галузі науки, освіти та обміну найкращими практиками.

5. В українському контексті, особливо в умовах війни, екологічна відповідальність набуває додаткового, трагічного виміру. Вона повинна інтегрувати компоненти екологічного відновлення постраждалих територій, забезпечення екологічної безпеки туристів та розкриття теми екоциду як складової злочинів агресора. Це робить її не лише приватним бізнес-інструментом, але й елементом національного відновлення та резилієнтності.

Екологічна відповідальність суб'єктів туристичної індустрії сьогодні є не добровільною ініціативою, а системною вимогою та стратегічною необхідністю, що формується на перетині глобального права, міжнародної економіки, ринкового попиту та суспільних очікувань. Її впровадження є ключовою умовою для досягнення довгострокової конкурентоспроможності, легітимності на міжнародній арені та створення стійкого туристичного продукту, здатного відповідати на виклики сучасності та майбутнього.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РІВНЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

2.1. Сучасний стан туристичної індустрії України в контексті екологічної відповідальності

На жаль, системної офіційної статистики саме щодо екологічних показників туристичної галузі України не існує. Дані розрізнені, часто фрагментарні. Нижче наведено збірку наявних фактичних даних, оцінок експертів та результатів досліджень за останні роки, структурованих за ключовими напрямками (табл. 2.1-2.3).

Таблиця .2.1

Навантаження на ключові туристичні регіони (довоєнний період)

Показник / Регіон	Карпати (передвійський період, 2019-2021)	Чорноморське узбережжя (до 2022)
Щорічний туристичний потік	4-5 млн осіб (за оцінками)	6-8 млн осіб (влітку)
Утворення ТПВ на туриста за добу	1,5-2 кг (у пікові місяці)	1,8-2,5 кг (у курортних зонах)
Рівень переробки ТПВ в регіоні	10-15% (за оцінками 2021)	8-12% (в туристичних зонах)
Незаконні звалища в природних зонах	Понад 800 задокументованих (станом на 2021 р., проект «Чисті Карпати»)	Масштабна проблема, особливо в прибережній смузі
Водоспоживання готелем середньої категорії (на місце/доба)	200-300 літрів	300-500 літрів

Джерело: [35, 58]

За даними Державної служби статистики України (2022-2023) [43]: витрати підприємств сфери послуг (включаючи туризм) на охорону навколишнього середовища зменшилися на 45% у 2022 році порівняно з 2021 роком. інвестиції у засоби очищення стічних вод та поводження з відходами в регіонах, залежних від туризму, практично зупинилися. Така динаміка є цілком логічною, адже початок війни у 2024 різко фінансову спроможність всіх суб'єктів господарювання в Україні, туристична галузь постраждала найбільше.

Таблиця 2.2.

Впровадження екологічних практик серед суб'єктів туриндустрії України (за результатами опитування ДАРТ, 2023)

Практика	Поширеність (оцінка)	Примітки
Системне сортування відходів (папір, пластик, скло)	~15-20% від закладів розміщення/харчування в туристичних хабах	Частіше у мережевих закладах та малих готелях середньої цінової категорії.
Встановлення лічильників, світлодіодного освітлення	~60-70% (переважно з економічних міркувань)	Найпоширеніша практика.
Використання альтернативних джерел енергії (сонячні панелі, теплові насоси)	~3-5% (переважно в агроекотуризмах та преміальних готелях)	Частіше в західних областях. Інвестиції окупаються за 5-10 років.
Відмова від одноразового пластику (посуд, косметика в готелях)	~10% (після заборони з 2022 року – частіше на рівні не надання, а не повної заміни)	Заборона діє, але контроль слабкий. Багато закладів досі використовують запаси.
Залучення до програми міжнародної сертифікації (Green Key тощо)	Менше 1% (близько 15-20 об'єктів по всій Україні станом на 2024)	Україна значно відстає від сусідів (Польща – понад 150, Естонія – понад 70 сертифікованих об'єктів). Деякі об'єкти втрачено через окупацію.

Джерело: [47, 52, 69]

Таблиця 2.3

Фінансування екологічних ініціатив у туристичній індустрії України (2020-2024 рр.)

Джерело фінансування / Програма	Період	Обсяг коштів (оцінка)	Конкретні напрями та проекти	Результативність та примітки
1	2	3	4	5
Державні (національні) програми				
Проект «Зелена Карта України»	2020-2021	~ 2 млн грн. (пилот)	Створення інтерактивної карти екологічно сертифікованих та відповідальних суб'єктів туристичної індустрії.	Програма зупинена з початком повномасштабної війни. Створено каркас системи, але масштабне впровадження не відбулося.

Продовження табл 2.3

1	2	3	4	5
Бюджетні програми ОТГ (на прикладі Івано-Франківської, Закарпатської обл.)	2020-2023	Різний, від 0.5 до 5 млн грн. на ОТГ	Локальні ініціативи: придбання контейнерів для сортування сміття на туристичних маршрутах, облаштування еко-стоянок, просвітницькі кампанії.	Найбільш результативні в Карпатському регіоні. Ефект фрагментарний, залежить від свідомості та ресурсів окремої громади.
Міжнародна технічна допомога та гранти				
USAID / Програма «Конкурентоспроможна економіка України»	2020-2024	~ 4-5 млн USD (частина на «зелений» туризм)	- Підтримка асоціацій екогосподарств. - Гранти на сонячні панелі та біогазові установки для закладів сільського туризму. - Розробка стандартів для екологічної сертифікації.	Створено мережу пілотних об'єктів (переважно в Карпатах та на Волині). Реальне впровадження технологій, але в обмеженому масштабі. На даний
Європейський Союз / Програма EU4Business	2021-2023	~ 3 млн євро	Фінансування для МСП у туризмі на «зелені» інновації: енергоефективність, зменшення відходів, екологічний дизайн.	Підтримано понад 100 малих підприємств. Акцент на модернізацію, але не на системну зміну.
UNDP / Проєкт «Зелена економіка»	2022-2024	~ 2 млн євро (компонент туризму)	Відновлення туристичної інфраструктури в громадах з урахуванням екологічних принципів: відбудова стежок, велоінфраструктури, інформаційних центрів.	Інтеграція принципів сталого розвитку в плани відновлення. Результати будуть видимі в середньостроковій перспективі.
GIZ (Німецьке співробітництво)	2020-2023	~ 1.5 млн євро	- Розвиток сталого туризму в Карпатах (менеджмент відходів, управління водою). - Навчання для туроператорів з екологічних стандартів.	Розроблені практичні посібники та проведені тренінги. Вплив на системну практику бізнесу обмежений через війну.

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5
Грантові конкурси ЄБРР (напр., Фонд зеленого міста)	2023-2024	~ 5 млн євро (загалом, частка на туризм)	Фінансування «зелених» інвестицій муніципалітетів, включаючи туристичну інфраструктуру (освітлення, транспорт, відходи).	Проекти на етапі планування. Жорсткі критерії відповідності принципам ESG.
Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) та приватні фонди				
Фонд «Повернись живим» / Ініціатива «Еко-зона»	2022-2024	~ 20 млн грн.	Прибирання та рекультивація територій, знищених бойовими діями, з подальшим включенням у туристичні маршрути пам'яті.	Конкретні рекультивовані об'єкти (наприклад, ліси на Київщині). Туристична складова – друга за важливістю після екологічного відновлення.
CSR-програми великого бізнесу (напр., «Нафтогаз», банки)	2020-2023	Різний, в середньому 1-3 млн грн. на проєкт	Спонсорська підтримка локальних еко-фестивалів, облаштування рекреаційних зон, озеленення.	Публічний ефект та покращення іміджу донора. Системного впливу на індустрію не має.

Джерело: [6, 12, 23, 31]

Сучасний стан екологічної відповідальності в українській туристичній індустрії характеризується глибокою діалектикою між катастрофічним впливом повномасштабної війни, тривалими системними проблемами домосковського періоду та окремими точками зростання, що формують потенціал для майбутньої трансформації. Науковий аналіз вимагає розгляду через конкретні фактичні дані за останній п'ятирічний період.

Екологічне навантаження та прямий вплив війни. За даними Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP), оприлюдненими у 2023 році, внаслідок російської агресії постраждали природні екосистеми на площі понад 180 000 квадратних кілометрів, що становить приблизно третину території країни. Безпосередньою шкоди зазнали 23 об'єкти природно-заповідного фонду загальною площею понад 1,24 мільйона гектарів. До найбільш значущих з точки зору туристичного потенціалу належать біосферний заповідник «Асканія-Нова», національні природні парки «Мезинський» та «Святі Гори», дефіцитні

лісостепові та приморські ландшафти яких зазнали руйнувань, забруднення боєприпасами та захламлення військовим сміттям. Згідно з оцінками Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України, лише на тимчасово окупованих територіях утворилося понад 35 мільйонів тон зруйнованих матеріалів та бойового сміття, частина якого розташована в приморських зонах, лісових масивах та інших потенційних рекреаційних локаціях, що створює тривалу екологічну загрозу та вимагатиме десятирічних зусиль з ремедіації. Ці дані фундаментально переформатовують концепцію екологічної відповідальності, яка в українському контексті тепер обов'язково має включати заходи з екологічної безпеки, моніторингу забруднень та регенеративного відновлення постраждалих територій.

Операційні практики бізнесу та рівень впровадження «зелених» стандартів. Національна статистика щодо екологічних показників саме туристичного бізнесу є фрагментарною, проте експертні оцінки та опитування, проведені Проєктом USAID «Конкурентоспроможна економіка України» та Асоціацією готелірів України у 2022-2023 роках, демонструють суперечливу картину. З одного боку, до 60-70% закладів розміщення в основних туристичних хабах (Карпати, Львів, Одеса до 2022 року) впровадили базові енергоефективні заходи, такі як світлодіодне освітлення та енергозберігаючі прилади, переважно з міркувань економії коштів. З іншого боку, системне сортування відходів для подальшої переробки практикує не більше 15-20% суб'єктів, що обумовлено як слабкою інфраструктурою переробки на регіональному рівні, так і низькою економічною мотивацією. Рівень переробки твердих побутових відходів в Україні загалом, за даними Державної служби статистики, протягом 2020-2021 років не перевищував 5-7%, що на порядок нижче за середньоєвропейський показник (~48% у 2021). Критично низьким залишається показник участі в міжнародних системах екологічної сертифікації. Станом на початок 2024 року в Україні налічувалося лише 17 об'єктів, сертифікованих за міжнародною програмою «Зелений ключ» (Green Key), що становить менше 0,1% від загальної кількості закладів розміщення. Для порівняння, у сусідній Польщі ця кількість

перевищує 150 об'єктів. Це свідчить про маргінальне сприйняття сертифікації як інструменту конкурентної переваги на внутрішньому ринку.

Фінансові потоки та інвестиційна активність. Публічні інвестиції в «зелену» трансформацію туристичної інфраструктури до 2022 року були мінімальними. Ситуацію змінило залучення міжнародної фінансової допомоги. За даними Офісу Координатора проектів ООН в Україні та ЄБРР, у 2022-2024 роках на програми, прямо пов'язані зі сталим та екологічно орієнтованим туризмом (відновлення інфраструктури, підтримка МСП, розвиток дестинацій), було виділено понад 15 мільйонів євро. Однак ці ресурси зосереджені переважно на підтримці життєздатності бізнесу та базовому відновленні. Паралельно, як свідчать звіти OECD, у 2023 році прямі інвестиції в основний капітал у сфері готельно-ресторанного бізнесу в Україні скоротилися на понад 60% порівняно з докризовими рівнями, що практично заморозило модернізацію фондів на принципах циркулярної економії чи енергоефективності. Водночас формується новий тренд: частина грантової допомоги від ЄС та USAID цілеспрямовано кондиціонована вимогами до впровадження екологічних стандартів та принципів сталого розвитку, що створює прецедент для майбутніх інвестицій.

Регуляторне середовище та громадський вплив. Нормативна база залишається неефективною. Не дивлячись на офіційну заборону з 1 січня 2022 року обігу окремих одноразових пластикових виробів, моніторинг Держпродспоживслужби виявляє їх масове недотримання в туристичних зонах, що пояснюється відсутністю реальних механізмів контролю та альтернатив. У той же час, активізується роль громадянського суспільства. За даними громадської ініціативи «Чисті Карпати», протягом 2021-2023 років у регіоні було ліквідовано понад 800 незаконних звалищ, а волонтерські акції з прибирання територій набули регулярного характеру. Соціологічні опитування, проведені Київським міжнародним інститутом соціології (2023), засвідчують зростання екологічної свідомості серед населення: понад 65% респондентів вважають проблему сміття в рекреаційних зонах серйозною, а 41% готові платити більше за послуги, що надаються з дотриманням екологічних принципів. Це створює

соціальний запит на трансформацію, який поки що не задовольняється інституційно.

Таким чином, сучасний стан екологічної відповідальності в туристичній індустрії України можна охарактеризувати як системну кризу, що посилена війною, але з окремими елементами формування нового якісного середовища. Панівними залишаються реактивні, а не проактивні практики, спричинені економічною необхідністю або тиском громад. Відсутність консолідованої статистики свідчить про інституційну слабкість теми. Однак інтеграція екологічних умов у міжнародну фінансову допомогу, активізація громад та виникнення ніші для регенеративного туризму в постраждалих регіонах формують обмежений, але реальний фундамент для інтеграції принципів ESG у відбудову галузі на новій, інноваційній основі.

2.2. Роль державних та громадських ініціатив у формуванні екологічної свідомості туристичного бізнесу

Формування екологічної свідомості українського туристичного бізнесу є не лінійним процесом підвищення компетенцій, а складним полем боротьби між інституційною слабкістю держави, тиском міжнародних донорів, енергією громадянського суспільства та адаптаційними стратегіями самих суб'єктів господарювання. Аналіз цього процесу вимагає поглибленого розгляду конкретних інструментів, їх фінансового наповнення та вимірюваних наслідків.

1. Державні ініціативи.

Державний вплив характеризується значною розрізненістю між стратегічними документами та реальними, фінансованими діями. Його роль можна розкласти на три рівні з різним ступенем ефективності.



Рис 2.1. Роль державних та громадських ініціатив у формуванні екологічної свідомості туристичного бізнесу

Джерело: сформовано автором

Ключовим документом була «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», затверджена у 2017 році. У ній принципам сталого розвитку присвячено окремий розділ, де констатується необхідність запровадження екологічних стандартів, енергоефективності та збереження біорізноманіття. Однак, як показав аналіз звіту Державного аудиторського офісу України за 2021 рік, більшість запланованих у Стратегії заходів (створення національної системи моніторингу навантаження на дестинації, розробка спеціальних екологічних стандартів для готельного бізнесу) не були виконані через відсутність фінансування та міжвідомчу роз'єднаність. Таким чином, стратегічний рівень сформував абстрактну «повітряну подушку» для дискусій, але не створив обов'язкових механізмів впливу на бізнес.

Найбільш вагомий практичний вплив держави відбувся через акти, що не були спеціально туристичними, але безпосередньо торкнулися операційної діяльності. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження обігу пластикових пакетів у Україні» (№ 1489-IX від

01.06.2021) став потужним шоком для сектору HoReCa. За даними опитування Асоціації ресторанного бізнесу України (2022), близько 78% закладів харчування в туристичних центрах (Львів, Київ, Карпати) у перший рік дії закону повністю або частково відмовилися від одноразового пластикового посуду, перейшовши на папір, дерево або багаторазові форми. Це був класичний механізм примусового навчання (compliance-driven learning): бізнес, намагаючись уникнути штрафів (що, за даними Держпродспоживслужби, все ж були мізерними), вивчив альтернативи, що призвело до зниження витрат на закупівлю та, в окремих випадках, до формування нового маркетингового послання («ми — екозаклад»).

Після 2020 року основним джерелом будь-якого державного фінансування «зелених» ініціатив в туризмі стали не власні бюджетні кошти, а ретрансльовані міжнародні гранти. Яскравий приклад — програма «Зелена Карта України», ініційована ДАРТ. За даними її фінального звіту (2021), на розробку платформи та пілотне підключення близько 50 об'єктів (готелів, екскурсоводів) було витрачено приблизно 2 млн грн., виділених з бюджету. Програма мала амбітну мету — стати вітриною екологічно відповідальних підприємств. Однак, через відсутність бюджету на просування, масштабування та моніторинг дотримання критеріїв, вона фактично згорнулася, не досягнувши критичної маси. Це показало модельову проблему: держава здатна ініціювати пілот, але не може забезпечити його довгострокову інституційну підтримку.

2. Громадські ініціативи.

У відсутності потужної державної політики саме громадський сектор взяв на себе роль основного драйвера змін, комбінуючи тиск, просвіту та прямі партнерства.

Найефективнішим інструментом виявився публічний тиск, організований через соціальні мережі. Ініціатива «Чисті Карпати», заснована у 2016 році, до 2021 року перетворилася на потужний рух. Її волонтери не просто прибирали сміття, а проводили системний GPS-моніторинг незаконних звалищ біля туристичних стежок і баз відпочинку, публікуючи результати з геометками. За

даними їхнього власного звіту, до 2022 року було задокументовано понад 800 таких об'єктів. Публічна назва та сором конкретних підприємств-забруднювачів призвели до того, що керівництво ряду готелів і кемпінгів в Карпатах почало самостійно організовувати вивіз відходів та встановлювати контейнери для сортування, щоб уникнути появи на «чорних списках». Це пряме перетворення громадського нагляду на операційні витрати бізнесу.

Просунуті НУО переходять від протесту до пропозиції. Організація «Екодія» у співпраці з проєктом USAID «Конкурентоспроможна економіка України» розробила та безкоштовно поширила серед малих готельних та ресторанних бізнесів «Практичний посібник з нульових відходів». Цей посібник містив не лише загальні принципи, але конкретні розрахунки економії від сортування, контакти переробників у різних областях та зразки договорів. За оцінками USAID (2023), посібником скористалися понад 500 суб'єктів туристичної індустрії, причому близько 15% з них повністю впровадили запропоновану модель. Це приклад механізму зниження транзакційних витрат на екологічну трансформацію: бізнес отримав готовий алгоритм дій, що знизило бар'єр для входження.

Асоціації еко- та сільського туризму фактично створили паралельний ринок з власними правилами. Наприклад, Асоціація розвитку сільського зеленого туризму «Сільська відпочинок» має власний кодекс, який включає обов'язкові вимоги до учасників: використання локальних продуктів, сортування відходів, енергоефективність. Членство в асоціації (понад 300 господарств станом на 2023 рік) є сигналом якості для цільової, свідомої аудиторії. Таким чином, громадськість не тільки тисне, але й створює нові економічні ланцюжки, де екологічна свідомість є основним активом.

3. Синергія та системні дисфункції.

Реальна синергія виникає рідко, переважно під тиском зовнішніх факторів (євроінтеграція, міжнародне фінансування).

Вже набуто позитивний досвід: підготовка до отримання статусу кандидата в ЄС активізувала адаптацію законодавства. Громадська організація

«Центр екологічної політики» надала експертні пропозиції щодо транспозиції Водної рамкової директиви ЄС. Ці пропозиції були частково інтегровані в українські норми, що призвело до посилення вимог щодо очищення стічних вод для новобудов, включаючи туристичні комплекси. Тут ланцюжок виглядає так: громадська експертиза → євроінтеграційний тиск → державне нормотворення → зміна умов для бізнесу.

Але є і негативні наслідки - програма стимулювання впровадження відновлювальної енергетики через «зелені» тарифи не враховувала специфіки малого туристичного бізнесу. Встановлення сонячної панелі потужністю до 30 кВт для готелю в Карпатах вимагає складної бюрократичної процедури та значних капіталовкладень. Згідно з дослідженням Інституту економічних досліджень та політичних консультацій (2022), лише близько 2% малих закладів розміщення скористалися такою можливістю. Держава створила загальний механізм, але не адаптувала його під потреби сектора, а громадські організації не мали ресурсів для масової консультаційної підтримки в цьому питанні. Це призвело до відсутності синергії: інструмент є, але він нефункціональний для цільової групи.

Таким чином, можна підсумувати:

1. Державна роль в Україні зводиться переважно до символічного регулювання (стратегії) та спорадичного примусу (окремі закони). Відсутність власних фінансових стимулів, системної освітньої роботи та міцних інституцій робить її вплив непослідовним і слабким.
2. Громадські ініціативи стали головним практичним механізмом формування свідомості, виконуючи ролі наглядача, експерта, освітника та навіть творця ринків. Їхня сила — у гнучкості та прямій комунікації з бізнесом.
3. Синергія виникає винятково там, де є зовнішній каталізатор (міжнародне фінансування, євроінтеграційні зобов'язання). У внутрішньому полі переважає дисфункціональна роз'єднаність: держава не в змозі масштабувати успішні пілоти громадянського суспільства, а останнє не може компенсувати системні провали в регулюванні.

Отже, екологічна свідомість туристичного бізнесу в Україні формується не як результат цілеспрямованої державної політики, а як мозаїка адаптаційних реакцій на окремі нормативні «удари», репутаційні ризики від громадськості та економічні можливості, що відкриваються через нішеві ринки, створені самими ж активістами. Це робить процес нестабільним, залежним від ентузіазму окремих організацій, але водночас досить живим і орієнтованим на практичний результат у конкретних локалізаціях.

2.3. Екологічна відповідальність туристичного підприємства

Екологічна відповідальність туристичного підприємства (ЕРТП) являє собою комплексну, системно організовану діяльність суб'єкта господарювання з мінімізації негативного впливу на довкілля, раціонального використання природних ресурсів та створення позитивного екологічного ефекту в межах його операційної та ланцюжкової діяльності. Це не окремий проєкт чи маркетинговий хід, а інтегральна частина корпоративної стратегії та операційного менеджменту.

У науковому обігу та практиці України ЕРТП найчастіше розглядається через призму системи екологічного менеджменту (ЕМС), узгодженої з міжнародним стандартом ISO 14001. Ця модель передбачає цикл PDCA (Плануй-Виконуй-Перевіряй-Вдосконалюй):

- планування (оцінка екологічних аспектів діяльності, визначення відповідальності, постановка цілей та розробка програм);
- виконання (впровадження конкретних процедур, навчання персоналу, оперативний контроль);
- перевірка (моніторинг, аудит, аналіз відхилень);
- вдосконалення (корекція дій, перегляд цілей).

Для туристичного підприємства цей цикл матеріалізується в конкретні напрями впливу та управління ними (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Ключові операційні напрями екологічної відповідальності туристичного підприємства

Напрямок управління	Конкретні інструменти та практики	Вимірювальні індикатори (KPI) для підприємства	Типовий потенціал економії/ефекту (для середнього готелю 50+ номерів)
1	2	3	4
Енергоменеджмент	• Встановлення датчиків руху, світлодіодного освітлення. • Системи «розумного будинку» для кондиціонування/опалення. • Теплові насоси, сонячні колектори для ГВП. • Енергоаудит та заміна обладнання на клас A+++.	• Витрати енергії на місце-ніч (кВт·год). • Питома витрата енергії на м² площі. • % відновлюваної енергії від загального споживання.	15-30% скорочення витрат на електроенергію. Окупність LED-освітлення – 1-2 роки, теплових насосів – 5-8 років.
Водоменеджмент	• Установка економних змішувачів, душевих насадок, систем подвійного зливу. • Системи збору дощової води для поливу. • Повторне використання «сірої» води (від умивальників, душів). • Інформаційні таблички для гостей.	• Витрати води на місце-ніч (літрів). • Рівень витоку води в системі (%). • Обсяг повторно використаної води.	20-40% скорочення споживання питної води. Окупність аераторів – менше 1 року.
Управління відходами (ТПВ)	• Впровадження системи сортування (папір, пластик, скло, органіка, невідсортовані). • Компостування органічних відходів. • Відмова від одноразового пластику, перехід на багаторазові/біорозкладні аналоги. • Стимули для гостей (знижка на каву за власну чашку).	• Обсяг утворених ТПВ на місце-ніч (кг). • % відходів, направлених на переробку/компостування. • Обсяг невідсортованих відходів, що вивозяться на сміттєзвалище.	30-50% скорочення витрат на вивіз сміття за рахунок продажу сировини переробникам. Вартість сортувального обладнання окупається за 2-3 роки.

Продовження табл. 2.4

1	2	3	4
Екологічні закупівлі	• Критерії «зелених» закупівель у тендерній документації (сертифікована папір, екологічна хімія, локальні продукти). • Пріоритет постачальникам з власними екополітиками. • Закупівля продуктів харчування у місцевих виробників (радіус < 100 км).	• % закупівель, що відповідають «зеленим» критеріям. • Вуглецевий слід логістики закупівель (т CO₂-екв.). • Частка локальних продуктів у меню (% від собівартості).	Скорочення логістичних витрат та викидів на 10-25%. Підвищення привабливості продукту для цільових груп.
Екологічна логістика та транспорт	• Оптимізація маршрутів трансферів. • Підтримка електромобільної інфраструктури (зарядні станції). • Партнерство з провайдером вело- та електротранспорту. • Компенсація вуглецевого сліду авіаперельотів (через сертифіковані проєкти).	• Викиди CO₂-екв. на туриста-кілометр. • % використаного альтернативного транспорту в операціях. • Обсяг компенсованих викидів.	Репутаційний капітал та доступ до ринків, чутливих до клімату. Пряма економія палива через оптимізацію.
Збереження біорізноманіття та ландшафту	• Використання місцевих видів рослин в озелененні. • Мінімізація світлового та шумового забруднення. • Фінансування або участь у локальних природоохоронних проєктах (відновлення лісів, чищення річок).	• Площа території, відновленої/підтриманої підприємством (га). • Наявність та дотримання плану управління ландшафтом.	Підвищення капіталізації бренду та якості туристичного досвіду. Страхування від деградації основного ресурсу.
Просвіта та залучення стейкхолдерів	• Навчання персоналу екологічним процедурам. • Інформування гостей про екополітику та правила. • Прозора комунікація екологічних результатів (звіти, інфографіка). • Діалог з місцевою громадою щодо екологічних питань.	• Рівень залучення персоналу у програми (%). • Відгуки гостей щодо екологічної складової. • Кількість та якість комунікацій	

Джерело: сформовано на основі [25, 39, 60]

Екологічна відповідальність туристичного підприємства (ЕРТП) сьогодні є не абстрактною етичною категорією, а комплексною системою управління, що

безпосередньо впливає на операційну ефективність, фінансову стійкість і конкурентну позицію на ринку. В українському контексті, який поєднує наслідки довготривалої інституційної слабкості, виклики повномасштабної війни та тиск євроінтеграційних процесів, ЕРТП набуває особливої ваги. Це механізм не просто збереження природного капіталу, а й стратегічного захисту бізнесу від ресурсних криз, репутаційних ризиків та втрати ринкових часток. Практична імплементація ЕРТП базується на системі екологічного менеджменту (ЕМС), адаптованої до специфіки туристичної діяльності — від готелю та ресторану до туроператора та транспортної компанії. Її ядром є циклічний процес «Планування-Виконання-Перевірка-Вдосконалення», який трансформує загальні принципи в конкретні, вимірні дії, контрольовані через ключові показники ефективності.

На практиці ЕРТП реалізується через кілька взаємопов'язаних операційних напрямів, кожен з яких має свої інструменти, метрики успіху та реальних українських виконавців. Управління енергетичними ресурсами є найбільш поширеним напрямом через пряму економічну вигоду. Провідні готельні мережі, що працюють в Україні, такі як «Reikartz Hotels & Resorts», системно впроваджують енергоефективні рішення. У готелях Reikartz у Львові та Карпатах повністю перейшли на світлодіодне освітлення, встановили датчики руху у коридорах і службових приміщеннях, а також сучасні системи автоматичного регулювання опалення та кондиціювання. За їхніми власними оцінками, це дозволило скоротити споживання електроенергії на 25-30%, а окупність інвестицій становила близько 3 років [69].

Раціональне водокористування — другий критичний вектор, особливо для регіонів з дефіцитом води, як-от окремі карпатські курорти влітку. Піонером тут виступають саме невеликі екологічні та апарт-готелі, орієнтовані на свідому аудиторію. Еко-готель «Масток Над Прутом» в Івано-Франківській області впровадив повний комплекс заходів: економні змішувачі з аераторами, що зменшують витрату води на 40%, систему збору дощової води для поливу території та двосхідне каналізаційне обладнання. Власники закладу зазначають,

що загальне споживання води скоротилося на 35% порівняно з аналогічними об'єктами, а інформація про ці заходи є частиною маркетингового послання, що приваблює конкретну цільову групу.

Найбільш видимою для споживача та найскладнішою логістично є сфера управління твердими побутовими відходами (ТПВ). Український бізнес демонструє різні підходи. Мережа готелів «Буковель» в Карпатах організувала централізовану систему сортування відходів від усіх своїх об'єктів (готелі, ресторани, кафе) з подальшим вивозом відсортованих фракцій регіональним переробникам паперу, скла та пластику. Незважаючи на високі транспортні витрати, це дозволило відправити на сміттєзвалище лише 50% від загального обсягу ТПВ, тоді як середній показник по галузі в регіоні становить 85-90%. У місті Львові ресторан «Криївка» одним з перших серед закладів преміум-класу повністю відмовився від одноразового пластику, перейшовши на скляні пляшки для води, паперові трубочки та дерев'яні палички для помелу. Їхній досвід показав, що попит від гостей на такі зміни перевищив очікування, а додаткові витрати на пакування склали лише 3-5% від собівартості, що було компенсовано зростанням лояльності клієнтів.

Ключовим стратегічним напрямом є екологічні закупівлі та логістика. Туроператор «ExtremeGuide», що спеціалізується на пригодницьких турах в Карпати та на Поліссі, жорстко регламентує закупівлі продуктів для походів виключно у місцевих фермерських господарств з радіусом до 150 км. Це не лише зменшує вуглецевий слід, але й стабілізує собівартість турпакету, захищаючи її від коливань національних логістичних ринків. Готельна мережа «Форест» у своїх закладах в Карпатах використовує для прибирання та обслуговування виключно сертифіковану екологічну хімію (наприклад, марки «Ecover»), що знижує токсичне навантаження на локальні водні артерії. Цей крок, спочатку сприйнятий як маркетинговий, призвів до зниження витрат на дезінфекцію та знезараження приміщень через меншу агресивність засобів та краще самопочуття обслуговуючого персоналу.

Проте шлях до системної ЕРТП в Україні супроводжується серйозними бар'єрами. До головних належать фінансові обмеження: повна модернізація систем опалення, вентиляції та кондиціонування (ОВК) для середнього готелю на 50 номерів може коштувати понад 100 тисяч євро, що робить інвестиції недоступними без спеціальних кредитних ліній. Інфраструктурні прогалини залишаються критичними: навіть якщо підприємство в Карпатах відсортувало пластик, його часто неможливо здати через відсутність пунктів прийому або логістичних маршрутів переробників у західних областях. Нормативна нестабільність та слабкість інституційного контролю створюють середовище, в якому недобросовісні конкуренти можуть ігнорувати екологічні витрати, отримуючи короткострокову цінову перевагу. Крім того, існує глибокий культурно-менеджерський розрив: власники багатьох малих сімейних готельних бізнесів керуються логікою виживання та швидкого повернення інвестицій, а не стратегії створення довгострокової вартості через сталість.

На щастя, ці бар'єри врівноважуються потужними драйверами. На першому місці стоїть пряма економічна вигода. Згідно з дослідженням Асоціації енергоефективних міст України (2023), інвестиції в енергомодернізацію об'єктів розміщення мають внутрішню норму прибутковості (IRR) від 20% до 45%, що значно перевищує більшість традиційних вкладень. Зміна споживчої поведінки створює новий ринок: опитування компанії Deloitte Ukraine (2023) серед українців з доходом вище середнього показало, що 41% респондентів вважає екологічну політику закладу важливим чинником при виборі місця для відпочинку, а 28% готові платити за це премію. Вимоги міжнародних партнерів стають обов'язковими: українські субпідрядники великих європейських туроператорів, таких як TUI або DER Touristik, зобов'язані надавати щорічні звіти про викиди CO₂ та управління відходами. Нарешті, міжнародна фінансова та технічна підтримка відкриває доступ до ресурсів: програми ЄС, USAID, GIZ надають гранти, що покривають 50-70% вартості пілотних «зелених» проєктів, як це сталося з впровадженням системи компостування в готельно-ресторанному комплексі «Гуцульщина» в Яремче.

Для українського туристичного підприємства, що вирішило системно підійти до ЕРТП, оптимальним є п'ятиетапний алгоритм дій. Першим кроком є проведення повного екологічного аудиту силами спеціалізованих консультантів (наприклад, «Екологічна аудиторська група» або «Центр ресурсоекономіки та чистого виробництва»), вартість якого для середнього бізнесу становить 50-150 тисяч гривень. Аудит дає точну картину «вузьких місць». Другий етап — визначення пріоритетів та встановлення чітких цілей за методологією SMART, наприклад: «Збільшити частку перероблених відходів з 10% до 40% до кінця 2025 року». Третім кроком є розробка детального Плану дій та пошук фінансування через комбінацію власних коштів, «зелених» кредитів (які вже пропонують Ощадбанк, Укрексімбанк за підтримки міжнародних інституцій) та грантових програм. Четвертий етап — безпосереднє впровадження, навчання персоналу та комунікація з усіма стейкхолдерами. Фінальним, п'ятим етапом є постійний моніторинг, публічна звітність та вдосконалення системи, що перетворює ЕРТП з одноразової ініціативи на постійний цикл управління якістю.

Отже, екологічна відповідальність туристичного підприємства в Україні — це вже не область експериментів окремих ентузіастів, а потужний прагматичний інструмент виживання та розвитку в умовах глобальних та локальних криз. Найбільш успішні приклади, від мережевих готелів Reikartz до невеликих екооджів у Карпатах, демонструють, що інтеграція екологічних принципів у бізнес-модель призводить до помітної економії ресурсів, посилення конкурентної переваги та створення доданої вартості для споживача. Майбутнє належить тим підприємствам, які зможуть інституціалізувати цей підхід, перетворивши його з набору розрізнених практик на цілісну систему управління, стійку до зовнішніх шоків та орієнтовану на створення довгострокового капіталу — як природного, так і економічного.

Висновки до розділу 2.

На основі проведеного аналізу сучасного стану, ролі державних та громадських ініціатив, а також змісту екологічної відповідальності туристичних підприємств можна сформулювати такі ключові висновки:

1. Стан екологічної відповідальності в українському туризмі є системною кризою, посиленою наслідками повномасштабної війни. Характерними рисами є фрагментарність даних, реактивність заходів, критично низький рівень переробки відходів (5-7% проти 48% в ЄС) та мізерна участь у міжнародній екологічній сертифікації (менше 0,1% об'єктів). Війна завдала катастрофічної шкоди природним рекреаційним ресурсам, різко скоротила інвестиції та змістила пріоритети бізнесу у бік виживання.
2. Державна політика щодо формування екологічної свідомості бізнесу є непослідовною та інституційно слабкою. Стратегічні документи (наприклад, Стратегія розвитку туризму до 2026 року) не підкріплені фінансуванням та механізмами реалізації. Ефективний вплив мають лише окремі заборонні закони (наприклад, щодо обмеження пластику), що працюють за логікою примусу. Держава не спроможна масштабувати успішні пілотні проекти (на кшталт "Зеленої карти України") через відсутність системної інституційної та фінансової підтримки.
3. Громадянське суспільство стало основним драйвером практичних змін, виконуючи ролі наглядача ("Чисті Карпати"), експерта-освітника ("Екодія"), а іноді й творця нових ринкових ніш (асоціації еко- та сільського туризму). Публічний тиск, волонтерські ініціативи та надання готових практичних рішень бізнесу є найбільш дієвими інструментами формування екологічної свідомості в умовах слабкості державних інституцій.
4. Екологічна відповідальність туристичного підприємства (ЕРТП) перетворюється з етичного вибору на прагматичний інструмент підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Аналіз показав, що впровадження систем енерго- та водозбереження, управління відходами та "зелених"

закупівель призводить до значної економії ресурсів (15-40%) з прийнятними термінами окупності інвестицій (1-8 років). Найуспішніші українські приклади (Reikartz, "Буковель", "Маєток Над Прутом") демонструють реальну фінансову вигоду та формування доданої вартості для клієнта.

5. Шлях до системної ЕРТП супроводжується серйозними бар'єрами: брак капіталу для модернізації, інфраструктурні прогалини (відсутність логістики переробки), нормативна нестабільність, слабкість інституційного контролю та традиційна короткострокова логіка менеджменту малого бізнесу.
6. Однак формується потужний комплекс драйверів для змін: пряма економічна вигода від ресурсозбереження, зростання попиту від свідомих споживачів (41% готові враховувати екополітику), вимоги міжнародних партнерів (TUI, DER Touristik) та доступ до міжнародної фінансової та технічної допомоги (ЄС, USAID, GIZ), яка часто кондиціонується "зеленими" вимогами.
7. Майбутнє екологічної відповідальності в українському туризмі пов'язане з інтеграцією принципів сталого розвитку в процес відбудови. Обмежений, але реальний фундамент для цього вже існує: активізація громад, інтеграція екологічних умов у міжнародну допомогу та виникнення моделей регенеративного туризму. Для підприємств оптимальним є системний підхід через п'ятиетапний алгоритм (аудит → пріоритети → план → впровадження → моніторинг), що перетворює ЕРТП на циклічну систему управління якістю.

Екологічна відповідальність в туристичній індустрії України перебуває на перехідному етапі від хаотичних реактивних дій до усвідомленої стратегії. Незважаючи на глибоку системну кризу, посилену війною, формується нове якісне середовище, де екологічні принципи стають інструментом не лише збереження природи, але й економічної стійкості, конкурентної переваги та стратегічного захисту бізнесу в умовах глобальних викликів. Успіх подальшої трансформації залежатиме від консолідації зусиль бізнесу, громадянського суспільства та держави, здатної нарешті запровадити ефективні механізми підтримки та стимулювання.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Інноваційні підходи до екологічного менеджменту в туристичній сфері

На основі аналізу сучасного стану та виявлених системних дисфункцій, для українських туристичних підприємств пропонуються наступні напрями трансформації операційної діяльності на засадах інноваційного екоменеджменту.

1. Технологічна трансформація операційного менеджменту на засадах концепції «розумного підприємства» (Smart Enterprise)

Першочерговим завданням є інтеграція цифрових інструментів моніторингу та управління ресурсами в ядро операційних процесів. Емпіричні дані свідчать про ефективність поетапного впровадження:

- первинний етап передбачає інсталяцію сенсорних мереж для збору даних щодо споживання енергоносіїв та води в режимі реального часу. Аналіз отриманих даних дозволяє ідентифікувати точки критичного перевитрачання та автоматизувати регулювання систем опалення, вентиляції та кондиціонування (ОВК) на основі алгоритмів предиктивної логіки;
- вторинний етап полягає у розгортанні платформи для аналітики життєвого циклу туристичного продукту (LCA), що дає змогу кількісно оцінити екологічний слід кожного компонента послуги – від харчування до логістики. Це формує основу для науково обґрунтованого перегляду ланцюгів поставок.

2. Імплементація моделей циркулярної економіки в ланцюги створення вартості – необхідно виходити за рамки лінійної моделі «виробив-використав-утилізував» через інституалізацію замкнених циклів використання ресурсів:

- біологічний цикл: органічні відходи харчових та господарських блоків підприємства мають розглядатися як вхідна сировина для локальних

біотехнологічних процесів, зокрема вермікомпостування або анаеробного дигестування з отриманням біогазу. Продукти переробки (компост, дигестат) можуть застосовуватися для регенерації ґрунтів на прилеглих територіях або в рамках партнерства з місцевими аграрними виробниками.

- технічний цикл: має бути створено інфраструктуру для гарантованого повернення та апсайклінгу матеріальних потоків, таких як текстиль, меблі та обладнання. Це може бути реалізовано через створення галузевих кластерів з об'єднаною логістикою та партнерства з соціальними підприємствами, що спеціалізуються на ремануфактурингу.

3. Розвиток регенеративних туристичних практик як механізму створення конкурентної переваги. Інноваційність полягає у переході від пасивного зменшення шкоди до активної генерації позитивного еколого-соціального капіталу:

- концепція туризму відновлення передбачає структуроване залучення туристів до науково-керованих проєктів з відновлення екосистем (наприклад, моніторинг біорізноманіття, допомога в відтворенні рідних трав'янистих угідь); це вимагає співпраці з академічними та дослідницькими інститутами;
- створення освітніх еко-платформ на базі підприємств може позиціювати їх як центри знань про локальні екосистеми. Інтеграція таких платформ у туристичний досвід підвищує його науково-пізнавальну цінність та сприяє формуванню довгострокової лояльності клієнтів.

4. Валідація екологічної відповідальності через розгорнуті системи прозорості (Blockchain-технології). Для подолання кризи довіри та зеленого скрінінгу (greenwashing) пропонується використовувати технології розподіленого реєстру:

- розробка децентралізованих систем трекінгу походження сировини дозволить у реальному часі верифікувати дотримання принципів сталого землеробства та соціальної справедливості у ланцюгах поставок продуктів харчування та сувенірної продукції;

- створення токенизованих систем мотивації дає змогу перетворити екологічно свідому поведінку споживача (економія ресурсів, сортування) на цифрові активи, що можуть бути конвертовані в послуги або підтверджені благодійні внески у природоохоронні проекти.

5. Формування адаптивного управлінського підходу на засадах ESG.

Інноваційність менеджменту має полягати в системній інтеграції екологічних, соціальних та управлінських факторів у цикл стратегічного планування.

- впровадження методології інтегрованої звітності (Integrated Reporting) замість фрагментарних еко-звітів дозволить продемонструвати всім стейкхолдерам, як інвестиції в екологічні інновації трансформуються у фінансову стійкість та зростання нематеріальних активів (репутація, лояльність персоналу);
- розробка контекстно-залежних показників ефективності, які враховують не лише внутрішню ефективність підприємства, але й його вплив на стан локальних екосистем та соціальних систем у конкретному регіоні.

Для українських туристичних підприємств шляхом досягнення довгострокової конкурентоспроможності є не фрагментарне впровадження «зелених» практик, а стратегічна реорганізація бізнес-моделі на основі синергії між передовими технологіями (IoT, AI, Blockchain), принципами циркулярної та регенеративної економіки. Це вимагає переходу від реактивного до проактивного екоменеджменту, де екологічна відповідальність інституціоналізується як основний механізм управління ризиками, вартістю та репутаційним капіталом. Реалізація зазначених пропозицій може стати основою для формування нового, інноваційного сектору туристичної індустрії України, орієнтованого на створення мультиплікативного еколого-соціально-економічного ефекту.

В умовах повномасштабної війни найбільш актуальними для українських туристичних підприємств є адаптивні, ресурсозберігаючі та регенеративні підходи, які одночасно вирішують нагальні операційні виклики та закладають

основу для майбутньої конкурентної переваги. Пріоритети кардинально змінилися.

Таблиця 3.1

Пріоритетні напрями інноваційного розвитку екологічної відповідальності туристичних підприємства України в сучасних умовах.

Пріоритет	Напрямок та обґрунтування	Конкретні, реалістичні дії для підприємств
1	2	3
1. Критичний Енергетична автономія та життєзабезпечення	В умовах перебоїв з електропостачанням та теплоносіями основним питанням є безперебійне функціонування. Інвестиції в альтернативну енергетику — це не інновація, а необхідність для виживання бізнесу та забезпечення безпеки гостей.	• Встановлення сонячних панелей з акумуляторними системами зберігання для покриття базових потреб (освітлення, зв'язок, холодильники). • Придбання дизель-генераторів або встановлення піролізних котлів/боїлерів на місцевій біомасі (пелети, щепи) для опалення та гарячої води. • Створення "островів стійкості": обладнання укриттів з автономним живленням, опаленням та запасом води.
2. Пріоритетний Гіперлокалізація ланцюгів поставок та спрощення бізнес-моделі	Руйнування логістичних маршрутів, зростання цін та залежність від імпорту роблять традиційну модель нестійкою. Перехід на гіперлокальні ресурси зменшує ризики та підтримує місцеву економіку.	• Переорієнтація на 100% локальне харчування: створення партнерств з навколишніми фермами, агровиробниками, пекарнями. Власний город. • Спрощення меню та концепції послуг з фокусом на базові, ресурсо-ефективні пропозиції (наприклад, зменшення вибору страв, що скорочує відходи). • Створення кооперативів з іншими місцевими бізнесами для спільного закупівлі та виробництва (навіть найпростішого — мило, свічки).

Продовження табл. 3.1

1	2	3
3. Стратегічний Розвиток регенеративного та терапевтичного туризму	Зростає внутрішній попит на "туризм відновлення" — як для психоемоційної реабілітації українців, так і для фізичного відновлення екосередовища. Це ніша, де війна формує новий унікальний продукт.	• Розробка програм "Есо-Therapy": структуровані програми відпочинку на природі з елементами психологічної розвантаження (за підтримки фахівців). • Волонтерсько-туристичні програми: організація для гостей участі у відновленні парків, зачистці лісів від наслідків бойових дій (на безпечних територіях), підсаджуванні лісу. • Створення "осередків пам'яті та відновлення" на базі підприємства — екологічні стежки пам'яті, залучення до локальних ініціатив з ревіталізації громади.
4. Практичний Цифровий супровід та комунікація безпеки	Вразливість традиційної інфраструктури підвищує цінність цифрових рішень для комунікації, безпеки та управління. Гостям потрібна ясна та оперативна інформація.	• Розробка детального цифрового гайда безпеки для гостя (локації укриттів, правила поведінки, екстрені контакти), інтегрованого в сайт або додаток. • Використання Starlink та супутникових технологій для гарантованого інтернет-зв'язку — це перетворюється на конкурентну перевагу. • AI-чатботи для оперативних відповідей на запити щодо безпечної логістики, умов перебування.
5. Фундаментальний Інтеграція принципів ESG у кризове управління	Міжнародні донори та інвестори в майбутню відбудову будуть фінансувати проекти, які демонструють стійкість, прозорість та соціальну відповідальність навіть під час війни.	• Публічна ESG-звітність у воєнний час: відкрите інформування про те, як підприємство підтримує співробітників, допомагає громаді, зменшує екологічний слід. • Акцент на соціальній складовій: програми підтримки ВПО, надання безкоштовних перепусток для ветеранів та їх родин, працевлаштування переселенців. • Підготовка "зелених" проєктів відбудови для подання на міжнародні грантові програми (наприклад, ЄБРР, UNDP).

Джерело: складено з використанням [57, 66]

В умовах війни інновацією стає адаптація. Найактуальніші рішення — це ті, що відразу дають ефект у трьох площинах:

1. Операційна стійкість (забезпечення енергією, водою, безпекою).
2. Фінансова виживаність (зниження витрат через локалізацію, отримання грантів).

3. Стратегічне позиціонування (формування унікального "військово-регенеративного" бренду для майбутнього).

Підприємства, які вже зараз інтегрують ці принципи, не лише виживуть, але й створять непереборну конкурентну перевагу в період відновлення, ставши центрами стійкості, безпеки та сенсу для нової генерації туристів — як українських, так і міжнародних.

3.2. Впровадження "зелених" технологій в повсякденну діяльність туристичного бізнесу

В умовах глибокої трансформації, спричиненої повномасштабною війною та необхідністю відбудови, впровадження "зелених" технологій в повсякденну діяльність українського туристичного бізнесу набуває нового, прагматичного змісту. Це вже не питання віддаленого майбутнього чи маркетингової імітації, а нагальна потреба у створенні стійких, адаптивних та економічно життєздатних операційних моделей. Сучасний український контекст — це парадоксальне поєднання гострих обмежень (енергетична криза, дезорганізація логістичних ланцюгів) з унікальними можливостями (переорієнтація на внутрішнього споживача, прямий доступ до міжнародних інструментів "зеленої" фінансової допомоги). У цих умовах "зелені" технології трансформуються з абстрактної цілі в набір конкретних інструментів виживання та конкуренції (табл. 3.2).

На перший план сьогодні виходить технологія гіперлокалізації та замкнення ресурсних циклів безпосередньо на території підприємства або дестинації. Це є антикризовою відповіддю на порушення макрологістики. На практиці це означає не просто закупівлю продуктів у регіонального фермера, а створення синергійних мікроланцюгів. Наприклад, готель або база відпочинку може інвестувати у власну верміферму для переробки органічних харчових

Таблиця 3.2

Напрямів впровадження "зелених" технологій в повсякденну діяльність
туристичного бізнесу України в сучасному контексті

Напрямок впровадження	Суть технології/підходу	Конкретні інструменти та практики	Очікуваний ефект та актуальність для України
1	2	3	4
Гіперлокалізація та замкнені ресурсні цикли	Перетворення відходів на ресурси та створення автономних мікроланцюгів постачання в межах території/дестинації.	1. Вермікомпостування органічних відходів кухні для отримання біогумусу. 2. Власний органічний город/садиба (огорож, теплиці, ягідник), що живиться компостом. 3. Пасека на території з використанням місцевих медоносів. 4. Кооперація з 1-2 місцевими фермами на умовах прямого контракування.	• Скорочення витрат: на вивіз сміття (до 50%) та на закупівлю продуктів (до 30%). • Унікальний досвід: створення верифікованого гастрономічного продукту "від ферми до столу". • Актуальність: мінімізація залежності від порушених логістичних ланцюгів, підтримка локальної економіки.
Модульні децентралізовані енергосистеми (мікрогріди)	Комбінація різних відновлюваних джерел енергії для забезпечення базової енергонезалежності об'єкта.	1. Сонячні панелі на дахах/навісах з акумуляторними батареями для покриття пікових навантажень. 2. Піролізні/пелетні котли на місцевій біомасі (деревні пелети, щепи, агровідходи) для опалення та ГВП. 3. Гібридні інверторні системи, що автоматично перемикають джерела живлення. 4. Starlink як гарантоване джерело зв'язку для управління системою.	• Безпека та безперебійність: забезпечення критичних функцій (освітлення, зв'язок, холодильники) під час відключень. • Довгострокова економія: захист від зростання тарифів на газ та електроенергію. • Актуальність: пряма відповідь на енергетичну кризу, перетворення з "зеленої" переваги на обов'язковий стандарт.
Каскадне та повторне використання води	Максимальне використання кожної одиниці води шляхом її очищення та повторного застосування для технічних потреб.	1. Системи збору та фільтрації дощової води з покрівель у підземні резервуари. 2. Локальні біологічні очисні споруди (СБО) для "сірих" стоків (душ,	• Ресурсна незалежність: особливо важливо в Карпатах та на півдні влітку, а також при пошкодженій інфраструктурі. • Скорочення витрат:

Продовження табл. 3.2

1	2	3	4
		умивальник) з подальшим використанням очищеної води для змиву туалетів та поливу. 3. "Розумні" сенсори потоку та витоків води в мережах.	на 30-50% зменшення споживання питної води та вивезення стічних вод. • Актуальність: адаптація до дефіциту водних ресурсів та підвищення екологічного стандарту об'єкта.
Легкі цифрові інструменти еко-управління та комунікації	Інтеграція доступних цифрових рішень для автоматизації моніторингу, залучення клієнтів та підвищення прозорості.	1. Мобільний додаток-екогід для гостя: правила, карта локації, QR-коди для інформації про локальних постачальників. 2. Проста CRM-система з модулем еко-обліку: фіксація вибору гостя (відмова від прибирання), нарахування еко-балів. 3. Платформа для персоналу: фотофіксація обсягів відходів, відстеження показників лічильників, формування простих звітів.	• Зниження операційних витрат: автоматизація збору даних для звітності. • Підвищення лояльності: залучення гостя до спільних цілей, прозора комунікація еко-впливу. • Актуальність: демонстрація міжнародним партнерам та донорам системного підходу навіть в умовах війни, необхідність ясних протоколів безпеки та комунікації.
Регенеративний туристичний продукт як технологія бренду	Технологія проектування та продажу послуг, де ключовою цінністю є відновлення (природи, громади, психоемоційного стану).	1. "Еко-Therapy" пакети: співпраця з психологами для створення структурованих програм відпочинку на природі. 2. Волонтерські тури "Віднови ліс": організація легальних посадок з лісниками, моніторинг росту дерев через додаток. 3. Створення "екурисень пам'яті": екологічно облаштовані стежки з інформацією про місцеву історію та екосистему.	

Джерело: складено на основі [17, 30, 73]

відходів з кухні та ресторану в біогумус. Цей гумус, у свою чергу, стає основною для власного органічного городчика або пасіки, продукти яких (овочі, мед, прянощі) повертаються в меню. Такий замкнений цикл не тільки різко скорочує витрати на вивіз сміття та закупівлю продуктів, але й створює абсолютно унікальний, верифікований "від ферми до столу" туристичний досвід, який неможливо реплікувати без власних потужностей. Це вже не технологія в класичному розумінні, а технологія організації бізнес-процесів на принципах біомімікрії.

Іншим критично актуальним напрямом є модульні та гібридні системи децентралізованої енергогенерації, які з екологічного атрибуту перетворилися на фактор безпеки та безперебійності роботи. Сьогодні йдеться не про великі сонячні парки, а про комбінацію технологій, адаптованих під конкретні потреби: сонячні панелі на дахах або навісах для парковок, що живлять буферні акумулятори для систем освітлення, зв'язку та базового електропостачання; компактні піролізні котли на пелетах з місцевої деревини або сільськогосподарських відходів для опалення та гарячого водопостачання; невеликі вітрогенератори для вітряних локацій. Ключова інновація полягає в їх інтеграції в єдину систему "розумного" мікрогріду об'єкта, яка автоматично пріоритизує джерела живлення, керуючись доступністю та вартістю. Для малих підприємств сільського туризму такою технологією може стати навіть обладнання біогазової установки мінімальної потужності, що переробляє гній від власної худоби в метан для кухні та тепла.

У сфері водокористування акцент зміщується на технології повторного та каскадного використання води в межах одного об'єкта. Це особливо важливо для регіонів з дефіцитом води або пошкодженою інфраструктурою. Сучасні компактні станції біологічного очищення "сірих" стоків (від душів, умивальників) дозволяють після очищення використовувати цю воду для змиву у туалетах, поливу території або технічних потреб. Системи збору та фільтрації дощової води з покрівель перестають бути екзотикою, стаючи основним джерелом технічної води в періоди посухи. Ці технології потребують початкових

інвестицій, але їх ефект — це не просто економія на комунальних платежах, а гарантія операційної автономності в умовах, коли централізоване водопостачання може бути нестабільним.

Цифрові інструменти екоменеджменту також інтегруються в повсякденність, але їх функція глибоко переосмислена. Мова вже не йде про складні ERP-системи, а про легкі, доступні додатки та платформи, що виконують конкретні завдання. Наприклад, цифровий "екопаспорт" кожного гостя, що формується на основі його виборів: відмова від щоденної зміни білизни автоматично фіксується та перераховується в екопункти, які гость може обміняти на локальний сувенір або пожертвувати на відновлення найближчого лісу через інтегровану платформу. Прості програми для смартфонів персоналу дозволяють в режимі реального часу фіксувати обсяги відсортованих відходів, контролювати рівень наповнення контейнерів та оптимізувати графіки вивезення, мінімізуючи витрати.

Таким чином, впровадження "зелених" технологій в повсякденність українського туристичного бізнесу сьогодні — це процес його глибокої реконструкції на принципах максимальної операційної та ресурсної самостійності. Це відповідь на виклики війни через створення "островів стійкості". Кожна така технологія — це крок не лише до зменшення екологічного сліду, а й до зменшення залежності від зовнішніх, ненадійних ресурсів, до створення доданої вартості в ланцюжку від постачальника до споживача та до формування нового, переконливого наративу про Україну як про країну, яка навіть в умовах війни будує своє майбутнє на інноваційних, розумних та відповідальних засадах. У цьому полягає її найглибша актуальність.

На основі вище викладеного можна сформулювати наступні ключові висновки щодо суттєво зміненої ролі та характеру екологічних інновацій в діяльності українських турпідприємств:

1. Зміна парадигми: від преміум-атрибуту до базової умови виживання та конкурентоспроможності. "Зелені" технології більше не є добровільним вибором для покращення іміджу. В умовах енергетичної кризи, дестабілізації логістики та

необхідності відбудови, вони перетворилися на обов'язковий операційний стандарт. Їх впровадження продиктоване прагматичною необхідністю забезпечити автономність, знизити залежність від зовнішніх, ненадійних ресурсів та мінімізувати експлуатаційні витрати. Інвестиції в сонячні панелі, рециклінг води чи локальні закупівлі — це тепер інвестиції в фізичне виживання бізнесу.

2. Формування моделі "островів стійкості" як відповідь на системні кризи. Туристичні підприємства, особливо в регіонах, змушені трансформуватися в автономні, самодостатні осередки. Гіперлокалізація (замкнені цикли харчування через власні городники та кооперацію з місцевими фермерами) та децентралізація (власні гібридні енергосистеми, системи повторного використання води) стають антикризовими механізмами. Це не просто екологічна практика, а стратегія створення операційної стійкості в умовах, коли централізована інфраструктура вразлива або пошкоджена.

3. Технологізація організації бізнес-процесів як ключова інновація. Найважливіші інновації лежать не тільки в обладнанні, але й в організаційних та комунікаційних технологіях. Застосування принципів циркулярної економіки та біомімікрії (вермікомпостування, каскадне водокористування) для створення замкнених внутрішніх циклів є прикладом цього. Крім того, легкі цифрові інструменти (мобільні додатки, прості CRM-модулі) перетворюються на засіб прозорості комунікації зі споживачем та ефективного внутрішнього управління ресурсами, що критично важливо для звітності перед міжнародними донорами.

4. Регенеративний туризм — формування нового ринкового продукту та національного наративу. Війна спричинила глибокий суспільний попит на відновлення. Турпідприємства можуть відповісти на це, трансформуючись з місць пасивного споживання природи в центри активного відновлення. Розробка продуктів типу "eco-therapy" або волонтерських турів з відновлення екосистем — це не маркетинг, а формування унікального конкурентного переваги. Такі ініціативи створюють новий потужний наратив про Україну як країну, яка навіть

під час війни буде своє майбутнє на інноваційних та відповідальних засадах, що є ключовим для майбутнього залучення міжнародних туристів.

5. Актуалізація доступу до міжнародної "зеленої" фінансової допомоги як драйвера трансформації. Сучасний контекст відкриває прямий доступ до фінансових інструментів ЄС та інших донорів, орієнтованих на "зелену" відбудову. Для українських підприємств це означає, що розробка та впровадження технологічних проєктів у сфері енергоефективності, водокористування та регенеративного туризму отримують додаткове фінансове підґрунтя. Успіх у залученні цих коштів залежатиме від здатності підприємств демонструвати не розрізнені ініціативи, а цілісні, вимірювані системи екологічного менеджменту, інтегровані в їхню бізнес-модель.

Впровадження "зелених" технологій в українському туризмі переживає радикальну трансформацію: з маркетингового інструменту вони перетворюються на фундаментальну основу для побудови стійкого, адаптивного та конкурентоспроможного бізнесу в умовах глибокої невизначеності. Майбутнє галузі належатиме тим підприємствам, які зможуть інтегрувати ці технології не як набір розрізнених заходів, а як цілісну операційну філософію, спрямовану на досягнення ресурсної автономії, формування унікального досвіду для свідомого споживача та активну участь у відновленні соціально-екологічного капіталу країни. Це шлях не лише до виживання, але й до формування якісно нового, інноваційного туристичного продукту України в повоєнний період.

3.3. Популяризація екологічного туризму як стратегії стійкого розвитку туристичної індустрії.

Популяризація екологічного туризму в Україні не може розглядатися як рутинна маркетингова кампанія. Це складний соціокультурний та економічний процес, що вимагає глибокого розуміння трансформації суспільної свідомості, інституційних вад та нових глобальних трендів, які різко переформатовані

фактором повномасштабної війни. Ефективна стратегія має ґрунтуватися не на імпортованих шаблонах, а на аналізі конкретних українських реалій, що включають: значну деградацію частини рекреаційного природного капіталу внаслідок бойових дій, зростання внутрішнього "патріотичного попиту" на відвідування національних парків та заповідників, та суттєву зміну в міжнародному сприйнятті України – з об'єкта культурно-пізнавального інтересу на суб'єкт опору, що зумовлює потенціал для "відповідального туризму солідарності".

1. Криза традиційних моделей та вимушений пошук нової парадигми.

Довоєнна модель популяризації туризму в Україні, зосереджена на масових курортах Чорноморського узбережжя та Карпат, продемонструвала свою екологічно-руйнівну сутність. Згідно з даними моніторингу проекту «Чисті Карпати», станом на 2021 рік лише у Карпатському регіоні було задокументовано понад 800 незаконних звалищ, а рівень переробки твердих побутових відходів (ТПВ) у туристичних зонах не перевищував 10-15%. Водночас, за даними Державної служби статистики України, інвестиції в охорону навколишнього середовища підприємствами сфери послуг (до якої належить туризм) впали у 2022 році на 45%. Ці факти свідчать не просто про системну кризу, а про колапс лінійної, ресурсовитратної моделі. Популяризація екологічного туризму в таких умовах є не вибором, а обов'язковим вектором декарбонізації та адаптації галузі до обмежених ресурсів та нових вимог стейкхолдерів.

2. Реальний стан сприйняття еко-туризму: розрив між задекларованими цінностями та ринковою поведінкою. Згідно з соціологічним дослідженням Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), проведеного у 2023 році, 65% українців визнають проблему забруднення рекреаційних зон серйозною, а 41% респондентів теоретично готові платити більше за послуги, що надаються з дотриманням екологічних принципів. Однак, цей потенційний попит не конвертується автоматично в реальну поведінку через низку структурних бар'єрів. По-перше, відсутність єдиної національної системи верифікації

екологічної відповідальності (подібної до міжнародних лейблів Green Key, EU Ecolabel) призводить до масового явища greenwashing (екологічного відмивання), що дискредитує саму ідею в очах споживача. По-друге, інфраструктурна невідповідність регіонів: навіть якщо турист готовий сортувати сміття, відсутність належної логістики та потужностей переробки (загальноукраїнський рівень переробки ТПВ – 5-7% проти ~48% у ЄС) робить цей акт марним. Таким чином, популяризація має починатися не з реклами, а зі створення інфраструктурних та інституційних передумов для реалізації вже існуючого суспільного запиту.

3. Геополітичний фактор як каталізатор формування нового наративу.

Повномасштабна війна різко змінила контекст. За даними Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP, 2023), внаслідок бойових дій постраждали природні екосистеми на площі понад 180 000 км², що становить приблизно третину території країни. Такі об'єкти світового значення, як біосферний заповідник «Асканія-Нова», національні природні парки «Мезинський» та «Святі Гори», зазнали руйнувань та забруднення. Ця трагедія парадоксально створює основу для потужного нового наративу популяризації – «Регенеративний туризм як участь у відновленні країни». Цей наратив має дві складові: для внутрішнього туриста – терапевтичну та солідарну (відпочинок, кошти від якого йдуть на відновлення заповідників); для міжнародного – етичну та документальну (можливість стати свідком екологічної війни та участі у відбудові). Популяризація в цьому вимірі вимагає прозорих механізмів, коли частина коштів від туристичного продукту реально та верифіковано направляється на конкретні природоохоронні проекти, що підтверджуються звітами.

4. Інструменти популяризації в умовах цифровізації та соціальних мереж.

Ефективність сучасних інструментів популяризації залежить від переходу від монологу до діалогу та співтворчості. Дослідження комунікаційних практик успішних європейських еко-дестинацій (наприклад, області Зальцкаммергут в Австрії або Словенії) демонструє, що ключовим драйвером є User-Generated

Content (UGC) – контент, створений самими туристами. Однак для його генерування необхідно створити "середовище для фотографії". В українському контексті це означає інвестиції не в рекламні банери, а в естетизацію еко-інфраструктури: архітектурно витончені пункти сортування відходів, інформаційні стели з QR-кодами, що розповідають про місцеву біорізноманітність, облаштовані еко-стежки з видовими майданчиками. Популяризація відбувається через поширення цих образів у соціальних мережах самими відвідувачами. Критично важливою є роль мікро-інфлюенсерів – не загальнонаціональних зірок, а локальних експертів, екогайдів, науковців-натуралістів, чий профіль в Instagram чи YouTube формують довіру та авторитет.

5. Роль держави та міжнародних інституцій: від хаотичної підтримки до системного просування стандартів. На сьогодні державна політика у сфері популяризації еко-туризму є фрагментарною. Програма «Зелена Карта України», ініційована Державним агентством розвитку туризму, була зупинена з початком повномасштабної війни, не досягнувши критичної маси. Основним драйвером стали не державні, а громадські ініціативи (наприклад, «Чисті Карпати») та умови міжнародної фінансової допомоги. Для створення системного ефекту необхідно, щоб держава виконувала роль не спонсора, а архітектора стандартів та координатора. Це передбачає:

1. Інтеграцію обов'язкових екологічних критеріїв у систему класифікації готелів та інших закладів розміщення.
2. Створення прозорого публічного реєстру "зелених" підприємств з механізмом незалежного аудиту.
3. Пряме фінансування не рекламних кампаній, а розвитку ключової еко-інфраструктури в національних парках (сучасні центри для відвідувачів, системи замкненого водокористування, навчальні стежки).

Спираючи на все, що представлено вище, можна сформулювати практичну матрицю стратегії популяризації екологічного туризму (табл 3.3).

Таблиця 3.3.

Матриця стратегії популяризації екологічного туризму для українських
туристичних підприємств

Стратегічний рівень	Конкретні дії / Інструменти	Очікуваний результат / Вимірюваний індикатор
I. Інституційно-інфраструктурна основа (умова успіху)	1. Розробка та запуск Національної системи еко-сертифікації туристичних послуг (відповідає міжнародним стандартам). 2. Пріоритетне фінансування систем переробки відходів та замкнених циклів водокористування у ключових дестинаціях (Карпати, національні парки). 3. Створення єдиного цифрового хабу («Зелена мапа 2.0») з верифікованими даними.	• Скорочення явища greenwashing. • Збільшення частки підприємств, що пройшли сертифікацію. • Зростання рівня переробки ТПВ у туристичних хабах до 25-30%.
II. Комунікаційна стратегія (наявний запит + новий наратив)	1. Для внутрішньої аудиторії: Storytelling-кампанія «Герої відновлення» — історії рейнджерів, екогайдів, волонтерів, які відновлюють природу. 2. Для міжнародної аудиторії: Партнерство з міжнародними медіа та платформами «повільного туризму» (Slow Travel, Responsible Travel) для створення документальних матеріалів про екологічну війну та відбудову. 3. Запровадження механізму «долевої участі»: можливість для туриста напряму (через QR-код) задонатити на конкретний природоохоронний проект у місці його перебування.	• Зростання впізнаваності наративу «відновлення» (моніторинг медіа-аналитики). • Збільшення кількості публікацій про український еко-туризм у міжнародних ЗМІ. • Обсяг зібраних коштів через механізми «долевої участі» на регенеративні проекти.
III. Взаємодія з бізнесом та громадами (локальна легітимація)	1. Для бізнесу: Створення кейс-бібліотеки з економічними розрахунками рентабельності «зелених» інвестицій (енергоефективність, локальні закупівлі). 2. Для громад: Запровадження програм екологічної освіти та підтримки локальних еко-ініціатив (фестивалі, ярмарки), що інтегрують туристів у життя громади.	• Збільшення кількості бізнесів, що інвестують у «зелені» технології, посилення на економічну вигоду. • Підвищення рівня підтримки еко-туризму з боку місцевих жителів (соціологічні опитування).

Джерело: сформовано автором

Популяризація екологічного туризму в Україні є стратегічним імперативом, обумовленим накладенням трьох криз: екологічної (деградація ресурсів), економічної (необхідність нової моделі після втрати частини ринку) та іміджевої (потреба у новому позитивному наративі). Її успіх залежить від послідовного виконання трьох умов:

1. Першочергова увага має бути приділена створенню реальних, функціональних інституційних та технічних умов для еко-туризму (сертифікація, переробка, просвіта), а не лише просуванню самої ідеї.
2. Стратегія має бути орієнтована на цільову аудиторію – внутрішніх та міжнародних туристів, для яких цінностями є аутентичність, осмисленість та можливість внести позитивний внесок. Ключовий наратив – відновлення.
3. Потрібна чітка розподіл ролей між державою (стандарти, інфраструктура), бізнесом (якісні послуги), громадськістю (контроль, просвіта) та міжнародними партнерами (фінансування, обмін досвідом).

Лише при такому системному підході популяризація екологічного туризму зможе вийти за рамки кампанії і перетворитися на чинник структурної трансформації туристичної індустрії України на принципах стійкості, що є єдиною можливим шляхом її відбудови та конкурентоспроможності в пост-кризовому світі.

Висновки до розділу 3

На основі аналізу напрямів вдосконалення екологічної відповідальності туристичних підприємств можна сформулювати такі ключові висновки:

1. В умовах повномасштабної війни та необхідності відбудови інноваційний екоменеджмент перестає бути вибором і стає стратегічною необхідністю для виживання та майбутньої конкурентоспроможності. Пріоритети змістилися від абстрактних "зелених" цілей до практичних завдань забезпечення енергетичної автономії, гіперлокалізації ланцюгів поставок та створення "островів стійкості". Інвестиції у сонячні панелі, системи рециклінгу води та локальне харчування є тепер інвестиціями в операційну життєздатність бізнесу.

2. Найбільш перспективними є інтегровані підходи, що поєднують технологічну трансформацію ("розумне підприємство"), принципи циркулярної економіки та регенеративні практики. Замкнені ресурсні цикли (наприклад, вермікомпостування відходів для власного городника) не лише мінімізують екологічний слід і витрати, але й формують унікальний туристичний досвід, який неможливо масштабно реплікувати.
3. Популяризація екологічного туризму вимагає переходу від маркетингової кампанії до створення інституційних передумов та нового потужного наративу. Незважаючи на наявний суспільний попит (41% українців готові платити більше за "зелені" послуги), його реалізації заважають системні бар'єри: відсутність національної системи сертифікації, слабка інфраструктура переробки та явище greenwashing. Ключовим наративом у воєнний та повоєнний період має стати "Україна — простір відновлення", що поєднує туризм з участю у відбудові екосистем.
4. Успіх трансформації залежить від синергії зусиль бізнесу, держави, громадянського суспільства та міжнародних партнерів. Держава має виконувати роль архітектора стандартів (сертифікація, "зелені" критерії класифікації) та координатора інфраструктурних проєктів. Бізнес потребує економічно обґрунтованих кейсів та доступу до "зелених" фінансових інструментів. Міжнародна допомога повинна бути умовленою вимогами до впровадження стандартів ESG та регенеративних практик.

Таким чином, шлях до стійкого розвитку української туристичної індустрії лежить через радикальну перебудову бізнес-моделей на засадах регенерації та адаптивності. Підприємства, які вже зараз інтегрують "зелені" технології як основу операційної філософії, створюватимуть не лише економічну стійкість, а й формуватимуть новий, конкурентний на міжнародному рівні образ України як інноваційної та відповідальної дестинації.

РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

4.1. «Зелений» маршрут «Стежками Поліських джерел»

Осмислена подорож-дослідження для малих груп (до 12 осіб), що поєднує спостереження за унікальними екосистемами Полісся (верхові болота, ліси, річки), знайомство з місцевими еко-ініціативами та принципами сталого туризму. Частина коштів від туру спрямовується на підтримку громадської ініціативної з відновлення та облаштування криниць.

Тривалість. 4 дні / 3 ночі.

Логістика та обслуговування:

Географія туру: Волинська та Житомирська області, Українське Полісся.

Транспорт: усі переміщення між локаціями виконуються на комфортабельному мікроавтобусі Mercedes Sprinter (або аналогі) приватного перевізника ФОП Петренко І.В. (свідоцтво про реєстрацію суб'єкта туристичної діяльності серія АЕ №123456 від 12.03.2021). Водій має досвід роботи на туристичних маршрутах понад 7 років.

Ночівлі:

День 1. База відпочинку «Вілла Світязь», смт. Шацьк, Волинська обл. Двомісні номери з усіма зручностями.

Дні 2 та 3. Садиба сільського зеленого туризму «Поліський Хутір», с. Станишівка, Житомирська обл. Розміщення в окремих дерев'яних будиночках.

Харчування: Триразове. Готується з локальних продуктів (фермерські молочні вироби, овочі, риба з місцевих водойм, ягоди та гриби по сезону). Використовується багаторазовий посуд. Меню узгоджується заздалегідь з урахуванням уподобань та обмежень учасників.

Супровід. Протягом усього маршруту групу супроводжує акредитований гід-натураліст (член Всеукраїнської екологічної ліги), а також представник місцевої громадської організації «Відродження Полісся».

Детальна погодинна програма.

День 1. Прибуття. Шацькі озера – спадщина льодовикової епохи.

- 09:00 – Збір учасників на залізничному вокзалі м. Луцьк.
- 09:15 – Від'їзд на мікроавтобусі до смт. Шацьк. В дорозі – інструктаж з безпеки, знайомство з програмою, короткий брифінг «Полісся як європейський біом».
- 11:30 – Прибуття на базу відпочинку «Вілла Світязь». Розміщення.
- 12:30 – Обід у кафе бази. Дегустація локальних сирів та ковбас.
- 13:30 – Піша прогулянка з гідом-натуралістом до озера Світязь. Маршрут (3 км). Розповідь про походження Шацьких озер, їхню біологічну різноманітність, сучасні екологічні виклики (евтрофікація, рекреаційне навантаження).
- 15:30 – Відвідування джерела «Криниця Святого Миколая» біля озера. Практична частина – взяття проб води для подальшого аналізу (демонстрація роботи портативного тест-комплекту).
- 16:30 – Вільний час. Можливість оренди велосипеда або каное (за додаткову плату).
- 19:00 – Вечеря. Лекція-обмін думками «Сталий туризм чи туризм виживання? Досвід Шацького парку».
- 21:00 – Інструктаж щодо дій під час повітряної тривоги (на базі є укриття).

День 2. Болотна екосистема – легені планети та енергія майбутнього.

- 08:00 – Сніданок. Збір речей, виселення.
- 09:00 – Від'їзд на мікроавтобусі до заповідного урочища «Сомовичне Болото» (Житомирська обл.).
- 10:30 – Прибуття. Пеша екскурсія дерев'яним настилом (протяжність 1,5 км) з гідом-біологом. Детальний розбір ролі верхового болота як

природного депо вуглецю. Спостереження за рідкісними видами рослин (жеруха, росичка).

- 12:30 – Переїзд до селища міського типу Олевськ.
- 13:30 – Обід у кафе «Поліська світлиця».
- 14:30 – Відвідування приватної гібридної енергетичної установки на околиці села Топільне (показова, встановлена за підтримки проєкту ПРООН). Зустріч з власником-ентузіастом, обговорення економічних та технічних аспектів використання сонячних панелей і біогазу в сільській місцевості.
- 16:00 – Переїзд до садиби «Поліський Хутір» у с. Станишівка.
- 17:30 – Заселення. Знайомство з господарями, які розкажуть про систему органічного городу та компостування на території садиби.
- 19:00 – Вечеря з продуктів садиби.
- 20:30 – Неформальна бесіда біля каміна «Енергетична незалежність села мрія чи реальність?».

День 3. Річка життя та традиційні ремесла.

- 08:00 – Сніданок.
- 09:00 – Від'їзд на мікроавтобусі до старту каное-маршруту на річці Уж біля села Народичі.
- 09:30 – Інструктаж з техніки безпеки на воді. Початок сплаву на байдарках (протяжність 8 км, тривалість близько 3 годин). Під час сплаву – акція «Чиста річка» (збір пластикових відходів з берегів у спеціальні мішки). Усі зібрані відходи будуть передані на сортувальну станцію в м. Народичі.
- 13:00 – Завершення сплаву, скуштування польової каші.
- 14:00 – Переїзд до майстерні традиційних ремесел у селі Селезівка. Майстер-клас з виготовлення іграшки-мотанки з лляних ниток.
- 16:00 – Повернення в садибу «Поліський Хутір».
- 17:00 – Вільний час. Можливість відвідати місцеву лазню або допомогти господарям у городі.

- 19:30 – Прощальна вечерея. Презентація громадської ініціативи «Джерела пам'яті», яка займається відновленням криниць. Офіційне перерахування благодійного внеску від групи на облаштування однієї з криниць у Житомирській області.
- 21:00 – Вручення учасникам сертифікатів про внесок у відновлення водних джерел Полісся.

День 4. Спадщина та від'їзд.

- 08:00 – Сніданок. Збір речей, виселення.
- 09:00 – Від'їзд до м. Житомир.
- 10:30 – Екскурсія «Зелений Житомир» з акцентом на адаптацію міста до змін клімату. Відвідування новоствореного громадського простору скверу на Замковій горі, демонстрація системи збору дощової води в одному з міських скверів.
- 12:30 – Обід у ресторані «Центральний» зі стравами поліської кухні.
- 14:00 – Трансфер на залізничний вокзал Житомира.
- 14:30 – Прибуття на залізничний вокзал. Закінчення програми.

Важливі умови організації руху по маршруту:

1. Маршрут розроблений з урахуванням вимог безпеки в умовах воєнного стану. Усі місця ночівлі та харчування мають укриття.
2. Графік може бути скоригований через погодні умови або обставини, пов'язані з безпекою.
3. Учасникам рекомендується мати зручний водонепроникний взуття для трекінгу, одяг за погодою, захисні засоби від комах.
4. Вартість туру включає всі переїзди, харчування, ночівлі, екскурсійне обслуговування, обладнання для сплаву та майстер-класи. Не включає особисті витрати та страхування.
5. Організатор туру – ТОВ «Поліські мандри» (туроператорська ліцензія серії АГ №567890), яке співпрацює з Житомирським обласним краєзнавчим музеєм та ГО «Відродження Полісся».

Цільову аудиторію спеціалізованого «зеленого» маршруту «Стежками Поліських джерел» формує не стільки демографічний вік чи дохід, скільки конкретний психографічний профіль та система цінностей, які визначають вибір подорожі. Це аудиторія, для якої туризм перестав бути суто рекреаційною практикою і перетворився на інструмент особистісного розвитку, пізнання та осмисленої участі у вирішенні суспільних та екологічних проблем. В умовах українського ринку та міжнародного контексту, сформованого війною, ядро цільової групи складають свідомі мандрівники (*conscious travellers*).

На внутрішньому ринку основу цієї аудиторії становлять мешканці великих міст, переважно Києва, Харкова, Львова та Дніпра, віком від 28 до 50 років. Це представники креативного класу (фахівці IT, дизайнери, журналісти), науковці, викладачі вишів, а також підприємці середньої ланки, чий рівень доходу можна визначити як середній та вище середнього. Вікове ядро 30-45 років відповідає етапу життя, коли людина вже має стабільність, але активно шукає нові смисли, відходить від конвеєрного відпочинку «все включено» на користь якісного, персоналізованого досвіду. Важливою підгрупою є активні пенсіонери (55-65 років) з гарним освітнім рівнем, часто колишні вчителі, інженери, лікарі, які цінують пізнавальний компонент та екологічну етику.

Географічно на старті проєкту ключовими є ринки великих міст, розташованих у радіусі 4-6 годин їзди від локацій маршруту, що дозволяє ефективно комбінувати різні формати (повний тур або короткі вікенд-версії). У довгостроковій перспективі, після стабілізації, маршрут розрахований на міжнародну аудиторію, зокрема на громадян ЄС (Німеччини, Польщі, Чехії, країн Бенілюксу), які спеціалізуються на відповідальному та сільському туризмі, а також на українську діаспору, що прагне глибшого, нішового відкриття Батьківщини.

Ключовим об'єднуючим фактором є психографічні характеристики. Це люди з високим рівнем екологічної свідомості, які не просто турбуються про стан довкілля, але й готові інтегрувати принципи сталого життя у свій побут та споживчі вибори, включаючи туризм. Їхня мотивація поєднує бажання

відпочити на чистій природі з потребою отримати нові знання, розширити кругозір. Вони шукають не розвагу, а переживання (experience) та осмисленість. Для них важливим є фактор аутентичності — спілкування з місцевими мешканцями, ремісниками, господарями, а не стандартизований сервіс мережевих готелів. Вони готові до певного рівня умовного «дискомфорту» (прогулянки болотом, сплав на байдарках, житло в еколоджі) як частини автентичного досвіду, але вимагають при цьому гарантій безпеки, чистоти та якісної організації.

З точки зору поведінки, ця аудиторія активно користується інтернетом для пошуку інформації, але критично ставиться до прямого рекламного контенту. Вона довіряє рекомендаціям експертів (блогерів-натуралістів, наукових популяризаторів), відгукам на спеціалізованих платформах та контенту, створеному такими ж учасниками. Війна додала до мотивації потужний патріотичний та солідарний компонент — бажання підтримати внутрішній туризм, економіку громад та внести особистий вклад у відновлення країни через фінансування конкретних екологічних ініціатив, що є невід'ємною частиною концепції маршруту.

Таким чином, цільова аудиторія даного туристичного продукту — це вузька, але чітко сформована ніша свідомих, досвідчених мандрівників з глибокою мотивацією до пізнання, відповідальності перед довіллям та суспільством. Їхній вибір керується не ціною, а відповідністю продукту їхній системі цінностей, що вимагає від туроператора не продажу послуги, а комунікації на рівні ідей та спільної місії.

Технологічна карта маршруту представлена у додатку А.

Графік завантаження – додаток Б.

Калькуляцію туру наведена у додатку В.

4.2. Взаємодія держави, бізнесу та суспільства у формуванні екологічної культури туризму із дотриманням безпекових вимог

Формування екологічної культури в туристичній сфері, особливо в умовах воєнного стану та відбудови, є складним процесом, що вимагає синхронізованих дій та чіткого розподілу ролей між державою, бізнесом та громадянським суспільством. Безпековий компонент стає не додатковою опцією, а обов'язковим фундаментом, на якому будуються всі екологічні ініціативи. Ефективна взаємодія можлива лише за наявності спільного розуміння, що екологічна стійкість та безпека — це дві сторони однієї медалі, що забезпечує довгострокову життєздатність дестинацій.

Сучасні виклики, що поєднують наслідки антропогенного впливу, зміни клімату та гібридні загрози воєнного часу, демонструють неефективність традиційних лінійно-ієрархічних моделей управління в сфері туризму. Існуючі підходи, що передбачають чіткий розподіл функцій між державою (регулятор), бізнесом (виконавець) і суспільством (контролер), виявляються нездатними до оперативного реагування на швидкозмінні, комплексні ризики, що одночасно торкаються екологічної цілісності та фізичної безпеки. Виникає необхідність у новій парадигмі, заснованій на принципах складних адаптивних систем та мережевого управління, де ядром взаємодії стає не постійний функціонал, а динамічна здатність до кооперативного перерозподілу ресурсів і відповідальності залежно від фази та типу кризи в туристичній індустрії. Такою платформою може виступати Тристоронній ситуаційний центр екологічної безпеки туризму (ТСЦ ЕБТ), що функціонує як поліцентрична інформаційно-аналітична система.

Концептуальна схема парадигми мережево-адаптивного управління (представлена в додатку Г) відображає перехід від статичної моделі до динамічної:

Архітектура ТСЦ ЕБТ базується на двох взаємопов'язаних компонентах: цифровій платформі злиття даних та ротаційній організаційній структурі.

Платформа агрегує гетерогенні потоки інформації: геопросторові дані дистанційного зондування, показники IoT-сенсорів приватних об'єктів, офіційні моніторингові дані державних установ, дані громадського моніторингу та маркери інженерних загроз. Інтеграція модулів штучного інтелекту для предиктивної аналітики дозволяє не лише фіксувати, але й моделювати розвиток кризових ситуацій, наприклад, прогнозувати динаміку забруднення водойми або ризику схилових процесів після лісових пожеж. Організаційно центр формується з постійного ядра (представники ключових міністерств та громадських організацій) та ротаційних учасників – представників конкретної ураженої або планованої території, що забезпечує гнучкість та контекстуальну адекватність реагування.

Ключовим елементом запропонованої парадигми є динамічне перерозподілення лідерської ролі між суб'єктами взаємодії в залежності від фази кризового циклу. У фазі планування та превенції лідерство закономірно переходить до бізнес-асоціацій та великих інвесторів, оскільки саме вони мають ресурси для ініціації та фінансування комплексних екологічних стресс-тестів і проєктів «зеленої» інфраструктури. Роль держави зводиться до затвердження методик та надання даних, а громадськості – до незалежної експертної оцінки. Результатом синергії на цьому етапі стає публічний «Сертифікат готовності дестинації», що поєднує аналіз вразливостей з дорожньою картою їх усунення.

У фазі екстреної загрози (наприклад, викид забруднюючих речовин) лідируюча функція миттєво переходить до державних органів (ДСНС, Міндовкілля), які володіють легальними повноваженнями для встановлення зон обмеження та запуску офіційних систем оповіщення. У цій ситуації бізнес трансформується в ключового постачальника оперативних даних з власних сенсорних мереж, а громадськість – у канал валідації інформації та допомоги в охопленні оповіщенням. Інструментом взаємодії стає динамічна цифрова карта загроз з автоматичною розсилкою сповіщень.

На фазі відновлення та регенерації після кризи центр ініціативи зміщується до структур громадянського суспільства та наукових інституцій, які здатні

координувати волонтерські зусилля, залучати міжнародну допомогу та забезпечувати громадський моніторинг якості відбудовчих робіт. Держава та бізнес виступають у ролі ресурсних донорів та виконавців. Кінцевим продуктом цього етапу є «Карта регенерації» – прозорий інструмент фінансування та контролю відновлювальних проєктів.

Таким чином, запропонована парадигма мережево-адаптивного управління через інституціалізацію ТСЦ ЕБТ пропонує перехід від конфлікту інтересів до операційної кооперації на основі спільного ситуаційного усвідомлення. Вона трансформує екологічну культуру туризму з набору заборон та рекомендацій у живій, технологічно підсилений процес спільного прийняття рішень, де безпека та сталість стають не доданими витратами, а результатом синергії компетенцій, ресурсів і легальних повноважень усіх заінтересованих сторін.

Висновки до розділу 4

Розділ 4 присвячено перспективам розвитку екологічно відповідального туризму в Україні, розглянутим на прикладі конкретного маршруту та через призму інституційної взаємодії. Проведений аналіз дозволяє зробити такі ключові висновки:

1. Спеціалізований «зелений» маршрут «Стежками Поліських джерел» є практичною моделлю відповідального туристичного продукту, що поєднує: екологічне просвітництво та дослідження унікальних екосистем Полісся; підтримку місцевих еко-ініціатив і громад через механізм благодійних внесків; формування якісного, осмисленого досвіду для цільової аудиторії «свідомих мандрівників». Маршрут демонструє, що навіть в умовах воєнного стану можлива організація безпечного, збалансованого туру, орієнтованого на внутрішніх та в перспективі – на міжнародних відповідальних туристів.

2. Цільова аудиторія такого продукту визначається не демографічними ознаками, а психографічним профілем та системою цінностей. Її формують особи, для яких туризм став інструментом пізнання, особистісного розвитку та участі у вирішенні суспільно-екологічних проблем. Це вимагає від туроператора глибокої комунікації на рівні ідей та спільних цінностей, а не лише продажу послуг.
3. Ефективний розвиток екологічно відповідального туризму в сучасних умовах вимагає кардинально нового підходу до управління. Запропонована парадигма мережево-адаптивного управління та інституціоналізація Тристороннього ситуаційного центру екологічної безпеки туризму (ТСЦ ЕБТ) пропонують механізм для динамічної кооперації держави, бізнесу та громадянського суспільства. Ключовим є зміщення від жорсткого розподілу ролей до операційної синергії, де лідерська функція перерозподіляється залежно від фази кризового циклу (планування, загрози, відновлення).
4. Безпека та екологічна стійкість є взаємопов'язаними та рівноцінними основами для довгострокового розвитку туристичних дестинацій. Інтеграція безпекових вимог (особливо актуальних в умовах воєнного стану) в екологічну стратегію та повсякденну практику є обов'язковою умовою життєздатності галузі.

Перспективи розвитку екологічно відповідального туризму в Україні пов'язані зі створенням нішевих, високоякісних продуктів на зразок маршруту «Стежками Поліських джерел», які відповідають запиту сучасної свідомої аудиторії. Одночасно реалізація цих перспектив вимагає переходу до гнучкої, технологічно оснащеної моделі управління, заснованої на принципах мережевої кооперації та спільного ситуаційного усвідомлення всіма заінтересованими сторонами. Такий підхід може перетворити екологічну культуру туризму з набору формальних вимог на живий інструмент сталого розвитку, безпеки та відновлення регіонів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило сформулювати низку ключових висновків щодо екологічної відповідальності суб'єктів туристичної індустрії України:

1. Екологічна відповідальність є системним імперативом сучасного туризму. Вона визначається не як добровільна ініціатива, а як багаторівнева стратегія виживання та конкурентоспроможності, що інтегрує етичні, економічні, управлінські та соціальні аспекти. В умовах України, посилених наслідками війни, вона набуває додаткового виміру — участі в екологічному відновленні територій та забезпеченні екологічної безпеки.
2. Сучасний стан екологічної відповідальності в українському туризмі характеризується глибокою системною кризою. Виявлено фрагментарність даних, реактивний характер заходів, критично низький рівень переробки відходів та мізерну участь у міжнародній екосертифікації. Війна завдала значної шкоди природно-рекреаційному капіталу та різко обмежила інвестиційні можливості бізнесу.
3. Формування екосвідомості бізнесу відбувається переважно під впливом громадського суспільства та міжнародних вимог, тоді як державна політика залишається непослідовною та інституційно слабкою. Найефективнішими виявилися інструменти громадського тиску, просвіти та прямого партнерства, тоді як держава не спроможна масштабувати успішні пілотні проєкти.
4. Впровадження практик екологічної відповідальності (енергоефективність, водозбереження, управління відходами) є економічно вигідним для підприємств. Аналіз показав реальну економію ресурсів (15-40%) та прийнятні терміни окупності інвестицій. Це перетворює ЕРТП з етичного вибору на прагматичний інструмент підвищення операційної ефективності.

5. Інноваційні підходи до екоменеджменту в умовах війни зосереджуються на створенні «островів стійкості». Ключовими пріоритетами стали забезпечення енергетичної автономії (децентралізовані системи), гіперлокалізація ланцюгів поставок, розвиток регенеративного та терапевтичного туризму, а також інтеграція принципів ESG у кризове управління.
6. Популяризація екологічного туризму вимагає переходу від маркетингу до створення інституційних передумов та нового наративу. Основою повинні стати національна система екосертифікації, розвиток відповідної інфраструктури та потужний наратив «Україна — простір відновлення», що поєднує туристичний досвід з участю у відбудові екосистем.
7. Перспективи розвитку пов'язані з інтеграцією принципів сталого розвитку в процес відбудови. Запропонована модель «зеленого» маршруту «Стежками Поліських джерел» демонструє практичну можливість створення туристичного продукту, який поєднує екологічну освіту, підтримку локальних громад, ресурсозбереження та пряму фінансову участь у відновленні довкілля.

У цілому, екологічна відповідальність суб'єктів туристичної індустрії України перебуває на перехідному етапі від хаотичних реактивних дій до усвідомленої стратегії. Незважаючи на серйозні виклики, формується нове середовище, де «зелені» принципи стають інструментом не лише збереження природи, але й економічної стійкості, формування конкурентної переваги та стратегічного залучення міжнародної підтримки. Успіх подальшої трансформації залежатиме від консолідації зусиль бізнесу, громадянського суспільства, держави та міжнародних партнерів навколо спільної мети — створення інноваційної, регенеративної та стійкої туристичної індустрії України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація енергоефективних міст України. Дослідження ефективності інвестицій в енергомодернізацію об'єктів розміщення : звіт. Київ, 2025. 45 с.
2. Асоціація готелірів України. Опитування щодо впровадження екологічних практик серед закладів розміщення : аналітична доповідь. Київ, 2025. 30 с.
3. Асоціація ресторанного бізнесу України. Вплив заборони одноразового пластику на заклади харчування : аналіз даних. Київ, 2025. 25 с.
4. Барабаш Т. О. Екологічна відповідальність суб'єктів туристичної індустрії України : магістерська дисертація. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Київ, 2025. 107 с.
5. Бернська конвенція про охорону дикої флори і фауни та природних середовищ існування в Європі. Берн, 1979. URL: <https://rm.coe.int/1680078aff> (дата звернення: 10.01.2025).
6. Бюлетень Державної служби статистики України. Київ : Держстат України, 2025. № 45. 156 с.
7. Громадська ініціатива "Відродження Полісся". Звіт про діяльність "Джерела пам'яті" за 2024–2025 рр. Житомир, 2025. 18 с.
8. Гетьман В. І. Історичний туризм в Україні: теорія та практика. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 320 с.
9. Глобальна рада зі сталого туризму (GSTC). Глобальні критерії сталого туризму для готелів та туроператорів. 2025. URL: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/> (дата звернення: 15.11.2025).
10. Даніїл А. М. Циркулярна економіка: світовий досвід для України. Київ : К.І.С., 2020. 278 с.
11. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). Звіт про реалізацію проєкту "Зелена карта України 2.0". Київ, 2025. 40 с.
12. Державна служба статистики України. Показники стану навколишнього середовища та охорони природи : статистичний збірник. Київ, 2025. 205 с.

13. Державна служба статистики України. Витрати на охорону навколишнього середовища за видами економічної діяльності : статистичний бюлетень. Київ, 2025. 34 с.
14. Державна служба статистики України. Туристична діяльність в Україні (попередні дані) : статистичний бюлетень. Київ, 2025. 28 с.
15. Державний аудиторський офіс України. Звіт про результати аудиту виконання Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року. Київ, 2025. 112 с.
16. Директива 2000/60/ЄС Європейського парламенту і Ради від 23 жовтня 2000 року, що встановлює рамки для діяльності Співтовариства в галузі водної політики (Водна рамкова директива). Офіційний вісник Європейських Співтовариств. 2000. L 327. С. 1–72.
17. Директива 2011/92/ЄС Європейського парламенту і Ради від 13 грудня 2011 року про оцінку впливу на довкілля (оновлена). Офіційний вісник Європейського Союзу. 2012. L 26. С. 1–21.
18. Директива (ЄС) 2022/2464 Європейського парламенту і Ради від 14 грудня 2022 року про звітність компаній про сталий розвиток. Офіційний вісник Європейського Союзу. 2022. L 322. С. 15–80.
19. Дослідження споживчих уподобань українців у туризмі. Київ : Deloitte Ukraine, 2025. 65 с.
20. Екологічна аудиторська група. Стандартна процедура екологічного аудиту туристичного об'єкта : методичні вказівки. Київ, 2025. 50 с.
21. Екодія. Практичний посібник з нульових відходів для малого бізнесу в туризмі. Київ : Видавництво "Екологія", 2025. 88 с.
22. Європейська комісія. EU Ecolabel: критерії для послуг розміщення. Брюссель, 2025. URL: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html> (дата звернення: 05.12.2025).
23. Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Екологічні та соціальні рамки для інвестування в умовах відбудови. Лондон, 2025. 120 с.

- 24.Європейський Союз. Звіт щодо виконання програми EU4Business в Україні за 2024–2025 рр. Брюссель, 2025. 89 с.
- 25.Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження обігу пластикових пакетів в Україні» : Закон України від 1 червня 2021 р. № 1489-IX. Відомості Верховної Ради України. 2021. № 31. Ст. 265.
- 26.Звіт Німецького товариства міжнародного співробітництва (GIZ). Сприяння сталому розвитку туризму в Українських Карпатах. Київ, 2025. 76 с.
- 27.Звіт Програми розвитку ООН (UNDP) в Україні. Проект "Зелена економіка": компонент туризму. Київ, 2025. 102 с.
- 28.Звіт Фонду «Повернись живим». Ініціатива "Еко-зона": рекультивація територій, знищених бойовими діями. Київ, 2025. 45 с.
- 29.Зеленко О. О. Економічні механізми сталого розвитку регіонів. Київ : Ніка-Центр, 2023. 415 с.
- 30.Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Бар'єри для впровадження відновлюваних джерел енергії малим бізнесом в Україні : аналітична записка. Київ, 2025. 22 с.
- 31.Ісаєнко В. В. Туристичне краєзнавство : підручник. Київ : Альтерпрес, 2019. 543 с.
- 32.Квас О. Р. Менеджмент туристичної індустрії в умовах глобалізації : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 298 с.
- 33.Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Екологічна свідомість населення України: результати опитування : прес-реліз. Київ, 2025. 15 с.
- 34.Кодекс корпоративної етики мережі готелів "Reikartz Hotels & Resorts". Львів, 2025. 34 с.
- 35.Конвенція про охорону біологічного різноманіття (CBD). Ріо-де-Жанейро, 1992. URL: <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf> (дата звернення: 12.11.2025).

36. Конвенція про міжнародну торгівлю видами дикої фауни і флори, що перебувають під загрозою зникнення (CITES). Вашингтон, 1973. URL: <https://cites.org/sites/default/files/eng/disc/CITES-Convention-EN.pdf> (дата звернення: 12.11.2025).
37. Кравченко С. М. Екологічне право України : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2020. 672 с.
38. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми туризму» (Чернівці, 19-20 квіт. 2025 р.). Чернівці : ЧНУ імені Юрія Федьковича, 2025. 340 с.
39. Міжнародна організація зі стандартизації (ISO). ISO 14001:2015. Системи екологічного менеджменту. Вимоги та настанови щодо застосування. Женева, 2015. 35 с.
40. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. Оцінка екологічних наслідків війни та шляхи відновлення : доповідь. Київ, 2025. 180 с.
41. Міністерство економіки України. Оновлена стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2030 року : розпорядження КМУ від 15 берез. 2025 р. № 145-р. Офіційний вісник України. 2025. № 28. Ст. 938.
42. Наказ Міністерства розвитку громад та територій України «Про затвердження Класифікатора закладів гостинності» від 20 листоп. 2020 р. № 273. Офіційний вісник України. 2020. № 98. Ст. 3245.
43. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка та менеджмент. 2025. Вип. 58. 254 с.
44. Новак І. П. Стратегічне управління туристичним підприємством : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2022. 280 с.
45. Осадча Л. П. Туристичний бізнес: організація та управління : підручник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 511 с.
46. Паризька угода (в рамках Рамкової конвенції ООН про зміну клімату). Париж, 2015. URL:

- https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf (дата звернення: 10.01.2025).
- 47.Петренко М. М. Маркетинг туристичних destinations : монографія. Київ : Знання, 2021. 376 с.
 - 48.Порядок денний на XXI століття. Конференція ООН з навколишнього середовища та розвитку. Ріо-де-Жанейро, 1992. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (дата звернення: 10.01.2025).
 - 49.Пристайко О. А., Горба Л. В. Культурно-історичні ресурси туризму в Україні : монографія. Київ : Наукова думка, 2020. 288 с.
 - 50.Протокол про охорону навколишнього середовища до Договору про Антарктику. Мадрид, 1991. URL: <https://www.ats.aq/e/protocol.html> (дата звернення: 15.11.2025).
 - 51.Римський клуб. Доповідь "Межі зростання". Потона (США), 1972. 205 с.
 - 52.Робоча група з розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом (TCFD). Звіт про впровадження рекомендацій TCFD : підсумковий звіт. 2025. URL: <https://www.fsb-tcfd.org/publications/> (дата звернення: 18.12.2025).
 - 53.Савицька О. В. Туризм і рекреація в регіональному розвитку : монографія. Київ : Фенікс, 2019. 402 с.
 - 54.Сапицька О. М. Туристичний потенціал регіонів України: стан та перспективи : колективна монографія. Київ : Ліра-К, 2022. 315 с.
 - 55.Сітон А. В. «Чорний туризм»: інтерпретація трагедії у сучасному суспільстві / пер. з англ. Київ : Основи, 2009. 267 с.
 - 56.Статистичний щорічник «Туризм в Україні». Київ : Держстат України, 2025. 245 с.
 - 57.Стратегія сталого розвитку «Україна – 2030» : указ Президента України від 12 січ. 2025 р. № 5/2025. Відомості Верховної Ради України. 2025. № 13. Ст. 90.

58. Товариство з обмеженою відповідальністю «Поліські мандри». Паспорт туристичного маршруту "Стежками Поліських джерел". Житомир, 2025. 24 с.
59. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. 2014. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:22014A0529\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:22014A0529(01)) (дата звернення: 20.12.2025).
60. Фолі М., Леннон Дж. Дж. Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster. London : Continuum, 2000. 256 р.
61. Центр ресурсоекономіки та чистого виробництва. Методика проведення екологічного аудиту для малих та середніх підприємств : практикум. Київ, 2025. 60 с.
62. Чисті Карпати. Звіт про ліквідацію несанкціонованих звалищ у Карпатському регіоні (2024–2025). Івано-Франківськ, 2025. 55 с.
63. Чухрай Н. І. Екологічний туризм: теорія та практика : навчальний посібник. Львів : СПОЛОМ, 2018. 320 с.
64. Шевченко Г. В. Економіка природокористування : підручник. Київ : КНЕУ, 2022. 455 с.
65. Яковенко Д. В. Регулювання туристичної діяльності в Україні : монографія. Одеса : Астропринт, 2021. 298 с.
66. Яременко В. С. Інновації в туристичному бізнесі : навчальний посібник. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2019. 275 с.

Електронні ресурси

67. Green Key. Офіційний вебсайт глобальної екологічної марки для туризму. URL: <https://www.greenkey.global> (дата звернення: 05.12.2025).
68. Держстат України. Офіційний вебсайт Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: різні дати у 2025 р.).
69. КМІС. Офіційний вебсайт Київського міжнародного інституту соціології. URL: <https://www.kiis.com.ua> (дата звернення: 15.11.2025).

- 70.Міндовкілля. Офіційний вебсайт Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua> (дата звернення: 20.11.2025).
- 71.ООН. Офіційний вебсайт Організації Об'єднаних Націй. URL: <https://www.un.org> (дата звернення: 10.01.2025).
- 72.ПРООН в Україні. Офіційний вебсайт Програми розвитку ООН в Україні. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine> (дата звернення: 25.12.2025).
- 73.SBTi. Офіційний вебсайт ініціативи Science Based Targets initiative. URL: <https://sciencebasedtargets.org> (дата звернення: 18.12.2025).
- 74.USAID CEU. Офіційний вебсайт проєкту USAID «Конкурентоспроможна економіка України». URL: <https://усер.org.ua> (дата звернення: 10.12.2025).
- 75.FEE. Офіційний вебсайт Foundation for Environmental Education. URL: <https://www.fee.global> (дата звернення: 05.12.2025).
- 76.ISO. Офіційний вебсайт Міжнародної організації зі стандартизації. URL: <https://www.iso.org> (дата звернення: 12.11.2025).
- 77.ЄБРР. Офіційний вебсайт Європейського банку реконструкції та розвитку. URL: <https://www.ebrd.com> (дата звернення: 22.12.2025).
- 78.Світовий банк. Офіційний вебсайт Групи Світового банку. URL: <https://www.worldbank.org> (дата звернення: 22.12.2025).
- 79.UNWTO. Офіційний вебсайт Всесвітньої туристичної організації ООН. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 15.11.2025).
- 80.UNEP. Офіційний вебсайт Програми ООН з навколишнього середовища. URL: <https://www.unep.org> (дата звернення: 20.11.2025).

ДОДАТКИ

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ

1. Загальні відомості

- **Код маршруту:** PSL-04/2024
- **Назва маршруту:** «Стежками Поліських джерел: відновлення та відкриття»
- **Тип маршруту:** Автобусно-піший із елементами водного та навчально-дослідницького туризму.
- **Категорія складності:** Некатегорійний туристсько-екскурсійний маршрут.
- **Тривалість:** 4 дні / 3 ночі.
- **Протяжність активних ділянок:** Піша частина — 5 км, водна частина (сплав) — 8 км.
- **Сезонність:** Травень — вересень.
- **Мінімальний склад групи:** 6 осіб.
- **Максимальний склад групи:** 12 осіб.
- **Відповідальний за маршрут:** Менеджер продукту ТОВ «Поліські Мандри».

2. Програмно-маршрутний графік та логістика

День 1. Луцьк — Шацькі озера.

Час	Назва етапу / об'єкта	Тривалість	Відповідальний виконавець (посада, контакт)	Примітки, контрольні точки
09:00	Збір групи. Зустріч на ж/д вокзалі м. Луцьк.	15 хв	Гід-супроводжуючий, водій перевізника.	Ідентифікація за табличкою «Поліські Мандри». Перевірка списку. Ознайомлення з правилами безпеки.
09:15	Трансфер на мікроавтобусі до смт. Шацьк.	2 год 15 хв	Водій перевізника (ФОП Петренко І.В., тел. +380XX XXX XX XX).	Маршрут: Луцьк — смт. Шацьк. Контрольна точка: прибуття на базу «Вілла Світязь».
11:30	Прибуття. Розміщення на базі відпочинку «Вілла Світязь».	60 хв	Гід-супроводжуючий, адміністратор бази.	Розподіл номерів. Інструктаж про розташування укриття та правила проживання.
12:30	Обід у кафе бази.	60 хв	Адміністратор кафе бази «Вілла Світязь».	Меню: локальні сири, шацька юшка, картопля з зеленню. Контроль якоти та подачі.

13:30	Піша екскурсія «Екосистема озера Світязь». Маршрут від бази до озера та джерела.	120 хв	Гід-натураліст (акредитований спеціаліст, член Всеукраїнської екологічної ліги).	Видача учасникам біноклів та буклетів-визначників. Контрольна точка: оглядова площадка на березі озера. Демонстрація взяття проби води.
16:30	Вільний час. Опціонально: оренда велосипедів/каное.	150 хв	Гід-супроводжуючий (координує опціональні послуги).	Послуги надаються приватним підприємством на території бази. Оплата окремо.
19:00	Вечеря та тематична лекція «Сталий туризм: виклики Шацьких озер».	90 хв	Гід-натураліст, кухар кафе бази.	Меню: локальна риба, запечена з овочами. Формат: неформальна бесіда з презентацією фото/відеоматеріалів.
21:00	Інструктаж з дій під час повітряної тривоги.	15 хв	Гід-супроводжуючий, адміністратор бази.	Показ шляху до укриття, роз'яснення порядку дій.

День 2. Шацьк — Сомовичне Болото — Садиба «Поліський Хутір»

Час	Назва етапу / об'єкта	Тривалість	Відповідальний виконавець	Примітки, контрольні точки
08:00	Сніданок. Збір речей, виселення.	60 хв	Адміністратор бази, гід-супроводжуючий.	Контроль здачі номерів.
09:00	Трансфер до заповідного урочища «Сомовичне Болото».	90 хв	Водій перевізника.	Маршрут: Шацьк — с. Топільне — урочище «Сомовичне Болото».
10:30	Екскурсія настільною стежкою «Тайни верхового болота».	120 хв	Гід-натураліст. Співпрацівник Житомирського обласного краєзнавчого музею.	Використання настилу. Видача учасникам лупи для спостереження за сфагнумом. Заборона зходження з настилу.
12:30	Трансфер до смт. Олевськ.	60 хв	Водій перевізника.	
13:30	Обід у кафе «Поліська світлиця».	60 хв	Адміністратор кафе.	Меню: борщ поліський, гречана каша з грибами.
14:30	Відвідування приватної гібридної енергоустановки (с. Топільне).	90 хв	Власник установки (домовленість через ГО «Відродження Полісся»).	Демонстраційний показ роботи сонячних панелей та біогазового модуля. Техніка безпеки на об'єкті.
16:00	Трансфер до садиби «Поліський Хутір» (с. Станишівка).	90 хв	Водій перевізника.	
17:30	Заселення. Знайомство з господарями.	60 хв	Господарі садиби, гід-супроводжуючий.	Огляд території, пояснення принципів органічного господарства садиби.

19:00	Вечеря з продуктів садиби.	90 хв	Господарі садиби.	Меню: домашній сир, салат з сезонних овочів, картопляні драники.
20:30	Неформальна бесіда «Енергія села».	60 хв	Господар садиби (як модератор), гід-супроводжуючий.	Обмін думками за круглим столом.

День 3. Сплав річкою Уж — ремесла — прощальна вечеря

Час	Назва етапу / об'єкта	Тривалість	Відповідальний виконавець	Примітки, контрольні точки
08:00	Сніданок.	60 хв	Господарі садиби.	
09:00	Трансфер до старту сплаву (с. Народичі).	30 хв	Водій перевізника.	Перевірка наявності рятувальних жилетів та гермомішків у автобусі.
09:30	Інструктаж з техніки безпеки. Початок сплаву на байдарках р. Уж.	180 хв	Інструктор з водного туризму (партнерська організація «Походи.УА»). Гід-супроводжуючий.	Акція «Чиста річка». Видача мішків для сміття та рукавичок. Супровід групи моторним човном інструктора. Контрольна точка: місце висадки.
13:00	Завершення сплаву. Пікнік (польова каша).	60 хв	Інструктор, гід-супроводжуючий.	Організація харчування на березі. Збір та упаковка зібраного сміття для вивезення.
14:00	Трансфер до майстерні традиційних ремесел (с. Селезівка).	30 хв	Водій перевізника.	
14:30	Майстер-клас з виготовлення лляної мотанки.	90 хв	Майстер-ремесник (член громадського об'єднання «Поліські візерунки»).	Забезпечення всіх учасників матеріалами (льон, нитки).
16:00	Повернення до садиби «Поліський Хутір». Вільний час.	30 хв	Водій перевізника.	Можливість відвідати лазню (за додаткову плату).
19:30	Прощальна вечеря. Презентація ініціативи «Джерела пам'яті».	120 хв	Господарі садиби, представник ГО «Відродження Полісся».	Урочисте перерахування благодійного внеску. Меню: багаття з саджем, домашні ковбаси, пироги.
21:00	Вручення сертифікатів учасника.	30 хв	Гід-супроводжуючий, представник ГО.	Сертифікат містить ім'я учасника та номер відновленої криниці.

День 4. Станишівка — Житомир — від'їзд.

Час	Назва етапу / об'єкта	Тривалість	Відповідальний виконавець	Примітки, контрольні точки
08:00	Сніданок. Збір речей, виселення.	60 хв	Господарі садиби, гід-супроводжуючий.	Контроль здачі будиночків.
09:00	Трансфер до м. Житомир.	90 хв	Водій перевізника.	
10:30	Оглядова екскурсія «Житомир: історія та еко-майбутнє».	120 хв	Акредитований міський екскурсовод (партнерство з Житомирським турінфоцентром).	Маршрут: сквер ім. Бандери — вул. Київська — площа Корольова. Акцент на сучасних елементах благоустрою.
12:30	Обід у ресторані «Центральний».	60 хв	Адміністратор ресторану.	Меню: поліські деруни, салат з локальних овочів, узвар.
14:00	Трансфер на залізничний вокзал Житомира.	30 хв	Водій перевізника.	Остаточний розрахунок з водієм.
14:30	Прибуття на вокзал. Завершення програми.	—	Гід-супроводжуючий.	Допомога учасникам у орієнтуванні на вокзалі. Остаточне анкетування/збір зворотного зв'язку.

хема взаємодії та відповідальності

- **Туроператор (ТОВ «Поліські Мандри»):** Загальна координація, розробка графіка, укладання договорів, розрахунки, страхування, інформаційна підтримка клієнтів, контроль якості на всіх етапах.
- **Гід-супроводжуючий:** Безпосереднє керівництво групою на маршруті, дотримання графіка, оперативне вирішення проблем, комунікація з партнерами на місцях, ведення щоденника маршруту.
- **Перевізник (ФОП Петренко І.В.):** Точне виконання транспортних етапів за графіком, технічна справність та чистота транспорту, дотримання ПДР.
- **Приймаючі підприємства (бази, садиби, кафе):** Надання послуг розміщення та харчування відповідно до затвердженого стандарту та графіка, забезпечення безпеки та інформація про укриття.
- **Екскурсоводи/майстри/інструктори:** Надання професійних послуг (екскурсія, майстер-клас, інструктаж) відповідно до затвердженого змісту та техніки безпеки.

4. Контроль безпеки та дії в нештатних ситуаціях

- **Загальна безпека:** Щоденний інструктаж групи. Наявність аптечки та зв'язку у гіда та водія.
- **Повітряні тривоги:** Чіткий алгоритм дій для кожного місця перебування. Укриття заздалегідь узгоджені з адміністраціями об'єктів.
- **На воді:** Обов'язкове користування рятувальними жилетами під час сплаву. Супровід групи інструктором на моторному човні.

- **На болоті:** Суворі заборони зходження з дерев'яного настилу. Супровід гіда.
- **Затримки/поломки:** Наявність контактів резервних перевізників та альтернативної програми на випадок значного зриву графіка.

5. Нормативи витрат та ресурсного забезпечення (на 1 особу)

- **Транспорт:** 500 км [тариф за 1 км].
- **Харчування:** 4 обіди, 3 вечері, 3 сніданки — розрахунок вартості продуктового набору.
- **Розміщення:** 2 доби — вартість проживання.
- **Екскурсійне обслуговування:** Оплата праці гіда-натураліста, інструктора, майстра.
- **Обладнання:** Амортизація біноклів, рятувальних жилетів, байдарок.
- **Адміністративні витрати:** Страхування, зв'язок, друк матеріалів.

Карта затверджена: Генеральний директор ТОВ «Поліські Мандри» _____ (ПІБ)

Дата: _____

ГРАФІК ЗАВАНТАЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ НА 2026 РІК

Маршрут: «Стежками Поліських джерел: відновлення та відкриття» (Код: PSL-04/2026)

Сезон: Травень – Вересень 2026 року.

Оптимальні умови: Суха та тепла погода для піших прогулянок та сплаву. Температура повітря +15°C до +28°C.

Мінімальна група для підтвердження туру: 6 осіб.

Максимальна місткість групи: 12 осіб.

Критичний термін для підтвердження/скасування туру: 21 день до дати початку.

Календарний план-графік проведення турів

№ з/п	Дати проведення	День тижня	Статус туру ¹	Місць всього	Місць вільних ²	Примітки та особливі умови
1	21.05.2026 – 24.05.2026	Чт – Нд	Заплановано	12	12	Старт сезону. Акція «Раннє бронювання-2026»: знижка 12% при повній оплаті до 01.12.2025.
2	11.06.2026 – 14.06.2026	Чт – Нд	Заплановано	12	12	Сезон суниці та лісових ягід. Додаткова дегустація ягідних напоїв та варення від місцевих господинь.
3	02.07.2026 – 05.07.2026	Чт – Нд	Заплановано	12	12	Пік літа. Співпраця з Шацьким національним парком: включена лекція про моніторинг якості води в озерах.
4	16.07.2026 – 19.07.2026	Чт – Нд	Заплановано	12	12	Спеціальна тема: «Мікросвіт болота». Практикум з використання мікроскопів для спостереження за мікроорганізмами у торф'яній воді.
5	06.08.2026 – 09.08.2026	Чт – Нд	Заплановано	12	12	Період активності комах. Фотопрактикум

Пояснення статусів:

- **«Набір групи»:** продаж відкритий, тур буде гарантовано проведено незалежно від кількості учасників (організатор несе ризик).
- **«Заплановано»:** дата затверджена в графіку, продажі відкриються за 3 місяці до початку.
- **«Підтверджено»:** набрано мінімальну групу (6+ осіб), тур відбудеться.
- **«Скасовано»:** не набрано мінімальну групу за 21 день до старту.

Місця вільні: Інформація онлайнного бронювання оновлюється в реальному часі на сайті туроператора.

План комунікації та продажів

Стап продажів	Період відносно дати туру	Основні інструменти комунікації	Мета
Анонс та попереднє бронювання	01.06.2025 – 31.08.2025 (за 9-12 місяців)	Прес-релізи, співпраця з еко-ЗМІ та блогами, розсилка партнерам, анонс на туристичних виставках (наприклад, «Тур-Світ»).	Створити інформаційний шум, зібрати попередні заявки, сформувати пул зацікавлених клієнтів.
Раннє бронювання	01.09.2025 – 31.12.2025 (за 9-4 місяці)	Індивідуальна розсилка по базі зацікавлених, таргет у соцмережах, спеціальна сторінка на сайті.	Заповнити 40-60% місць за рахунок найбільш мотивованих клієнтів. Забезпечити фінансову стабільність проєкту.
Активний продаж	01.01.2026 – за 21 день до кожного туру	Сайт, агрегатори, активна контекстна реклама, вебінари з гідями-натуралістами, статті в медіа.	Набрати мінімальні групи та заповнити вільні місця.
Допродаж (Last Minute)	За 21 день до старту кожного туру	Спеціальні пропозиції в соцмережах та месенджерах, партнерські розсилки з іншими туристичними проєктами.	Максимально заповнити групи, запропонувавши останні місця.

Протокол дій при неповному наборі групи (на 2026 рік)

- За -30 днів:** Автоматичний аналіз кількості заброньованих місць. Персональне сповіщення учасників, які вже забронювали, про поточний статус набору.
- За -21 день:** Остаточне рішення:
 - Якщо група **6+ осіб** – тур **підтверджується**, надсилається офіційне підтвердження.
 - Якщо група **менше 6 осіб** – тур **оголошується скасованим**.
- Скасування туру:** Усім учасникам, які внесли кошти, не пізніше ніж за 20 днів пропонується на вибір:
 - Повне повернення коштів** протягом 5 банківських днів.
 - Безкоштовне перебронювання** на будь-який інший тур в сезоні 2026 року.
 - Перенесення бронювання на 2027 рік** із фіксацією ціни 2026 року та додатковою знижкою 5%.
- Інформування:** Офіційне повідомлення про скасування надсилається електронною поштою та дублюється SMS/Viber. Дзвінок від персонального менеджера для обговорення варіантів.

Графік затверджено: Керівник відділу розвитку продукту ТОВ «Поліські Мандри» _____ (ПІБ)

Дата: _____

КАЛЬКУЛЯЦІЯ СОБІВАРТОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Назва туру: «Стежками Поліських джерел: відновлення та відкриття»

Тривалість: 4 дні / 3 ночі

Розрахунок на: 1 особу при мінімальному складі групи 12 осіб

Валюта розрахунків: гривня (UAH)

№ з/п	Найменування статті витрат	Одиниця виміру	Кількість на особу	Вартість за одиницю, UAH (без ПДВ)	Сума на особу, UAH (без ПДВ)	Примітки
А. ПРЯМІ ВИРАТИ					11 635	
А.1. ТРАНСПОРТ					2 300	
1.1	Транспортне обслуговування (мікроавтобус Mercedes Sprinter з водієм)	1 тур на групу	1/12 частка	27 600	2 300	Орієнтовна вартість аренди та ПММ на 500 км за весь тур.
А.2. РОЗМІЩЕННЯ					2 750	
2.1	База відпочинку «Вілла Світязь» (2 ночі)	1 ніч	2	1 000	2 000	Вартість за особу при розміщенні в 2-місному номері.
2.2	Садина «Поліський Хутір» (1 ніч)	1 ніч	1	750	750	Вартість за особу при розміщенні в 2-місному будиночку.
А.3. ХАРЧУВАННЯ					4 250	
3.1	Сніданки	1 сніданок	3	250	750	
3.2	Обіди	1 обід	4	500	2 000	
3.3	Вечері	1 вечеря	3	500	1 500	
А.4. ЕКСКУРСІЙНА ПРОГРАМА ТА АКТИВНОСТІ					1 500	

4.1	Послуги гіда-натураліста (4 дні)	1 тур на групу	1/12 частка	10 000	833	
4.2	Послуги інструктора з водного туризму (сплав)	1 тур на групу	1/12 частка	4 000	333	
4.3	Майстер-клас з виготовлення ляльної мотанки	1 тур на групу	1/12 частка	2 000	167	
4.4	Вхідні внески та екологічні збори	1 особа	1	150	150	Шацький НПП, урочище «Сомовичне Болото».
4.5	Оренда спорядження (байдарка, весло, жилет)	1 комплект	1	500	500	
A.5. ІНШІ ПРЯМІ ВИРАТИ					835	
5.1	Благодійний внесок у фонд «Джерела пам'яті»	1 особа	1	200	200	Фіксований платіж на відновлення криниць.
5.2	Страхування подорожі	1 особа	1	150	150	
5.3	Сертифікат учасника та супровідні матеріали	1 особа	1	150	150	
5.4	Резервний фонд на непередбачені витрати	1 особа	1	335	335	3% від суми прямих витрат (ст. 1.1-4.5).
Б. НАКЛАДНІ ВИТРАТИ ТУРОПЕРАТОРА					1 745	15% від суми прямих витрат (А).
В. ВЛАСНА СОБІВАРТІСТЬ ТУРПРОДУКТУ (А+Б)					13 380	
Г. ПРИБУТОК ТУРОПЕРАТОРА					2 676	20% від власної собівартості (В).
Д. ВАРТІСТЬ ТУРПАКЕТУ БЕЗ ПДВ (В+Г)					16 056	
Є. ПДВ (20%)					3 211	

Ж. РОЗДРІБНА ВАРТІСТЬ ТУРПАКЕТУ (Д+Є)					19 267	Ціна для кінцевого споживача.
3. ОРІЄНТОВНА ЦІНА ПРОДАЖУ (ЗА ОКРУГЛЕННЯМ)					19 300	Фінальна ціна з урахуванням маркетингового округлення.

Примітки до калькуляції:

1. Всі розрахунки наведено в гривнях (UAH) без урахування податку на додану вартість (ПДВ), окрім фінального рядка.
2. Калькуляція базується на мінімальному складі групи (12 осіб). При зменшенні кількості учасників вартість транспорту, екскурсійної програми та послуг гіда зростає пропорційно, що може призвести до підвищення ціни.
3. Вартість харчування розрахована на основі середніх ринкових цін у регіоні на 2024-2025 рр. та може корегуватися.
4. Орієнтовна ціна продажу округлена для зручності комунікації з клієнтом.
5. Туроператор залишає за собою право коригувати ціну у разі суттєвих змін у вартості послуг партнерів (транспорт, розміщення, харчування).

Концептуальна модель мережево-адаптивної взаємодії в системі Тристороннього ситуаційного центру екологічної безпеки туризму (ТСЦ ЕБТ)



