

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
У ПЕРІОД КРИЗОВОГО СТАНУ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

Колективна монографія

За загальною редакцією д-ра екон. наук, професора Л. М. Чепурди

Черкаси 2023

УДК 338.48:338.124.4](02)
Т87

*Затверджено вченою радою
Черкаського державного
технологічного університету,
протокол № 12 від 11 травня 2023 р.*

Рецензенти:

*Матвійчук Л. Ю., доктор економічних наук, професор;
Транченко Л. В., доктор економічних наук, професор*

Т87 **Туристичний** та готельно-ресторанний бізнес у період кризового стану: проблеми розвитку та регулювання : колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Чепурди Л. М.; М-во освіти і науки України ; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2023. – 306 с.

Розглянуто актуальні питання розвитку та регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу у період кризового стану. Проаналізовано проблеми і сучасні стратегії розвитку внутрішнього та міжнародного туризму в умовах кризи, окреслено перспективні напрями діяльності індустрії туризму. Охарактеризовано стратегічні засади функціонування харчової промисловості та ресторанного господарства в руслі сталого розвитку у період кризи та повоєнного відновлення національної економіки, а також новітні дослідження інноваційних продуктів галузі.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 338.48:338.124.4](02)

Current issues of development and regulation of the tourist and hotel-restaurant business in the period of crisis are considered. The problems and modern strategies of domestic and international tourism development in the conditions of the crisis are analyzed, and the promising directions of the tourism industry are outlined. The strategic principles of the functioning of the food industry and restaurant industry in the direction of sustainable development in the period of crisis and post-war recovery of the national economy, as well as the latest research on innovative products of the industry, are characterized.

For scientists, students, post-graduate students and experts in the field.

CHERKASY STATE TECHNOLOGICAL UNIVERSITY

**TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT
BUSINESS IN THE PERIOD OF CRISIS:
PROBLEMS OF DEVELOPMENT
AND REGULATION**

Multi-authored monograph
(in Ukrainian and English)

*Under the general editorship of Doctor of Economic Sciences,
Professor L. M. Chepurda*

Cherkasy – 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	6
Розділ 1	
СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ КРИЗИ.....	7
1.1 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗИ (Чепурда Л. М., Чепурда Г. М., Беляєва С. С.)	8
1.2 СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТСТВ: ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ, ДІЛОВОДСТВО, ЕЛЕКТРОННІ ДОКУМЕНТИ ТА ДОДАТКИ (Бєлікова М. В.)	30
1.3 СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПРОДУКТУ І МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ НА РИНКУ УКРАЇНИ (Гладкий О. В.)	47
1.4 СУЧАСНІ ЕКОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ (Мареха І. С.).....	61
Розділ 2	
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В КРИЗОВИЙ ПЕРІОД.....	89
2.1 АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО КОНФЛІКТУ (Тимчук С. В.)	90
2.2 ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ СФЕРИ ТУРИЗМУ) (Чепурда Л. М., Беляєва С. С., Герман І. В.)	112
2.3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПАТРІОТИЧНОГО ТА ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ В УМОВАХ КРИЗИ (Чепурда Г. М., Старинець О. А., Шестель О. Г., Данилюк А. М.).....	149
2.4 НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРИРОДНИЙ ПАРК «ХОЛОДНИЙ ЯР» – ПРИРОДНИЙ, ІСТОРИЧНИЙ І ТУРИСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН (Чорний М. Г.)	173
2.5 ГЕОПРОСТОРОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ «ГОРБОГОРИ» (ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСТЬ) (Мальська М. П., Зінько Ю. В., Андрейчук Ю. М., Іваник М. Б.).....	201

Розділ 3

СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ПЕРІОД КРИЗИ.....225

3.1 ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА

ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПОРОШКІВ З БАКЛАЖАНІВ

(Дзюндзя О. В., Стригунівська О. В.).....226

3.2 ПІДВИЩЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ ПРОДУКЦІЇ

РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ЗА РАХУНОК ДОБАВОК РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ

(Івашина Л. Л., Куракін О. Б., Бишовець Л. Г.)249

3.3 TECHNOLOGICAL ASPECTS

AND EQUIPMENT FOR PRODUCTION

OF FLOUR CONFECTIONERIES OF FUNCTIONAL PURPOSE

(Artem Antonenko, Tetiana Brovenko, Nataliia Kovalenko,

Galina Tolok, Myroslav Kryvoruchko, Julia Zemlina,

Olena Vasilenko, Artem Gorkun)271

6. Добуш Ю. Я. Оцінювання рівня освоєння природно-ресурсного потенціалу бальнеологічних курортів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 326–337.
7. Заячківська Г. А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. *Інноваційна економіка*. 2015. № 1. С. 153–157.
8. Інформація щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів (2016–2018 pp.). URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=a1f25ec4-d349-45e5-8dc0-b1805e7e41bc&title=DovidkaZaRezultatamiOpratsiuvanniaStatistichnihZvitivTuroperatorivZa2018-Rik&isSpecial=true>
9. Кіндрацька Г. Стратегічний менеджмент. Київ: Знання, 2006. 366 с.
10. Левицька І. В. Аналіз просторової диференціації туристсько-рекреаційного потенціалу інфраструктури туризму у Вінницькій області. *Вісник ЖДТУ*. 2013. № 4. С. 187–198.
11. Левицька І. В. Система стратегічного управління розвитком туризму у Вінницькій області в контексті реалізації кластерного підходу. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2721>
12. Лютак О. М., Романчук Д. Л. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластера. *Економічні науки: облік і фінанси*. 2017. Вип. 10 (2). С. 141–150.
13. Монастирський В. Державне регулювання туристичної діяльності в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2017. Вип. 43, ч. 2. С. 249–254.
14. Основні напрями розвитку курортної справи в сучасних умовах: матеріали III з'їзду фізіотерапевтів, курортологів та медичних реабілітологів, (м. Ялта, АР Крим, 30 верес.–3 жовт. 2008 р.). Київ: Купріянова, 2008. 324 с.
15. Очеретін Д. В. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні. URL: http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/PSPE/2012_2/Ocheretin_212.htm
16. Принципи проектування і формування туристичного продукту, як основного продукту туроператорської діяльності. URL: <http://um.com.ua/9/9-2/9-27071.html>
17. Руденко В. П. Сучасні проблеми еколого-економічної оцінки природно-ресурсного потенціалу України. *Геоінформатика: наук. зб. / Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича*. 2018. № 4. С. 39–42.

1.4 СУЧАСНІ ЕКОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ

**Мареха І. С., кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка**

Індустрія туризму поступово відновлюється після світової кризи, викликаною пандемією. Країни починають скорочувати карантинні обмеження і ревіталізувати туристичний бізнес. Проте й надалі гострою залишається проблема негативного впливу туризму на навколишнє середовище та його ресурсовиснажливий характер. Результатом спроби Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) нівелювати даний вплив стала поява концепції сталого туризму та орієнтація даної галузі на відповідність довгостроковим Цілям сталого розвитку (ЦСР-2030). Першочерговим

завдання сталого туризму, згідно з підходом ЮНВТО [37], виступає саме раціональне використання природних туристичних ресурсів, а це, у свою чергу, вказує на пріоритетність та релевантність екологічної складової на шляху досягнення сталого розвитку.

Специфічною рисою туризму як виду економічної діяльності є надання споживчих послуг, пов'язаних з використанням природних компонентів навколишнього середовища. У зв'язку з цим можна стверджувати, що туризм за своєю сутністю є природозалежним (nature-based) [41], оскільки естетичні та рекреаційні функції природи виступають драйверами здійснення туристичних подорожей до природних атракцій. Природоресурсна залежність туристичної галузі актуалізує необхідність турботливого ставлення до довкілля у процесі споживання турпослуг, що в сучасних умовах набуває статусу раціонального природокористування з орієнтацією на реалізацію стратегії сталого розвитку. Особливої значущості набуває дана проблема в країнах європейського регіону, де питання охорони довкілля піднімаються на державному рівні та включаються у стратегічний порядок денний. Європейські країни демонструють ефективність природоохоронних рішень в різних галузях економіки, а тому їхній досвід раціонального природокористування, включаючи й сталий туризм, вартий наслідування.

Питання сталого розвитку вітчизняного та зарубіжного туризму активно вивчаються такими українськими вченими, як Лебедєв І. [10], Мелько Л. [11], Заваріка Г., Зеленко О. [7], Осітнянко Д., Примах Т. [12] та ін. Екологічні виміри та проблеми туристичного бізнесу намагаються розв'язати такі науковці, як Брич В., Галич Н. [4], Коробейникова Я. [8], Пригара О. [15] та інші. Актуальні питання розвитку європейського ринку туристичних послуг піднімаються у роботах Поворознюк І. [14], Пестушка В. [13], Джинджояна В., Шарутенко К. [6] та ін. Акцент на екологічну компоненту в тріалектичній концепції сталого розвитку роблять такі вчені, як Безсонов Є., Андрєєв В. [3], Корольова А., Іванченко В. [9], Варламова С., Варламова І. [5] та ін. Відзначаючи вагомий доробок даних авторів, зазначимо, що спроби дослідження екологічних аспектів розвитку туристичного ринку в європейському регіоні перебувають на периферії вітчизняного наукового пошуку.

Більшість досліджень, пов'язаних із екологічними аспектами сталого розвитку туризму, носять суто проблемно-оглядовий характер. Відсутня чітка класифікація та диференціація форм прояву екологічного чинника у сталому туризмі. Майже загальнопоширеним є помилкове ототожнення природного, зеленого та еко-туризму, а подекуди й їхня помилкова інтерпретація, що призводить до необґрунтованих узагальнень та висновків. Дане дослідження має на меті усунення вище вказаних недоліків, спираючись на власний доробок автора в галузі екологічної складової сталого туризму [49, 50]. У світовій практиці [38] зустрічаємо сегментацію ринку сталого туризму за видами (внутрішній та міжнародний), каналами бронювання турів (бронювання по телефону, онлайн замовлення, очне бронювання) та

географією поширення (Європа, Північна Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Південна Америка, Близький Схід та Африка). Втім даний підхід потребує доповнення екологічними сегментами та конкретизації по відношенню до провідного ринку сталого туризму, яким виступає Європа.

Спираючись на методологію сталого розвитку, яка передбачає покомпонентний аналіз стійкості систем, пропонуємо визначити профіль сталого туризму на основі його триопорної структури (таблиця 1.4.1).

Таблиця 1.4.1 – Триопорна структура сталого туризму

Компоненти сталого туризму		
Соціальна	Екологічна	Економічна
Соціальна відповідальність	Охорона довкілля	Економічна ефективність
* інструмент реалізації права на відпочинок; * задоволення потреб людини у подорожах, підтримці здоров'я та відновленні сил (реабілітація, рекреація); * доступність туризму для осіб з особливими потребами; * інтеграція у культурний простір країни-перебування; * соціалізація та комунікація	* раціональне використання, охорона та відтворення природних ресурсів; * мінімізація шкоди навколишньому природному середовищу та зниження антропогенного тиску на довкілля; * дотримання норм екологічної культури у процесі взаємодії з навколишнім середовищем; * виховання екологічної свідомості та відповідальності у туристів	* створення нових робочих місць внаслідок високої працездатності галузі; * рентабельні інвестиції; * мультиплікативний ефект від інвестицій для національної економіки; * створення додаткового споживчого попиту; * розвиток суміжних галузей; * додаткові можливості для розвитку малого бізнесу всередині країни та невеликих за розмірами держав

Джерело: складено автором

Розглянемо статистичний профіль сталого туризму за результатами опитування Booking.com, використовуючи наступні параметри [39].

1. Сестейневі (sustainable) туристи: 87 % опитуваних туристів бажають зробити свій відпочинок більш сталим, 39 %-ам подорожуючих фактично вдається це зробити, 43 %-ам опитуваних вдається це робити дуже рідко.

2. Мотивація сестейневих подорожей: 40 % туристів бажають допомогти знизити негативний вплив на довкілля, 34 % опитуваних подорожують відповідально з метою отримання відповідного досвіду у місці призначення, 33 % подорожуючих бажають почуватися комфортно у обраному ними помешканні.

60 % туристів надихаються на сестейневі подорожі під час відвідування природних пам'яток, 54 % обирають відповідальний туризм через видимий негативний вплив традиційного туризму на дестинації, 32 %

опитуваних не можуть впоратися з почуттям провини, розуміючи, що їх відпочинок може завдати шкоди довкіллю, 47 % респондентів надихаються позитивним впливом сталого туризму на місцеві громади.

3. Перешкоди та бар'єри сталого туризму: 42 % опитуваних не можуть дозволити витратити додаткові кошти на екологію, 32 % туристів вказали на брак інформації та обізнаності, 22 % назвали брак часу на організацію сестейневих подорожей, 22 % респондентів зазначають обмежену кількість сестейневих дестинацій, 20 % подорожуючих назвали невідповідність сестейневого відпочинку тим високим стандартам обслуговування, до яких вони звикли.

4. Способи сестейневого відпочинку: 53 % радять купувати місцеві товари, 52 % підтримують ідею користування громадським транспортом, 41 % туристів віддають перевагу харчуватися в ресторанах, які продають місцеву їжу, 40 % пропонують відвідувати малопопулярні місця, 30 % туристів радять обирати екологічно сертифіковане житло та відмовлятися від традиційних готелів.

Ємність ринку сталого туризму у 2019 році становила 181,1 млрд дол., а прогнозоване значення у 2027 році складе 338 млрд дол. [31], середньорічний темп зростання становитиме 9,5 %. Європа демонструватиме найвищий серед інших регіонів темп зростання у розмірі 37,8 % за аналізований період [38]. Ключовими драйверами розвитку сталого туризму стане перехід великих туристичних компаній на практику впровадження сталих технологій та зростаюча екологічна самосвідомість туристів.

Після пандемії відновлення попиту на ринку сталого туризму в Європі почало спостерігатися наприкінці 2021 року. За оцінками експертного агентства з досліджень ринків Technavio [38], європейський регіон до 2027 року завоює 38 % світового ринку сталого туризму. Франція, Німеччина та Великобританія покриють 50 % даного ринку.

Сучасними аналогами сталого туризму виступають такі поняття, як «альтернативний» (таблиця 1.4.2) та «м'який» туризм (таблиця 1.4.3).

Таблиця 1.4.2 – Альтернативний туризм vs традиційний туризм

Ознаки для порівняння	Традиційний туризм	Альтернативний туризм
1	2	3
Тип туриста	Пасивний, статичний, не залучений, екологічно не свідомий	Активний, динамічний, залучений, екологічно та культурно свідомий
Мотивація туриста	Пляжний відпочинок, гірськолижні курорти, бюджетні тури	Занурення у місцевий колорит, гастрономічні тури, контакти з навколишнім природним середовищем, пошук ідентичності
Канали розподілу	Організовується туроператорами через однорівневі або багаторівневі канали	Самодіяльний, індивідуальний, канал нульового рівня

Продовження таблиці 1.4.2

1	2	3
Мета реклами	Популяризація туристичних дестинацій та туристичного потенціалу території	Агітація отримання незабутнього позитивного досвіду та рекреація
Поведінка туриста	Спостереження без залучення та взаємодії	Залучення та активна участь у діяльності місцевого населення
Характер відвідування	Сезонний, значний тиск на довкілля через піковий сезон відпусток	Ексклюзивний та конфіденційний, протягом року, без надмірного навантаження на довкілля
Послуги розміщення	Великі готелі, апартаменти, резиденції, що відповідають стандартам туристичного обслуговування	Альтернативні варіанти (котеджі, еко-будинки, кемпінги)
Програма перебування	Відвідування відомих локацій, нічних барів, групові тематичні та оглядові екскурсії, пляжний відпочинок за чітко окресленою програмою	Спостереження за флорою та фауною, походи, рафтинг, відвідування місцевих заходів, музеїв, заповідників, спонтанний характер перебування
Інвестиції	Великі капіталовкладення в інфраструктуру та обладнання	Необхідні для облаштування території та створення комфортних умов
Вплив на довкілля	Неконтрольована експлуатація природних ресурсів, забруднення, руйнування екосистем	Збереження несучої здатності території, використання природних ресурсів в межах норми
Розвиток	Експансивний, екстенсивний, ресурсовиснажливий, овертуризм	Сталий розвиток, дружній до довкілля туризм

Джерело: складено автором [24, с. 14]

Формами альтернативного туризму виступають наступні (рисунк 1.4.1).

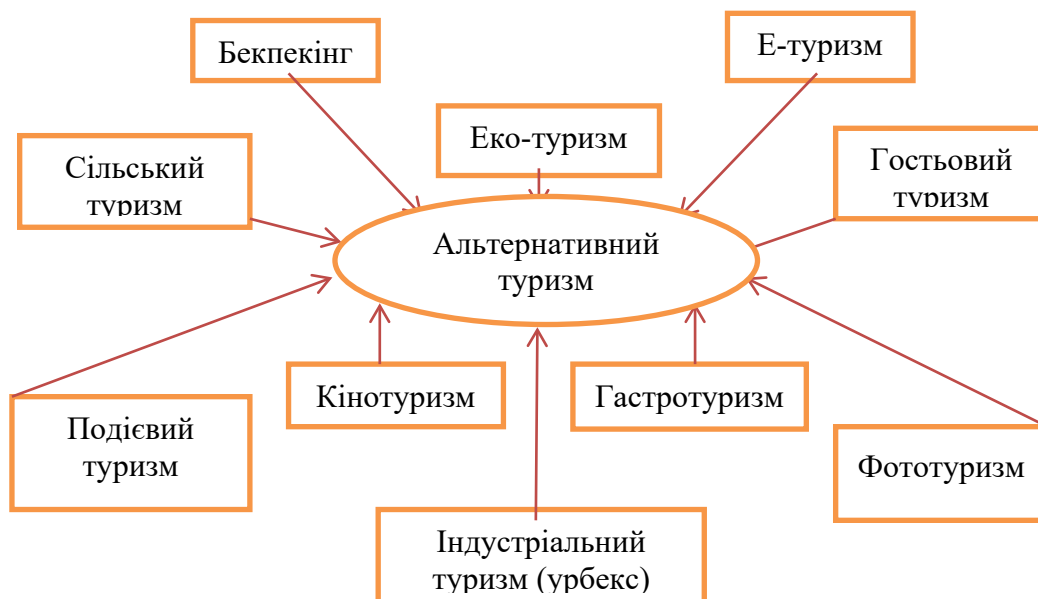


Рисунок 1.4.1 – Альтернативні види туризму

Джерело: складено автором за [17]

Слід відзначити, що перелік альтернативних видів туризму постійно розширюється внаслідок виникнення нових потреб та запитів у відпочинку.

Таблиця 1.4.3 – М'який туризм vs жорсткий туризм

Жорсткий туризм	М'який туризм
Масовий характер	Індивідуальні та сімейні тури, поїздки в колі друзів за інтересами
Короткострокові поїздки	Довготривалі поїздки
Швидкісні транспортні засоби пересування	Повільне та помірне пересування транспортними засобами
Заздалегідь продумана та узгоджена програма	Спонтанний характер рішень
Зовнішня мотивація	Внутрішні стимули
Копіювання та імпорт стилю життя країни-перебування	Занурення у колорит місцевої культури
Відвідування атракцій	Полювання за враженнями
Прагнення комфорту та пасивність	Прагнення різноманіття та активність
Невисокий попередній пізнавальний інтерес до країни-перебування	Вивчення заздалегідь культури країни-перебування
Турист не вивчає і не прагне опанувати мову країни	Мова вивчається заздалегідь
Турист – це господар, якого треба обслужити на високому рівні	Турист поринає у нову культуру, вимоги до обслуговування невисокі
Активний шопінг	Покупки – це пам'ятні сувеніри для друзів
На згадку про поїздку залишаються лише сувеніри	Після поїздки залишаються приємні емоції, спогади та досвід

Джерело: складено автором за [1]

Існує наступна **світова практика організації сталого туризму** [23]:

1. Проживання в екологічно чистих помешканнях. Такий вид розміщення зменшує негативний вплив туризму на навколишнє середовище. Від виробництва відновлюваної енергії до біоархітектури, екологічне житло має на меті збереження довкілля. Проживання в екологічно чистих туристичних помешканнях також підтримує місцеву економіку. Фактично, більшість екологічно чистих готелів пропонують екологічно чисту їжу. Критеріями екологічної стійкості туристичних об'єктів виступають: 100 % використання відновлюваних джерел енергії; органічна або місцева їжа; можливість безавтомобільного доступу; екологічно чисті засоби прибирання; 80 % переробка відходів; еко-будинки; енергозберігаючі лампи; отримання гарячої води за допомогою сонячних панелей; редуктори витрати води; використання дощової води.

2. Оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища. Оптимальне використання екологічних ресурсів зберігає природну спадщину та біорізноманіття. Основна проблема полягає в тому, що споживання ресурсів навколишнього середовища перевищує їх здатність до регенерації, що спричиняє зміну клімату та втрату біорізноманіття. У зв'язку з цим екологічний слід є показником, здатним виміряти вплив на навколишнє середовище, спричинений надмірним використанням природних ресурсів.

3. Користування громадським транспортом. Громадський транспорт зменшує забруднення повітря та не створює затори на дорогах. Завдяки користуванню громадським транспортом кількість автомобілів на дорогах зменшується, а в атмосферу викидається менше вуглекислого газу.

4. Повага до культури місцевих громад. Контакти з місцевими жителями є однією з найбільш корисних речей сталого туризму та збереження традицій, що передаються через покоління. Важливо поважати традиції, оскільки вони формують ідентичність місцевої громади та створюють почуття єдності серед людей.

5. Купівля продукції у місцевих товаровиробників. Це сприяє зміцненню місцевої економіки. Вирощування продукції в місцевих умовах не передбачає транспортування, потребує менше пакувального матеріалу та створює робочі місця для місцевої робочої сили.

6. Повільне подорожування. Повільні подорожі мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище та економлять бюджет. Наприклад, користування потягом замість літака зменшує екологічний вплив і є дешевшим варіантом. До того ж, повільна подорож дозволяє насолоджуватися краєвидами в дорозі.

Спираючись на попередній аналіз, обґрунтуємо ***способи урахування екологічного чинника в концепціях сталого туризму:***

1. Природоресурсна концепція. В залежності від типу природних ресурсів, задіяваних у задоволенні туристичних потреб подорожуючих, можна виокремити наступні види *природного* туризму: рівнинний; гірський; річковий; морський; підводний; спелеотуризм; повітряний (балунінг, парашутинг, скайдайвінг); фауністичний; іхтіофауністичний; флористичний; садовий; «зоряний» туризм тощо.

2. Агроцентрична концепція. Природоресурсна залежність сільського господарства дозволяє виокремити його у якості самостійного виду туризму з наступними сучасними різновидами: власне сільський туризм; агрорекреаційний; фермерський; джайло-туризм; сільський фототуризм тощо.

3. Природоохоронна концепція. Акцент на необхідності зниження негативного антропогенного тиску на навколишнє природне середовище обумовлює виокремлення наступних видів *екотуризму* [2]: науково-просвітницький (відвідування конференцій за екологічною тематикою, екологічна освіта, екологічні екскурсії); активний (хайкінг, велопрогулянки, альпінізм); етнекологічний (знайомство з етносами та їх самотутньою

культурою); подорожі до природних резерватів (національних парків, заповідників) тощо.

4. Природоефективна концепція. Упровадження екоконструктивних природоперетворювальних технологій у практику економічної діяльності суб'єктів туристичної та гостинної індустрії дозволяє окреслити наступні види *зеленого* туризму: туризм, що розвивається на основі ресурсоощадних технологій; туризм, інфраструктура якого функціонує на основі альтернативних джерел енергії (напр., проєкт Hotel Energy Solutions); туризм, що просувається на основі зеленого піару (грінвошинг); електронний туризм тощо.

5. Природостабілізуюча концепція. Уразливість туристичного сектору до кліматичних умов спричиняє необхідність адаптації даної галузі до глобальної зміни клімату та появи *кліматично-розумного* (*climate-smart tourism*), або кліматично-нейтрального туризму.

У науковій літературі зустрічаємо наступні термінологічні аналоги екологічного туризму: екопозитивний (*nature-positive*), ековідповідальний, екосвідомий, екоорієнтований, етичний, «зелений», сільський зелений, екологічно-зрівноважений, екологічно-дружній, туризм на природоохоронних територіях, екоосвітній (*edu-tourism*) туризм тощо. Пропонуємо усунути недолік ототожнення та синонімічного використання вищеперерахованих термінів з екологічним туризмом та ввести більш коректне поняття «еколого-релевантний туризм» й розкрити його зміст.

Еко-релевантний туризм – це такий спосіб використання природних компонентів довкілля в процесі організації туру, за якого забезпечується ціннісне ставлення до природних ресурсів та екосистемних послуг усіх учасників туристичних відносин на рівні природопізнання, природоосвоєння та природокористування. Сегменти еко-релевантного туризму зображено на рисунку 1.4.2.

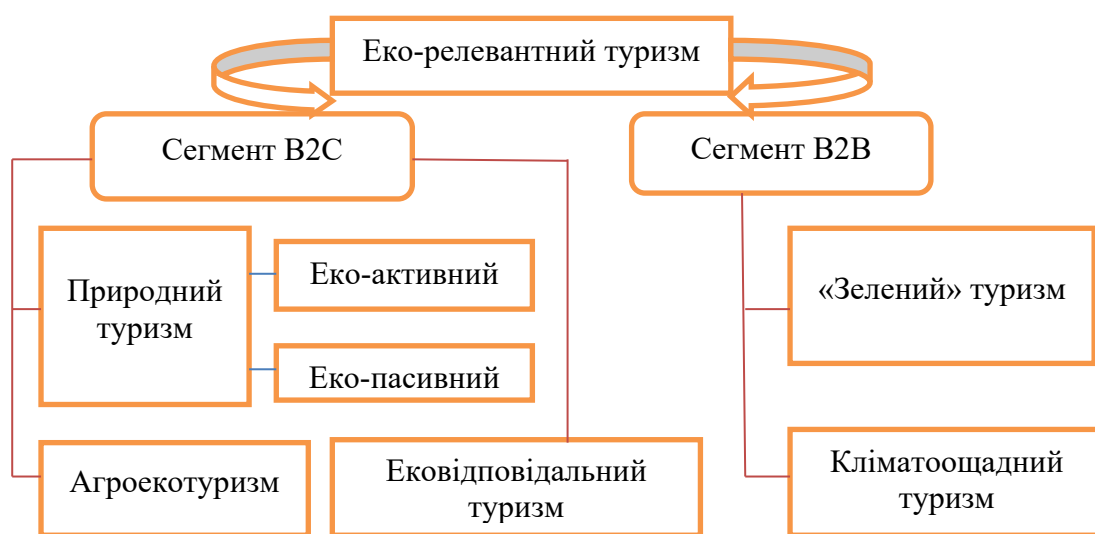


Рисунок 1.4.2 – Сегменти еко-релевантного туризму
Джерело: запропоновано автором

Сегмент В2С включає туристів з високою екологічною самосвідомістю та відповідальністю. Туристичні еко-подорожі плануються з урахуванням екологічних запитів та потреб клієнтів в екологічно чистому та безпечному середовищі. Ключова характеристика сегменту – проєкологічна поведінка туристів на усіх стадіях життєвого циклу туристичних подорожей. Цей сегмент формує попит на екологічні тури.

Сегмент В2В включає представників туристичного бізнесу, зокрема закладів розміщення та транспортних фірм, які впроваджують ресурсозберігаючі технології у практику обслуговування туристів, керуючись міжнародними екологічними стандартами та позиціонуючи свій бізнес як більш екологічний та «зелений». Цей сегмент формує пропозицію екологічно безпечних подорожей та забезпечує туристів екологічно-орієнтованими технологічними рішеннями.

Еко-релевантний туризм спирається на три основні постулати:

1. *Грунтується на використанні природних туристичних ресурсів.* Туристичні ресурси природного походження виступають своєрідними атракторами та драйверами формування й розвитку туристичних центрів. Перші туристичні центри виникали завдяки сприятливому та комфортному клімату, потужному природно-рекреаційному потенціалу, чудесам природи і т.п. З часом туристичні центри перетворилися на середовище розваг та осередки пропонування позитивних емоцій, проте природний чинник нівелювати не потрібно, оскільки краса і чудеса природи завжди будуть залучати та милувати туристів. До топ-10 найвідоміших сучасних природних атракцій з wow-ефектом можемо віднести наступні [18]:

1. Природний гейзер Флай, США.
2. Біолюмінісцентний фітопланктон, Мальдіви.
3. Кольорові скелі, Китай.
4. Тунель кохання, Україна.
5. Квітник Кекенхоф, Нідерланди.
6. Бамбуковий ліс, Японія.
7. Мармурові печери, Чилі.
8. Червоний ліс, Іспанія.
9. Скляний пляж, Каліфорнія.
10. Червоні терасові поля, Китай.

Традиційно туристичні ресурси природного походження класифікують наступним чином [16]:

- ландшафтні;
- флоро-фауністичні;
- клімато-терапевтичні;
- водні;
- бальнеологічні;
- лісові;
- орографічні.

Найбільше значення для розвитку індустрії туризму мають природні ресурси першого порядку: клімато-терапевтичні, водні, бальнеологічні

та ландшафтні. Саме наявність цих ресурсів у країні визначає масовий характер туризму, який у більшості випадків пов'язується з вичерпанням несучої здатності (carrying capacity) території. Тому природний туризм (nature-based) не завжди рівноцінний еко-туризму, хоча й має відношення до екологічних компонентів туристичної інфраструктури та екосистемних послуг. Екологічний туризм починається з відповідальності туристів за наслідки туристичної діяльності.

2. Фокусується на екологічній свідомості та відповідальності, що, по суті, і становить фундамент еколого-релевантного туризму. Еко-відповідальний туризм є найширшою категорією і трактується багатозначно. Етична поведінка туристів та наявність у них аксіологічної орієнтації полегшує завдання збереження природних ресурсів у місці відпочинку та рекреації. Турбота про навколишнє середовище та необхідність збереження природних ресурсів стають визначальними чинниками при організації та плануванні економічної діяльності. Не виключенням стає і сектор туризму, де питанням забезпечення високої якості довілля приділяється достатньо уваги. Екологічний туризм став невід'ємною складовою сталого розвитку території на різних ієрархічних рівнях управління. Різноманіття проявів та форм, а також суб'єктів екологічно орієнтованої туристичної діяльності обумовлює необхідність розгляду підходів до її класифікації.

Категорії екологічного туризму подано у таблиці 1.4.4.

Таблиця 1.4.4 – Категорії екотуризму

Жорсткий туризм (активний, глибинний)	М'який туризм (пасивний, поверховий)
Висока етика екологічних відносин	Поміркована етика екологічних відносин
Підсилює сталий розвиток	Не впливає на покращення параметрів сталого розвитку
Спеціалізовані подорожі	Багатоцільові мандрівки
Тривалі подорожі	Короткотермінові подорожі
Невеликі групи туристів	Більші групи туристів
Фізична активність	Фізична пасивність
Фізичні виклики	Фізичний комфорт
Відсутність клієнтського сервісу	Очікування на обслуговування
Акцент на особистому досвіді	Акцент на інтерпретації
Самодіяльні тури	Організований туризм

Джерело: [46]

У літературі екологічний туризм часто прямолінійно пов'язують із туризмом на природоохоронних територіях, відомим під назвою «туризм у дикій природі». У зв'язку з цим актуалізується наступна класифікація. Так, виокремлюють наступні архетипи туристів у дикій природі (wildlife tourists) [30].

1. Експерти з дикої природи (wildlife experts) відвідують, як правило, природоохоронні та заповідні території з метою спостереження за мешканцями у їхньому природному середовищі існування. Такі туристи здійснюють переважно декілька туристичних походів на дику природу та володіють спеціальним для цього обладнанням. Експерти з дикої природи серйозно цікавляться збереженням певних видів тварин (наприклад, білих ведмедів) і підтриманням біорізноманіття, а також мають глибинні знання про пам'ятки дикої природи. Будучи вмотивовані бажанням вивчати та відчувати природу, а також зберігати цінності дикої природи шляхом про-екологічної поведінки, такі туристи менш уразливі до впливу негативних наслідків погодних умов та інших обмежень. Вони зазвичай не вимагають зовнішньої координації, інфраструктури чи засобів інтерпретації.

2. Туристи-ентузіасти (wildlife enthusiasts) зазвичай відвідують національний парк або заповідну територію, часто в середніх за розміром і великих групах, щоб спостерігати за дикою природою. Любителі дикої природи мають необхідне обладнання, наприклад фото- або відео-камеру. Вони можуть бути зацікавлені або не зацікавлені у збереженні певних рідкісних видів або підтримці біорізноманіття. Вони заздалегідь не цікавляться інформацією про місце відвідування. Нарешті, ентузіасти дикої природи потребують певного комфорту та інфраструктури, і, швидше за все, відмовляться від туру через погані погодні умови та обмежені можливості спостереження.

3. Туристи-універсали (generalist wildlife tourists). Для цих мандрівників природне середовище – це, по суті, зручне місце для відпочинку та рекреаційної діяльності. Екскурсія для «диких» туристів широкого профілю, як правило, швидка, багатоцільова, безпечна та полягає в організації пасивної групової прогулянки, тому не дивно, що на цих мандрівників зазвичай більш негативно впливають погані погодні умови та обмежені можливості спостереження. Мотивація пізнати природу низька, як і рівень про-екологічної поведінки.

У роботі [36] пропонується класифікувати суб'єктів еко-туризму наступним чином:

1. Фокус-група: наукові дослідники або учасники турів, спеціально розроблених для навчання, відновлення навколишнього середовища або подібних цілей.

2. Послідовники: люди, які їздять спеціально для того, щоб побачити заповідні території та бажають вивчити місцеву природу та культурну історію.

3. Мейнстрім: люди, які відвідують захоплюючі дестинації з метою організувати незвичайний, екстремальний тур.

4. Повсякденні туристи: люди випадково долучаються до природи, наприклад, подорожуючи під час відпустки.

Як показує проведений класифікаційний аналіз, явище екологічного туризму є багатостороннім та багаторівневим. У вітчизняній літературі туризм у дикій природі та його систематизація є малодослідженими.

Окремого аналізу потребує аксіологічний аналог екотуризму – етичний туризм, який розглядає екологічні цінності та екологічні потреби як пріоритети туристичних подорожей.

Етичний туризм покликаний послідовно змінити концепцію 3 S (Sun, Sea, Sand) на підхід 3 T (Travelling, Trekking and Trucking) [47]. Етичний туризм – це різновид відповідального туризму. ЮНВТО підкреслює, що підґрунтям розвитку відповідального туризму слугують етичні цінності: «Розуміння і поширення загальнолюдських етичних цінностей у дусі терпимості й поваги до розмаїття релігійних, філософських і моральних переконань є водночас умовою і наслідком відповідального туризму; учасники туристичного процесу й самі туристи повинні звертати увагу на соціально-культурні традиції та звичаї всіх народів, включаючи національні меншини й корінне населення, та визнавати їх гідність» [29]. У даному контексті відповідальний туризм виступає аналогом сталого туризму, причому подібна практика ототожнення понять «сталий», «екологічний» та «відповідальний» туризм є досить розповсюдженою. Розмежування даних понять може проводитися за наступною логічною схемою:

відповідальний туризм екологічний туризм сталий туризм.

Туристичні оператори виступають амбасадорами відповідального туризму, оскільки етичні цінності складно монетизувати. Тому поняття етичного туризму через свою суб'єктивність перш за все узгоджується з про-екологічною поведінкою туристів, а не бізнесових структур: що одна особа вважає етичним, інша може не приймати ті цінності за еталон. Етичний туризм кардинально протилежними учасниками ринку розуміється по-різному. Так, наприклад, туристичні оператори можуть пропагувати етичні практики як засіб покращення свого корпоративного іміджу, тоді як туристи можуть мати справжнє й природне бажання зменшити свій вуглецевий слід. Попит існує з боку «етичного» туриста, а пропозиція еко-турів формується «відповідальними» корпоративними агентами, для яких існує еталон бізнес-моделі під назвою «social responsibility». Дана модель є орієнтованою на прибуток, а підпорядкування етичним принципам і запитам туристів залишається прагматичною реакцією на екологічний тренд і глобальний рух за збереження довкілля. Якщо компанія не монетизує екологічні цінності, вона втрачає статус, клієнтів та прибуток. У той самий час під «відповідальним» туристом краще розуміти «невидимого» туриста [22], який не залишає після себе екологічний слід. Мінімізації негативного впливу туристів у певній туристичній дестинації повинна відбуватися на основі підходу 3 R (Reduce, Reuse, Recycle).

Всесвітнє товариство захисту тварин окреслило 10 основних неетичних форм поведінки у дикій природі, які користуються попитом у сучасній туристичній індустрії [45]:

- катання на слонах;
- селфі з тиграми;
- прогулювання з левами;

- відвідування ведмежих зоопарків;
- тримання у руках морських черепах;
- розваги з дельфінами;
- використання мавп у шоу та розвагах;
- утримання крокодилових ферм;
- цілування з кобрами;
- екскурсії по плантаціях кави, де мешкають цибетти.

Вище перераховані форми неетичного поводження з дикими тваринами потребують заборони та демаркетингу.

Етичний туризм спирається на наступні нормативно-правові документи, розроблені міжнародними організаціями:

1. Global Code of Ethics for Tourism (United Nations) – Глобальний етичний кодекс туризму (ООН).
2. Tips for Responsible travellers (World Committee on Tourism Ethics) – Поради для відповідальних мандрівників (Всесвітній комітет з етики туризму).
3. Putting Ethics into Practice (Tearfund) – Запровадження етики на практиці (Міжнародна гуманітарна організація Tearfund).
4. The Countryside Commissions' Code (UK Government) – Кодекс сільських комісій (уряд Великобританії).
5. Code of Ethics (Conservation International) – Етичний кодекс (Міжнародне товариство збереження природи).
6. Environmental Codes of Conduct for Tourism (UNEP) – Екологічні норми поведінки в туризмі (ЮНЕП).
7. Values in Action: WWF's Core Standards of Performance (WWF) – Цінності в дії: основні стандарти діяльності Всесвітнього фонду дикої природи.
8. Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (UNWTO) – Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму (ЮНВТО).

3. *Формує арсенал екологобезпечних та ресурсозберігаючих технологій.* Як свідчить світова статистика, на туризм припадає 8 % глобальних викидів вуглекислого газу. При цьому вуглецевий слід світового туризму має таку структуру [26]:

1. Транспорт – 49 %.
2. Товари – 12 %.
3. Їжа та напої – 10 %.
4. Сільське господарство – 8 %.
5. Послуги – 8 %.
6. Розміщення – 6 %.
7. Будівництво та видобування корисних копалин – 6 %.

Транспортні послуги в туризмі є основним джерелом викидів парникового газу в атмосферу. У середньому літаки та автомобілі продукують найбільше CO₂ на пасажиро-мілью, а туристичні автобуси, пороми та поїзди суттєво поступаються за цим показником. У останні

десятиліття кількість туристів різко зросла, оскільки авіаквитки стали доступнішими. Аналогічно, у період між 2005 і 2016 роками викиди, викликані туристичною активністю, зросли більш ніж на 60 %.

Готелі та інші заклади розміщення використовують системи опалення та кондиціонування повітря, щоб підтримувати комфортну температуру в номерах у жаркому чи холодному кліматі. Ці енергоємні системи викидають CO₂, як і водонагрівачі, які використовуються для підігріву душів, басейнів і спа. Електроенергія, яка використовується для живлення світильників, телевізорів, холодильників, пральних машин та іншого обладнання, також є потужним джерелом викидів, особливо в районах із застарілими або неефективними системами.

Використання кліматоощадних технологій закладами розміщення може кардинально знизити екологічний слід туризму. У даному контексті мова йде про «зелений» туризм, тобто такий, який ґрунтується на еко-безпечних технологіях, що є нейтральними по відношенню до забруднення довкілля парниковими газами.

Спираючись на результати попередніх досліджень, можна виокремити наступні екологічні B2C сегменти в сталому туризмі: природний, сільський та еко-туризм.

Відповідно до рисунка 1.4.3, сегмент природного туризму формується переважно на засадах організації активних (екстремальних) та рекреаційних турів. Основною маркетинговою стратегією просування природного туризму може виступати пряма реклама, тревел-блогінг, соціальні мережі тощо. Сільський туризм ґрунтується основним чином на базі планування рекреаційного відпочинку та культурних подорожей. Рекомендований спосіб просування туристичного продукту – вірусний маркетинг та сарафанне радіо. Еко-туризм розвивається на засадах активного відпочинку та edu-туризму. Спосіб просування – інструментами pull-маркетингу.



Рисунок 1.4.3 – Екологічні B2C сегменти у сталому туризмі
Джерело: розроблено автором

У світовій практиці [38] зустрічаємо сегментацію ринку сталого туризму за видами (внутрішній та міжнародний), каналами бронювання турів (бронювання по телефону, онлайн замовлення, очне бронювання) та географією поширення (Європа, Північна Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Південна Америка, Близький Схід та Африка). Втім даний підхід потребує доповнення екологічними сегментами та конкретизації по відношенню до провідного ринку сталого туризму, яким виступає Європа.

Зростання частки ринку сталого туризму у країнах-лідерах, зокрема Франції та Німеччині, пояснюється спільними зусиллями урядів країн просувати на національному рівні політику сталого розвитку даної індустрії. Така політика включає регуляторний вплив на організацію транспортного обслуговування в туризмі, скорочення споживання суб'єктами ринку води та енергії, а також зменшення викидів в атмосферне повітря вуглекислого газу стаціонарними та пересувними джерелами. Провідними суб'єктами європейського ринку сталого туризму виступають Adventure Alternative Ltd. (Великобританія), Bouteco Ltd. (Великобританія), Earth Changers (Великобританія), Responsible Travel (Великобританія), Steppes Travel Ltd. (Великобританія), Undiscovered Mountains Ltd. (Франція), Wild Frontiers Adventure Travel Ltd. (Великобританія), Pura Aventura (Великобританія та Іспанія), Charitable Travel (Великобританія), Up Norway (Норвегія), Joro Experiences (Великобританія), Sawday's (Великобританія) та Wyway (Великобританія). Як показує аналіз провідних туристичних суб'єктів, європейський ринок сталого туризму представлений переважно британськими операторами.

Завдяки задекларованим зобов'язанням імплементації стратегії Green Deal європейські країни завоювали перші 20 позицій у глобальному рейтингу сталого туризму, складеного Euromonitor (таблиця 1.4.5).

Таблиця 1.4.5 – Рейтинг країн за Індексом сталого туризму у 2021 р.

№	Країна	№	Країна	№	Країна	№	Країна
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Швеція	21	Канада	41	Еквадор	61	Бахрейн
2	Словаччина	22	Болівія	42	Камерун	62	Узбекистан
3	Фінляндія	23	Австралія	43	Греція	63	Тайвань
4	Австрія	24	Польща	44	Мозамбік	64	Китай
5	Естонія	25	Україна	45	Грузія	65	Коста-Ріка
6	Франція	26	Ірландія	46	Перу	66	Туніс
7	Латвія	27	Італія	47	Йорданія	67	РФ
8	Ісландія	28	Румунія	48	ОАЕ	68	
9	Словенія	29	Білорусь	49	Танзанія	69	Чилі

Продовження таблиці 1.4.5

1	2	3	4	5	6	7	8
10	Норвегія	30	Нідерланди	50	Бразилія	70	Японія
11	Швейцарія	31	Півн. Македонія	51	Мексика	71	Оман
12	Данія	32	Мальта	52	Колумбія	72	Казахстан
13	Литва	33	Сербія	53	ПАР	73	Домініканська Республіка
14	Хорватія	34	Уругвай	54	Боснія та Герцеговина	74	Алжир
15	Німеччина	35	США	55	Гватемала	75	Ямайка
16	Чехія	36	Нова Зеландія	56	Ізраїль	76	Кенія
17	Угорщина	37	Кіпр	57	Гонконг	77	Аргентини
18	Бельгія	38	Болгарія	58	М'янма	78	Шрі-Ланка
19	Португалія	39	Великобританія	59	Саудівська Аравія	79	Кувейт
20	Іспанія	40	Панама	60	Лаос	80	Мальдіви

Джерело: упорядковано автором за [25]

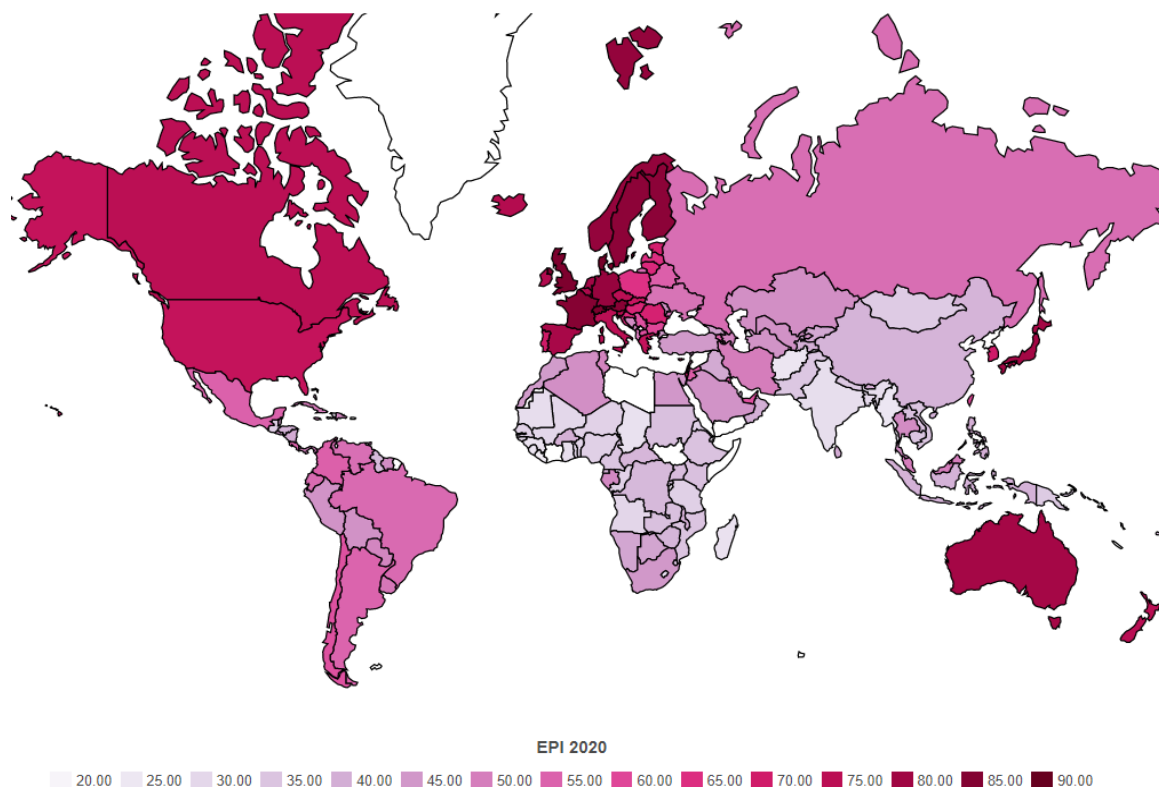
Швеція очолює даний рейтинг вже кілька років поспіль. Швеція як стала DESTINATIONA пропонує туристам широкий вибір еко-турів – від відвідування лісів і відпочинку на озерах, арктичних пригод, пошуку диких харчових ресурсів, занурення у корінну саамську культуру, участь в устричному сафарі, милування північним сяйвом до сплавів на плотах. У країні також є 30 вражаючих національних парків.

Таблиця 1.4.6 – Профіль Швеції як найбільш сталої туристичної DESTINATIONA за версією Euromonitor

Критерії	Рейтинг 2021	Зміна позицій у рейтингу 2020/2021	
		Напрямок зміни	Зміна позицій
Індекс сталого туризму	1	Без змін	0
<i>Субіндекси</i>			
Екологічна сталість	14	Зниження	-5
Економічна сталість	19	Зростання	9
Соціальна сталість	18	Без змін	0
Ризик	2	Зростання	2
Сталі заклади розміщення	15	Зниження	-1
Попит на сталий туризм	7	Зростання	1
Сталий транспорт	18	Зростання	1

Джерело: упорядковано автором за [25]

Всесвітнім економічним форумом було розроблено індекс екологічної ефективності (EPI). Як видно з рисунка 1.4.4, лідерами рейтингу є країни Європи.



**Рисунок 1.4.4 – Картографічна репрезентація вимірів
глобальної екологічної ефективності**
Джерело: [33]

Таблиця 1.4.7 демонструє чисельні виміри індикатора EPI. Топ-10 країн у списку – європейські держави.

**Таблиця 1.4.7 – Рейтинг країн за Індексом екологічної
ефективності, 2020 р.**

№	Країна	Значення індексу	№	Країна	Значення індексу
1	2	3	4	5	6
1	Данія	82,5	21	Канада	71,0
2	Люксембург	82,3	22	Чехія	71,0
3	Швейцарія	81,5	23	Мальта	70,7
4	Великобританія	81,3	24	США	69,3
5	Франція	80,0	25	Греція	69,1
6	Австрія	79,6	26	Словаччина	68,3
7	Фінляндія	78,9	27	Португалія	97,0

Продовження таблиці 1.4.7

1	2	3	4	5	6
8	Швеція	78,7	28	Південна Корея	66,5
9	Норвегія	77,7	29	Ізраїль	65,8
10	Німеччина	77,2	30	Естонія	65,3
11	Нідерланди	75,3	31	Кіпр	64,8
12	Японія	75,1	32	Румунія	64,7
13	Австралія	74,9	33	Угорщина	63,7
14	Іспанія	74,3	34	Хорватія	63,1
15	Бельгія	73,3	35	Литва	62,9
16	Ірландія	72,8	36	Латвія	61,6
17	Ісландія	72,3	37	Польща	60,9
18	Словенія	72,0	38	Сейшельські острови	58,2
19	Нова Зеландія	71,3	39	Сінгапур	58,1
20	Італія	71,0	40	Тайвань	57,2

Джерело: [33]

У таблиці 1.4.8 наведено рейтинг топ-5 європейських країн у розрізі його окремих компонентів.

Таблиця 1.4.8 – Покомпонентний аналіз профілю найбільш сталих туристичних дестинацій у 2020 році за версією InterNations

Складові рейтингу	Рейтинг країн				
	1	2	3	4	5
Еко-товари	Австрія	Швеція	Данія	Фінляндія	Німеччина
Енерго-забезпечення	Швеція	Данія	Фінляндія	Австрія	Норвегія
Управління відходами	Швеція	Фінляндія	Норвегія	Австрія	Тайвань
«Зелена» урядова політика	Норвегія	Фінляндія	Швеція	Нова Зеландія	Швейцарія
Екологічна свідомість	Швеція	Данія	Фінляндія	Нова Зеландія	Австрія
Довкілля	Швейцарія	Фінляндія	Нова Зеландія	Коста-Ріка	Норвегія
Якість повітря	Фінляндія	Норвегія	Швеція	Нова Зеландія	Данія
Якість води	Фінляндія	Норвегія	Австрія	Швеція	Швейцарія

Джерело: упорядковано автором за [28]

Проведений статистичний аналіз дає змогу зробити висновок, що Європа виступає провідним та домінантним екологічним кластером на глобальному ринку сталого туризму.

Аналіз екологічних сегментів європейського ринку сталого туризму подано у табличній формі (таблиця 1.4.9).

Таблиця 1.4.9 – Аналіз екологічних сегментів європейського ринку сталого туризму

Екологічний сегмент	Різновид	Туристична статистика	Провідні європейські країни
Природний туризм			
Еко-активний туризм	Гірськолижний	Популярний вид масового туризму. 48 % гірськолижних курортів заходиться в Європі, 35 % в Альпах та 13 % у Піренеях, Скандинавії та ін. [19].	Болгарія, Польща, Словаччина, Австрія, Франція, Італія, Швейцарія, Фінляндія.
	Морський	Морський туризм є найбільшою морською діяльністю в Європі, в ньому зайнято 3,2 мільйона людей, він приносить 183 мільярди євро валової доданої вартості, що становить понад третину доходів морського господарства [21].	Греція, Італія, Іспанія (віндсерфінг), Великобританія, Ірландія, Португалія (серфінг), Данія (кайтинг), Середземномор'я та Балтика (круїзний туризм).
	Подорожі у дику природу	Європейські туристи віддають перевагу фізичним активностям, споглядаючи дику природу, а також комбінують відпочинок з фототуризмом. Європейськими країнами-донорами таких туристів є Великобританія (32 % населення), Нідерланди (30 %) Німеччина (25 %), Франція, Іспанія, Італія [43].	Італія (морська дика природа), Французькі Піренеї, Національний заповідник Камарг у Франції, Австрія, Німеччина, Швейцарські Альпи.
	Бьордвочінг	Великобританія, Нідерланди, Данія, Франція та Швеція є країнами-донорами бьордерів, 37 % європейських туроператорів включають бьорд-тури [40].	Іспанія, Естонія, Німеччина, Франція, Ірландія, Хорватія, Франція.

Продовження таблиці 1.4.9

Еко-пасивний туризм	Пляжний	Найпопулярніший вид відпочинку в Європі, особливо серед італійців (50 % жителів), французів (41 %), німців (37 %), іспанців (36 %) [42].	Болгарія, Греція, Італія, Кіпр, Франція, Мальта, Іспанія, Португалія.
	«Зоряний» туризм (астро-туризм)	У світі нараховується 195 заповідників темного неба, 10 % з яких зареєстровано в Європі [27].	Туреччина, Ірландія, Великобританія, Іспанія, Франція, Португалія.
Агроекотуризм		В Європі за популярністю займає 2 місце після пляжного туризму, приносить 30 % загального прибутку від туризму [20].	Італія (розміщення в будинках на території агрогосподарств), Франція (знайомство з кухнею і традиціями виноробства), Польща, Німеччина, Словаччина та Болгарія (знайомство з сільськими звичаями).
Ековідповідальний (екоорієнтований, екологічно дружній) туризм		83 % європейських туристів хоча б час від часу приймають екологічно відповідальні рішення, які полягають у тому, що туристи переймаються утилізацією відходів (46 %), збереженням природи (38 %), овертуризмом (30 %), викидами вуглекислого газу (29 %) [48].	Цей вид туризму пропагується Європейською Комісією та є обов'язковим до впровадження в усіх країнах-членах ЄС.
«Зелений» туризм		Передбачає впровадження ресурсозберігаючих технологій в туристичну інфраструктуру. Європейські відвідувачі готелів готові платити до 75% надбавки за екологічний варіант; 73% туристів обирають готелі, які рекламують свою долученість до практики сталого розвитку [48].	Рейтингові «зелені» готелі функціонують в Італії, Іспанії, Ірландії, Швейцарії, Португалії, Чехії, Естонії, Хорватії, Німеччині, Ісландії, Греції, Франції, Швеції.
Кліматоощадний туризм		Передбачає зниження викидів CO ₂ та карбонового сліду переважно готелями (припадає 2 % світового забруднення) та транспортними компаніями (37 %). Готелі повинні скоротити викиди CO ₂ на 90% до 2050 р. [48].	Високі стандарти енергоефективності (Hotel Energy Solutions) запроваджено готельєрами Франції, Італії, Великобританії, Португалії, Болгарії, Швейцарії.

Джерело: розроблено автором

Запропонована логіка проведення аналізу екологічних сегментів ринку сталого туризму у європейському регіоні має науково-практичне значення. По-перше, екологічне сегментування дозволяє сфокусуватися на чітко визначених екологічних потребах споживачів. По-друге, кількісна оцінка дозволяє виявити цільові та найбільш привабливі сегменти ринку. По-третє, дане дослідження є піонерним у галузі аналізу туристичних ринків і є пошуковим за своїм характером.

Тренди та актуальні тенденції розвитку екологічних сегментів сталого туризму можна зобразити за допомогою моделі життєвого циклу (рисунок 1.4.5).



Рисунок 1.4.5 – Види туризму відповідно до стадії життєвого циклу
Джерело: [35]

Як видно з рисунка 1.4.5, актуальним екологічним трендом є туризм у дикій природі, який перебуває на початковій стадії зародження та розвитку. Активний водний туризм досягає стадії зростання, а круїзний відпочинок майже досяг стадії зрілості. Пляжний туризм перебуває на піковій стадії, а лікувально-оздоровчий туризм (SPA-туризм) поступово втрачає свою популярність.

Актуальним трендом у сучасному міжнародному туризмі є, безсумнівно, тренд на екологічність. У роботі [44] було зроблено спробу систематизувати найбільш привабливі для туристів екодружні (eco-friendly) атракції. За прогнозами до 2030 року буде спостерігатися збільшення викидів CO₂ на 25 % за рахунок туристичної галузі. Тому прищеплення екологічних цінностей туристам завдяки екологізації туристичних destinations та атракцій є наразі актуальним завданням. Британською службою Uswitch було досліджено 27 найбільш відвідуваних туристичних

визначних пам'яток світу під кутом зору їхньої відповідності стандартам сталого розвитку, а саме: низьким викидам, скороченню водоспоживання, схемам переробки вторинної сировини та сміття, зусиллям із відновлення дикої природи, відновлюваним джерелам енергії та екологічному транспорту, щоб отримати максимальну оцінку 60 балів. Результати дослідження занесено до таблиці 1.4.10.

Таблиця 1.4.10 – Найбільш екологічні туристичні атракції світу

Позиція у рейтингу	Назва	Кількість відвідувачів у рік, млн	Країна	Екологічний транспорт	Відновлювані джерела енергії	Збереження дикої природи	Рециклінг	Скорочення споживання води	Низькі викиди CO ₂	Підсумковий бал
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Disney World Magic Kingdom	17,5	США	+	+	+	+	+	+	56,0
2	Sydney Opera House	8,2	Австралія	-	+	+	+	+	+	50,0
3	Niagara Falls	30	США	-	+	+	-	+	+	46,0
4	Disney Hong Kong	6,7	Гонг Конг	-	+	+	+	+	+	45,5
5	Natural History Museum	5,0	Великобританія	+	-	+	+	+	+	44,0
6	Eiffel Town	7,0	Франція	+	+	-	+	+	+	42,5
7	Disneyland Paris	11,2	Франція	-	+	+	+	+	+	42,0
8	Universal Studios Orlando	6,1	США	-	+	-	+	+	+	41,5
9	Universal Studios Hollywood	5,9	США	+	+	-	+	+	+	41,0
10	Efteling Theme Park	5,2	Нідерланди	+	+	+	+	+	+	39,0
11	Navy Pier	9,2	США	+	+	+	+	+	+	38,0
12	San Diego Zoo	4,0	США	-	+	+	+	+	+	38,0
13	The Vatican	5,9	Ватикан	+	+	-	+	-	+	37,0
14	Tivoli Gardens	4,6	Данія	-	+	+	+	-	+	36,5
15	Tokyo Disney Resort	14,8	Японія	-	+	-	+	+	+	35,5
16	Alton Towers	2,1	Великобританія	+	+	+	+	+	-	35,5
17	Central Park	38,0	США	+	-	+	+	-	+	35,5
18	Smithsonian	8,0	США	-	+	+	-	+	+	35,0
19	LEGOLAND Windsor	2,4	Великобританія	-	+	-	+	-	+	32,0
20	National Gallery	6,0	Великобританія	+	+	-	-	-	+	31,5
21	Statue of Liberty	3,5	США	-	+	-	-	-	+	27,0

Продовження таблиці 1.4.10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
22	Tower of London	2,0	Великобританія	-	+	-	-	-	+	26,5
23	British Museum	6,7	Великобританія	+	-	+	+	-	-	25,5
24	SeaWorld Orlando	4,6	США	+	-	-	+	-	-	25,0
25	Alcatraz	1,4	США	+	+	+	-	-	-	25,0
26	London Eye	3,5	Великобританія	-	-	-	-	-	+	17,0
27	La Sagrada Famillia	3,0	Іспанія	-	-	-	+	-	-	16,0

Джерело: [44]

Як видно з таблиці 1.4.9, парк «Чарівне Королівство», розташований у Флориді, очолив список найбільш екологічних туристичних об'єктів світу. Разом із понад 17,5 мільйонами туристів на рік – це найбільш відвідуваний парк розваг у світі, але, незважаючи на територію, що містить багато атракціонів і розваг, адміністрація Парку докладает найбільших зусиль, щоб зменшити екологодеструктивний вплив на навколишнє природне середовище. Майже третина парку площею 40 квадратних миль присвячена збереженню дикій природі та охороні природних екосистем. Компанія Disney скоротила викиди CO₂ на 50 % у 2020 році у порівнянні з 2012 роком. Під час діяльності корпорація Disney постійно інвестувала у проекти з використанням відновлюваних джерел енергії і, таким чином, успішно скоротила свої чисті викиди парникового газу. «Чарівне Королівство» досягло найбільших успіхів у галузі реалізації природоохоронних проектів, залучивши у такий спосіб екологічних туристів. Отримавши 56 балів із 60 можливих в еко-рейтингу, Magic Kingdom став найбільш екологічно чистим парком розваг у світі. Було інвестовано кошти в сонячну установку площею 270 акрів потужністю понад 50 мегават, яка здатна згенерувати достатньо сонячної енергії для роботи двох парків Діснея. Сонячна установка спроектована таким чином, що здатна скоротити щорічні викиди парникових газів більш ніж на 52 000 метричних тонн, що еквівалентно відмові від щорічної експлуатації 9300 автомобілів.

Найбільший конкурент Disney, Universal Universal Studios Orlando, посів восьме місце з результатом 41,5 балів з-поміж 60 потенційних. Щоб зменшити споживання енергії та вуглецевий слід, парк перейшов на світлодіодне освітлення, заощадивши 2,6 кіловат-годин на рік. Однак у зазначеному парку відсутні проекти зі збереження та відновлення дикої природи.

Ніагарський водоспад – це не лише відома канадська локація для проведення медового місяця, але й центр екологічно чистої енергії. Туристична гаряча точка є одним із найбільших у світі джерел гідро електроенергії з двома електростанціями, які виробляють 2,4 мільйона кіловат енергії на рік.

В останні роки адміністрація культової Ейфелевої вежі, висота якої становить 300 метрів, доклала значних зусиль, щоб стати більш екологічною. Відома архітектурна споруда оснащена двома турбінами, встановленими на нижньому поверсі вежі, які мають проєктну потужність генерувати 10 000 кВт-год електроенергії на рік. Для забезпечення туристів гарячою водою в башті встановлені світлодіодні ліхтарі та сонячна батарея.

Лондонський Тауер – одна з найвідоміших фортець світу. В останні роки керівництво історичної будівлі імплементувало стратегію сталого розвитку, щоб пом'якшити вплив на навколишнє природне середовище. Адміністрації туристичної атракції вдалося зменшити викиди парникових газів з 4989 тонн у 2018 році до 4669 тонн у 2019 році. Проте водоспоживання в будівлі зросло на 29 % завдяки більшим обсягам водокористування.

Британський музей є найбільш відвідуваною пам'яткою Сполученого Королівства, лише у 2019 році його відвідало 6,24 мільйона відвідувачів. Але, незважаючи на популярність музею, його зусилля щодо підвищення стійкості були обмеженими порівняно з Музеєм природознавства Великобританії.

Музей природної історії, розташований у Лондоні, отримав найвищі бали за про-екологічний статус, маючи найвищу занепокоєність, коли йдеться про вплив на навколишнє середовище. У 2019 році музей оголосив, що йому вдалося скоротити загальні викиди парникових газів на 5 %, а його вуглецевий слід склав 10 139 тонн. Музей на постійній основі знаходить інноваційні способи скоротити споживання енергії за допомогою тригенераційного енергетичного центру, який генерує більшу частину енергії, що використовується музеєм, що дозволило попередити викиди понад 15 000 тонн вуглекислого газу з моменту його встановлення. Проте Музей не зупиняється на досягнутому і впроваджує модель рециклінгу, щоб скоротити забруднення довкілля відходами. А Національний історичний музей вживає низку ресурсозаощаджуючих заходів, щоб допомогти зменшити споживання води, включаючи установку кранів з сенсорним керуванням і бачків з подвійним змивом, встановлених в туалетах.

На рисунку 1.4.6 представлена мапа найбільш екологічних туристичних атракцій світу з-поміж досліджуваної вибірки.

Відзначаючи важливість урахування екологічного чинника у розбудові сучасної туристичної галузі та індустрії гостинності, слід вказати на розвиток таких **екологічних трендів** у сучасному секторі туристичних послуг:

1. *Екологічність як стиль життя туристів.* Екологічність – це вже не тренд, а стиль життя, який переймає все більше туристів. У 2030 році кількість туристів у всьому світі становитиме 1,8 мільярда щорічно, а глобальні викиди, пов'язані з цим сектором, зростуть. Згідно з дослідженням Сіднейського університету, щороку вони зростатимуть на 4 %. Ось чому все більше і більше туристів прагнуть подорожувати екологічно: якщо в 2016 році 62 % мандрівників хотіли зупинитися в екологічно безпечному готелі, то зараз ця частка становить 73 % [34].



Рисунок 1.4.6 – **Топ-10** дружніх до довкілля туристичних атракцій світу
Джерело: [44]

2. *Тренд на використання туристами електромобілів.* У Норвегії вже 50 % автомобілів є електричними, а продажі електромобілів у всьому світі продовжують зростати в геометричній прогресії. Як наслідок, зростає кількість мандрівників, які подорожують електромобілями. І вони збираються обирати пункт призначення також з огляду на наявність зарядних станцій. Вирішивши запропонувати послугу підзарядки електромобілів у готелях, готельєри можуть допомогти в боротьбі зі зміною клімату, залучити нових клієнтів, які зазвичай готові витратити більше, ніж бюджетні туристи, підвищити конкурентоспроможність та статус закладу розміщення.

3. *Тренд на повільний туризм та велотуризм.* Гасло нових туристичних трендів: «Сповільнюйтеся!». Все більше і більше мандрівників хочуть подорожувати повільнішими видами транспорту, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище та насолоджуватися кожною миттю подорожі. Згідно з опитуванням [32], велосипеди, які безкоштовно надаються гостям готелю, користуються більшою популярністю, ніж оздоровчий центр. За останні роки електричні велосипеди зробили свій внесок в успіх велоспорту, зробивши довші та складніші маршрути доступними для всіх. У найближчі роки туристи віддадуть перевагу помешканням, які пропонують посилений сніданок, можливість підзарядки акумуляторів електровелосипедів, невелику майстерню для ремонту та миття велосипедів, а також привітних господарів, готових поради та вказати веломаршрути в околицях.

Висновок. У результаті проведеного дослідження нами було запропоновано виокремити певні концепції сталого туризму: природоресурсну, агроцентричну, природоохоронну, природоефективну та природостабілізуючу, які логічно узгоджуються з природним, сільським,

еко-туризмом, зеленим та кліматично-розумним туризмом відповідно. Виведено графічні моделі щодо врахування екологічної складової в сучасних концепціях сталого туризму. Обґрунтовано практичну цінність результатів дослідження, які дозволяють виокремити екологічні сегменти в сталому туризмі та запропонувати релевантні стратегії просування туристичних продуктів екологічної спрямованості.

На основі даних міжнародних рейтингів зроблено висновок про європейський регіон як провідний екологічний кластер на глобальному ринку сталого туризму. Проведений аналіз полягав у сегментуванні європейського туристичного ринку за екологічною ознакою з виокремленням таких сегментів: природний еко-активний та природний еко-пасивний туризм, агроєкотуризм, ековідповідальний туризм, «зелений» та кліматоощадний туризм. Запропоноване поняття еколого-релевантного туризму дозволило структурувати та організувати в єдину систему існуючі аналоги екологічного туризму. Наведено порівняльну характеристику екологічних сегментів сталого туризму за критерієм їх актуальності та затребуваності з використанням моделі життєвого циклу. Встановлено, що новим трендом сучасного туризму є туризм у дикій природі, а туризм у лікувально-оздоровчих цілях на основі використання місцевих природних ресурсів потрапляє у стадію згасання. Подальші перспективи досліджень полягають у розробці підходів до формування екологічних кластерів на ринку сталих туристичних послуг в європейському регіоні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арсенєва О. І., Шматків А. С., Феоктистова Н. В. Основні концепції та напрямки екотуризму: компаративний аналіз. *Міжвузівський збірник наукових праць*. 2005. Вип. 2. С. 186–205. URL: <https://infotour.in.ua/arsenjeva.htm> (дата звернення: 6.12.2022).
2. Бабенко В. Екотуризм. URL: <https://vidpochivai.com.ua/uk/blogs/ekoturizm/> (дата звернення: 13.12.2022).
3. Безсонов Є. М., Андрєєв В. І. Екологічна складова сталого розвитку: обґрунтування пріоритетності та шляхи забезпечення. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2015. № 6. С. 23–29.
4. Брич В., Галиш Н. Сталий розвиток туристичної індустрії: екологічний та статистичний вимір. *Економічний аналіз*. 2020. Т. 30, № 4. С. 23–30.
5. Варламова С. І., Варламова І. С. Екологічна безпека та сталий розвиток: взаємозв'язок та взаємовплив. *Ефективна економіка*. 2017. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5679> (дата звернення: 20.01.2023).
6. Джинджоян В. В., Шарутенко К. С. Розвиток міжнародного туризму в європейському туристичному регіоні. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2021/6.pdf (дата звернення: 18.01.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.7.4.
7. Заваріка Г., Зеленко О. Сталий туризм як інструмент збереження культурної спадщини та відновлення постраждалих територій. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-78>
8. Коробейникова Я. С. Екологічні проблеми територій туристичних дестинацій. *Науково-технічний журнал*. 2013. № 1 (7). С. 91–94.

9. Корольова А. О., Іванченко В. О. Екологічна та ресурсна складова сталого розвитку підприємств України. *Наукові записки*. 2015. Вип. 17. С. 47–50.
10. Лебедев І. В. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень*: зб. наук. праць / за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одес. нац. екон. ун-т, 2018. № 3 (67). С. 162–173.
11. Мелько Л. Ф. Туризм у контексті сталого розвитку. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2017. Вип. 48. С. 190–197.
12. Осітнянко Д. О., Примак Т. Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. *Ефективна економіка*: електрон. наук. фах. вид. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7612> (дата звернення: 19.12.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.152.
13. Пестушко В. Ю. Європейський туристичний ринок в умовах глобальної економічної кризи. *Науковий вісник. Економіка, право, політологія, туризм*. 2010. Т. 1, № 1. С. 206–210.
14. Поворознюк І. М. Перспективи розвитку європейського ринку туристичних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 2. С. 27–30.
15. Пригара О. Екологічні проблеми туризму та шляхи їх вирішення. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2014. Вип. 8. С. 404–408.
16. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. URL: https://tourlib.net/books_ukr/small2.htm (дата звернення: 21.03.2023).
17. Теличук Г. Як обрати вид туризму для себе. URL: <https://zhyvyaktyvno.org/news/alternativn-vidi-turizmu> (дата звернення: 20.12.2022).
18. Топ-15 найцікавіших місць світу. URL: <https://clout.com.ua/barvy-sti-mistsya-planety-yaki-dy-vuyut-svoeyu-palitroyu-kol-oriv.html> (дата звернення: 20.03.2023).
19. Ще одна статистика популярності гірськолижних курортів. URL: <https://vkarpaty.org.ua/sche-odna-statystyka-populyarnosti-hirskolyzhnyh-kurortiv/> (дата звернення: 15.01.2023).
20. Що таке зелений туризм: його особливості та різновиди. URL: <https://tourkazka.com/shcho-take-zelenyy-turyzm-osoblyvosti-ta-riznovydy/> (дата звернення: 16.01.2023).
21. A European strategy for more growth and jobs in coastal and maritime tourism. URL: https://maritime-spatial-planning.ec.europa.eu/sites/default/files/doc_1.en_0.pdf (дата звернення: 17.01.2023).
22. Alyse. How to be a responsible tourist? 16 Effective tips for ethical tourism. URL: <https://www.theinvisibletourist.com/responsible-tourist-tips-for-ethical-tourism/> (дата звернення: 23.03.2023).
23. Angeli S. What is sustainable travel: 8 best practices. URL: <https://ecobnb.com/blog/2022/03/sustainable-travel-good-practices/> (дата звернення: 20.12.2022).
24. Brazales H. D. F., Tapia P. J., Koroleva I. S. Alternative tourism as a type of sustainable tourism. Research result. *Business and Service Technologies*. 2020. No. 5 (2). P. 3–19. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1.
25. Bremner C. Europe leads Euromonitor International's sustainable travel index. URL: <https://www.euromonitor.com/article/europe-leads-euromonitor-internationals-sustainable-travel-index> (дата звернення: 14.01.2023).
26. Carbon footprint of tourism. URL: <https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/> (дата звернення: 22.03.2023).
27. Dark sky parks in Europe. URL: <https://www.worldatlas.com/articles/dark-sky-parks-in-europe.html> (дата звернення: 18.01.2023).
28. Environment & Sustainability ranking. An expat insider topical report. 2020. URL: <https://cms.in-cdn.net/cdn/file/cms-media/public/2020-09/Expat-Insider-2020-Environment-Sustainability-Report.pdf> (дата звернення: 16.01.2023).
29. Global code of ethics for tourism – UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (дата звернення: 23.03.2023).

30. Higham J. E. S. Tourists and albatrosses: the dynamics of tourism at the Northern Royal Albatross Colony, Taiaroa Head, New Zealand. *Tourism Management*. 1998. Vol. 19 (6). P. 521–531.
31. Market size of the ecotourism sector worldwide in 2019, with a forecast for 2027: official web-site of STATISTA. URL: <https://www.statista.com/statistics/1221034/ecotourism-market-size-global/> (дата звернення: 22.12.2022).
32. Marras C. 5 Sustainable tourism trends that you must know. URL: <https://ecobnb.com/blog/2020/10/sustainable-tourism-trends/> (дата звернення: 27.03.2023).
33. Most environmentally friendly countries 2023. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-environmentally-friendly-countries> (дата звернення: 16.01.2023).
34. Palumbo D. Eco-travel is growing up: more people are opting for Green Hotels. URL: <https://ecobnb.com/blog/2020/09/eco-travel-growing-green-hotels/> (дата звернення: 27.03.2023).
35. Pestek A., Nikolic A. Role of traditional food in tourist destination image building: example of the city of Mostar. *UTMS Journal of Economics*. 2011. Vol. 2 (1). P. 89–100. URL: https://www.researchgate.net/publication/227489725_ROLE_OF_TRADITIONAL_FOOD_IN_TOURIST_DESTINATION_IMAGE_BUILDING_EXAMPLE_OF_THE_CITY_OF_MOSTAR (дата звернення: 23.03.2023).
36. Russell B. Ecotourism. URL: <https://slideplayer.com/slide/10941128/> (дата звернення: 15.02.2023).
37. Sustainable development: official web-site of UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата звернення: 22.12.2022).
38. 18. Sustainable tourism market type, booking channel, and geography - forecast and analysis 2023-2027. URL: <https://www.technavio.com/report/sustainable-tourism-market-industry-analysis> (дата звернення: 19.01.2023).
39. Sustainable tourism statistics. URL: <https://luggagehero.com/blog/sustainable-tourism-statistics/> (дата звернення: 25.12.2022).
40. The European market potential for birdwatching tourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/birdwatching-tourism/market-potential> (дата звернення: 15.01.2023).
41. The European market potential for nature and ecotourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/nature-tourism/nature-eco-tourism/market-potential> (дата звернення: 06.01.2023).
42. The European market potential for sun and beach tourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/sun-beach-tourism/market-potential> (дата звернення: 16.01.2023).
43. The European market potential for wildlife tourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/wildlife-tourism/market-potential> (дата звернення: 17.01.2023).
44. The world's most eco-friendly tourist attractions. URL: <https://www.uswitch.com/gas-electricity/eco-attraction-index/> (дата звернення: 27.03.2023).
45. Top 10 “cruellest animal tourism ventures” as named by World Animal Protection. URL: <https://www.abc.net.au/news/2016-02-04/top-10-cruellest-animal-tourism-ventures-world-animal-protection/7140492> (дата звернення: 23.03.2023).
46. Weaver D. B., Lawton L. J. Overnight ecotourist market segmentation in the Gold Coast hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*. 2002. Vol. 40. P. 270–280.
47. What is ethical tourism and why is it important? URL: <https://tourismteacher.com/ethical-tourism-everything-you-need-to-know/> (дата звернення: 23.03.2023).
48. 30+ Sustainable travel statistics & trends you need to know. URL: <https://www.travelperk.com/blog/sustainable-travel-statistics-trends/> (дата звернення: 18.01.2023).
49. Зігунова І., Мареха І., & Троян М. (2022). Шляхи врахування екологічної складової в концепціях сталого туризму. *Економіка та суспільство* (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-78>
50. Мареха І., Мозгова Д., & Косяченко Ф. (2022). Аналіз екологічних сегментів європейського ринку сталого туризму. *Економіка та суспільство* (46). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-36>

CONTENT

PREFACE.....	6
Chapter 1	
DOMESTIC AND INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT STRATEGIES IN CRISIS CONDITIONS	7
1.1 FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL AND DOMESTIC TOURISM IN UKRAINE DURING THE CRISIS (Chepurda L. M., Chepurda H. M., Bieliaieva S. S.)	8
1.2 CURRENT CHALLENGES FOR TRAVEL AGENCIES: DIGITAL MARKETING, BUSINESS MANAGEMENT, ELECTRONIC DOCUMENTS AND APPLICATIONS (Bielikova M. V.)	30
1.3 THE ESSENCE AND FEATURES OF THE DESIGN OF A SANATORIUM AND RESORT PRODUCT AND THE MECHANISMS OF FORMING ITS EFFICIENCY ON THE UKRAINIAN MARKET (Hladkyi O. V.)	47
1.4 CURRENT ENVIRONMENTAL TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM (Marekha I. S.)	61
Chapter 2	
PROSPECTIVE DIRECTIONS OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE CRISIS PERIOD	89
2.1 ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TOURIST RESOURCES ON THE ECONOMIC EFFICIENCY OF BUSINESS STRUCTURES OF THE TOURIST MARKET OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MILITARY CONFLICT (Tymchuk S. V.)	90
2.2 STATE REGULATION OF LABOR RELATIONS UNDER THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW (ON THE EXAMPLE OF THE TOURISM SPHERE) (Chepurda L. M., Bieliaieva S. S., Herman I. V.)	112
2.3 PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF PATRIOTIC AND EXCURSION TOURISM IN CHERKASY REGION IN CRISIS CONDITIONS (Chepurda H. M., Starynets O. A., Shestel O. G., Danyliuk A. M.)	149
2.4 NATIONAL NATURAL PARK "KHOLODNY YAR" AS A NATURAL, HISTORICAL AND TOURIST PHENOMENON (Chornyi M.H.).....	173
2.5 GEOSPATIAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE AGRO-TOURISM CLUSTER "HORBOHORY" (LVIV REGION) (Malska M.P., Zinko YU.V., Andreichuk YU.M., Ivanyk M.B.)	201

Chapter 3	
SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGIES FOR THE FOOD INDUSTRY AND RESTAURANT BUSINESS IN THE CRISIS PERIOD	225
3.1 TECHNOLOGICAL ASPECTS OF THE PRODUCTION AND RESEARCH OF THE PROPERTIES OF EGGPLANT POWDER (Dzyundzha O. V., Stryhunivska O. V.).....	226
3.2 INCREASING THE BIOLOGICAL VALUE OF RESTAURANT FARM PRODUCTS DUE TO ADDITIVES OF VEGETABLE ORIGIN (Ivashyna L. L., Kurakin O. B., Byshovets L. G.)	249
3.3 TECHNOLOGICAL ASPECTS AND EQUIPMENT FOR PRODUCTION OF FLOUR CONFECTIONERIES OF FUNCTIONAL PURPOSE (Artem Antonenko, Tetiana Brovenko, Nataliia Kovalenko, Galina Tolok, Myroslav Kryvoruchko, Julia Zemlina, Olena Vasilenko, Artem Gorkun)	271

Scientific electronic edition

**TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS
IN THE PERIOD OF CRISIS:
PROBLEMS OF DEVELOPMENT AND REGULATION**

Multi-authored monograph
(in Ukrainian and English)

*Under the general editorship of Doctor of Economic Sciences,
Professor L. M. Chepurda*

The materials are presented in the authors editing.

Responsible for the publication:
Candidate of Philological Sciences O. A. Starynets.

Наукове електронне видання

**ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
У ПЕРІОД КРИЗОВОГО СТАНУ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

Колективна монографія
(українською та англійською мовами)

За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Л. М. Чепурди

Матеріали подано в авторському редагуванні.

Відповідальна за випуск: канд. філол. наук Старинець О. А.

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 23,1. Зам. №23-50.

Черкаський державний технологічний університет
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 896 від 16.04.2002 р.
бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006.

Редакційно-видавничий відділ ЧДТУ
red_vidav@chdtu.edu.ua