

Економіка природопользования

УДК 502:338.48

ЕКОЛОГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Семенов В.Ф., Давиденко І.В.

У статті розглядається сутність та значення екологічного менеджменту в туристичному бізнесі. Автори аналізують умови розвитку туризму в Україні, визначають роль туризму в процесі структурних змін в економіці, підкреслюють специфіку екологічного менеджменту в сфері туризму, обґрунтовують концепцію екологічного менеджменту туристичного підприємства.

Ключові слова: екологічний менеджмент, туристична діяльність, екологізація економіки, сталий розвиток, екологічно орієнтований туризм.

Перехід економіки України до ринкових відносин характеризується деякими якісними перетвореннями, які зумовили складні структурні зміни у всіх галузях господарства. Ці зміни знаходять відображення в економічному механізмі господарювання, який характеризується відсутністю концептуального бачення взаємовідносин економіки та екології [1, с. 21 – 28]. В зв'язку з цим актуальність статті полягає в тому, що зміни, які відбуваються на туристичних підприємствах в процесі інтеграції екологічних цілей з іншими цілями їх функціонування викликає необхідність в обґрунтуванні екологічного менеджменту в туристичному бізнесі.

Серед наукових робіт, пов'язаних з цією проблематикою, є чимало цікавих робіт, присвячених екологічно орієнтованому менеджменту підприємств туристичної галузі. Це, насамперед, роботи таких вчених як Квартальнов В.А., Ледовських Є.Ю., Сергеева Т.К., Степанов В.М., Топчієв О.Г., Харічков С.К. та інші. В цих роботах мова йде про екологічно грамотну організацію в'їзного туризму, орієнтованого на використання природних ресурсів держави. Найбільше досліджень присвячено розвитку туристичної діяльності на особливо охоронних природних територіях. Проте, ми зазначимо, що в цілому, а не тільки в заповідниках, туристична діяльність має екологічний характер.

Тому, метою дослідження є визначення того, що являє собою екологічно орієнтований туристичний бізнес, яким повинен бути його екологічний менеджмент. Мова йде про гармонізацію відносин між економічною вигодою, яку отримують від рекреації, та екологічною безпекою конкретних природних територій, що використовують для відпочинку. Екологічно орієнтований туристичний бізнес розглядається у статті як складова реструктуризації економіки регіону.

Запровадження до туристичного бізнесу екологічного менеджменту набуває останнім часом характеру гострої необхідності. Екологічний менеджмент завойовує стійкі позиції в діяльності туристичних підприємств, у забезпеченні екологічної безпеки сфери гостинності. Основні принципи екологічного менеджменту туристичного бізнесу мають величезну соціально-економічну цінність: збереження біологічного різноманіття рекреаційних природних територій, підвищення рівня економічної стійкості регіону, залучення до екологічного туризму, підвищення екологічної культури учасників туристичної діяльності, збереження етнографічного статусу рекреаційних територій.

Сфера туризму з величезним запізненням виявилася залученою до процесу екологізації. Може показатися, що туризм як одна з типових галузей сфери послуг найменш небезпечний для навколишнього середовища. Однак, у дійсності, якщо взяти до уваги ресурсоємність туристичної індустрії та результати активної життєдіяльності самих туристів, то ця небезпека виявляється дуже значною, особливо з урахуванням того, що туристична діяльність звичайно концентрується у відносно невеликому просторі й тому може привести до повного знищення локальних екосистем. У конкурентній боротьбі з промисловістю та сільським господарством за обмежені водні ресурси, а також за вільний простір його екологічні наслідки виявляються негативними. Обумовлена туризмом величезна концентрація людей (і в тому числі приїжджих гостей) в обмеженому просторі створює проблему величезного масштабу, пов'язану з забрудненням території стоками й відходами. Висока комунікацій-

на мобільність, як умова переміщення на далекі відстані, викликає специфічні забруднення від працюючого транспорту.

З іншого боку, основу туристичної аттрактивності регіонів і базу комерційної ефективності пропозицій туристичних фірм складають екологічні цінності. Зі стратегічної точки зору очевидно, що необхідна умова для утримання підприємства на туристичному ринку в умовах загострення конкуренції складається з накопичення не тільки фінансового і людського, але й деякого екологічного потенціалу, природних екологічних цінностей, на яких ґрунтуються туристичні пропозиції, має настільки важливе значення, що їхня втрата неминуче означає припинення туристичної господарської діяльності підприємств.

Специфічна особливість туризму полягає в пошуку, відкритті й туристичному освоєнні нових територій, у той час як місцевості, які використовувались раніше, залишаються поза увагою разом з нанесеним їм екологічним збитком. Оригінальну філософію мислення, що пояснює причини невпинного прагнення відкривати для туристичних цілей нові місцевості з винятковими природними цінностями, ілюструє наступна цитата: «Для гостей, що приїжджають сюди на відпочинок, краса нашого ландшафту дуже приваблива. Якщо вони цю красу знищать, то виїдуть в якусь іншу місцевість. Для нас, місцевих, краса нашого ландшафту також дуже приваблива. Якщо ми її знищимо, то теж поїдемо на відпочинок в яке-небудь інше місце» [2, с. 202].

Розходження між туризмом та іншими галузями економіки полягає в тому, що екологічне управління промисловими підприємствами було лише пасивним пристосуванням до вимог державної екологічної політики. Однак стосовно до туристичних підприємств можна говорити про їхню активну позицію, що іноді навіть передбачає зміни державної екологічної політики. Причина цієї активності – у розумінні того, що для підприємств «білої індустрії» (назва для туризму, яка застосовується в західній спеціальній літературі) екологічний менеджмент стає шансом на виживання підприємства.

Відповідно до теорії компаративних цінностей необхідна спеціалізація кожної країни (регіону) в рамках міжнародного поділу праці, направлена на створення таких продуктів і послуг, для яких існують найбільш сприятливі виробничі фактори (трудові ресурси, капітал, технології, території), а якщо говорити більш узагальнено – необхідні природні, економічні й соціальні ресурси.

Можна констатувати, що Україна володіє потужним потенціалом для розвитку туристичної індустрії. Зокрема, для розвитку туризму потрібні:

- значні трудові ресурси середньої кваліфікації, для яких знання в області «високих» технологій зовсім не обов'язкові;
- менші обсяги капіталовкладень, чим для розвитку промисловості, оскільки туризм відноситься до трудомістких, але не капіталомістких галузей економіки. Дослідження показують, що капіталовкладення на одне робоче місце в туризмі найчастіше виявляється меншим, чим у промислових галузях, однак більшим, ніж у ремісництві, сільському господарстві й кустарному виробництві;
- природна різноманітність. Дуже часто елементи природного навколишнього середовища без усякої доробки стають безпосереднім компонентом туристичної пропозиції, причому внаслідок своєї «дикості» дозволяють зайняти привілейовану позицію на туристичному ринку.

Отже, в Україні склалися сприятливі умови для розвитку туризму, причому додатковими перевагами можна вважати низьку вартість робочої сили, предметів споживання й інвестиційних ресурсів (особливо землі) у порівнянні з рівнем цін у Західній Європі чи в США.

У шістдесятих роках минулого століття під розвитком розумівся насамперед прогрес індустріалізації, тоді як у даний час абсолютний пріоритет як індикатор розвитку має третій сектор, у якому, як показує досвід високорозвинених країн, значну частку складає туризм. Крім того, позитивну роль туризму в процесі модернізації економіки можна обґрунтувати наступним чином:

- туризм – це джерело валютних надходжень, що має особливе значення для країн зі значним зовнішнім боргом і негативним сальдо платіжного балансу;
- туризм – це генератор додаткових доходів населення, органів місцевого самоврядування й цілих регіонів;

- туризм – це генератор великої кількості робочих місць, які прямо або опосередковано пов'язані з задоволенням потреб туристів;
- туризм – це інструмент вирівнювання регіональних диспаратів розвитку, зокрема, його можна назвати інструментом економічної активізації структурно слабких регіонів, периферійних і прикордонних районів, гірських місцевостей, областей з високим рівнем безробіття тощо.

Головне питання полягає в забезпеченні сталого збалансованого розвитку туристичної галузі. Поняття «сталий туризм» виникло досить недавно в зв'язку з глобальною концепцією сталого розвитку людства. В туризмі принципи сталого розвитку були сформульовані Всесвітньою туристичною організацією та Всесвітньою радою з подорожей і туризму. Вони передбачають сталий розвиток екологічної, культурної та економічної складової. Сталий розвиток у туризмі означає невичерпне використання природного й культурного потенціалу на основі програмно-цільового підходу до розвитку туризму; перехід підприємств сфери туризму на ресурсозберігаючі технології, скорочення виробничих викидів; залучення місцевого населення до процесу прийняття рішень відносно розвитку туризму на основі громадських консультацій [3, с. 29–31].

Багато туристичних підприємств розробляють власні плани переходу до принципів сталого розвитку. На таких принципах і впроваджуються системи екологічного менеджменту в туристичну сферу. Екологічний менеджмент у туризмі має свою унікальну специфіку, з одного боку, пов'язану з природними умовами, а з іншого боку – із властивостями туристичного продукту, що являє собою послугу.

Найбільш розповсюджена форма екологічного управління в туризмі – це показники, що визначають межі використання природного середовища в туристичних цілях. Ці показники засновані на понятті *carrying capacity*, що означає максимально припустиме для навколишнього середовища навантаження з боку туристичного руху, інфраструктури й туристичних інвестицій. У комплекс цих показників входять:

- природна туристична місткість території, що виражає співвідношення між розміром туристичного руху та можливостями місцевості прийняти конкретну кількість туристів для того, щоб не зашкодити природним цінностям і не знизити туристичну привабливість цієї території;
- екологічна місткість, комплексне значення якої відображає інвестиційні, планувальні, експлуатаційні аспекти туристичної індустрії, які стосуються природного середовища. Значення цього показника розраховується та контролюється для того, щоб споживання природних ресурсів господарюючими суб'єктами не зменшувало туристичну привабливість місцевості;
- господарська місткість території, яка враховує конкурентні стосунки між туризмом і іншими видами господарської діяльності в питанні використання території. Основа цього показника – порівняння окупності туризму та інших видів господарської діяльності на даній території шляхом підрахування прибутків і збитків у екологічному, економічному, соціальному вимірах;
- ефективна місткість, яка відображає наявність в окремій місцевості елементів техніко-економічної інфраструктури для задоволення потреб місцевого населення та приїжджаючих гостей;
- соціопсихологічна місткість, яка погляду туриста означає межу, за якою виникає суб'єктивне відчуття зниження привабливості відпочинку в даній місцевості та, як наслідок, відмовлення від поїздок у цей регіон у майбутньому. З погляду місцевого населення – це така межа, за якою виникає суб'єктивне відчуття дискомфорту та зниження якості життя, які виникають за підсумком надвеликого перевантаження місцевості туристичними об'єктами;
- фізична місткість, що відбиває межі відкритості місцевості з точки зору наявних у розпорядженні природних ресурсів.

Ми вважаємо, що застосування цих показників і складає сутність методу екологічного управління туристичним підприємством, аналогічного процедурам оцінки впливів на навколишнє середовище EIA (Environment Impact Assessment) і системі EMAS (Eco Management and Audit Scheme). Представляється, що цей метод у певному сенсі може розглядатись як прообраз майбутніх проєкологічних процедур.

У ХХІ столітті людство сформулювало основні принципи систематичної політики збереження навколишнього середовища і здоров'я людей. Через це екологічний менеджмент вважається в світі

абсолютно пріоритетним у порівнянні з іншими діями попереджувального характеру.

Екологічний менеджмент у туристичному бізнесі означає безперервне застосування такої стратегії охорони навколишнього середовища, яка знижує ризик від їх господарської діяльності та вироблених ними туристичних продуктів та послуг.

Концепція екологічного менеджменту туристичного підприємства повинна ґрунтуватись як на вже відомих положеннях, так і на нових обґрунтуваннях. Але в основі повинен бути рекреаційний підхід, який передбачає оцінку природно-ландшафтного комплексу, екологічний стан місцевості, що входить до сфери діяльності підприємства. Економічна складова концепції означає економію матеріалів, енергії, відмову від токсичних видів сировини. Але найголовніше це те, що завдяки екологічному ефекту не виникає необхідність у усуненні наслідків, у відшкодуванні збитків, що робить виробництво туристичного продукту економічно ефективним.

Отже, екологічний ефект супроводжується звичайним економічним ефектом. Екологічний менеджмент за своєю суттю є альтернативою програми охорони навколишнього середовища та ліквідації наслідків антропогенного впливу на довкілля. Екологічний менеджмент спонукає підприємства не тільки до дотримання нормативів якості навколишнього середовища, але й до запровадження безвідходних технологій у виробництві та сфері послуг.

Екологічно орієнтований туризм необхідно включити до загальної стратегії економіко-екологічної діяльності регіону. Кожен елемент туристичної інфраструктури повинен мати систему спостереження за такими параметрами як: вплив на природне середовище; вирішення протиріч, пов'язаних з використанням ресурсів; структуризацію економічних і соціальних відносин; регіональне співробітництво; водопостачання; якість будівництва тощо. Необхідно також враховувати рекреаційну місткість території, проводити цінову політику з урахуванням екологічних обмежень, планувати довготермінову й короткотермінову діяльність у відповідності до норм права, включати екологічні заходи до екологічних заходів до бізнес-планів, узгоджувати екологічну та маркетингову стратегії.

ВИСНОВКИ

Запровадження принципів екологічного менеджменту має позитивний вплив на результативність роботи туристичної галузі. Система екологічного менеджменту дає туристичному підприємству можливість: обґрунтовувати екологічну політику підприємства та планувати результати його екологічної діяльності, раціонально використовувати природні ресурси, здійснювати внутрішній екологічний моніторинг, удосконалювати систему екологічного управління. Екологічний менеджмент повинен стати основою для планування, подальшого розвитку та формування маркетингових стратегій туристичної діяльності, який, приймаючи до уваги екологічні та економічні фактори, буде акцентувати увагу на подальший розвиток туристичного бізнесу поряд з охороною природних і культурних цінностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Семенов В.Ф. Екологізація економіки регіону. – Одеса: Оптимум, 2003. – 238 с.
2. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.