

# **Тези доповідей**

**Міжнародної науково-практичної  
конференції**

**«КАРПАТСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ  
З ПРОБЛЕМ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ»**

**«CARPATHIAN ENVIRONMENTAL  
CONFERENCE» – СЕС-2011**

**15-18 травня 2011 р.**

**Мукачєво-Ужгород**

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

Лендел О.Д.

*Мукачівський державний університет*

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується підвищеною увагою до проблем охорони навколишнього середовища, що знайшло відображення у впровадженні систем управління природокористуванням, екологізації вимог до підприємницької діяльності, формуванні систем екологічної безпеки людини та екологічних потреб. У сфері туризму екологічні потреби трансформувались у окремих видів туризму – екологічний туризм.

За останні роки ринок товарів і послуг природного та екологічного туризму виріс в три рази в порівнянні із традиційними видами туризму. Поняття екологічного туризму в однаковій мірі охоплює сфери екологічної сумісності, соціальної відповідальності, економіки, культури, загальної екологічної освіти. Узагальнюючи ознаки і визначення екологічного туризму, можна виділити три його основних компоненти [1, 4]:

- 1) «пізнання природи», тобто подорож, передбачає наявність елементів вивчення природи, отримання туристами нових навичок та знань;
- 2) «збереження екосистем» охоплює не лише відповідну поведінку групи на маршруті, а й участь туристів, туроператорів у програмах, заходах щодо захисту навколишнього середовища;
- 3) «повага до інтересів місцевих жителів» передбачає не тільки дотримання місцевих законів і звичаїв, але і внесок туризму в соціально-економічний розвиток туристичних дестинацій.

Зазначені компоненти спрямовані на формування особливого відношення до екосистеми і не повністю відповідають сучасним вимогам до охорони навколишнього середовища, оскільки базуються на обмеженні впливу на природу (обмеження кількості туристів, обмеження тривалості туру, обмеження зони відвідування чи маршруту тощо) або на компенсаційних механізмах (відшкодування вартості відновлення природних територій, відшкодування

витрат на збереження біорізноманіття), чого недостатньо для забезпечення реалізації концепції сталого розвитку.

Таким чином, сьогодні назріла необхідність розробки та впровадження комплексних підходів до здійснення управління екологічним туризмом, в тому числі як одного з пріоритетних видів економічної діяльності та туризму в Карпатському регіоні, на основі системного екологічного менеджменту та маркетингу, що створює на стиках дисциплін особливу галузь наукових знань про властивості управління, закономірності ринкової динаміки, принципи і методи адаптації природокористування до умов мінливого ринкового середовища. Застосування принципів, прийомів, методів та інструментів екологічного менеджменту та маркетингу у плануванні і управлінні природокористуванням в ринкових умовах забезпечить підвищення економіко-екологічної ефективності господарської діяльності та реалізації планів сталого розвитку на засадах екологічної безпеки.

Вирішення екологічних проблем Карпатського регіону потребує не лише здійснення поступового переходу від традиційних видів туризму до так званих «м'яких»: екологічного і соціально-відповідального туризму, а й активного використання екологічного менеджменту та маркетингу, як на рівні стратегічного планування сталого розвитку регіону, так і в господарській діяльності туристичних підприємств регіону. Компенсувати існуючий брак досвіду в застосуванні концепції екологічного менеджменту та маркетингу можна за рахунок використання зовнішнього консультування, вивчення міжнародного досвіду менеджменту та маркетингу екологічного туризму.

### Література:

1. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навчальний посібник / О. Ю. Дмитрук - 2-ге вид., виправ. та доп. - Київ : Альтерпрес, 2004. - 192 с.
2. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації [Текст]: [монографія] / З. В. Герасимчук; Національна академія наук України, Ін-т регіональних досліджень. - Луцьк : Надстир'я, 2001. - 528 с.
3. Сабадаш, В.В. Екологічні конфлікти: теоретико-методологічні аспекти еколого-економічного дослідження [Текст] / В.В. Сабадаш // Сталий розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях / [Андрєєва Н. М., Бараннік В. О., Белашов Є. В. та ін.]; За науковою редакцією д.е.н., проф. Хлобистова Є. В. – Сімферополь: ПП «Підприємство Фенікс», 2010. – С. 336-357.
4. Садченко Е.В., Харичков С.К. Экологический маркетинг: понятия, теория, практика и перспективы развития.-Одесса, Инст. проблем рынка и эк.-экол. исслед. НАН Украины, 2001.-146с.
5. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Ткаченко Т.І. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. – 537 с.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>