

УДК [330.34:504.062]:630\*907.9

## РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТЕРИТОРІЇ ЛІСОВОГО ФОНДУ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Е.А. Кульчицька

Національний лісотехнічний університет України

*Рекреаційно-туристичну діяльність розглянуто як один з видів діяльності лісогосподарських підприємств. Корпоративну соціальну відповідальність розглянуто як інструмент забезпечення сталого розвитку лісового господарства загалом, та рекреаційно-туристичної діяльності на території лісового фонду, зокрема. Розглянуто основні цільові аудиторії соціально відповідальної комунікаційної стратегії рекреаційно-туристичного господарства та інструменти впливу на них. Розглянуто основні компоненти внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності підприємства, а також зазначені переваги їх застосування. Зазначено також необхідність розробки рекомендацій з формування звітності у сфері сталого розвитку для лісових господарств та рекреаційно-туристичних підприємств, що здійснюють свою діяльність на території лісового фонду.*

**Ключові слова:** рекреаційно-туристична діяльність, території лісового фонду, сталий розвиток, корпоративна соціальна відповідальність.

**Вступ.** Основою розвитку рекреаційно-туристичної діяльності (РТД) є природні рекреаційно-туристичні ресурси та умови, серед яких провідне місце належить лісам. Внаслідок урбанізації попит на відпочинок у лісі зростає, що зумовлює необхідність у розробленні системи заходів для запобігання негативному впливові рекреаційних навантажень на території лісового фонду та пошуку джерел фінансування таких заходів [2, с.4]. На цей час можливості лісового фонду Львівської області для розвитку РТД використовуються тільки частково.

РТД на території лісового фонду проводиться здебільшого спонтанно, без довгострокових чітко виражених цілей, має локальний і обмежений характер, що негативно впливає на ефективність використання рекреаційних ресурсів лісу [2, с.169]. Одним із напрямів ефективнішого використання рекреаційних ресурсів лісу є розвиток РТД лісовими господарствами на принципах концепції сталого розвитку та концепції корпоративної соціальної відповідальності.

**Огляд літератури.** Питанням корпоративної соціальної відповідальності присвячені праці А. Галинздра, О. Гогулі, Е. Копатько, І. Кудінова, Т. Мамотова, І.А. Римара, Е. Ромат, Н. Самовол, С. Шумихіна. Застосування концепції соціальної відповідальності у лісовому секторі відобразили у своїх працях Є. Мішенін, Г. Мішеніна, О. Степанова, В. Польовська, О. Дячишин, І. Ярова, П. Гургадо, Е. Гансен, Х. Джаслін, Р. Панвар, Я. Карна. В праці [6] зазначено, що 61 компанія зі 100 найбільших компаній світу у лісовому секторі формують звіти зі сталого розвитку (sustainability reports). Причому кількість таких компаній зростає. Але більшість таких компаній знаходиться у розвинутих країнах. Лісова сертифікація та екомаркування є важливими інструментами здійснення менеджменту лісового господарства на умовах сталого розвитку, але Р. Панвар та Е. Хансен [6] зазначають, що за допомогою концепції корпоративної соціальної відповідальності можна піти набагато далі.

**Виклад матеріалу.** Лісогосподарське підприємство – це складна система, яка своєю чергою складається з низки підсистем, в т.ч. з підсистеми рекреаційно-туристичного лісокористування [2, с.

21]. Згідно концепції сталого розвитку функціонування рекреаційно-туристичного господарства, як природосоціогосподарської системи, повинно задовольняти три ключові умови:

- система повинна бути «економічно самодостатньою – може оплачувати своє функціонування (витрати покриваються надходженнями);

- екологічно стійкою – може підтримувати довгострокову життєздатність своїх екосистем;

- соціально сприятливою – однаковою мірою задовольняти культурні, матеріальні та духовні потреби суспільства» [3, с. 232].

В зв'язку з цим, пропонуємо розглянути концепцію корпоративної соціальної відповідальності як інструмент для досягнення сталого розвитку природосоціогосподарської системи, у тому числі рекреаційно-туристичного господарства. Отже, метою представленої дослідження є імплементація основних положень концепції соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку рекреаційно-туристичної діяльності на території лісового фонду.

«Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність компанії перед усіма людьми та організаціями, з якими вона стикається в процесі життєдіяльності та перед суспільством в цілому» [1, с. 8].

Цільовими аудиторіями соціально відповідальної комунікаційної стратегії рекреаційно-туристичного господарства можуть бути:

- працівники господарства, від ступеня мотивації яких значною мірою залежить успіх досягнення поставлених цілей. Керівництво підприємства має приділяти увагу мотивації персоналу на якісне, екологічно свідоме обслуговування споживачів рекреаційно-туристичних послуг;

- існуючі та потенційні споживачі рекреаційно-туристичних послуг, взаємозв'язок з якими необхідно налагодити ще перед тим, як вони вирішать від-

відати рекреаційну територію, особливо природоохоронного значення;

- маркетингові посередники (туристичні та екскурсійні бюро, агентства тощо), співпраця з якими на комерційній основі розширює можливості з інформування потенційних відвідувачів про рекреаційно-туристичні послуги та обмеження, яких необхідно дотримуватися, щоб уникнути конфліктів між природоохоронними і рекреаційними функціями лісових територій;

- контактні аудиторії (фінансові кола, міжнародні фонди можуть долучитися до розвитку рекреаційно-туристичного господарства, надаючи природоохоронні інвестиції, екологічні гранди, пільгові екологічні кредити тощо; громадські організації можуть надавати спонсорську допомогу, а засоби масової інформації – забезпечувати природоохоронну пропаганду та соціально спрямовану пропаганду);

- місцеве населення (робота має бути спрямована на посилення значущості лісових територій в очах місцевих мешканців і зміну їхнього ставлення до природоохоронних проблем);

- виробники туристичних послуг (засобів розміщення, харчування, транспортно обслуговування тощо), з якими лісогосподарське підприємство може співпрацювати на комерційній основі у розробці та просуванні рекреаційно-туристичного продукту;

- органи державної влади та управління (лобіювання інтересів, участі у загальнодержавних програмах, для отримання державного фінансування, зокрема, природоохоронних заходів та вирішення соціальних проблем) [2, с. 150].

Соціально відповідального та екологічно збалансованого розвитку рекреаційно-туристичної діяльності на лісових територіях можна досягти за допомогою застосування комплексу маркетингових комунікацій, зокрема, таких основних засобів впливу на цільову аудиторію:

- екологічно орієнтованої реклами

– для поширення інформації про послуги, про рекреаційні території, у тому числі природоохоронного значення з наголосом на їх природоохоронні цінності, особливостях природоохоронного статусу з метою формування адекватного ставлення цільової аудиторії до рекреаційної території;

- пропаганди, яка передбачає використання редакційного, а не платних місця і часу в усіх засобах поширення інформації, доступних для цільової аудиторії з метою формування екологічно орієнтованого попиту на лісові види відпочинку;

- засобів стимулювання збуту послуг з найменшим негативним впливом на екосистему, а також регулювання сезонних коливань рекреаційних навантажень тощо;

- персонального продажу, що дасть змогу налагодити індивідуальний контакт зі споживачем для врахування індивідуальних вимог до послуг та для інформування про обмеження, яких слід дотримуватись, щоб зберегти довкілля [2, с. 151].

Соціальну відповідальність поділяють на дві групи: внутрішню та зовнішню [1, с. 9].

До внутрішньої соціальної відповідальності відносять ділову практику щодо власного персоналу: забезпечення безпеки праці, стабільної виплати заробітної плати, підтримка серед персоналу соціально значущої заробітної плати, яка б давала змогу утримувати сім'ю та забезпечити стабільний споживчий попит, додаткове медичне та соціальне страхування працівників, розвиток людських ресурсів через навчальні програми та програми підготовки і підвищення кваліфікації працівників, допомога в критичних ситуаціях і підтримка ветеранів-пенсіонерів тощо. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність спрямована на те, щоб через справедливе ставлення до себе працівники були зацікавлені робити максимальний внесок у розвиток підприємства, прагнули максимальної вигоди для підприємства.

До зовнішньої соціальної відпо-

відальності можна віднести природоохоронні заходи та заходи з благоустрою рекреаційних територій для створення комфортних умов для відпочинку та захисту навколишнього середовища від негативної дії рекреаційних навантажень, робота з місцевим населенням, споживачами рекреаційно-туристичних послуг, туристичними фірмами та іншими цільовими групами за допомогою таких засобів як екологічно орієнтовані реклама, пропаганда, засоби стимулювання збуту та персонального продажу, суть яких описана вище.

Основними перевагами корпоративної соціальної відповідальності є підвищення продуктивності праці, зниження плинності кадрів, підвищення репутації, збільшення обсягів наданих послуг, покращення фінансових показників, покращення відносин з місцевим населенням, місцевими властями тощо.

Висновки. Отже, в результаті проведеного дослідження була зроблена спроба імплементації загальних положень концепції соціальної відповідальності до умов функціонування рекреаційно-туристичного господарства, як однієї з підсистем лісогосподарських підприємств. Зазначені теоретичні положення корпоративної соціальної відповідальності лісогосподарських підприємств та рекреаційно-туристичних господарств потребують подальшого розвитку. Особливої уваги заслуговує розробка рекомендацій щодо звітності зі сталого розвитку як лісогосподарських підприємств, так і рекреаційно-туристичних, використовуючи основні положення «Керівництва зі звітності в сфері сталого розвитку» версії G4, розроблені Global Reporting Initiative (GRI).

### Література

1. Белз // Галицька брама. – Львів : Центр Європи, 2005. – № 7–9. – С. 127–129.
2. Гоголя О.П. Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гоголя, І.П. Кудінова. – К. : Вид-во Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2008. – 79 с.

3. Кульчицька Е.А. Еколого-економічні засади рекреаційно-туристичної діяльності на території лісового фонду: дис. ...канд. екон. наук: 08.00.06 / Кульчицька Євеліна Антонівна. – Львів, 2013. – 284 с.

4. Социально-экономический потенциал устойчивого развития: Учебник / Под ред. проф. Л.Г. Мельника (Украина) и проф. Л. Хенса (Бельгия). – Суми : ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120 с.

5. David Crowther Corporate social responsibility [Електронний ресурс] / David Crowther, Güler Aras. – Режим доступу : <http://mdos.si/Files/defining-corporate-social-responsibility.pdf>.

6. Panwar R. Corporate social responsibility in forestry [Електронний ресурс] / R. Panwar, E. Hansen // Unasylva. – 2008. – Vol. 59, № 230. – Режим доступу : <http://www.fao.org/docrep/011/i0440e/i0440e00.htm>.

7. PricewaterhouseCoopers. 2007. Growth: global forest, paper & packaging industry survey [Електронний ресурс]. 2007 edition: Survey of 2006 results. – Режим доступу : [www.pwc.com/fpps survey07](http://www.pwc.com/fpps survey07).

**Kulchytska E.A. TOURISM AND RECREATION DEVELOPMENT ON THE FOREST AREAS IN THE FRAME OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPTION.** *Recreation and tourism activity were considered as forest use activities. It was noted that recreation and tourism activity should be provided in the frame of sustainable development conception and corporate social responsibility conception. And corporate social responsibility was considered as a tool to insure sustainable forestry and sustainable recreation and tourism activity on the forest areas. The main stakeholders to the recreation and tourism activity of the forestry were described. Tools of mass communications (environmental advertising, sales promotion, public relations and so on) were identified to affect on stakeholders. Components of internal and external corporate social responsibility were presented. Advantages of corporate social responsibility were noted (increase of labor efficiency, decrease of staff turnover, improvement of image, increase of selling, improvement of finance indicators, good relationships with local authorities).*

*The Global Reporting Initiative (GRI) includes supplements for specific sectors as part of its Reporting Framework. However, there is no such supplement for the forestry sector and for recreation and tourism activity on the forest areas. So further researches should be focused on the developing of sustainability reporting guidelines for forestry and for recreation and tourism activity on the forest areas.*

**Keywords:** *recreational and tourism activity, forest areas, sustainable development, corporate social responsibility.*

**Кульчицька Е.А. РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ЛЕСНОГО ФОНДА В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ.** *Рекреационно-туристическая деятельность рассмотрена как один из видов деятельности лесохозяйственных предприятий. Корпоративная социальная ответственность рассмотрено как инструмент обеспечения устойчивого развития лесного хозяйства в целом, и рекреационно-туристической деятельности на территории лесного фонда, в частности. Рассмотрены основные целевые аудитории социально ответственной коммуникационной стратегии рекреационно-туристического хозяйства и инструменты воздействия на них. Рассмотрены основные компоненты внутренней и внешней социальной ответственности предприятия, а также указаны преимущества их применения. Указано необходимость разработки рекомендаций по формированию отчетности в области устойчивого развития для лесных хозяйств и рекреационно-туристических предприятий, осуществляющих свою деятельность на территории лесного фонда.*

**Ключевые слова:** *рекреационно-туристическая деятельность, территории лесного фонда, устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность.*