



КЫРГЫЗСТАНДАГЫ МЕЙМАНКАНАЛАРДЫН ЭКО СЕРТИФИКАЦИЯ МОДЕЛИ

РЕДАКТОР

ДОЦ. PHD. МУСТАФА МУРАТ КЫЗАНЛЫКЛЫ





**КЫРГЫЗ-ТҮРК «МАНАС» УНИВЕРСИТЕТИ
KIRGIZISTAN-TÜRKIYE MANAS ÜNİVERSİTESİ**

**КЫРГЫЗСТАНДАГЫ
МЕЙМАНКАНАЛАРДЫН ЭКО
СЕРТИФИКАЦИЯ МОДЕЛИ**

Редактор

доц. PhD. Мустафа Мурат Кызанлыклы

Авторлор

доц. PhD. Мустафа Мурат Кызанлыклы

Доц. м.а., PhD. Нарынгүл Маргазиева

Ага окут. Кымбат Асанова

Кенже илимий кызм. Ибрахим Гүндөгду

Бул долбоорго Кыргыз-Түрк «Манас» университети тарабынан колдоо көрсөтүлөт. Илимий изилдөө долбоорунун коду КТМУ-ВАР-2021.SB.01.

БИШКЕК-2023

УДК 640
ББК 65.432
К 43

К 43 Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели. – Б.:
2023. 70 б.

ISBN 978-9967-9428-6-8

Бул изилдөөнүн максаты – Кыргызстандагы мейманканаларда колдонулган жашыл мейманкана практикаларын жана мейманкана жетекчилеринин жашыл маркетингте көз карашын, ошондой эле, жашыл маркетинг кабылдоосу менен жашыл мейманкана практикасынын ортосундагы байланышты аныктоо болуп саналат.

Кыргыз-Түрк «Манас» университетинин басылмалары: 364

Кыргыз-Түрк «Манас» университетинин Башкаруу кеңешинин № 2023-02.14- чечими боюнча басылды. Басууга 16/02/2023 кол коюлду.
Көркөмдөгөн: Сезер Эрдоган
КТМУнун Басмакана бөлүмү. Бишкек ш., Жал к.р., КТМУнун Ч. Айтматов атындагы кампусу.

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yönetim Kurulu'nun 16/02/2023 tarih ve 2023-02.14 Nolu kararı ile basılmıştır.

Kapak Tasarımı: Sezer ERDOĞAN
KTMÜ Yayın Ofisi, Cengiz AYTMATOV Kampüsü, Cal, Bişkek.

ISBN 978-9967-9428-6-8

УДК 640
ББК 65.432
© КТМУ, 2023

АЛГЫ СӨЗ

Долбоор – бул жалпы максатка жетүү үчүн белгилүү бир убакыттын ичинде жекече жана топ менен аткарылуучу иш. Илимий изилдөө долбоорлору (ВАР) болсо, жогорку окуу жайларында жүргүзүлгөн изилдөөлөргө колдоо көрсөтүү үчүн иштелип чыккан, социалдык же универсалдуу деңгээлде илимге, экономикага, көркөм өнөргө салым кошо ала турган теориялык же прикладдык долбоорлор. ВАР долбоорлорунун өлкө, коом жана адамзат үчүн изилдөөчү сыяктуу эле маанилүү пайдалары бар. Коомго пайда алып келүү жана маалыматтардагы мүмкүн болгон боштукту толтуруу университеттин өлкөдөгү кадыр-баркын көтөрүү, анын атын дүйнөгө таанытуу жана таанылышын арттыруу жагынан артыкчылыкка ээ. Ошентип, алар эл аралык же жеке сектордогу компаниялар тарабынан колдоого алынган ар кандай долбоорлордун үстүндө иштөө мүмкүнчүлүгүнө ээ боло алышат. Мындай долбоорлордо иштелип чыккан жаңы өнүмдөр, технологиялар, ойлоп табуулар же алынган оригиналдуу натыйжалар өлкөнүн экономикасына, коомуна, илимине жана бүтүндөй адамзатка чоң салым кошот.

Кыргыз-Түрк “Манас” университети профессордук-окутуучулук курамдын илимий изилдөө долбоорлоруна колдоо көрсөтүүгө өзгөчө маани берген университет. Колубуздагы “Кыргызстандагы мейманканалардын эко энбелги сертификациясы модели” аттуу китеп окуу жайыбызда аяктаган ВАР долбоорунун натыйжасы. Белгилүү болгондой, жаратылыш ресурстарын, айлана-чөйрөнү жана маданиятты коргоодо эко энбелги маанилүү курал болуп саналат. Эко энбелгиси бар сертификаттар табигый нерсени жана сапатты коргоо эрежелерин камсыз кылгандыктан, көптөгөн секторлордо, айрыкча тамак-аш өнөр жайы жана туризм тармагында кеңири колдонулат. Дүйнөнүн көптөгөн өлкөлөрүндө сапатты жана айлана-чөйрөнү коргоо боюнча колдонулган эл аралык сертификаттар туризм тармагында сапаттуу кызматтарды көрсөтүүгө таасир тийгизген эко энбелгиси бар сертификаттар болуп саналат. Жогоруда аталган изилдөө ишинде Кыргызстанда туризмди туруктуу өнүктүрүүгө жана айлана-чөйрөнү коргоого салым кошуу максатында экологиялык мейманканалардын эко энбелги сертификациясы моделин түзүү максатталган. Бул модель боюнча Кыргызстандагы мейманканалар экотуризмди эске алуу менен өз иштерин пландаштырып, ошого жараша аларды ишке ашырышы күтүлүүдө. Экотуризм айлана-чөйрөнү жана жаратылыш ресурстарын коргоону гана эмес, жергиликтүү калкты жана жергиликтүү маданиятты коргоону да камтыган сезимтал жана жоопкерчиликтүү мамиле.

Бул изилдөө иши Кыргызстандагы мейманканалардын өз иштерин жооптуу жана туруктуу туризмдин принциптерине ылайык жүргүзүүсүнө жана бул стандарттарды түзүүгө салым кошот. Изилдөөнүн натыйжасында алынган маалыматтардын негизинде моделди колдонуу жөнүндө жобо иштелип чыгып, бул контекстте баалоо критерийлери аныкталып, баалоочуларды даярдоо жана окутуу программалары пландаштырылган, ошондой эле Кыргызстанга мүнөздүү болгон “экологиялык жактан сезимтал эко-мейманкана” логотиби иштелип чыккан. Изилдөө ишинде иштелип чыккан моделди колдонуу биринчи кезекте Кыргыз Республикасынын тиешелүү мекемелеринин жетекчилиги астында укуктук базаны түзүү менен текшерүү механизмдин эффективдүү иштеши аркылуу мүмкүн болот. Кыргыз-Түрк “Манас” университети бул моделди колдонууну үйрөнүү жана аны көзөмөлдөө процессине өзүнүн илимий жана академиялык тажрыйбасына таянуу менен өз салымын кошууга ар дайым даяр.

“Кыргызстандагы мейманканалардын эко энбелги сертификациясы модели” аттуу эмгектин авторлоруна, редакторлоруна жана жарыкка чыгышына салым кошкондордун баарына ыраазычылыгымды билдирем.

Проф., докт. Алпаслан Жейлан

Ректор

КЫСКАЧА МАЗМУНУ

Бул изилдөөнүн максаты - Кыргызстандагы мейманканаларда колдонулган жашыл мейманкана практикаларын жана мейманкана жетекчилеринин жашыл маркетингге көз карашын, ошондой эле, жашыл маркетинг кабылдоосу менен жашыл мейманкана практикасынын ортосундагы байланышты аныктоо болуп саналат. Изилдөөнүн жалпы тобун Кыргызстандагы мейманканалар түзөт. Кыргыз Республикасынын Улуттук статистика комитетинин маалыматына карата Кыргызстанда активдүү иштеген мейманканалардын саны 216. Изилдөөгө жалпы топту толугу менен камтуу мүмкүн болгондуктан мейманканалардын бардыгына анкета таркатылып, алардын ичинен 178 толук толтурулган анкетадагы маалыматтардын негизинде анализ ишке ашырылды. Анкета 2021-жылдын октябрынан 2022-жылдын февралына чейинки мөөнөттө, өз ыктыяры менен изилдөөгө катышууну каалагандарга, жүргүзүлдү. Бул эмгекте колдонулган изилдөө куралынын жарамдуулугун жана ишенимдүүлүгүн изилдөө максатында тастыктоочу фактордук анализ жүргүзүлүп, ишенимдүүлүк коэффициенттери эсептелди. Изилдөө гипотезаларын текшерүү үчүн Anova тести жана корреляциялык анализ колдонулган. Анализдин жыйынтыктарына ылайык, респонденттердин жашыл маркетинг түшүнүгү билим деңгээлине жана ишканадагы жумуш ордуна жараша айырмалангандыгы белгилүү болду. Туризм тармагында жетекчилик тажрыйбасы жана иштөө мөөнөтү боюнча олуттуу айырма жок экени аныкталган. Корреляциялык анализдин натыйжасында, канааттануу жана жашыл мейманкана практикасынан башка жашыл маркетингди кабыл алуунун суб-өлчөмдөрү ортосунда оң жана башка деңгээлдеги олуттуу байланыш бар экени аныкталган. Изилдөөлөрдөн алынган жыйынтыктарга ылайык туризм сектору үчүн айрым сунуштар иштелип чыкты. Ал эми иштелип чыккан моделдик сунуш боюнча «Экологиялык жана таза эко-энбелги» сертификатын алуу үчүн мейманканаларга атайын критерийлер жана минималдуу упайлар, колдонуу принциптери, аудитордук окуу куралы, мониторинг жана баалоо процесстери жоболору менен катар, долбоордун логотиби иштелип чыккан. Аталган моделдик сунуш Кыргызстандын туризмдин туруктуу өнүктүрүүгө жана тейлөө сапатын жогорулатууга көмөк көрсөтүү максатында ишке ашырылган.

Ачкыч сөздөр: Эко-энбелги, туризм сектору, мейманкана, Кыргызстан, Бишкек

Kırgızistan'daki Otellerin Eko Etiket Belgelendirilmesi Modeli

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Kırgızistan'daki otel işletmelerinde uygulanan yeşil otelcilik uygulamalarını ve otel yöneticilerinin yeşil pazarlamaya yönelik algısını belirlemek ve yeşil pazarlama algısı ile yeşil otelcilik uygulamaları arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Araştırmanın evrenini Kırgızistan'daki otel işletmeleri oluşturmaktadır. Kırgızistan Ulusal İstatistik verilerine göre Kırgızistan'da aktif olarak faaliyette bulunan otel sayısı 216'dır. Evrenin tamamına ulaşılabilir olmasından dolayı tam sayım yapılmış ve eksiksiz doldurulan 178 anket formu üzerinden veri analizleri yapılmıştır. Anket formu araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyenlere Ekim 2021- Şubat 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları kapsamında, doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek için ise Anova testi ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

Analiz bulgularına göre, araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısının eğitim düzeyi ve işletmedeki göreve göre farklılık gösterdiği; yöneticilik deneyimi ve turizm sektöründeki çalışma süresine göre ise anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda ise, yeşil pazarlama algısının memnuniyet dışındaki diğer alt boyutları ile yeşil otelcilik uygulamaları arasında pozitif yönde ve farklı düzeylerde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre literatüre ve turizm sektörüne bazı öneriler sunulmuştur.

Geliştirilen model önerisinde ise, otel işletmelerinin çevre dostu eko etiket belgesi alabilmeleri için sahip olmaları gereken kriterler ve asgari puanlar ile uygulama esasları, denetçi eğitim kılavuzu, belge başvuru, izleme ve değerlendirme süreçleri açıklanmış ve proje logosu tasarlanmıştır. Söz konusu model önerisinin Kırgızistan'ın sürdürülebilir turizm gelişimine ve hizmet kalitesinin artırılmasına katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Eko etiket, turizm sektörü, oteller, Kırgızistan, Bişkek

Eco Label Certification for Hotels in Kyrgyzstan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the green hotel management practices applied in hotel businesses in Kyrgyzstan and the perception of hotel managers towards green marketing. The study also aims to examine the relationship between green marketing perception and green hotel practices. The research was carried out at hotel establishments in Kyrgyzstan. According to the Kyrgyzstan National Statistics, there are 216 hotels in the country. The data were analyzed through 178 questionnaires filled in completely. The questionnaire was applied to the volunteers between October 2021 and February 2022. For the validity and reliability studies of the scales used in the research, confirmatory factor analysis was performed and the reliability coefficient was calculated. Anova test and correlation analysis were used to test the research hypotheses. According to the findings, perception of green marketing of the participants, differed according to education level and job in the business. On the other hand, there is no significant difference according to managerial experience and working time in the tourism sector. As a result of the correlation analysis, it has been determined that there is a positive and significant relationship between some sub-dimensions of green marketing perception and green hotel management practices at different levels. According to the findings, some suggestions have been developed for the literature and the tourism sector.

Within the eco-label model proposal, the criteria and minimum scores that hotel businesses must have in order to obtain an environmentally friendly eco-label certificate, the application principles, the auditor training guide, document application, monitoring and evaluation processes are explained and the project logo is designed. It's aimed that the model proposal will contribute to the sustainable tourism development and to increase the service quality of Kyrgyzstan.

Key words: Eco label, tourism industry, hotels, Kyrgyzstan, Bishkek.

МАЗМУНУ

АЛГЫ СӨЗ.....	3
КЫСКАЧА МАЗМУНУ	5
ÖZET	6
ABSTRACT	7
МАЗМУНУ	8
КИРИШҮҮ	10

I БӨЛҮМ

ЭКОТУРИЗМ, ЭКО-МЕЙМАНКАНА ЖАНА ЭКО-ЭНБЕЛГИ

1.1. Адабияттарды талдоо	12
1.2. Эко-энбелгинин мейманканалар үчүн социалдык-маданий жана экономикалык пайдалары	14
1.3. Меймандостук индустриясында колдонулган Эко-энбелгилер	16
1.3.1. Travelife	17
1.3.2. Көк желек	18
1.3.3. Европа биримдигинин эко-энбелгиси	18
1.3.4. Жашыл жылдыз	19
1.3.5. Жашыл ачыкч программасы	19
1.3.6. Жашыл глобус	20
1.3.7. Эл аралык айлана-чөйрөнү башкаруу системасы (ISO 14001).....	21
1.3.8. Жашыл мейманканалар (<i>Greening Hotels</i>)	21

II БӨЛҮМ

ТАЛАА ИЗИЛДӨӨСҮ

2.1. Методология.....	22
2.1.1. Изилдөөнүн максаты жана гипотезалар	22
2.1.2. Изилдөөнүн жалпы жана үлгү тобу	23
2.1.3. Маалыматтарды топтоо	23
2.1.4. Анализ	23
2.2. Табылгалар	24
2.2.1. Сыпаттама анализинин табылгалары	24
2.2.2. Изилдөө гипотезаларын сыноо жыйынтыктары	32

III БӨЛҮМ

КЫРГЫЗСТАНДАГЫ МЕЙМАНКАНАЛАРДЫН ЭКО-ЭНБЕЛГИ СЕРТИФИКАЦИЯСЫ МОДЕЛИ

3.1. Эко – мейманкана сертификациясын ишке ашыруу принциптери	37
3.1.1. Аныктамалар	37
3.1.2. Арыз менен кайрылуу	37
3.1.3. Арыздарды баалоо	38

3.1.4. Баалоо бланкы жана баалоо процедурасы	38
3.1.5. Эко-мейманкана сертификатынын даярдалышы	39

IV БӨЛҮМ КОРУТУНДУ ЖАНА ТАЛКУУ

4.1. Коротунду.....	40
4.2. Сунуштар.....	41
Тиркеме 1 Эко-энбелгисине арыз.....	44
Тиркеме 2 Эко - мейманканаларды баалоо формасы	45
Тиркеме 3 Көз карандысыз аудиторлорду окутуп-үйрөтүү жобосу	58
Тиркеме 4 Долбоор тууралуу жалпы маалымат.....	60
Тиркеме 5 Анкета	62
Тиркеме 6 Эко-мейманкана энбелгиси	66
Колдонулган булактар.....	67

ТАБЛИЦАЛАРДЫН ЖАНА СХЕМАЛАРДЫН ТИЗМЕСИ

Схема 1. Изилдөө модели	22
Таблица 1. Респонденттердин жеке өзгөчөлүктөрүнө тийиштүү табылгалар	24
Таблица 2. Изилдөө куралынын сыпаттама статистикасы, ишенимдүүлүк жана жарамдуулук анализи жыйынтыктары	25
Таблица 3. Респонденттердин жашыл мейманкана багытында жалпы түшүнүгүнүн сыпаттама анализинин жыйынтыктары	26
Таблица 4. Респонденттердин жашыл маркетинг багытында жалпы түшүнүгүнүн сыпаттама анализинин жыйынтыктары	29
Таблица 5. Респонденттердин билим деңгээли менен жашыл маркетинг кабылдоосу ортосундагы айырмачылыктарына тийиштүү Anova тестинин жыйынтыктары.	32
Таблица 6. Респонденттердин ээлеген кызмат орду менен жашыл маркетинг кабылдоосу ортосунда айырмачылыктарына тийиштүү Anova тестинин жыйынтыктары	33
Таблица 7. Респонденттердин жетекчилик тажрыйбасы менен жашыл маркетинг кабылдоосу ортосундагы айырмачылыктарга тийиштүү Anova тести жыйынтыктары	34
Таблица 8. Респонденттердин туризм секторундагы иш тажрыйбасы менен жашыл маркетингди кабылдоосу ортосундагы айырмачылыктарына тийиштүү Anova тестинин жыйынтыктары	35
Таблица 9. Өзгөрмөлөрдүн ортосундагы корреляция матрицасы	36

КИРИШҮҮ

Бир ишкана экономикалык функцияларын аткаруу менен керектөөчүлөрдүн суроо-талаптарын канааттандыруусу, ал ишкананын репутациясына таасир бергендей эле, коомдогу адеп-ахлактык эрежелерди сактоо, социалдык-маданий чөйрөгө жардам берүү жана колдоо көрсөтүү да ишкананын коом тарабынан кабыл алынышына негиз боло алат. (Mucik, 2004: 9). Дүйнөдөгү тез өнүгүп жаткан тармактардын бири болгон туризм тармагында туризм ишканаларынын ишмердүүлүгүн улантуусу курчап турган жаратылыш, маданий жана тарыхый ресурстар менен гармонияда болушунан көз каранды. Бул ресурстардын жок болушу же алардын үзгүлтүксүздүгүнүн коркунучта болушу туризм ишмердүүлүгүн чектейт (Akdağ et al., 2014: 260).

XXI кылымда экономиканын бардык тармактары сыяктуу эле туризм тармагында да жаңы тенденциялардын пайда болгондугу байкалууда. Индустриалдык коомдон маалыматтык коомго өтүүнүн тездешти, технологиянын, байланыш жана транспорт каражаттарынын тез өзгөрүшү туристтик профилге жана талаптарга ар кандай өзгөрүүлөрдү алып келүүдө. Дүйнөлүк туризмдеги жаңы тенденциялардын бири - бул экологияга аяр мамиле кылууга болгон кызыгуунун артышы болуп саналат (Gökdeniz et al, 2014). Керектөөчүлөр курчап турган чөйрөнү коргоо боюнча көбүрөөк аң-сезимдүү боло баштаган сайын, айлана-чөйрөгө аяр мамиле жасаган жана өздөрүнүн социалдык милдеттерин аткарган ишканалардын имиджи, өзгөчө узак мөөнөттүү келечекте, талашсыз атаандаштык артыкчылыктарды камсыз кылат. Бул жагдай, ишканалардын көңүлүн экологиялык туризм, жашыл маркетинг жана эко сертификация багытына бурдурууда (Alagöz, 2007, p.1).

Табигый ресурстар чектелүү болгонуна карабастан, аларды ашыкча аң-сезимсиз пайдалануу туруктуу өнүгүү түшүнүгүнүн маанисин жогорулатты. Акыркы жылдарда ар кыл тармактагы ишкана, бирикме жана уюмдар ар түрдүү долбоорлор аркылуу ресурстарды эффективдүү колдонууга жана айлана-чөйрөнү коргоонун маанилүүлүгүнө көңүл бурууда. Мындай иш аракеттердин натыйжасында келип чыккан аң-сезимдүүлүк чектелген ресурстарды кайра колдонуу жана аларды келечек муунга өткөрүүнүн маанисин андоону шарттайт. Туризм секторунда ре-

сурстарды кайра иштетүүгө жана үнөмдөөгө мүмкүндүк берген практикалардын пайда болушу менен бирге, бул багытта эко- мейманканалар да пайда болгон. Эко-мейманканалар ээ болгон эко-энбелги документтери аркылуу ишкананын айлана - чөйрөгө аяр мамиле кылгандыгын билдирип, рынокто максатталган сегмент катары, экологиялык жактан аң-сезимдүү кардарларды тандашат (Kızanlıkılı and Çivgin, 2021).

Бул изилдөө Кыргызстандагы мейманканаларда эко-энбелги системасын колдонуу боюнча жүргүзүлгөн Илимий изилдөө долбоору алкагында маалыматтарды чогултуу үчүн даярдалган. Алынган табылгалар менен мейманкана жетекчилеринин жашыл мейманкана практикалары боюнча көз карашын, алардын жашыл мейманкананы башкаруу жана жашыл маркетинг практикасына карата кабылдоосун аныктоо, ишканалардын экологиялык жактан таза мейманкана эко-энбелгиси сертификаттоо тууралуу маалымдуулугун иликтөө жагынан абдан маанилүү жыйынтыктарды камтыйт. Изилдөөлөр жана адабияттарды талдоодон алынган тыянактардын негизинде мейманкана бизнеси үчүн экологиялык энбелги сертификатын алуу үчүн өтүнмө сунушу, ошондой эле экологиялык жактан таза мейманканалар үчүн атайын логотип иштелип чыккан. Түркиядагы жана дүйнөдөгү өрнөктүү тажрыйбаларды карап чыгуу менен ишканалардан талап кылынган минималдуу критерийлер аныкталды. Изилдөөнүн акыркы бөлүгүндө талаа изилдөөсүнөн алынган жыйынтыктарга жана сунушталган моделди ишке ашырууга байланыштуу сунуштар берилди.

I БӨЛҮМ

ЭКОТУРИЗМ, ЭКО-МЕЙМАНКАНА ЖАНА ЭКО-ЭНБЕЛГИ

1.1. Адабияттарды талдоо

Экотуризмдин эң кеңири колдонулган аныктамаларынын бири - бул 1991-жылы Эл аралык экотуризм коому (*International Ecotourism Society*) тарабынан киргизилген төмөнкү аныктама болуп саналат: “*Экотуризм – бул айлана-чөйрөнү коргогон жана жергиликтүү элдин жыргалчылыгын колдогон жаратылыш аймактарына жоопкерчиликти саякат*”. IUCN (азыркы Бүткүл дүйнөлүк жаратылышты коргоо союзу (*World Conservation Union*)) 1996-жылы экотуризмге төмөндөгүдөй аныктама берген: “*Бул экологиялык жактан жоопкерчиликти саякат жана жаратылыштан ырахат алуу, аны баалоо үчүн салыштырмалуу бузулбаган жаратылыш аймактарына саякаттоо түрү. Бул жагдай жаратылышты коргоого үндөйт, келгендердин терс таасирин минималдаштырат жана жергиликтүү элге пайда алып келе тургандай социалдык-экономикалык салым кошот*». Жалпысынан алганда, экотуризм туруктуу туризмдин бир багыты болуп саналат. Башкача айтканда, элет туризми жана маданий туризм элементтерин камтыган рекреациялык туризмдин туруктуу өнүгүүсү катары каралат. Экотуризм кандай болгон күндө да туруктуу өнүгүү натыйжаларына жетишүүнү көздөйт. Мындан тышкары, экологиялык туризмдин салымдары төмөнкүчө түшүндүрүлөт (Wood, 2002):

- Биологиялык ар түрдүүлүктү сактоого салым кошот.
- Жергиликтүү элдин жыргалчылыгын камсыздайт.
- Үйрөнүү тажрыйбасын камтыйт.
- Туристтердин жана туризм индустриясынын экологиялык жоопкерчилигин камтыйт.
- Негизинен, чакан ишканалар тарабынан чакан топторго сунушталат.
- Калыбына келтирилбеген ресурстарды, мүмкүн болушунча, аз керектөөнү талап кылат.
- Өзгөчө, жергиликтүү элеттиктердин катышуусуна, демилгелүүлүгүнө жана жумуш орундарынын түзүлүшүнө басым жасалат.

Башкача айтканда, экологиялык туризмдин негизги максаты – туристтер саякаттаган жаратылыш аймактарында жана туристтик жерлерде

жергиликтүү коомчулуктун маалымдуулугун жогорулатуу, алардын маданиятын жана каада-салтын сыйлоо, ошол эле учурда туризм ишмердүүлүгүнөн келип чыккан терс экологиялык кесепеттерди минималдаштыруу болуп саналат. Экотуризм заманбап коомдордо барган сайын популярдуу жана актуалдуу болуп баратат (Лилия Л. Духовная, 2020). Эко-туризмдеги көрүнүктүү практикалардын бири эко-мейманканалар саналат.

Туризмде туруктуулук концепциясын иштеп чыгуу менен «эко мейманкана» түшүнүгү барган сайын көбүрөөк мааниге ээ боло баштады (Купер, 1998). Эко мейманканалар сууну жана энергияны үнөмдөгөн, катуу калдыктарды азайткан, кайра иштетүү жана кайра пайдалануу программаларын ишке ашырган, туруктуу экологиялык эрежелерди жана экономикалык чечимдерди иштеп чыгуучу мейманканалар болуп саналат (Гүнеш, 2011). Бүгүнкү күндө көптөгөн мейманканалар туризм менен айлана-чөйрөнүн ортосунда келип чыккан көйгөйлөрдөн улам айлана-чөйрөгө келтирген зыянды азайтуу жана туризмден көбүрөөк үлүшүн алуу үчүн экологиялык таза практикага өтүүгө аргасыз болушту (Dief and Font, 2010). Анткени, азыркы учурда саякатка чыгууну, эс алууну каалаган туристтер мейманканалардын жылдыз санына гана карабастан, объекттин экологияга аяр мамилесин көрсөткөн символдорго жана документтерге маани беришет (Öneş, 2008).

Эко-мейманканалардын эки негизги салымы бар деп айтууга болот. Биринчиси, экологияга аяр мамиле кылган аң-сезимдүү туристтик топтордун күтүүлөрүн канааттандыруу. Экинчиси, жаратылыш ресурстарын натыйжалуу пайдалануу менен туруктуу туризмге кызмат кылуу. Ушундан улам, эко-мейманканалар барган сайын алар жайгашкан өлкөлөрдү узак мөөнөттүү келечекте атаандаштыкка жөндөмдүү кылууда жана маанилүү күчкө айланууда (Gökdeniz et al., 2014). Эко-мейманкана түшүнүгү түрдүүчө чечмеленет. Кээ бир адамдар жаратылыш менен чырмалышкан экологиялык таза эс алуу катары түшүнсө; башкалары бул мейманканын курулушу жана ишмердүүлүгү айлана-чөйрөгө эң аз зыян келтире турган (экологиялык таза) ишкана катары эсептешет. Экологиялык мейманканалар (ошондой эле жашыл отелдер деп аталат) экологиялык жактан таза жайгаштыруу ишканасы болуп саналат, алар туруктуулук принциптерин карманышат жана дүйнөнү сактоого жардам берүү үчүн экологиялык практиканы камтыйт (Jaana Romppanen, 2010).

Эко-мейманканалар экологияга аяр мамиле кылуу максатында эко-энбелгилерди колдонушат. Эко-энбелгилерди жалпысынан ишканын айлана-чөйрөгө келтирген зыянын азайтуучу жана туруктуулукту камсыз кылуу үчүн стандарттарга ээ болгон экологиялык демилгелер катары аныктаса болот. Бул энбелгилерди ишканалардын экологиялык көрсөткүчтөрү катары көрсөтүү мүмкүн (Midali, Goode, & Smith, 2015). Эко-энбелгилер

өнүмдөрдүн жана кызмат көрсөтүүлөрдүн экологиялык багыттуулугу боюнча ишенимдүү маалымат берүүчү ыктыярдуу, рыноктук экономикалык инструменттер катары каралат. Мейманканалардагы экологиялык практика мисалдары жана рекреациялык туризм түшүнүгү бүткүл секторго, өзгөчө жайгаштыруу жана туристтик дестинация аймактарына жайылган. 1990-жылдардан тарта экологиялык иш-аракеттерге негизделген жана ар кандай аталыштар менен мейманканаларга, саякат агенттиктерине же туризм ассоциацияларына ар кандай сыйлыктарды/белгилерди ыйгаруучу сертификация программалары кеңири жайыла башталган. Blue Flag, Ecotel, GreenGlobe, GreenKey, GreeningHotels, AB EcoLabel - эл аралык деңгээлде эң кеңири таанылган программалар болуп саналат (Gökdeniz, 2017).

1.2. Эко-энбелгинин мейманканалар үчүн социалдык-маданий жана экономикалык пайдалары

Айлана-чөйрөгө тийгизген терс таасирин минималдаштыруу үчүн экологияга аяр мамиле кылууну көздөгөн мейманканалар ар кандай ыкмалар менен суу, энергия жана каражаттарды үнөмдүү пайдалануу, кайра иштетүү жана катуу калдыктарды азайтуу сыяктуу ыкмаларды колдонушат. Жашыл мейманканалар экологияга кам көрүү менен сапаттуу кызмат көрсөтүүнү көздөшөт (Rompranep, 2010). Түркиядагы эко-мейманканалар колдонгон практиканын бири - бул жашыл жылдыз белгиси. Green star белгиси мейманкана имиджине оң таасирин тийгизүү менен бирге, коом үчүн пайдалуу иш-аракеттерди жүргүзүп, экологиялык эффективдүүлүккө салым кошот. Жашыл жылдыз белгиси мейманканаларга төмөнкү артыкчылыктарды берет (Şimşek, 2019):

- Ишканалардын чыгашаларын кыскартууга жардам берет.
- Ишкананын жана анын айлана-чөйрөсүнүн материалдык баалуулугун жогорулатат.
- Ишканада электр энергиясын жана сууну керектөөнү олуттуу деңгээлде азайтат.
- Ишканада өндүрүмдүүлүктү жогорулатууга таасирин тийгизет.
- Тобокелдиктерди азайтууга жана кирешени көбөйтүүгө жардам берет.

Жалпысынан алганда, эко-энбелгиге ээ мейманканаларга айлана-чөйрөгө терс таасирди азайтуу максатында ишкананын структурасында олуттуу экологиялык жактан жакшыртууларды ишке ашырган мейманканалар катары аныктама берсе болот. Негизги критерийлерди төмөнкүдөй белгилөө мүмкүн:

- Айлана-чөйрөгө көз карандылык,
- Экологиялык туруктуулук,

- Айлана -чөйрөнү коргоого жана сактоого салым кошуу;
- Экологиялык билим берүү программаларын түзүү,
- Маданий баалуулуктарды бириктирүү,
- Жергиликтүү коомчулукка экономикалык пайда камсыз кылуу (Bahtiyar and Kasalak 2017).

Туруктуу туризмди өнүктүрүү максатында иштелип чыккан эко-энбелги сертификаттоо системасы коомчулуктун, жергиликтүү башкаруу органдарынын жана башка кызыкдар топтордун маалымдуулугун жогорулатуу жана ошондой эле, ишканаларга атаандаштык артыкчылыктарды берүү аркылуу экологиялык саясатты ишке ашыруунун маанилүү инструменти болуп саналат жана маанилүү экологиялык социалдык жоопкерчиликте да олуттуу орунду ээлейт (Kinden, 2006). Изилдөөлөрдө эко-энбелги сертификаты туристтердин сатып алуу чечимине оң таасир бергендиги (Baker et al., 2014; Chen & Peng, 2012; Han, et al., 2010; Kim & Han, 2010), жашыл маркетинг жана эко-менеджмент кардарлардын канааттануусун, ишканалардын рыноктогу үлүшүн жана мейманкананын имиджин жакшырткандыгы (Mensah, 2004; Minoli et al., 2015; Penny, 2007) ошондой эле, мейманканалардагы ресурстардын натыйжалуулугун арттыргандыгы аныкталган (Zhang et al., 2014). АКШда жүргүзүлгөн изилдөөгө ылайык (Менсах, 2004), АКШдагы мейманкана кардарларынын 90% жашыл практикасы бар мейманканаларды жактырышат. Ушундан улам, мейманкана тармагындагы экологиялык менеджмент жана практикалар маркетингдик жана операциялык пландоодо маанилүү роль ойнойт деп айтууга болот (Kızanlıklı & Çıvgın, 2021).

Жашыл мейманкана менеджменти деп аталган мейманкананы башкаруу практикасы, аталган ишканаларга энергияны жана сууну үнөмдөөгө жана калдыктардын көлөмүн азайтууга жардам берет (Graci, 2012). Изилдөөлөрдүн натыйжасында, энергия жана сууну үнөмдөө, таштандыларды башкаруу багытында ири инвестицияларды ишке ашырган жайгаштыруу ишканалары, бул багытта алып барган туруктуу иш-аракеттери аркылуу учурдагы көрсөткүчтөрүн төмөндөтпөстөн, ресурстарды пайдаланууну 20% менен 40%га чейин кыскарта алары далилденген (Punitha & Rasdi, 2013).

Европа Биримдигинин Эко-энбелги Комиссиясынын отчетторуна ылайык, Франциядагы эко-энбелги сертификаты бар 6 гектардык кемпинг аянтында 7 жылда болжол менен 32.000 евролук электр энергиясы (280.000 кВт) жана 64.000 евролук суу (18.400 м³) үнөмдөлүп, кайра иштетүүгө жарамдуу калдыктардын көлөмү 14.800 килограммга көбөйгөн (ec.europa.eu, 2018). Айлана-чөйрөнү коргоо практикалары азыр дүйнө жүзү боюнча көптөгөн мейманкана чынжырларында ишке ашырылууда жана

социалдык жоопкерчилик иш-чараларынын алкагында кызыкдар тараптар да тартылууда. Мисалы, Хилтон мейманканалары жашыл мейманкана практикасынын жакшы мисалы болуп саналат. «Айлана-чөйрөгө таасир» деген аталыштагы Хилтон тобунун программасы энергетика жана көмүртек, суу, калдыктар жана чектелүү ресурстар алкагында мейманканаларда ишке ашырылуучу экологиялык практикалар боюнча максаттарын жана практикаларын камтыйт. Бул практикалар менен алар айлана-чөйрөгө тийгизген терс таасирин канчалык азайтканын жана ушундай жол менен жеткен экономикалык жетишкендиктерин көрсөтүшөт (www.cr.hilton.com).

1.3. Меймандостук индустриясында колдонулган Эко-энбелгилер

Экологиялык сертификаттоо – кандайдыр бир өнүм, кызмат же процесстин экологиялык стандарттар менен талаптарга жооп бергендигин текшерип баалаган жараян. Өнүм, кызмат, жараян, же аларды сунган юридикалык тарап белгилүү эко стандарттарга жооп бергендигин тастыктаган сертификация процессинин сонунда эко-энбелгини алууга укуктуу болот. Сертификаттар талапкерлерден толугу менен көз карандысыз болгон аккредиттелген уюм же жалпы ишенимге ээ мамлекеттик орган тарабынан берилет (Srodowska, 2020).

Туризмде колдонулган эко-энбелги сертификаттары жалпысынан төмөндө берилген критерийлерге көңүл бурушат (European Commission, 2009):

- Энергияны үнөмдөө жана кайра жаралуучу энергияны башкаруу,
- Сууну үнөмдөө жана кайра иштетүү,
- Жалпы башкаруу практикасы (экологиялык саясат жана иш-аракеттер планы, окутуу, маалыматтарды сактоо ж.б.у.с.),
- Таштандыларды азайтуу практикасы жана калдыктарды башкаруу,
- Конокторду маалымдоо (мисалы, *“Бул туристтик жайда энергиянын кайра жаралуучу булактарын пайдалануу, энергияны жана сууну үнөмдөө, калдыктарды азайтуу, жергиликтүү экологияны жакшыртуу боюнча жигердүү чаралар көрүлүүдө”*)

Учурда экологиялык таза азыктарды керектөө абдан популярдуу. АКШда жүргүзүлгөн изилдөөнүн натыйжасында керектөөчүлөрдүн үчтөн биринен көбү экологиялык жактан таза өнүм үчүн көбүрөөк акча төлөөгө даяр болгондугу аныкталган. Бул трендден артта калбоо үчүн мейманканалар да "жашыл" багытында ар кандай маркетингдик иш-чараларды ишке ашырууда. Керектөөчүлөргө зыяны жок өнүм деген маалыматты берген жана өндүрүүчүлөрдү экологиялык жактан таза

өндүрүү жараянына өтүшүнө себепкер болгон эко-энбелгиси (Kis-Orloczki, 2012) бул тренддин ийгиликтүү өрнөгү катары каралат. Өнүмдүн эко өзгөчөлүктөрүн коомчулукка жарыялоону максаттаган ишканалар, алган эко-энбелгисин маркетингдин куралы катары активдүү колдонушат. Жалпысынан алганда, эко-энбелгисинин негизги максаты - бул керектөөчүлөргө рынокто сунушталган өнүмдөрдүн ичинен айлана-чөйрөгө минимум зыян бергендигин белгилөө жана жарыялоо болуп саналат (Yücel & Emekçiler, 2008).

Жашыл мейманкана критерийлери (Gökdeniz et al., 2014):

- Табият менен тыгыз байланыш
- Экологиялык туруктуулук
- Айлана чөйрөнү коргоо багытында жасаган иш чаралар (далилдери менен)
- Экологиялык аң сезимди өстүрүү (далилдери менен)
- Маданий баалуулуктарды сактоо, колдоо жана жашатуу
- Жергиликтүү коомчулукка экономикалык кайтарымды камсыздоо.

Эко-энбелгилер көп тармакта колдонулат. Ecolabel Index 2021'ге жараша 1990-жылдары ончактыны ашпаган эко сертификация программалары, учурда 25 өнөр жай секторунда 455тен ашуун санда 199 өлкөдө колдонулат. Мисалы Канадада 171, АКШда 161, ал эми Мексикада бардыгы 64 эко-энбелгиси курулуш, энергетика, органикалык өнүм, тамак-аш өнүмдөрүнүн түрдүүлүгү, токой чарбасы, чекене соода, туруктуу бизнес, текстиль жана туризм багыттарында колдонулууда. Ал эми Европа Биримдигинин эко-энбелги системасы имараттар, химиялык каражаттар, жарыктандыруу системалары жана жайгаштыруу ишканалары сыяктуу багыттарда 83000 ден ашуун өнүмдү 24 топтун алкагында сертификаттоодон өткөрөт.

Төмөндө эл аралык деңгээлде таанылган эко-энбелгилердин бир канчасы тууралуу кыскача маалымат берилген (Kızanıklı & Çivgin, 2021; Cembruch-Nowakowski, 2020):

1.3.1. Travelife

Travelife, туруктуу туризмди өнүктүрүүгө даяр жана чечкиндүү болгон туризм ишканалары үчүн окутуу, башкаруу жана сертификаттоо программасы болуп саналат. Travelife тур агенттиктер менен жайгаштыруу ишканаларына багытталган эки башка, бирок бири-бири менен байланышкан туруктуу системаны сунуштайт. Travelife 2007-жылы Улуу Британия Туризм Ассоциациясы (ABTA) жана Голландия туризм ишканаларынын ассоциациясы (ANVR) тарабынан курулуп, Европа Биримдиги тарабынан колдоо көргөн Life долбоорунун өнүмү деп билинет. Travelife ISO 14001 жана EMAS III стандарттарына ылайыктуу болуп, башкаруу, айлана-чөйрө жана социалдык багыттарда коюлган

талаптарга жооп берген тур операторлор, саякат агенттиктер жана жайгаштыруу ишканаларына берилген эко-энбелгиси. Travelife’тын өндүрүмдүүлүк талаптары, эмгек шарттары, адам укуктары, айлана-чөйрө, биологиялык ар түрдүүлүк жана бизнес адилеттүүлүгү практикасына коюлган талаптары ISO 26000 жана OECD Корпоративдик Социалдык Жоопкерчилик көрсөтмөлөрүнө шайкеш келет.

Тур операторлор менен Саякат агенттиктери Travelife стандарттарына жооп берген учурда “Travelife partner” же “Travelife certified” статусун алат, ал эми жайгаштыруу ишканалары коло, күмүш же алтын эко-энбелгилерине ээ болушат. Бул күнгө чейин 17.000ге жакын жайгаштыруу ишканасы Travelife туруктуулук системасына катталып, анын ичинен 1500 көз карандысыз аудиттен өткөндөн соң, 500дөн көбү Travelife эко-энбелгисине ээ болушкан.

1.3.2. Көк желек

Көк желек пляждар менен портторго (катер менен яхталардын порту) берилүүчү эл аралык экологиялык сыйлык. Эко-энбелгиси деңиз суусунун тазалыгына, айлана-чөйрөнүн корголушуна, экологиялык аң-сезимди калыптандырууга маани берилгендигин жана кардарларына жайлуу, о.э. коопсуз шарттардын түзүлгөндүгүн жарыялайт (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2015). Көк желек биринчи жолу 1985-жылы Францияда, 1987-жылдан тарта Европада, 1993-жылдан бери Түркияда, ал эми Европа өлкөлөрүнүн тышында 2000-жылдан баштап колдонулуп баштаган. Учурда 50 өлкөдө, анын ичинде 30 Европа өлкөлөрүндө Көк желекти көрүүгө мүмкүн. Көк желек сыйлыгы Эл аралык экологиялык билим берүү фонду (Foundation for Environmental Education/FEE) тарабынан берилет жана ар бир өлкөдөгү өкүлчүлүктөрү тарабынан көзөмөлдөнөт. Түркияда 2021-жылы Көк желек желбиреген пляждардын саны 519 болуп, дүйнөлүк таза пляждардын рейтингинде Испания менен Грециянын аркасынан 3-орунду ээлеген. Ал эми Көк желек сыйлыгына ээ болгон Түркиядагы порттордун саны 22, яхталардын саны 6 жана туризмде иштетилген мотордуу кайыктардын саны 10го жеткен (www.mavibayrak.org.tr).

1.3.3. Европа биримдигинин эко-энбелгиси

1992-жылы берилип баштаган *EU Flower/EU EcoLabel* ыктыярдуу энбелгиси бүт Европа өлкөлөрүндө таанылат. Ал эффективдүү жана экологиялык принциптерге шайкеш келген жогорку стандарттагы өнүм менен кызматтарга ыйгарылат (Ecolabel, 2019). Европалык саякатчылардын көбүнө белгилүү болгон бул эко-энбелгиге ээ болуу үчүн аткарылышы керек болгон критерийлердин негизгилери төмөндөгүлөр: энергия менен сууну аяр колдонуу; калдык менен таштандыларды азайтуу; айлана-чөйрөгө зыяндуу заттарды колдонуудан, мүмкүн болушунча, баш тартуу;

кайра жаралуучу ресурстар менен материалдарды пайдалануу; экологиялык аң-сезимди өнүктүрүү; коммуникацияны колдоо; тамак-аш жана суусундуктарды өндүрүүдө о.э. кайра иштетүүдө айлана-чөйрөгө тийгизген терс таасирин азайтуу (www.greentourism.eu/en). Европа Биримдигинин эко-энбелгиси өндүрүштүн бардык баскычтарын, б.а. материалдын сатылып алышынан баштап даяр өнүм колдонулгандан кийин кайрадан иштетилишине чейинки процесстердин бардыгын көзөмөлгө алат (Ecolabel, 2019). Учурда бул энбелги ЕБ тышкары АКШ, Улуу Британия, Россия, Украина, Түркия жана Австралияда колдонулат жана жылына бир жолу сертификаттоо уюмуна отчет берилген учурда 2-5 жыл үчүн жарактуу деп кабыл алынат (www.greentourism.eu/en).

1.3.4. Жашыл жылдыз

Жашыл жылдыз эко-энбелгиси айлана-чөйрөнү коргоо, экологиялык аң-сезимди өнүктүрүү, туризм ишканаларынын айлана чөйрөнү коргоо багытындагы кошкон салымдарын шыктандыруу үчүн 1993-жылдан бери Түркия Республикасынын Маданият жана туризм министрлиги тарабынан жайгаштыруу ишканаларына ыйгарылган экологиялык сыйлык (Т.С. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). 2021-жылдын статистикалык маалыматтарына жараша Түркиянын 81 аймагында “туризм ишканасы” документи менен ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 5466 ишкананын 8,3%, б.а. 456 ишканасы “жашыл” категориясында кызматын сунууда.

Жашыл жылдыз энергия менен сууну үнөмдөө, зыяндуу заттардын колдонулушун азайтуу, калдыктардын көлөмүн кыскартуу, энергиянын натыйжалуулугун жогорулатуу, кайра жаралуучу энергия булактарын колдонуу, жайгаштыруу ишканаларынын долбоорлоо этабынан баштап “жашыл” багытта пландалышын үгүттөө, ишкананын айлана-чөйрө менен тыгыз байланышта болуусун колдоо, чөйрөгө оң таасирин тийгизип аны кооздоо иш-чараларын ишке ашыруусуна шыктандыруу, экологиялык архитектураны жайылтуу, экологиялык аң сезимди өстүрүү, маалымдуулукту жогорулатуу, окутуу жана тиешелүү уюмдар менен кызматташууну бекемдөө сыяктуу багыттарын камтыйт (yigm.ktb.gov.tr).

1.3.5. Жашыл ачкыч программасы

Жашыл ачкыч программасы (GreenKey) дүйнө жүзү боюнча 65 өлкөдө 3200гө жакын мейманкана менен башка туристтик объекттерге ыйгарылган ыктыярдуу эко-энбелгилөө программасы. Бул программа айлана-чөйрөнү коргоо боюнча демилгелерди сыйлык берүү жолу менен колдоого, климаттын өзгөрүшүнүн алдын алууга жана туруктуу туризмге салым кошууга багытталган. Жашыл ачкыч – Дүйнөлүк Туризм Уюму жана Бириккен Улуттар Уюмунун Айлана-чөйрөнү коргоо программасы тарабынан колдоого алынган коммерциялык эмес, өкмөткө тиешеси жок

көз карандысыз программа (GreenKey, 2015). Программа туруктуу туризмди колдоп, мейманканаларга экологияны коргоо жаатында демилге берүү жолу аркылуу климаттык өзгөрүүнү алдын алуу, о.э. туруктуу бизнес жана технология ыкмаларын колдонуп ишканалар тарабынан ресурстардын үнөмдөлүшүнө салым кошууну көздөйт. Учурда 40тан ашуун өлкөдө ишмердүүлүгүн жүргүзгөн программа 1994-жылы Данияда бейөкмөт уюм катары курулган. Программанын 13 негизги категориясы айлана-чөйрөнү башкаруу (суу, калдыктар, энергия, химиялык заттарды колдонуу), конок, персонал жана камсыздоочулардын экологиялык маалымдуулугун өстүрүү, корпоративдик социалдык жоопкерчилик жана жашыл иш-чаралар сыяктуу 130 критерийден турат. Ал туристтерге “жашыл” ишканалары тандагандыгы үчүн экологияны коргоого жана туруктуулук деңгээлин жогорулатууга салымын кошкондугу тууралуу маалымат берип, мындай чечимдердин улантылышына шыктандырат. Жашыл ачкыч эко-энбелгиси Канада, Мексика, Улуу Британия, Бириккен Араб Эмираттары, Катар жана кээ бир Европа өлкөлөрүндө колдонулуп (www.turcev.org.tr), туристтерге экологиялык жаатта олуттуу өзгөрүүлөргө салым кошкондугун даңазалап келет (www.greentourism.eu/en).

1.3.6. Жашыл глобус

Жашыл глобус эко-энбелгилөө программасы 1992-жылы Риодо өткөрүлгөн чогулуштун 21-күн тартиби алкагында кабыл алынган чечим менен түзүлгөн. Жашыл глобус АКШда жайгашкан дүйнөлүк Green Globe Ltd UK брендинин лицензиясынын алкагында ишмердүүлүгүн жүргүзүп, 80ден ашуун өлкөдө 500 мүчөсү менен туруктуу туризм тармагындагы эл аралык стандарттарга ээ болгон программа катары таанылат. Жашыл глобус 11 түрдүү секторду, анын ичинде мейманка, ресторан, конгресс борборлору, саякат индустриясы, спа жана ден соолук борборлору сыяктуу багыттарды 44 негизги критерийдин 382 пункту аркылуу баалап, сертификат ыйгарат. Жашыл глобус эко-энбелгисинин максаты - экологияны коргоо иштеринде жакшыртылган стандарттарды колдонуу аркылуу дестинациянын көйгөйлөрүн чечүү (Şişik, 2012), ресурстарды коргоо, булганууну азайтуу, биологиялык ар түрдүүлүктү жана экосистеманы коргоо, туруктуулукту башкаруу системаларын ишке ашыруу жана жүргүзүлгөн иш-чаралардын мыйзамга ылайык келүүсүн камсыз кылуу аркылуу туруктуу системаны куруу болуп саналат. Ошондой эле, жергиликтүү коомду сыйлоо, маданияты менен маданий мурастарын жайылтуу сыяктуу маселелер да алдыңкы планга чыгат. Green Globe энбелгиси АКШ, Улуу Британия, Бириккен Араб Эмираттары, Кытай, Түштүк Африка, Мексика, Канада, Швейцария, Таиланд, Индия сыяктуу өлкөлөрдө ишмердүүлүгүн жүргүзөт.

1.3.7. Эл аралык айлана-чөйрөнү башкаруу системасы (ISO 14001)

ISO 14001 чийки заттан баштап даяр өнүмдүн кардарга сунушталышына чейинки жараяндын ар бир баскычында, ыңгайлуу сактык чаралар менен айлана чөйрөгө тийгизген терс таасирди минималдаштырууга багытталган колдонмо. Тагыраак айтканда, ишканалар тарабынан айлана-чөйрөгө тийгизген же тийгизиши мүмкүн болгон зыянды системалуу түрдө азайтуу жана, мүмкүн болгон учурда, жоюу үчүн иштелип чыккан башкаруу системасы (CTR, 2022). Ошондой эле ишмердүүлүктүн айлана-чөйрөгө тийгизген таасирин башкарууга жардам берген ISO 14001 экологияны коргоо боюнча иш-чаралардын пландалышын жана ишке ашырылышын камтыган глобалдуу система катары да каралат. Ал экологиялык көрсөткүчтөрдү көзөмөлдөө, күнүмдүк иштердин бир бөлүгү катары экологиялык менеджмент талаптарын ишке ашыруу, узак мөөнөттүк пландоо жана башка сапат башкаруу системалары менен интеграциялоону камтыйт (Atalar, 2009).

1.3.8. Жашыл мейманканалар (*Greening Hotels*)

ISO 14001 чийки заттан баштап даяр өнүмдүн кардарга сунушталышына чейинки жараяндын ар бир баскычында, ыңгайлуу сактык чаралар менен айлана чөйрөгө тийгизген терс таасирди минималдаштырууга багытталган колдонмо. Тагыраак айтканда, ишканалар тарабынан айлана-чөйрөгө тийгизген же тийгизиши мүмкүн болгон зыянды системалуу түрдө азайтуу жана, мүмкүн болгон учурда, жоюу үчүн иштелип чыккан башкаруу системасы (CTR, 2022). Ошондой эле ишмердүүлүктүн айлана-чөйрөгө тийгизген таасирин башкарууга жардам берген ISO 14001 экологияны коргоо боюнча иш-чаралардын пландалышын жана ишке ашырылышын камтыган глобалдуу система катары да каралат. Ал экологиялык көрсөткүчтөрдү көзөмөлдөө, күнүмдүк иштердин бир бөлүгү катары экологиялык менеджмент талаптарын ишке ашыруу, узак мөөнөттүк пландоо жана башка сапат башкаруу системалары менен интеграциялоону камтыйт (Atalar, 2009).

II БӨЛҮМ

ТАЛАА ИЗИЛДӨӨСҮ

2.1. Методология

Мейманкана жетекчилеринин эко-энбелгилерди алуу жана экологиялык мейманкананы башкаруу практикасы боюнча билимин жана маалымдуулугун аныктоо, алардын аталган практикага болгон көз карашын, алардын бул долбоор жана экологиялык энбелгилерди алуу системасы боюнча көз караштарын, күтүүлөрүн аныктоо максатында талаа изилдөөсү жүргүзүлгөн. Мындан тышкары, талаа изилдөөсү аркылуу мейманкана жетекчилери долбоордун максаттары жана милдеттери менен тааныштырылып, алардын долбоор боюнча ой-пикирлери жана сунуштары алынган.

Бул бөлүмдө изилдөөгө байланыштуу гипотезалар жана методология тууралуу маалымат берилет:

2.1.1. Изилдөөнүн максаты жана гипотезалар

Бул изилдөөнүн негизги максаты - Кыргызстандагы мейманканаларда колдонулган жашыл мейманкана практикасын жана мейманкана жетекчилеринин жашыл маркетингге карата кабылдоосун аныктоо. Катышуучулардын жашыл маркетинг кабылдоосу жана жашыл мейманкана башкаруу практикасынын ортосундагы байланышты аныктоо изилдөөнүн дагы бир максаты болуп саналат.

Изилдөөнүн максатына ылайык, төмөнкү гипотезалар иштелип чыккан:

H1: Респонденттердин жашыл маркетинг кабылдоосу алардын жеке өзгөчөлүктөрүнө жараша олуттуу айырмачылык көрсөтөт.

H2: Респонденттердин жашыл маркетинг кабылдоосу менен жашыл мейманкананы башкаруу практикасынын ортосунда олуттуу байланыш бар.

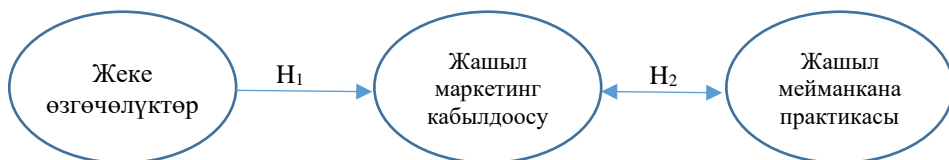


Схема 1. Изилдөө модели

2.1.2. Изилдөөнүн жалпы жана үлгү тобу

Изилдөөнүн жалпы тобун Кыргызстандагы мейманканалар түзөт. Кыргыз Республикасынын Улуттук статистика комитетинин маалыматы боюнча Кыргызстанда активдүү иштеген мейманканалардын саны 216ны түзөт. Жалпы топтун бардыгына жетүү мүмкүн болгондуктан, үлгү топ алынбастан жалпы топко сурамжылоо жүргүзүлгөн. Маалыматтар ар бир мейманканадан бир жогорку, бир орто деңгээлдеги жетекчиден алынган. Маалыматтар электрондук почта жана башка электрондук ыкмалардын жардамы менен чогултулган. Алынган анкеталардын ичинен толук эмес жана туура эмес толтурулган деп эсептелген айрым бланкалар баалоодон чыгарылып, 178 анкета (жалпы топтун 82%ы) талдалган.

2.1.3. Маалыматтарды топтоо

Маалыматтарды топтоо үчүн анкета колдонулду. Анкета 2021-жылдын октябрынан 2022-жылдын февралына чейин өз ыктыяры менен изилдөөгө катышууну каалаган катышуучуларга колдонулган. Анкетаны колдонуудан мурда изилдөө куралын иштеп чыккан изилдөөчүлөрдөн керектүү уруксаттар алынып, Кыргыз-Түрк «Манас» университетинин “Илимий изилдөө жана публикациялар боюнча этика комитетине” арыз берилип, тийиштүү уруксат алынган.

Анкета үч бөлүктөн турат. Биринчи бөлүктө респонденттердин жеке мүнөздөмөлөрү (кызмат орду, билим деңгээли, башкаруучулук жана сектордук тажрыйбасы) жана респонденттер эмгектен мейманканалар жөнүндө суроолор камтылган. Экинчи бөлүктө жашыл мейманкананы башкаруу практикасын аныктоо үчүн Dilek жана Atay (2012) тарабынан иштелип чыккан 32 билдирүүдөн турган изилдөө куралы колдонулган. Бул изилдөө куралында тийиштүү практиканын колдонуу учурлары ооба, жарым-жартылай жана жок деген жооптор аркылуу бааланат. Үчүнчү бөлүктө, респонденттердин жашыл маркетинг кабылдоосун аныктоо үчүн Kirk (1998), Mensah (2005), Erdoğan жана Bariş (2009) изилдөөлөрүнүн негизинде даярдалган 18 билдирүүдөн турган жашыл маркетингди кабылдоо изилдөө куралы колдонулган. Бул изилдөө куралынын ишенимдүүлүгү менен жарамдуулугу Dilek жана Atay (2012) тарабынан текшерилип, башка изилдөөлөрдө дагы колдонулган (Şimşek, 2019). Тиешелүү изилдөө куралы 5 баллдык Лайкерт шкаласы менен бааланат.

2.1.4. Анализ

Сурамжылоодо топтолгон маалыматтар текшерилген соң статистикалык пакет программасында талдалган. Респонденттердин жеке жана ишканага тийиштүү мүнөздөмөлөрү тууралуу жоопторунан алынган маалыматтардын пайыздык жана жыштык көрсөткүчтөрү, стандарттык четтөө жана арифметикалык орточо маанилери таблица түрүндө берилди.

Изилдөө куралынын жарамдуулугун жана ишенимдүүлүгүн аныктоо максатында изилдөөнүн алкагында тастыктоочу фактор анализи жүргүзүлүп, Cronbach Alpha ишенимдүүлүк коэффициенти эсептелди. Изилдөө гипотезаларын сыноо үчүн фактордук дисперсия анализи (Anova) колдонулду, ал эми өзгөрмөлөрдүн ортосундагы байланышты текшерүү үчүн корреляциялык анализ жасалды.

Колмогоров-Смирнов (Kolmogorov-Smirnov) жана Шапиро-Вилк (Shapiro-Wilk) тесттери нормалдуу бөлүштүрүүнү аныктоо үчүн колдонулган жана нормалдуу бөлүштүрүү Q-Q графиги менен текшерилген. Белгилүү болгондой, 100 жана андан көп үлгүлөрдөн турган чоң топтордо график ыкмасы көбүрөөк колдонулат, анткени ал үлгү топтон салыштырмалуу көз каранды эмес (Cokluk et al., 2010: 15). Анализде параметрикалык тесттер колдонулду, анткени бул изилдөөдөгү маалыматтар жана өзгөрмөлөр нормалдуу бөлүштүрүүгө ээ, изилдөө предметтери бири-биринен көзкарандысыз жана саны 30дан көп, дисперсиялар бир тектүү (Altunışik et al., 2010; Ural & Kılıç, 2013).

2.2. Табылгалар

Бул бөлүмдө респонденттердин жеке жана ишкана мүнөздөмөлөрүнө тийиштүү сыпаттама анализинин натыйжалары, тастыктоочу фактордук анализ жана гипотезаларды сыноо анализдеринин жыйынтыктары берилген:

2.2.1. Сыпаттама анализинин табылгалары

Таблица 1. Респонденттердин жеке өзгөчөлүктөрүнө тийиштүү табылгалар

Кызмат орду	f	%	Билими	f	%
Башкы менеджер	49	27,5	Орто жана орто кесиптик билим Бакалавриат Магистратура Аспирантура	15	8,4
БМ орун басары	30	16,9		121	68,0
Бөлүм менеджери	39	21,9		35	19,7
Ээси	14	8,0		19,7	1,7
Башка	45	25			
Жетекчилик кызматында канча жылдан бери иштейсиз?	f	%	Туризм секторунда канча жылдан бери иштейсиз?	f	%
1-3 жыл	57	32,0	1-3 жыл	48	27
4-7 жыл	57	32,0	4-7 жыл	60	33,7
8-11 жыл	26	14,6	8-11 жыл	30	16,9
12 жылдан көп	16	9,0	12 жылдан көп	29	16,3
Мейманкананын статусу				f	%
Улуттук чынжыр				12	6,7
Эл аралык чынжыр				5	2,8
Жеке менчик (көз карандысыз)				140	78,7
Башка				19	10,7

1-таблицадагы жыйынтыктарга ылайык, респонденттердин көпчүлүгү (27,5%) башкы менеджерлер, ал эми андан кийинки орунда (25%) “башка” вариантын тандагандар турат. «Башка» вариантын тандагандар көбүнчө мейманкана ээлери, ал эми респонденттердин билим деңгээли жалпысынан жогору экендиги аныкталды. Бакалавриат деңгээлиндеги респонденттер 68,0% түзсө, магистратура 19,7%, орто жана орто кесиптик билим 8,4% жана аспирантура 1,7% түзөт. Орточо эсеп менен ар бир үчүнчү респондент, б.а. 32,0% жетекчилик кызматта 1-3 жыл арасы иштесе, калган үчтөн бир бөлүгү (32%) 4-7 жылдан бери жетекчилик кызматта эмгектенгендигин белгилешкен.

Туризм тармагында эмгектенген жыл тажрыйбасына карата бөлүнүшү төмөндөгүдөй: 4-7 жыл - 33,7%, 1-3 жыл - 27% , 8-11 жыл - 16,9% жана 12 жылдан көп - 16,9%. Изилдөөгө катышкан мейманканалардын көбүн (78%) көз карандысыз жеке менчик мейманканалар түзөт.

Таблица 2. Изилдөө куралынын сыпаттама статистикасы, ишенимдүүлүк жана жарамдуулук анализи жыйынтыктары

Өзгөрмөлөр	Элемент саны	<i>α</i>	<i>χ</i>
Жашыл маркетингди кабылдоо изилдөө куралы	17	0,74	3,70
<i>Айлана-чөйрө менен карым-катнаш</i>	5	0,80	3,88
<i>Браазычылык</i>	4	0,62	2,05
<i>Экологиялык маалымдуулук</i>	3	0,74	3,82
<i>Туруктуулук</i>	5	0,65	4,12
Жашыл мейманкана практикалары	29	0,85	1,11
<i>Электр энергиясын жана сууну үнөмдөө</i>	8	0,51	1,24
<i>Таштандыларды башкаруу жана экологиялык билим берүү</i>	11	0,74	0,85
<i>Сатып алуу жана жоопкерчиликти бөлүштүрүү</i>	10	0,78	1,28

Фактордук анализдин жардамы менен маалыматтардын шайкештигин аныктоодон мурда изилдөө куралы Кайзер-Мейер-Олкин (*Kaiser-Meyer-Olkin* КМО) жана Бартлеттин сферикалык тести (*Bartlett's Test*) аркылуу текшерилди.

Анализдердин натыйжасында КМО коэффициенти жашыл мейманкананы башкаруу практикасын изилдөө куралы үчүн 0,776 жана жашыл маркетингди кабылдоо изилдөө куралы үчүн 0,789 деп аныкталган. Бул көрсөткүч эки изилдөө куралы тең фактордук анализ жүргүзүүгө жакшы деңгээлде ыңгайлуу экенин көрсөтөт (Aksu, Eser & Güzeller, 2017: 9).

Бул көрсөткүч ошондой эле изилдөөнүн үлгү тобунун фактордук анализ жасоого ылайыктуулугун билдирет. Бартлетт тестинин натыйжасы $p=0,001$ деңгээлинде маанилүү деп табылган (Katranci & Temel, 2018: 1548).

Жашыл мейманкана практикасын изилдөө куралынын фактордук анализинде изилдөө куралынын түпнускасындагы 32 билдирүүнүн фактордук жүгү аныкталган. Түпнускасындагыдай эле, бул изилдөөдө дагы үч факторго бөлүндү.

Алынган маалыматтардын натыйжасында фактор жүгү төмөн же бир канча факторлорго кептешкен үч билдирүү анализден чыгарылып, кайра фактордук анализ жасалды. Фактордук анализдин натыйжасында жашыл мейманкананы башкаруу практикасы үчүн үч фактордук структура түзүлдү жана бул фактордук дисперсиясынын 60%ын мүнөздөйт.

Жашыл маркетингди кабылдоо изилдөө куралынын фактордук анализи түпнускасындагы 18 билдирүүнүн негизинде ишке ашты. Кептешүү жана фактордук жүк маанилери текшерилди. Алынган маалыматтардын натыйжасында фактордук жүгү төмөн бир билдирүү (*экологиялык практикалар мода гана*) анализден чыгарылды. Кайрадан жасалган фактордук анализдин натыйжасында түпнускадан айырмаланып төрт фактордук структура түзүлүп, өлчөмдөрдүн аталышы өзгөртүлдү. Бул фактордук дисперсиясынын 58% ын мүнөздөйт.

Альфа коэффициенттери ыкмасы ички ырааттуулукту өлчөө үчүн кеңири колдонулган ыкма жана анын алгылыктуу мааниси 0,70 кем болбошу керек. Бирок бул коэффициенттин мааниси иликтөө илимий эмгектеринде 0,50 болушу дагы кабыл алынат деп белгиленет (Altunışık et al., 2010:124). Ошону менен бирге, альфа коэффициентинин маанисине таянып, 0,60-0,80 жетиштүү деңгээлде ишенимдүү, ал эми 0,80-1,00 үчүн абдан ишенимдүү катары кабыл алынып келет (Akgül & Çevik, 2003:436).

Таблица 3. Респонденттердин жашыл мейманкана багытында жалпы түшүнүгүнүн сыпаттама анализинин жыйынтыктары

Билдирүүлөр	Жок		Жарым-жартылай		Ооба		ss.	x
	f	%	f	%	f	%		
1. Мейманканада жазылган экологиялык саясат бар	57	32,0	56	31,5	65	36,5	0,82	1,04
2. Мейманканабыздагы персоналдын экология боюнча билими жогорулатылат	41	23,0	64	36,0	73	41,0	0,78	1,17
3. Бюджетте экологиялык пункт каралат	77	43,3	45	25,3	56	31,5	0,85	0,88
4. Мейманканабыз кайра иштетүүчү компаниялар менен кызматташат.	48	27,0	61	34,3	69	38,8	0,80	1,11
5. Мейманкана айлана-чөйрөнү коргоо боюнча жыйындарга катышат	38	21,3	57	32,0	82	46,1	0,78	1,24

(жергиликтүү башкаруу, мейманканалар ассоциациясы ж.б.).

6. Мейманкананын финансылык отчетторунда жашыл практикалардын негизинде болгон үнөмдөөлөр тууралуу айтылат.	86	48,3	45	25,3	47	26,4	0,83	0,78
7. Экологиялык иш-чаралар коомчулукка ММК аркылуу билдирилет	85	47,8	44	24,7	49	27,5	0,84	0,79
8. Мейманканабызда экологиялык иш-чараларга жооптуу персонал иштейт.	76	42,7	23	12,9	79	44,4	0,93	1,01
9. Мейманканада жашыл өнүм (органикалык өсүмдүктөр, кайрадан иштетилген ж.б.) колдонулат	27	15,2	84	47,2	66	37,1	0,69	1,22
10. Мейманканада таштандылар (кагаз, пластмасса, айнек ж.б.) бөлүнөт	22	12,4	50	28,1	106	59,6	0,70	1,47
11. Мейманкана тууралуу маалымат бөлмөлөрдөгү телевизор аркылуу берилет	111	62,5	26	14,6	41	23,0	0,83	0,60
12. Мейманканадагы колдонулган өсүмдүк майлары кайра иштетүүчү ишканаларга өткөрүлүп берилет	119	66,9	23	12,9	36	20,2	0,81	0,53
13. Мейманкана экологиялык изилдөөлөргө колдоо көрсөтөт	34	19,1	52	29,2	92	51,7	0,77	1,32
14. Мейманканада калып калган тамактар андан ары колдонуу үчүн берилет	66	37,1	35	19,7	74	41,6	0,89	1,04
15. Жергиликтүү маданиятты сактоо үчүн кардарларыбызга эскертүүлөр берилет.	14	7,9	37	20,8	126	70,8	0,62	1,63
16. Мейманкана жергиликтүү башкаруу органдары менен кызматташууда.	25	14,0	38	21,3	115	64,6	0,73	1,50
17. Сатып алынган өнүмдөрдүн кайра иштетилишине көңүл бурулат.	9	5,1	49	27,5	120	67,4	0,58	1,62
18. Көп ирээт колдонулуучу өнүмдөр сатылып алынат.	19	10,7	51	28,7	107	60,1	0,68	1,49
19. Мейманканада үнөмдөө функциясы болгон өнүмдөр колдонулат (үнөмдүү электр лампасы, душтун суу агызгычы ж.б.)	9	5,1	37	20,8	130	73,0	0,56	1,68
20. Экологияга аз зыян тийгизген тазалык каражаттары колдонулат	14	7,9	63	35,4	101	56,7	0,63	1,48
21. Күн энергиясы колдонулат	135	75,8	10	5,6	33	18,5	0,78	0,41
22. Агынды суулар тазаланып, бакчаларды сугаруу үчүн колдонулат.	130	73,0	19	10,7	29	16,3	0,75	0,43
23. Бөлмөлөрүбүздө электр	70	39,3	22	12,4	86	48,3	0,93	1,08

энергиясын үнөмдөө үчүн энергия үнөмдөө системасы колдонулат.

24. Кирлер кир жуучу жайда булгануу даражасына жараша сорттолот.	44	24,7	43	24,2	91	51,1	0,83	1,26
25. Дааратканалар бл ден аз суу короткон унитаздар менен жабдылган.	60	33,7	41	23,0	74	41,6	0,87	1,08
26. Мейманкананын коомдук аянттарынын жарыктандыруусунда сенсорлор/таймерлер колдонулат.	73	41,0	21	11,8	84	47,2	0,93	1,06
27. Мейманканада жамгыр жана кар суулары чогултулуп колдонулат.	135	75,8	23	12,9	20	11,2	0,67	0,35
28. Конокторубузга текстилдин күнүгө алмашышынын натыйжасында экологияга тийгизген зыяны тууралуу маалымат берилет.	78	43,8	21	11,8	78	43,8	0,94	1,00
29. Ванналарда сууну аз сарптоо үчүн ар кандай технологиялык чечимдер колдонулат	77	43,3	28	15,7	73	41,0	0,92	0,97
30. Кир жуучу жайларда ресурстарды үнөмдөө функциясы болгон техника колдонулат	71	39,9	41	23,0	66	37,1	0,87	0,97
31. Бөлмөлөрдө энергияны үнөмдөөчү лампалар колдонулат.	9	5,1	13	7,3	156	87,6	0,49	1,82
32. Кызматкерлерге химиялык тазалоочу каражаттардын колдонулушу тууралуу маалымат берилет.	7	3,9	30	16,9	141	79,2	0,51	1,75

3-таблицада изилдөөгө катышкан жарандардын жашыл мейманкана багытында жалпы түшүнүгү сыпаттама анализи аркылуу берилген. Жыйынтыктарга ылайык;

- Мейманканалардын 36,5%да жазылуу түрдөгү экологиялык саясат болгондугу жана алардын 41,0%да кызматкерлерин экология багытында окутаары белгилүү болгон. Ал эми экологиялык практикадан улам келип чыккан чыгымдар мейманкананын бюджетинде көрсөтүлбөгөнүн белгилегендердин саны 43,3% түзгөн.
- Респонденттердин 59,6%ы таштандыларды (картон, пластмасса, кагаз ж.б.) бөлүштүрөөрүн айтышса, 66,9% колдонулган өсүмдүк майларын кайрадан иштетүү үчүн өткөрбөгөндүгүн баяндашкан.
- Респонденттердин көбү (62,5%) экологиялык маалымат бөлмөлөрдөгү телевизорлор аркылуу берилбегендигин, бирок 51,7%ы экология жаатындагы изилдөөлөрдү колдогондугун белгилешкен.
- Мейманканалар жергиликтүү бийлик органдары менен кызматташаарын (64,6%), ал эми кардарларды жергиликтүү маданиятты коргоо багытында эскерткендигин (70,8%) белгилеген. Андан сырткары сатып

алынган өнүмдөрдү кайрадан иштетилишине респонденттердин 67,4%ы көңүл бурушат жана 60,1%ы көп ирээт колдонулуучу өнүмдөрдү колдоноорун айтышкан.

- Респонденттердин 73,0%ы мейманканада үнөмдөө өзгөчөлүгүнө ээ болгон технологиялык чечимдерди (душтарга насадка, лампа ж.б.) колдонушса, 75,8% күн энергиясын колдонбогондугун баяндашкан.
- Катышуучулардын басымдуу бөлүгү (56,7%) айлана-чөйрөгө зыяны аз тазалоочу каражаттарды сатып аларын айтышса, 73,0% агынды сууларды кайрадан колдонбогондугун белгилешкен.
- 48,3% мейманкананын бөлмөлөрүндө электр энергиясын үнөмдөөчү система жана 47,2% коомдук жайларында жарыктандырууда сенсор/таймерлер колдонулбаганын билдирген.
- Сууну керектөө боюнча респонденттердин 75%ы жаан (жамгыр жана кар) суусун жыйнабагандыгы үчүн мейманканаларында кайрадан пайдаланылбагандыгын белгилеген. Ал эми 43,8%ы кардарларына текстилдин (сүлгү, шейшеп ж.б.) күнүгө алмашылгандыгынын экологияга терс таасирин түшүндүрбөгөндүгүн жана ванна бөлмөлөрүндө сууну үнөмдөгөн насадкалардын колдонулбагандыгын баяндашкан.
- Ошондой эле, респонденттердин көбү, б.а. 87,6%ы мейманкана бөлмөлөрүндө энергия үнөмдөөчү лампаларды колдоноорун жана алардын 79,2%ы персоналына тазалоочу материалдарды колдонуу боюнча маалымат берерин белгилешкен.

Таблица 4. Респонденттердин жашыл маркетинг багытында жалпы түшүнүгүнүн сыпаттама анализинин жыйынтыктары

Билдирүүлөр	1		2		3		4		5		SS.	x
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
1. Мейманканаларда экологиялык практикалар узун мөөнөттө чыгымдарды азайтат.	1	0,6	13	7,3	33	18,5	55	30,9	76	42,7	0,97	4,07
2. Экологиялык практикалардын коноктордун сатып алуу чечимдерине оң таасири бар.	8	4,5	19	10,7	58	32,6	54	30,3	39	21,9	1,08	3,54
3. Экологиялык практика ар бир бөлүм үчүн ылайыктуу.	1	0,6	0	0,0	27	15,2	52	29,2	97	54,5	0,78	4,37
4. Мейманканалардагы экологиялык практика кардарлардын канааттануусун жогорулатат	13	7,3	15	8,4	49	27,5	56	31,5	45	25,3	1,16	3,58

5. Экологиялык практика жергиликтүү маданиятты сактоонун маанилүү куралы болуп саналат.	3	1,7	1	0,6	37	20,8	54	30,3	82	46,1	0,90	4,19
6. Мейманканалардагы экологиялык практика узак мөөнөттүү келечекте кирешени жогорулатат	4	2,2	6	3,4	54	30,3	58	32,6	56	31,5	0,97	3,87
7. Мейманкананын экологиялык практикасы персоналдын канааттануусун жогорулатат.	3	1,7	13	7,3	50	28,1	64	36,0	47	26,4	0,97	2,21
8. Мейманканалардагы экологиялык практиканын негизин «туруктуулук принциби» түзөт.	2	1,1	9	5,1	65	36,5	44	24,7	58	32,6	0,98	3,82
9. Экологиялык иш-чаралар жергиликтүү калктын мейманкананы колдоосун жогорулатат.	10	5,6	12	6,7	59	33,1	33	18,5	62	34,8	1,18	3,71
10. Экологиялык практика иш-чаралары мейманкананын коомчулук менен байланышын бекемдетүүгө жардам берет.	4	2,2	5	2,8	33	18,5	64	36,0	72	40,4	0,94	4,09
11. Мейманкананын жетекчилери тармактагы экологиялык практикалардан кабардар.	4	2,2	5	2,8	35	19,7	61	34,3	73	41,0	0,95	4,08
12. Экологиялык практика бардык кызыкдарлардын (өнөктөш, башкаруу органдары ж.б.) канааттануусун жогорулатат.	9	5,1	51	28,7	54	30,3	63	35,4	177	99,4	0,92	3,96
13. Мейманканалардагы экологиялык практикалар “жашыл маркетингге” багытталган иш чара болуп эсептелинет	7	3,9	8	4,5	32	18,0	42	23,6	89	50,0	1,09	4,11
14. Туризм тармагындагы экологиялык уюмдарды (GreenGlobe, SKAL, Travelife ж.б.) билем.	6	3,4	16	9,0	42	23,6	59	33,1	54	30,3	1,08	3,78
15. Экологиялык стандарт жана долбоорлор тууралуу	13	7,3	16	9,0	45	25,3	56	31,5	47	26,4	1,18	3,61

(OHSAS и ISO 14001, 9001, 19011) кабарым бар.													
16. Экологиялык иш чаралар болгону мода (тренд).	73	41,0	66	37,1	23	12,9	6	3,4	10	5,6	1,08	1,95	
17. Мейманкана ээлери экологиялык инвестицияларды колдойт	7	3,9	8	4,5	51	28,7	55	30,9	57	32,0	1,05	3,82	
18. Кыргызстанда экологиялык иш-чаралар маанилүү атаандаштык артыкчылыкты камсыз кылат.	7	3,9	10	5,6	55	30,9	47	26,4	58	32,6	1,08	3,78	
19. Эко- энбелги системасы тейлөө стандарттарын камсыз кылуу үчүн маанилүү.	4	2,2	6	3,4	24	13,5	60	33,7	83	46,6	0,95	4,19	
20. Эко- энбелгилер экологиялык стандарттарды белгилөө үчүн керек.	2	1,1	4	2,2	17	9,6	53	29,8	102	57,3	0,83	4,39	

Таблица 4тө респонденттердин жашыл маркетинг багытында жалпы түшүнүгүн сыпаттама анализи аркылуу алынган жыйынтыктары төмөндөгүдөй берилген:

- Респонденттердин олуттуу бөлүгү (73,6%) экологиялык практика узак мөөнөттүү келечекте чыгымдарды азайтат, ал эми 64,1%ы рентабелдүүлүктү жогорулатат деп эсептешет.
- Респонденттердин жарымынан көбү, б.а. 56,8% экологиялык практика кардарлардын канааттануусун жогорулатат жана 52,2% коноктордун сатып алуу чечимдерине оң таасирин тийгизет деп эсептешет.
- Респонденттердин көпчүлүгү (77,7%) экологиялык практика ар бир бөлүм үчүн ылайыктуу деп белгилесе, 62,4%ы мейманкана персоналынын канааттануу деңгээлин жогорулатат деген пикирде.
- Мейманканалардагы экологиялык практика жергиликтүү маданиятты сактоого салым кошот деп 76,3%ы эсептесе, 53,5%ы жергиликтүү элдин бизнес секторго болгон колдоосун жогорулатуу үчүн маанилүү курал деп белгилешкен.
- Респонденттердин көбү (57,3%) мейманканалардагы экологиялык практиканын негизин «туруктуулук принциби» жана “жашыл маркетинг”ге негизделген мамиле (73,6%) түзөт деп эсептешет.
- Орточо эсеп менен ар бир үчүнчү респондент (%63,4) экология жаатында иш жүргүзгөн уюмдардан кабардар жана %63,4 экологиялык стандарттар тууралуу маалыматка ээ болгонун белгилешкен.

- Катышуучулардын басымдуу көпчүлүгү (78,1%) экологиялык практиканы мода эмес экендигин жана 78,1% ишкана ээлери экологиялык практикага байланыштуу инвестицияларды колдогонун белгилешкен.
- Жашыл маркетинг түшүнүгүн изилдөө анкетасына изилдөөчүлөр тарабынан эки пункт (19 жана 20) кошулган. Эко энбелгилөө системасы тейлөө стандарттарын камсыз кылуу үчүн маанилүү деп 80% эсептесе, эко энбелгилер экологиялык стандарттарды белгилөө үчүн керек деп 87% катышуучу белгилеген.

2.2.2. Изилдөө гипотезаларын сыноо жыйынтыктары

Бул бөлүмдө изилдөө гипотезаларын сыноого байланыштуу айырмачылык анализдери жана корреляциялык анализдин жыйынтыктары берилген:

Таблица 5. Респонденттердин билим деңгээли менен жашыл маркетинг кабылдоосу ортосундагы айырмачылыктарына тийиштүү Anova тестинин жыйынтыктары.

Өлчөмдөр	Билим деңгээли	N	\bar{X}	s.s.	F	P (Tukey тести)
Айлана-чөйрө менен карым-катнаш	Орто жана орто кесиптик билим	15	3,82	0,60	3,104	0,028* (a-b)
	Бакалавриат ^a	121	3,79	0,76		
	Магистратура ^b	35	4,17	0,80		
	Аспирантура	3	4,60	0,69		
Канааттануу	Орто жана орто кесиптик билим	15	3,33	0,51	1,529	0,209
	Бакалавриат	121	3,25	0,54		
	Магистратура	35	3,45	0,49		
	Аспирантура	3	3,50	0,00		
Маалымдуулук	Орто жана орто кесиптик билим	15	3,84	0,65	2,955	0,034* (a-b)
	Бакалавриат ^a	121	3,73	0,88		
	Магистратура ^b	35	4,17	0,78		
	Аспирантура	3	4,44	0,50		
Туруктуулук	Орто жана орто кесиптик билим	15	4,04	0,62	1,810	0,147
	Бакалавриат	121	4,08	0,54		
	Магистратура	35	4,28	0,11		
	Аспирантура	3	4,66	0,61		

* $p < 0,05$

5-таблицадагы Anova тестинин натыйжаларына ылайык, респонденттердин жашыл маркетинг өлчөмдөрүн кабылдоосу менен алардын билим деңгээли ортосунда айрым айырмачылыктар табылган ($p < 0.05$). Изилдөөгө ылайык, жашыл маркетингди кабылдоонун “айлана-чөйрө менен карым-катнаш” ($p = 0,028$) жана “маалымдуулук” өлчөмдөрү ($p = 0,034$) билим деңгээлине жараша олуттуу айырмачылыкты көрсөтөт. Айтылган айырма кайсы топтордон келип чыкканын аныктоо үчүн Tukey тести аткарылды. Tukey тестинин жыйынтыгына ылайык, топтук орточо көрсөткүчтөрдү эске алганда, магистр даражасы бар адамдардын айлана-чөйрө менен болгон мамилеси жана экологиялык аң-сезимдүүлүгү бакалавр даражасына ээ болгондорго караганда жогору экени көрүнүп турат.

Таблица 6. Респонденттердин ээлеген кызмат орду менен жашыл маркетинг кабылдоосу ортосунда айырмачылыктарына тийиштүү Anova тестинин жыйынтыктары

Өлчөмдөр	Кызмат орду	N	\bar{X}	s.s.	F	p (Tukey testi)
Айлана-чөйрө менен карым-катнаш	Башкы менеджер	49	3,80	0,79	3,88	0,011* (a-b)
	БМ орун басары ^a	30	4,17	0,88		
	Бөлүм менеджери	39	4,05	0,69		
	Башка ^b	59	3,66	0,71		
Канааттануу	Башкы менеджер ^a	49	3,16	0,57	3,74	0,012* (a-b)
	БМ орун басары	30	3,20	0,57		
	Бөлүм менеджери ^b	39	3,50	0,44		
	Башка	59	3,34	0,47		
Маалымдуулук	Башкы менеджер ^a	49	3,55	0,95	9,11	0,000* (a-b;a-c)
	БМ орун басары ^b	30	4,27	0,72		
	Бөлүм менеджери ^c	39	4,19	0,74		
	Башка	59	3,58	0,80		
Туруктуулук	Башка менеджер ^a	49	3,55	0,62	1,21	0,308
	Gen. Md. Yrd. ^b	30	4,27	0,62		
	Departman Müdürü	39	4,19	0,56		
	Diğer	59	3,58	0,64		

* $p < 0,05$

6-таблицадагы жыйынтыктарга ылайык, респонденттердин ээлеген кызмат орду менен жашыл маркетингди кабылдоо өлчөмдөрүнүн ортосунда олуттуу айырма бар экени көрүнүп турат. Anova тестинин жыйынтыгында "айлана-чөйрө менен карым-катнаш" ($p = 0,011$), "канааттануу" ($p = 0,012$) жана "маалымдуулук" ($p = 0,000$) өлчөмдөрүндө олуттуу айырмачылыктар табылган. Топтордун ортосундагы айырмачылыктар текшерилгенде, башкы менеджердин орун басарлары

айлана-чөйрө менен карым-катнаш, канааттануу жана маалымдуулук кабылдоолору башкы менеджерлерге салыштырмалуу жогорураак деген жыйынтык келип чыккан. Мындан тышкары, бөлүм башчы кызматында иштеген катышуучулардын маалыматтуулугу башкы менеджерге караганда жогору экени байкалган.

Таблица 7. Респонденттердин жетекчилик тажрыйбасы менен жашыл маркетинг кабылдоосу ортосундагы айырмачылыктарга тийиштүү Anova тести жыйынтыктары

Өлчөмдөр	Жетекчилик тажрыйбасы	N	\bar{X}	s.s.	F	P (Tukey testi)
Айлана-чөйрө менен карым-катнаш	1-3 жыл	57	3,85	0,72	1,029	0,382
	4-7 жыл	57	3,81	0,92		
	8-11 жыл	26	4,02	0,48		
	12 жылдан көп	16	4,13	0,70		
Канааттануу	1-3 жыл	57	3,28	0,50	1,980	0,119
	4-7 жыл	57	3,22	0,50		
	8-11 жыл	26	3,50	0,64		
	12 жылдан көп	16	3,45	0,51		
Маалымдуулук	1-3 жыл	57	3,94	0,79	0,461	0,710
	4-7 жыл	57	3,76	0,95		
	8-11 жыл	26	3,76	0,84		
	12 жылдан көп	16	3,87	0,85		
Туруктуулук	1-3 жыл	57	4,07	0,60	1,207	0,309
	4-7 жыл	57	4,14	0,67		
	8-11 жыл	26	4,26	0,58		
	12 жылдан көп	16	4,36	0,52		

7-таблицадагы жыйынтыктарга ылайык, респонденттердин жетекчилик тажрыйбасы менен жашыл маркетингди кабылдоосу өлчөмдөрүнүн ортосунда статистикалык маанилүү айырма табылган эмес ($p > 0,05$).

Таблица 8. Респонденттердин туризм секторундагы иш тажрыйбасы менен жашыл маркетингди кабылдоосу ортосундагы айырмачылыктарына тийиштүү Анова тестинин жыйынтыктары

Өлчөмдөр	Туризм секторунда иш тажрыйбасы	N	\bar{X}	s.s.	F	P (Tukey testi)
Айлана-чөйрө менен карым-катнаш	1-3 жыл	48	4,02	0,84	2,522	0,084
	4-7 жыл	60	3,86	0,72		
	8-11 жыл	30	3,58	0,81		
	12 жылдан көп	29	4,02	0,76		
Канааттануу	1-3 жыл	48	3,30	0,57	2,211	0,089
	4-7 жыл	60	3,21	0,53		
	8-11 жыл	30	3,33	0,45		
	12 жылдан көп	29	3,52	0,52		
Маалымдуулук	1-3 жыл	48	3,97	0,96	2,053	0,109
	4-7 жыл	60	3,82	0,89		
	8-11 жыл	30	3,50	0,84		
	12 жылдан көп	29	3,96	0,73		
Туруктуулук	1-3 жыл	48	4,07	0,65	1,490	0,219
	4-7 жыл	60	4,14	0,57		
	8-11 жыл	30	4,02	0,62		
	12 жылдан көп	29	4,33	0,62		

8-таблицадагы жыйынтыктарга ылайык респонденттердин туризм секторундагы иш тажрыйбасы менен жашыл маркетингди кабылдоо көрсөткүчтөрүнүн ортосунда статистикалык маанилүү айырмачылык табылган эмес ($p > 0,05$).

Таблицадагы маалыматка жараша “жашыл маркетингди кабылдоо изилдөөнүн катышуучуларынын өзгөчөлүктөрүнө карата айырмаланат” деген биринчи изилдөө гипотезасы жарым-жартылай тастыкталды деп айтууга болот.

Таблица 9. Өзгөрмөлөрдүн ортосундагы корреляция матрицасы

Өзгөрмөлөр	1.1.	1.2	1.3	1.4	2	2.1	2.2	2.3	\bar{x}	s.s.
1. ЖМК										
1.1. А.	1								3,87	,78
1.2. К.	0,060	1							3,30	,52
1.3. Э. М.	0,525**	0,083	1						3,82	,87
1.4. Т.	0,516**	0,122	0,287**	1					4,11	,61
2. ЖМП					1					
2.1. Э. С. У.	0,210**	-0,031	0,339**	0,165*	-	1			1,23	,38
2.2. Т. Б. Э. Б.	0,477**	0,011	0,562**	0,300**	-	0,396**	1		0,85	,41
2.3. С. Ж. Б.	0,410**	0,020	0,650**	0,183*	-	0,514**	0,715**	1	1,28	,43

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

ЖМК; жашыл маркетинг кабылдоосу; **А**: Айлана-чөйрө менен карым-катнаш; **К**:Канааттануу; **ЭМ**:Экологиялык маалымдуулук; **Т**:Туруктуулук; **ЖМП**: Жашыл мейманкана практикалары; **Э.С.У.**:Электр энергияны жана сууну үнөмдөө; **Т.Б.Э.Б.**: Таштандыларды башкаруу жана экология багытында билим берүү; **С.Ж.Б.**:Сатып алуу жана жоопкерчиликти бөлүштүрүү

9-таблицадагы корреляция коэффициенттери (r) изилдегенде, өзгөрмөлөр ортосундагы байланыштын ар кандай деңгээлдери бар экени көрүнүп турат ($p < 0,01$). Корреляция коэффициенти 0,01 жана 0,29 ортосунда болсо, байланыш начар же төмөн; 0,30-0,64 болсо, орто деңгээлде; 0,65-0,84 болсо, күчтүү/жогору; ал эми 0,85-1 болсо, абдан күчтүү/өтө жогору деп баалоого болот деп айтылат (Ural ve Kılıç, 2006:248).

Бул маалыматтын негизинде өзгөрмөлөрдүн ортосундагы эң жогорку корреляция сатып алуу жана жоопкерчиликти бөлүштүрүү, калдыктарды башкаруу жана экологиялык билим алуу ($r=0,715$, $p < 0,01$) менен экологиялык маалымдуулук ($r=0,650$, $p < 0,01$) өзгөрмөлөрүндө аныкталган. Изилдөөлөргө ылайык, канааттануу жана жашыл мейманкананы башкаруу практикасынан башка жашыл маркетинг кабылдоосунун өлчөмдөрү ортосунда олуттуу байланыш бар экени аныкталган. Демек, жашыл маркетинг кабылдоосу менен жашыл мейманкананы башкаруу практикасынын ортосунда олуттуу байланыш бар деген экинчи изилдөө гипотезасы кабыл алынды деп айтууга болот.

III БӨЛҮМ

КЫРГЫЗСТАНДАГЫ МЕЙМАНКАНАЛАРДЫН ЭКО-ЭНБЕЛГИ СЕРТИФИКАЦИЯСЫ МОДЕЛИ

Бул бөлүмдө Кыргызстандагы мейманканаларда экологиялык белгини берүүнүн принциптери берилген. Ушул колдонуу принциптери жана тиркемелери аталган моделдик сунуштун жалпы принциптерин, экологиялык белгини колдонуу процессин, арыздарды карап чыгууну, баалоо критерийлерин, бизнестин түрүнө ылайык минималдуу упайларды, ишканалардын аудитин жана көз карандысыз аудитордук окуу куралын камтыйт.

3.1. Эко – мейманкана сертификациясын ишке ашыруу принциптери

3.1.1. Аныктамалар

Министрлик: Кыргыз Республикасынын маданият, маалымат, спорт жана жаштар саясаты министрлиги.

Министрликтин жетекчилиги: «Кыргыз Республикасынын Маданият, маалымат, спорт жана жаштар саясаты министрлигине караштуу Туризм департаменти»,

Билим берүү мекемеси: Кыргыз-Түрк «Манас» университети, Туризм факультети.

Көз карандысыз аудитор: Көз карандысыз аудиторду даярдоо боюнча колдонмодо көрсөтүлгөн тартипте (3-тиркеме) билим берүү мекемеси тарабынан уюштурулган окутууну ийгиликтүү аяктаган адамдар.

3.1.2. Арыз менен кайрылуу

1. Эко-мейманкана сертификатын алууга арыз (1-тиркеме) жана тиркемелери менен бирге Кыргыз Республикасынын маданият, маалымат, спорт жана жаштар саясаты министрлигине караштуу Туризм департаментине тиешелүү мейманканынын расмий өкүлү (ишканынын ээси) тарабынан берилет:
2. Эко-мейманкана сертификатынын критерийлери боюнча бланкта төмөнкү маалыматтар орун алуусу зарыл:

- а) Экологиялык саясат жана экологиялык иш-чаралар планынын максаты жана милдеттери,
- б) Экологиялык саясат жана иш-чаралар планын жарыялоо же электрондук түрдө жеткиликтүү кылуу,
- в) Экологиялык саясат жана иш-чаралардын планын квартал сайын жакшыртуу максатында кайрадан карап чыгуу, баалоо жана отчет даярдоо,
- г) Суу жана энергияны керектөө, химиялык заттар жана калдыктардын көлөмү боюнча маалыматтарды мезгил-мезгили менен өлчөө, мониторинг жүргүзүү, отчеттуулук, максаттарды аныктоо,
- д) Ишкананын экологиялык маалымдуулугун жогорулатуу жана айлана-чөйрөнү коргоо боюнча иш-чаралардын жана иш-чаралар планынын аткарылышын камсыз кылуу үчүн кызматкерге үзгүлтүксүз билим берүү шарттарын камсыз кылуу;

3.1.3. Арыздарды баалоо

- 3. Арыздар тиешелүү бөлүм тарабынан каралып чыккандан кийин арыздары талапка ылайык келген объектилерди баалоо үчүн көз карандысыз аудитор сертификатына ээ экиден кем эмес адис дайындалат. Тиешелүү ишкана көрсөтүлгөн критерийлер боюнча бааланат.
- 4. Ал эми арызы ылайыксыз деп кабыл алынган объекттер тууралуу маалымдама, себептери белгиленип арыз ээсине жөнөтүлөт.

3.1.4. Баалоо бланкы жана баалоо процедурасы

- 5. Эко-мейманкана сертификатын алууга арыздарды баалоодо 2-тиркемедеги объекти баалоо бланкы колдонулат.
- 6. Объектилердин түрлөрү жана категориясына карата минималдык босого упай, баалоо формасында көрсөтүлөт.
- 7. Бул баалоо бланкы үч баскычтан турат. Биринчи бөлүмдө көрсөтүлгөн милдеттүү критерийлер боюнча пункттардын ар биринен үчтөн кем эмес, жалпы 12 упай алуу зарыл.
- 8. Эгерде биринчи бөлүмдө минималдуу упай топтолбосо экинчи бөлүмгө өтпөйт, ал эми экинчи бөлүмдүн минималдуу упайы топтолбосо үчүнчү бөлүмгө өтпөйт жана өтүнмө кабыл алынбайт ошондой эле, баалоо иши токтотулат.
- 9. Үч бөлүм тең бааланган соң көз карандысыз аудиторлор тарабынан берилген упайлардын орточо мааниси алынат жана ал упайдын ишкананын түрү жана категориясына карата белгиленген минималдык упайдан ашып ашпагандыгы аныкталат.

10. Аткарылган баалоо ишинин жыйынтыгы боюнча алардын түрү жана классы боюнча аныкталган минималдуу упайдык босогодон ашкан объектерге Министрликтин жана/же тиешелүү бөлүмдүн макулдугу менен документ берилет.
11. Эгер мейманкананын жылдыз саны өзгөрсө жана анын категориясы жогоруласа, мейманкана кайра арыз берип, кайра баалоо процессине катышат. Буга чейин алган эко- мейманкана сертификаты жараксыз болуп калат.
12. Эгерде бир эле ишкана боюнча өтүнмө жана/же баалоо процесси эки жолу катары менен кабыл алынбаган учурда, ишкананын кийинки өтүнмөсүн кабыл алынышы үчүн акыркы баалоо датасынан кеминде алты ай өтүшү керек.

3.1.5. Эко-мейманкана сертификатынын даярдалышы

Сертификатта камтылган маалыматтар:

13. Сертификатта министрликтин логотиби менен бирге эко-мейманкана энбелгиси (6-тиркеме) жайгаштырылат.
14. Документте төмөнкү маалыматтар орун алышы керек:
 - а) Мейманкананын аты, дареги, түрү жана канча жылдыздуу (эгерде болсо) болгону,
 - б) Мейманкананын ээси тууралуу маалыматтар,
 - в) Сертификаттын дайындалган датасы жана каттоо номери.
15. Мейманкана жайгашкан облустун аймагына жараша коюла турган упайлардан тышкары, министрлик тарабынан ылайыктуу деп кабыл алынган баалоо формасында аймактарга жараша упайлар кошулат.
16. Мейманкананын термалдык туризм, кышкы туризм, бийик тоолуу туризм же айылдык туризм боюнча ишмердүүлүгүнө жараша упайларды кошуу, экологиялык жактан таза мейманкана баалоо формасында көрсөтүлгөндөй жүргүзүлөт.
17. Эко- мейманкана сертификатына ээ ишканалар эки жылда бир жолу кайра бааланат. Бул мөөнөт берилген документтин жарактуулук мөөнөтү болуп саналбайт. Эгерде мейманкананын категориясы же жылдыздарынын саны өзгөрбөгөн, мейманкананы кайрадан баалоодо дагы эле минималдуу упай топтогон жана Министрлик тарабынан кандайдыр бир эскертүү албаган болсо сертификат жарактуу болуп саналат.
18. Эко-мейманкана сертификаты жокко чыгарылган учурда тийиштүү сертификат Министрликке кайтарылып берилет.

IV БӨЛҮМ

КОРУТУНДУ ЖАНА ТАЛКУУ

4.1. Корутунду

Экотуризм термини 1980-жылдардын аягында дүйнөнүн туруктуу жана глобалдуу экологиялык практикаларды кабыл алуусунун негизинде ага бир жооп катары келип чыккан. Бул практикада туризмдин айлана-чөйрөгө тийгизген зыяндуу таасирин азайтуу түшүнүгү жана эс алуу иш-чараларын жаратылышта өткөрүү идеясы биринчи орунга чыгат. Ушундан улам керектөөчүлөр массалык туризмге караганда жеке жана тажрыйбага бай иш-чараларды жактырат деп айтууга болот (Diamantis, 1999).

Күнүмдүк жашоосунда экологиялык таза жүрүм-турумга ээ болгон керектөөчүлөр жайгаштыруу ишканаларынын экологиялык иш-чараларын туура кабыл алышат. Менсах (Mensah, 2004) өзүнүн изилдөөсүндө АКШнын салттуу мейманкана кардарларынын 90% кийинки тандоолорунда эко мейманканаларды жактыраарын аныктаган. Манактола жана Джаухари (Manaktola & Jauhari 2007) тарабынан жасалган изилдөөдө мейманкананын экологиялык иш-чараларын кардарлары тарабынан колдолоору, ал да эко- мейманканаларды тандоо аркылуу көрсөтүлөөрү аныкталган.

Изилдөөлөрдүн натыйжасында ишканалар тарабынан жашыл инновация демилгелери белгилүү бир деңгээлде колдолоору байкалды. Изилдөөлөрдүн натыйжасында жашыл иш-чаралар ишканалардын эффективдүүлүгүн жогорулатуу үчүн колдонулгандыгы жана дүйнөдөгү көптөгөн жашыл долбоор менен энбелгилер сыяктуу маалыматтардан аз кабардар болгондугу аныкталды. Ошол эле учурда, ишканалар өз чыгымдарын азайтуу жана белгилүү бир имиджге ээ болуу үчүн жашыл инновациялык иш-чараларды жүргүзгөндүгү байкалды (Büyükkelik et al., 2010).

Респонденттердин көбү экологиялык практикалар узак мөөнөттүү келечекте чыгымдарды азайтып, кардарлардын канааттануусу менен бизнестин кирешелүүлүгүн жогорулатат деп эсептешет. Бул багытта жүргүзүлгөн изилдөөлөрдө дагы мейманканалардын экологиялык жана таштандыларды башкаруу практикасы жаатындагы иш-чаралары, алар үчүн кошумча чыгымдарды алып келгени менен, мейманканалардын экологиялык көрсөткүчтөрүн жогорулатканы жана узак мөөнөттө башкаруу

чыгымдарынын азайышына алып келгендиги белгиленген (Mensah, 2006; Yim & Penny, 2007).

Ошол эле учурда, респонденттердин көбү мейманканалардагы экологиялык практика жергиликтүү маданиятты сактоодо жана жергиликтүү элдин бизнеске болгон колдоосун жогорулатууда маанилүү инструмент экенин белгилешкен. Кошумчалай кетүүчү нерсе, катышуучулардын басымдуу бөлүгү тейлөө стандарттарын камсыз кылуу үчүн эко-энбелгилөө системасы маанилүү экендигин жана мейманканаларда экологиялык стандарттарды белгилөө үчүн эко-энбелги сертификаттоо системасы зарыл экендигин белгилешкен. Башка изилдөөлөрдө мейманканалардын ашыкча ресурстарды колдонуусунун натыйжасында таштандыларды кайра иштетилиши жана айлана-чөйрөгө терс таасири тууралуу кардарлардын түшүнүгү болгондугу (Han & Kim, 2010; Wang et al., 2018) жана жашыл мейманканаларды тандагандыктары аныкталган (Kim et al., 2012; Manaktola & Jauhari, 2007; Wang et al., 2018; Wang et al., 2020). Изилдөө гипотезаларын сыноо максатында жүргүзүлгөн анализдердин натыйжасында респонденттердин жашыл маркетинг аң сезимдүүлүгү, айлана-чөйрө менен карым-катнашы жана маалымдуулук факторлору билим деңгээлине карата; ал эми айлана-чөйрө менен карым-катнашы жана маалымдуулугу ээлеген кызмат ордуна жараша айырмаландыгы аныкталды.

Корреляциялык анализдин натыйжасында канааттануу өлчөмүнөн тышкаркы бардык өлчөмдөр менен жашыл маркетинг аң сезимдүүлүгү ортосунда позитивдүү жана түрдүү деңгээлде байланыш болгондугу аныкталган. Башкача айтканда, респонденттердин жашыл маркетинг аң сезимдүүлүгү жогорулаган сайын, мейманканада жашыл практикалардын саны көбөйөт. Бул табылгалардын негизинде изилдөө гипотезалары тастыкталганы көрүнүп турат.

Изилдөөнүн натыйжасында Кыргызстандагы мейманканаларга эко-энбелги сертификаттоо модели түзүлүп сунушталды. Бул жаатта ишканалардын өтүмө берүү процессинен баштап баалоо жана текшерүү процесстери деталдуу түшүндүрүлгөн. Аталган модель менен изилдөөнүн жыйынтыктары долбоор китебинде жарыкка чыгып долбоордун өнөктөштөрү, мамлекеттик жана жеке сектор үчүн маанилүү булак боло алат. Мындан тышкары, изилдөөнүн жыйынтыктары илимий макала катары да жарык көрүп, бул жаатта маалымат жана илимий булактардын катарын да толуктаары күтүлүүдө.

4.2. Сунуштар

Кыргызстан өзүнүн бузулбаган жаратылышы, маданияты жана тарыхый байлыгы менен Борбордук Азия туризмине көрүнүктүү өлкө.

Бирок Кыргызстан туризми өнүгүү процессинде экенин эске алып, бул процессте кылдаттык менен айрым кадамдарды таштоо абзел. Белгилүү болгондой, плансыз туризм экологияга терс таасирин тийгизет. Бул көйгөйлөрдүн алдын алуу үчүн кызматкерлерди окутуу, жергиликтүү калктын маалымдуулугун жогорулатуу, туруктуу туризм саясатын иштеп чыгуу жана социалдык жоопкерчилик долбоорлорун жогорулатуу абдан маанилүү. Бул долбоордун негизги максаты – Кыргызстандагы мейманканалардын туруктуу туризмди өнүктүрүүгө салым кошуусу үчүн экологиялык стандарттарды ишке ашырууну камсыздоо болуп саналат. Кыргызстанда мейманкана тармагында экологиялык энбелги сертификациясы улуттук деңгээлде али ишке ашырыла электиги бул моделди сунуштоонун маанилүүлүгүн көрсөтүп турат.

Долбоордун талаа изилдөөлөрүнүн натыйжасында алынган жыйынтыктарга ылайык төмөнкү сунуштар иштелип чыккан:

- Кыргызстанда экологиялык жактан таза мейманкана моделин ишке ашыруу үчүн мамлекет тийиштүү укуктук базаны түзүп, бизнести колдоочу стимулдарды бериши зарыл.
- Экологиялык энбелгилер – экологияга зыяны жок же зыяны аз деп эсептелген продукцияларга берилген сыйлык катары көрүүгө болот. Ошондуктан, эко-энбелгилер туризмди туруктуу өнүктүрүүдө абдан натыйжалуу курал болуп саналат. Бул контекстте Кыргызстандагы мейманканаларда эко-энбелги сертификацияларынын маанилүүлүгү тууралуу инвесторлордун, ишканалардын, туристтердин жана жергиликтүү калктын маалымдуулугун жогорулатуу боюнча пландуу, үзгүлтүксүз маалыматтык жана жарнамалык иш-чараларды жүргүзүү зарыл.
- Ишканалар айлана-чөйрөнү коргоо жана туруктуу туризм практикалары маселесинде жоопкерчиликтерин ишке ашыруулары үчүн тиешелүү министрликтердин деңгээлинде туризм сектору менен биргелешип координациялоону камсыз кылуусу өтө маанилүү.
- Экологиялык жактан таза мейманканаларды сертификаттоо системасы айлана-чөйрөнү коргоо жана туруктуу туризмге салым кошуудан тышкары, узак мөөнөттүү келечекте ишканалар үчүн чыгымдарды азайтууга, ресурстарды үнөмдөөгө жана кирешелүүлүктү жогорулатууга салым кошуучу курал экендиги тууралуу маалымат ишканаларга жана инвесторлорго жеткирилиши керек.
- Кийинки изилдөөлөрдү Кыргызстандагы бардык жайгаштыруу ишканаларында жүргүзүү, өлкө боюнча жалпылануучу жыйынтыктарды алуу жагынан пайдалуу болот. Бул изилдөө болсо, Кыргызстандагы мейманканалар менен гана чектелген. Мындан кийинки изилдөөлөргө

башка туризм ишканаларынын кошулушу да тиешелүү адабиятка салым кошо алат.

- Аягында белгилей кетүүчү нерсе, мамлекет жана туризм секторунун кызматташтыгы аркылуу, экологиялык эн-белги сертификаттоо системасынын Кыргызстанда туруктуу туризмдин өнүгүүсүнө жана тейлөө сапатына кошкон салымынын бардык кызыкдар тараптар тарабынан кабыл алынышын камсыздоо, бул системанын үзгүлтүксүз ишке ашырылышында чоң мааниге ээ.

Тиркеме 1

Эко-энбелгисине арыз

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫ
МАДАНИЯТ, МААЛЫМАТ, СПОРТ ЖАНА ЖАШТАР
САЯСАТЫ МИНИСТРЛИГИНЕ КАРАШТУУ
ТУРИЗМ ДЕПАРТАМЕНТИНЕ**

Датасы/...../.....

..... атындагы жылдыздуу мейманканага
“Эко-энбелгисин” алуу үчүн арызымды карап чыгууңузду суранам.
Мейманкана “Баалоо бланкындагы” милдеттүү жана толуктоочу
критерийлерден минималдык баллга ээ экендигин билдирем.

Ишкананын ээсинин аты-жөнү:

Телефону:

Ишкананын дареги:

Тиркеме 2
Эко - мейманканаларды баалоо формасы
(ОЦЕНОЧНАЯ ФОРМА ЭКО ОТЕЛЕЙ)

Ишкананын аталышы (Название предприятия):

Дареги (Адрес):

Телефон (Телефон):

Электрондук адрес (Web страници/email):

Ишкана түрү жана жиктелиши (Вид предприятия и категория):

Ишкананын жиктелиши тууралуу документтин номуру менен сериясы (Номер и серия документа классификации предприятия):

Ишкананын ээси (Владелец бизнеса):

Ишкананын жетекчиси (Руководитель средства размещения):

I. Бөлүм упайы (баллы за 1й раздел):

II. Бөлүм упайы (баллы за 2й раздел):

III. Бөлүм упайы (баллы за 3й раздел):

Область/шаар:

Жалпы упай (Итоговый балл):

Көңүл буруңуздар! (Внимание!)

1. Баалоо формасын толтурууда упай берүү нөлдөн башталат. Ар бир критерий боюнча максималдуу упай белгиленет. (При заполнении оценочной формы начисление баллов начинается с нуля и по каждому критерию указано максимальное количество баллов)

2. Формадагы критерийлер бир нече максатта колдонулса да, белгиленген гана упайды бир ирээт алат. (Любой критерий оценивается единожды, даже если они используются более чем для одной цели)

3. Баалоо активдүү колдонулган учурда гана ишке ашат, колдонулбаган функциялар бааланбайт. (Оцениваются только те критерии которые используются активно. Неиспользуемые, либо редко используемые критерии не оцениваются)

4. Ишкана жайгашкан аймакка ылайык кошумча упай берилет. (В зависимости от региона предприятиям добавляется региональный балл).

I БӨЛҮМ
МИЛДЕТТҮҮ КРИТЕРИЙЛЕР (20 упай)
 (1 РАЗДЕЛ
 ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ (20 баллов))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
<p>1. Ишкананын айлана-чөйрө саясаты жана иш-чаралардын планы бар, ал бардыгына жеткиликтүү жана жарыяланат (5 упай) (Наличие эко политики, плана действий согласно нему, ее анонсирование и доступность (5 баллов))</p>	
<p>2. Мезгил-мезгили менен өлчөө, сууну жана энергияны керектөө, химиялык заттардын жана калдыктардын көлөмү боюнча мониторинг жүргүзүү, маалымат берүү (5 упай) (Периодическое измерение, мониторинг и отчетность потребления воды, энергии, количества используемых химикатов и отходов (5 баллов))</p>	
<p>3. Кызматкерлердин экологиялык аң-сезимин жогорулатуу жана жаратылышты коргоо иш-чараларын сапаттуу жүргүзүү үчүн бекитилген планга ылайык туруктуу негизде окуулар өткөрүү (5 упай) (Для повышения эко сознания персонала и качественного выполнения эко мероприятий проводятся тренинги на постоянной основе согласно утвержденному плану (5 баллов))</p>	
<p>4. Агынды суулардын түздөн түз септик же канализацияга агызылбастан экинчи ирээт колдонууга мүмкүн болушу (5 упай) (Возможность вторичного использования сточных вод (5 баллов))</p>	
<p>Эскертүү: Бул бөлүмдө ар биринен үчтөн кем эмес, минимум 12 упай алынышы абзел. (Примечание: В этом разделе требуется набрать минимум 12 баллов, по три от каждого.) I бөлүмдүн Жыйынтык упайы (Раздел I Общий балл):</p>	

II БӨЛҮМ
КОШУМЧА КРИТЕРИЙЛЕР (78 упай)
 (II РАЗДЕЛ
 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ (78 балл))

Критерийлер (Критерии)	(Упай) Баллы
<p>1. Ишкана эл аралык эко менеджмент сертификатына ээ (EMAS, ISO 14000, ISO 14001, Blue Flag) (Ар бир сертификат 2 упай, максимум 10 упай) (Предприятие имеет международные сертификаты эко менеджмента (EMAS, ISO 14000, ISO 14001, Голубой флаг) (Каждый сертификат оценивается в 2 балла, максимум 10 баллов))</p>	
<p>2. Камсыздоочу ишканалардын эл аралык эко - менеджмент сертификаттары бар (EMAS, ISO 14000, ISO 14001, Blue Flag) (Ар бир сертификат 2 упай, максимум 10 упай) (Поставщики имеют международные сертификаты эко менеджмента (EMAS, ISO 14000, ISO 14001, Голубой флаг) (Каждый сертификат оценивается в 2 балла, максимум 10 баллов))</p>	
<p>3. Экологияны коргоо багытында улуттук сыйлык ээси (3 упай) (Наличие “зеленой” национальной награды (3 балла)).</p>	
<p>4. Экологияны коргоо багытында эл аралык сыйлык ээси (5 упай). (Наличие “зеленой” международной награды (5 балла))</p>	
<p>5. Экологиялык долбоорлорго катышуу (2 упай) (Участие в эко-мероприятиях и эко-проектах (2 балла))</p>	
<p>6. Экологияны коргоо иш чараларына туруктуу катышуу жана алардын ишке ашырылышы үчүн салым кошуу (2 упай) (Регулярное участие и вклад в проведение эко-мероприятий (2 балла))</p>	
<p>7. Тарыхый, жаратылыш жана маданий баалуулуктарын сактоо жаатында ишкананын салымы (2 упай) (Вклад бизнеса в проекты по сохранению исторических, природных и культурных ценностей (2 балла))</p>	
<p>8. Жапайы жана үй жаныбарларды коргоо жана багуу жаатында жүргүзүлгөн иш чараларга кошкон салымы (2 упай) (Вклад бизнеса в мероприятия по сохранению, уходу и питанию диких или домашних животных (2 балла))</p>	
<p>9. Жылытуу жана ысытуу жаатында минималдуу энергия талап кылынган чечимдердин климаттык шарттарына жараша колдонулушу (2 упай) (Теплоизоляция объекта в соответствии климатическим условиям, обеспечение обогрева и охлаждения с минимальным потреблением энергии (2 балла))</p>	
<p>10. Курулушта жана жасалгалоодо эко материалдардын колдонулушу (3 упай) (Использование эко строительных и отделочных материалов (3 балла))</p>	

<p>11. Суунун ысырабын аныктоо жана аны токтотуу боюнча персоналга тренингдерди уюштуруу (2 упай) (Проведение тренингов для персонала по выявлению возможных утечек воды и принятию соответственных мер (2 балла))</p>	
<p>12. Ашкана жана инженердик бөлүмдүн персоналын техниканы рационалдуу кондонуу боюнча окутуу (2 упай) (Обучение персонала кухни и технического отдела рациональному пользованию техникой (2 балла))</p>	
<p>13. Ишкананын киреберишинде конокторду экологиялык иш-чаралар тууралуу маалымдоо тактасы курулган (3 упай) (Информационные щиты у входа в предприятие в целях информирования гостей об экологической политике и предпринимаемых мерах (3 балла))</p>	
<p>14. Кичинекей коноктордун экологиялык аң сезимин жогорулатуу үчүн иш-чаралар менен тренингдердин уюштурулушу (5 упай) (Мероприятия по воспитанию эко-осознанности детей гостей (5 баллов))</p>	
<p>15. Ишканада электр энергияны үнөмдөөчү жаңы технологиялардын колдонулушу (Ар бири 2 упай, максимум 15 упай) (Применение новых технологий обеспечивающих экономию электро энергии на территории объекта (Не может превышать 15 баллов, каждый из которых 3 балла))</p>	
<p>16. Парник газдарын бөлүп чыгаруучу көмүр жана мунай өнүмдөрүн колдонбоо (3 упай). (Отказ от источников энергии выделяющих парниковые газы таких как уголь и нефтепродукты (3 балла))</p>	
<p>17. Объекттин ичинде жылуулук алмаштыруучуну жөнгө салуучунун колдонулушу (2 упай) (Использование теплообменного устройства внутри объекта (2 балла))</p>	
<p>18. Борбордук жылытуу системасы (5 упай) (Центральное отопление (5 баллов))</p>	
<p>Эскертүү: 2-бөлүмдөн минимум 10 упай алынган гана учурда 3-бөлүмгө өтүлөт. (Примечание: Переход к следующему разделу возможен при наборе минимум 10 баллов с данного раздела).</p> <p>II Бөлүмдүн жыйынтык упайы (Баллы за раздел II):</p>	

III БӨЛҮМ
БӨЛҮМДӨРГӨ ЖАРАША КРИТЕРИЙЛЕР
 (РАЗДЕЛ III
 КРИТЕРИИ ПО ОТДЕЛАМ)

A. Конок бөлмөлөрү (64 упай) / Гостиничные номера (64 балл)

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Аудио жана видео аркылуу бөлмөлөрдө экологиялык иш-чараларды жарыялоо (3 упай) (Анонсирование экологических мероприятий в номерах с помощью аудио-визуальных средств (3 балла))	
2. Бөлмөлөрдө шейшептер коноктордун каалоосу боюнча алмаштырыла тургандыгы тууралуу маалымат бар (3 упай) (Информирование гостей о том, что постельное белье будут заменяться по желанию гостей (3 балла))	
3. Бөлмөлөрдө сүлгүлөр коноктордун каалоосу боюнча алмаштырыла тургандыгы тууралуу маалымат бар (3 упай) (Информирование гостей о том, что банный текстиль будут заменяться по желанию гостей (3 балла))	
4. Кыргыз тили менен орус тилинен тышкары, дагы бир чет тилинде маалымат берилген (2 упай) (Информация предоставлена еще как минимум на одном иностранном языке дополнительно к кыргызскому и русскому (2 балла))	
5. Коноктордун эко иш - чаралар тууралуу пикирин чогултуу жана аны анализдөө (2 упай) (Сбор и анализ мнений гостей по поводу эко мероприятий предприятия (2 балла))	
6. Терезелер жана эшиктер ачылганда муздатуу жана желдетүү (кондиционер ж.б.) системанын автоматтык түрдө өчүрүлүшү (Автоматическое отключение охлаждения и вентиляции (кондиционер и т.п.) при открытии окон и дверей (5 баллов))	
7. Мейманканадан конок толугу менен чыкканда электр тогу автоматтык түрдө өчөт (5 упай) (Автоматическое отключение электричества при выезде гостя из номера (5 баллов))	
8. Ысыгуу жана муздатуунун термостатынын болушу (3 упай) (Наличие термостата отопления и охлаждения в помещениях (3 балла))	
9. Бөлмөлөрдөгү электр жабдуулардын электр энергиясын аз короткон, бирок эффективдүү болушу (ар бири 2 упай). (Электрическое оборудование в номерах должны быть высокоэффективными при низком потреблении электроэнергии (не может превышать 6 баллов, каждый из которых 2 балла))	

10. Бөлмөнү жарыктандырууда аз энергия короткон жарыктандыруу элементтери колдонулат (5 упай) (Энергосберегающие лампы в номерах (5 баллов))	
11. Бөлмөлөрдөгү электр жабдуулары желдетүү камсыз кылынгандай кылып, күн нуру жана жылуулук булактары сыяктуу таасирлерден алыс жайгаштырылган (2 упай) (Электрическое оборудование в номерах установлено вдали от естественных и искусственных обогревателей (солнечные лучи, отопление и т.д.) а также хорошо вентилируется (2 балла))	
12. Бөлмөдө калың жана blackout парда колдонулат (ар бири 2 упай). Бош бөлмөлөрдө пардалар жабык турса кошумча 1 упай кошулат (бардыгы 5 упай) (Наличие Blackout и плотных штор в номерах (по 2 балла) Если в пустых номерах шторы или жалюзи остаются закрытыми, добавляется 1 балл) (всего 5 баллов))	
13. Бөлмөлөрдө сууну үнөмдөөчү шаймандар (сенсордук, аба аралаштырган ж.б.) колдонулат (5 упай) (Использование насадок и др. эко решений для экономии воды в номерах (5 баллов))	
14. Душ кабинасынын гана болушу (ванна жок) (5упай) (Наличие только душевой кабины (нет ванны) (5 баллов))	
15. Тамеки чегүүгө тыюу салынат (10 упай) (Запрет на курение в номерах (10баллов)) (Бөлмөлөрдүн 50% тыюу салынат – 5 упай) ((Запрет на курение в 50% номерах 5 баллов)) (Интернетте жана ишкананын территориясында жарыяланган гана учурда упай берилет) ((Оценивается если есть объявление в интернете и на территории средства размещения))	
Жалпы (Итого)	

В. Экологияны коргоого багытталган территориянын уюштурулушу

(Организация территории дружелюбной к экологии (16 баллов))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Ландшафттык дизайн жана жашылдандыруу (Ландшафтный дизайн и озеленение) () Абдан жакшы (5 упай) (Очень хорошо (5 баллов)) () Жакшы (3 упай) (Хорошо (3 балла)) () Орто (1 упай) (Средне (1 балл)) () Жок (Нет)	
2. Эндемикалык өсүмдүктөрдү жана экосистеманы коргоо (Ишкананын территориясында визуалдык маалымат берилген гана учурда бааланат) (2 упай)	

(Защита эндемичных растений и экосистемы на территории средства размещения (Оценивается при наличии визуальной информации на территории) (2 балла))	
3. Имараттын терезелери өзгөчө айнектен (5 упай) (Особое стекло на фасаде объекта (5 баллов))	
4. Имараттын сыртында күндөн коргоочу элементтердин болушу (5 упай) (Наличие козырьков для предотвращения попадания прямых солнечных лучей в здание (4 балла))	
Жалпы (Итого)	

С. Энергияны үнөмдөө (46 Упай)

(Энергосбережение (46 балл))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Электр энергиясын жана сууну керектөөнү көзөмөлгө алуу үчүн атайын эсептегичтерди колдонуу (ашкана, кир жуучу жай, бакча, техникалык бөлүмдөр ж.б.) (5 упай) (Использование спец счетчиков для контроля потребления энергии и воды (Кухня, прачечная, сад, технические узлы и т. д.) (5 баллов))	
2. Жабык киребериштин же тегеренген эшиктин болушу (2 упай) (Наличие прихожки или крутящейся входной двери (2 балла))	
3. Коомдук жайларда муздатуу жана ысытууда акылдуу термостаттын колдонулушу (3 упай) (Наличие умного термоста для отопления и охлаждения в местах общего пользования (3 балла))	
4. Ишканада аз энергия короткон жарыктандыруу элементтердин колдонулушу (3 упай) (Наличие энергосберегающих ламп на территории и в здании средства размещения (3 балла))	
5. Кыймыл менен жарыкка сезгич болгон жарыктандыруу системаларын колдонуу (коридор, коомдук дааратканалар, техникалык колдонуу үчүн бөлүнгөн жайлар ж.б.) (максималдуу 10 упай, ар бири 2 упай) (Использование датчиков движения для освещения общественньх мест (Коридоры, гостевые туалеты, зоны для персонала, технические зоны и т.д.) (Максимум 10 баллов, каждая из которых по 2 балла))	
6. Эшиги ачык калганда же температурасында өзгөрүү болгон учурда муздаткычтарда сигнализациянын болушу (3 упай) (Сигнализация в холодильных камерах и/или шкафах, если температура меняется и/или дверь осталась открытой (3 балла))	
7. Ишканада ысык суу өндүрүшүнөн тышкары кайра жаралуучу энергия булактарын (күн, шамал, геотермалдык, гидро, биогаз ж.б.) колдонууга багытталган чечимдер (ар бири 5 упай, максимум 20 упай)	

(Мероприятия по возобновляемым источникам энергии (солнечная, ветровая, геотермальная, гидроэнергия, биогаз и т. д.), за исключением производства горячей воды на объекте (по 5 баллов, максимум 20 баллов))	
Жалпы (Итого)	

D. Суу үнөмдөө (30 упай)

(Водосбережение (30 баллов))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Суу күн, геотермалдык же башка жаңылануучу энергия менен ысытылат (5 упай) (Нагрев воды за счет солнечной, геотермальной или других видов возобновляемой энергии (5 баллов))	
2. Коомдук жана персоналдык жайларда, даараткана менен душ бөлмөлөрүндө суу үнөмдөөчү чечимдер (фотоэлемент, аба менен аралашма системасы ж.б.) колдонулат (5 упай) (Использование водосберегающих решений (фотоэлемент, регулируемое, воздушно-смесительное и т.д.) в душевых и туалетах, общего пользования а также в зонах для персонал (5 баллов))	
3. Коомдук жана кызматкерлердин дааратканаларындагы писуарлар автоматташтырылган сенсордук суу агызуу системасы менен жабдылган (3 упай) (Автоматический сенсорный очиститель писсуаров в общественных туалетах и уборных для персонала (3балла))	
4. Суу жана электр энергиясын үнөмдөөчү кир менен идиш жуучу машиналардын колдонулушу (3 упай) (Использование ресурсосберегающих стиральных и посудомоечных машин (3 балла))	
5. Жамгыр жана кар суулары тазалоо иштери менен ашканадан тышкары багыттарда колдонулат (сугат, даараткана муктаждыктары ж.б.) (5 упай) (Дождевая и снежная вода используется для орошения и наполнения резервуаров (кроме уборки и питья) (5 баллов))	
6. Техникалык суу сугат жана даараткана резервуарларынын толтурулушунда колдонулат (5 упай) (Использование технических вод для орошения и наполнения резервуаров туалетов (4 балла))	
7. Акылдуу сугат үчүн атайын система менен таймерлердин болушу (2 упай) (Наличие умного таймера для орошения клумб и сада (2 балла))	
8. Сугат үчүн тамчы, фонтан ж.б. сууну үнөмдөөчү системалар колдонулат (3 упай)	

(Для орошения садов и клумб используется капельное орошение, фонтан и др. Решения предотвращающие лишнюю трату воды (3 балла))	
Жалпы (Итого)	

Е. Дезинфектор жана тазалоочу химиялык каражаттар сыяктуу кооптуу химикаттардын колдонулушу (20 упай)

(Использование моющих, дезинфицирующих и опасных химикатов (20 баллов))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Туура химикаттардын өз жеринде колдонулушу (3 упай) (Подбор и использование правильных чистящих средств по назначению (3 балла))	
2. “Жашыл” тазалоочу каражаттардын жана дезинфекторлордун колдонулушу (4 упай) (Использование “зеленых” чистящих, моющих и дезинфицирующих средств (4 балла))	
3. Химиялык каражаттардын колдонулушун азайтуу үчүн колдонулган чаралар (3 упай) (Принятие мер по сокращению использования моющих средств (3 балла))	
4. Химиялык тазалоо каражаттарынын колдонулушу мажбур болбогон жерлерде табигый тазалоочу каражаттарды колдонуу (3 упай) (Использование натуральных чистящих средств где использование химических средств не является обязательным (смесители, мебель и т.д.) (3 балла))	
5. Органикалык дыйканчылык принциптерине жараша бакчалардын уюштурулушу жана багылышы (4 упай) (Обустройство и уход за садами в соответствии с принципами органического земледелия (4 балла))	
6. Зыянкечтерге каршы күрөшүүдө адамдын ден соолугуна жана айлана чөйрөгө терс таасирин тийгизбеген дарылардын колдонулушу же табигый чаралардын көрүлүшү (3 упай) (Использование препаратов, не наносящих вреда здоровью человека и окружающей среде в борьбе с вредителями (3 балла))	
Жалпы (Итого)	

Г. Таштандылар (48 упай)

(Отходы (48 баллов))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Коноктор таштандыларды бөлүштүрүшөт, алар үчүн ыңгайлаштырылган чечимдер иштелип чыккан (3 упай) Удобная организация для разделения отходов гостями (3 балла)	
2. Иштелген батареикалар коомдук жайларда атайын идиштерде чогултулат (3 упай) Наличие ящиков в местах общего пользования для сбора отработанных батареек (3 балла)	
3. Зыян таштандылар кызматкерлер тарабынан түрүнө жараша бөлүштүрүлөт (май фильтрлары, боектор, люминесценттик лампа, картридж, сыя, муздатуучу жабдуулар, батареика, дары-дармек, медициналык таштанды ж.б.) (Ар бири өзүнчө 2 упайдан бааланат, максимум 10 упай) Разделение персоналом вредных отходов от других (Масляные фильтры, краска, люминесцентные лампы, картридж, чернила, охлаждающее оборудование, батарейки, лекарства, медицинские отходы, электронные отходы и т.д.) (Каждый оценивается отдельно по 2 балла, максимум 10 баллов)	
4. Иштетилген өсүмдүк майлардын чогултулушу(3 упай) Накопление отработанных масел, используемых на кухне (3 балла)	
5. Ишканада түрүнө жараша таштандылардын бөлүштүрүлүшү (пластик, кагаз, айнек, металл, органика ж.б.) (3 упай) Разделение предприятием отходов предприятия по их видам (Пластик, бумага, стекло, металл, органика и т.д.) (3 балла)	
6. Кайра иштегүү / органикалык таштандылардын кайрадан колдонулушу (3 упай) Переработка / использование органических отходов (3 балла)	
7. Коомдук жайларда бир жолу колдонулуучу өнүмдөрдөн баш тартылышы (шампунь, самын, идиш-аяк ж.б.) (ар бири өз-өзүнчө 1 упайдан бааланат, максимум 5 упай) Отказ от одноразовой продукции в местах общего пользования (Шампунь, мыло, стаканы, тарелки, столовые приборы и т. д.) (Каждый оценивается отдельно) (по 1 баллу за каждый, максимум 5 баллов)	
8. Коомдук жайларда бөтөлкөдөгү суулардан баш тартылып диспенсерлердин колдонулушу (ар бири өз-өзүнчө 2 упайдан бааланат, максимум 8 упай) Отказ от бутылированных напитков в местах общего пользования в пользу диспенсеров или (максимум 8 баллов, каждый из которых – 2 балла)	
9. Эртең менки тамактарда майда пластик идиштерде таңгакталган өнүмдөрдөн баш тартуу (сары май, джем, бал, сыр ж.б.) (ар бири өз-өзүнчө 1 упайдан бааланат, максимум 5 упай)	

Отказ от мелко расфасованных продуктов в пластиковых тарах для завтраков (Масло, джем, мед, сыр и т. д.) (Максимум 5 баллов, каждый из которых 1 балл)	
10. Агынды суулардын тазаланышы; (Очищение сточных вод); () Ишкананын өзүнө тийиштүү тазалоо системасынын болушу (5 упай) (Собственная система очистки сточных вод предприятия (5 баллов)) () Аймактык тазалоо системасына туташтырылышы (3 упай) (Использование центральной очистительной системы региона/села (3 балла)) () Жергиликтүү башкаруунун тазалоо системасына туташтырылышы (1 упай) (Использование центральной очистительной системы местного самоуправления (1 балл))	
Жалпы (Итого)	

Г. Башка кызматтар (68 упай)

(Другие услуги (68 балл))

Критерийлер (Критерии)	Упай (Баллы)
1. Кызматкерлер менен коноктордун трансфери парник газын чыгарбаган авто унаалар менен жасалат (3 упай) (Трансфер персонала и гостей автотранспортом который не выделяет парниковые газы (3 балла))	
2. Альтернативдүү унаа катары велосипеддердин конокторго берилиши (3 упай) (Предоставление гостям велосипедов в качестве альтернативного средства передвижения по городу (3 балла))	
3. Кагаздардын ордуна электрондук документациянын колдонулушу (4 упай) (Отказ от бумаг в пользу цифровых решений (4 балла))	
4. Эко эңбелгиси болгон өнүмдөрдүн колдонулушу (жаздык, шейшеп, дасторкон, пылесос, лампа, кагаз, пластик ж.б.) (ар бири 2 упайдан бааланып максимум 10 упай) Использование в помещении предметов с экологической маркировкой (подушки, простыни, скатерти, пылесосы, лампочки, бумага, пластик и т. д.) (по 2 балла за каждое, максимум 10 баллов))	
5. Ар бир тамактанууда жергиликтүү өнүмдөн жасалган тамак же улуттук ашканадан эң аз экөөнү сунуштоо (4 упай) (Подача как минимум двух местных продуктов и блюд во время приема пищи (4 балла))	
6. Конокторго жергиликтүү өнүмдөрдүн ишканада колдонулгандыгы тууралуу маалыматтын визуалдык түрдө	

берилиши (3 упай) (Информирование гостей об использовании местной продукции и наличие визуальной иллюстрации (3 балла))	
7. Токойдо же токойдун жанында жайгашкан ишканаларда өрт коопсуздугуна багытталган иш-чаралардын болушу (4 упай) (Принятие необходимых противопожарных мер в случае, если объект находится в лесу или рядом с ним (4 балла))	
8. Ишкананын жабык жана ачык жайларында үн чыгарбаган жабдууларды колдонуу (2 упай) (Использование бесшумных устройств в закрытых помещениях и в прилегающей территории (2 балла))	
9. Техникалык бөлмөлөрдө звукоизоляциянын болушу (2 упай) (Звукоизоляция тех помещений (2 балла))	
10. Түтүктөрдүн жылуулукту сактоо үчүн изоляциясы (2 упай) (Теплоизоляции труб (2 балла))	
11. Катуу музыка чыккан бөлмөлөрдүн звукоизоляциясынын жасалышы (3 упай) (Звукоизоляция помещений, где транслируется громкая музыка (3 балла))	
12. Ачык жана жабык жайлардагы чыккан үндүн адам баласына зыян келтирбеген децибалларда болушу(3 упай) (Громкость звука на открытых и закрытых территориях в приемлемых для здоровья человека децибаллах (3 балла))	
13. Катуу үн булактарынын эс алуу зоналарынан алыс жайгашышы же алардын үнүн басаңдатуучу чаралардын көрүлүшү (3 упай) (Расположение источников шума вдали от спальных зон или его предотвращение (3 балла))	
14. Жайгашкан жерине жараша ишканага кошумча упайлардын берилиши (максимум 7 упай) (Начисление дополнительных баллов в зависимости от места расположения объекта (максимум 7 баллов))	
15. Термалдык туризм, кыш туризми, айыл туризми же жайлоо туризми багытында иш алып барышы (жалгыз гана бири бааланат) (5 упай) (Объект работает по направлению термальный туризм, зимний туризм, жайлоо туризм или сельского туризма (засчитывается только один) (5 баллов))	
16. Бул баалоо формасында каралбаган бирок айлана- чөйрөнү коргоого жардам берген технологиянын/системанын/жабдуунун колдонулушу(2 упай) (Деятельность или использование технологий/систем/устройств которые не включены в эту форму и способствуют сохранению окружающей среды (2 балла за каждую, максимум 10 баллов))	
Жалпы (Итого)	
III бөлүм үчүн жалпы упай саны (Общий балл за раздел III):	

Аймактарга жараша упай (Баллы по районам):

Бишкек ш.	:1 упай
Ош ш.	:2 упай
Чуй/ Иссык-Куль областы	:3 упай
Ош областы	:4 упай
Жалал Абад областы	:5 упай
Талас/Нарын областы	:6 упай
Баткен областы	:7 упай

Жыйынтык (Оценка результата):

Эко энбелгисин алуу үчүн 5* мейманканалар минимум 200 упай (Для получения эко-маркировки требуется набрать 5* минимум 200 баллов)

4* мейманканалар минимум 170 упай (4* минимум 170 баллов)

3* минимум 140 упай алышы абзел.(3* минимум 140 баллов)

.....аталышындагы
(наименование)

жылдыздуу мейманкана иштетүү мекемеси (звездочное гостиничное учреждение)

күнү өткөрүлгөн баалоонун жыйынтыгы менен (в результате оценки, сделанной на дату)

.....упай алды (получил баллов).

Аудитор (Аудитор)

Аты-жөнү (ФИО):

Колу (Подпись):

Тиркеме 3

Көз карандысыз аудиторлорду окутуп-үйрөтүү жобосу

1. Окутуп-үйрөтүүнүн максаты

Эко-мейманкана, экологияга аяр мамиле кылуу практикасы энергия, суу, калдыктардын көлөмүн жана зыяндуу заттарды колдонууну азайтуу, энергиянын эффективдүүлүгүн жогорулатуу, энергиянын кайра жаралуучу булактарын колдонууга үндөө, инвестициялык стадиядан баштап мейманканаларда экологиялык аспектерди эске алуу менен пландаштыруу жана ишке ашыруу, мейманкана айлана-чөйрө достугун камсыздоо, айлана-чөйрөнү көрктөндүрүү, экологиялык архитектура, экологиялык аң-сезимди жогорулатуу, тиешелүү тренингдерди өткөрүү жана тиешелүү мекемелер жана уюмдар менен кызматташууну максат кылат.

2. Аудиторду даярдоо программасын пландаштыруу жана ишке ашыруу

Аудитордук топту аныктоо, окутуу жана сертификаттоо процесси окуу жай тарабынан пландаштырылат жана башкарылат.

3. Тренерлер жана окутуу программасы

Окутуу программасында сабак бере турган тренерлер, магистратура мартабасында дипломго ээ тийиштүү тармакта билим алган эксперттерден; жогорку окуу жайлардын тиешелүү бөлүмдөрүндө эмгектенген окутуучулардан, туризм секторунда эмгектенген жетекчилерден, экология боюнча инженерлерден жана мамлекеттик мекеме жана уюмдардын билим берүү бөлүмдөрүндө иштеген тренерлерден дайындалат.

Окуу процессин ийгиликтүү аяктаган талапкерлер сертификат/документ алуу укугуна ээ болушат.

«Эко-мейманканаларда көз карандысыз аудитор» сертификатын алгандардын аты-жөнү жана байланыш маалыматтары документ берилгенден кийин бир жуманын ичинде министрликтин тиешелүү бөлүмүнө жазуу жүзүндө билдирилет.

Окуу мөөнөтү туризм жана экология багытында **жалпысынан 30 сааттан кем эмес** болуп, төмөнкү темаларды камтыйт:

А) Туризм боюнча тренинг (15 саат)

- Туризм жана айлана-чөйрөнү коргоо (3 саат)
- Мейманкана бизнесиндеги туруктуу туризм практикасы (3 саат)

- Эко-туризм жана меймандостук бизнесиндеги эко-энбелги колдонуу (3 саат)
- Конокторго экологияны коргоо тууралуу маалымат берүү жана анын туризм секторундагы мааниси (3 саат)
- Эко- мейманканалардын критерийлерин иштеп чыгуу жана баалоо (3 саат)

Б) Экология боюнча тренинг (15 саат)

- Курчап турган чөйрөнүн концепциясы, экологиялык циклдер жана айлана-чөйрөнүн булганышы (3 саат)
- Экологиялык саясатты даярдоо (3 саат)
- Айлана-чөйрөнү коргоо боюнча иш-чаралардын планын даярдоо (3 саат)
- Туризм ишканаларында экологиялык менеджмент жана калдыктарды башкаруу (3 саат)
- Туризм ишканаларында жаратылыш ресурстарын башкаруу жана үнөмдөө чаралары (3 саат)

Тиркеме 4

Долбоор тууралуу жалпы маалымат

Долбоордун Аталышы:

Кыргызстандагы мейманканалардын эко энбелги сертификациясы модели

Долбоордун ээси:

Кыргыз-Түрк “Манас” университети

Долбоордун өнөктөштөрү:

Кыргыз Республикасынын Маданият, маалымат, спорт жана жаштар саясаты министрлигинин Туризм департаменти

NORECA Kyrgyzstan (Мейманкана, ресторан жана кейтеринг ишканалары ассоциациясы)

Долбоордун мөөнөтү:

9 ай (15.06.2021-15.03.2022)

Долбоор тобу:

Доц. PhD. Мустафа Мурат Кызанлыклы (Координатор)
(muratm.kizanlikli@manas.edu.kg)

Доц.м.а.PhD. Нарынгүл Маргазиева (naryngul.margazieva@manas.edu.kg)

Ага окутуучу Кымбат Асанова (kymbat.asanova@manas.edu.kg)

Кенже илимий кызматкер Ибрагим Гүндөгду
(ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg)

Долбоордун максаты:

Эко энбелги - бул өнүмдөрдүн экологиялык белгиси. Эко энбелгилөө программалары тарабынан ыйгарылуучу эко-энбелги сертификаттары ишкерлер үчүн сыйлык катары бааланып, экологиялык идеяларды өнүктүрүүгө үндөйт.

Айлана-чөйрө досу катары таанылган жашыл мейманканалар айлана-чөйрөнү коргоо жана өнүм наркын азайтуу үчүн суу менен энергиянын үнөмдөлүшүнө, экологиялык саясат алкагында сатып алуу иш-чаралардын жүргүзүлүшүнө, таштандылар менен калдыктардын азайышына багытталган экологиялык иш-чараларды ишке ашырат. Долбоордун негизги максаты - бул туруктуу туризм алкагында жаратылышты коргоо, туризм секторунда экология боюнча маалымдуулукту өнүктүрүү, туризм ишканалары тарабынан эко- саясаты алкагында жүргүзгөн иш-чараларга колдоо көрсөтүп мотивациялоо болуп эсептелинет. Бул максатта эко-энбелгисин талап кылган жана анын шарттарына минимум даражада жооп берген туризм ишканаларына эко-энбелги документтеринин тапшырылуусу пландаштырылууда.

Долбоордун жыйынтыктары:

1. Экологиялык мейманкана башкарууну ишке ашыруу принциптери
2. Арыз бланкасы
3. Экологиялык мейманканаларды баалоо баракчасы жана критерийлери
4. Көз карандысыз аудиторлорду окутуу боюнча колдонмо
5. Кыргызстанга гана таандык “Эко-мейманкана” логотиби
6. Долбоордун таанытуу брошюрасы, долбоор китеби жана илимий публикация

Тиркеме 5

Анкета

Урматтуу респондент;

Бул анкета Кыргыз-Түрк “Манас” университетинин “Кыргызстандагы мейманканалардын эко эңбелги сертификациясы модели” илимий изилдөө долбоору алкагында даярдалган. Долбоордун ийгилиги жана анын натыйжаларынын ишке ашуусу үчүн бул изилдөөгө так жана калыс маалымат берүүңүз абдан маанилүү. Изилдөөдөн алынган маалыматтар илимий максаттарда гана колдонулат; Сиз же ишкананыңыздын тууралуу маалымат бөлүшүлбөйт. Биздин изилдөөбүзгө кошкон баалуу салымыңыз үчүн ыраазычылык билдиребиз.

Доц. PhD. М. Мурат Кызанлыклы, ага окут. Кымбат Асанова, доц.м.а., PhD. Нарынгул Маргазиева & кенже илим. кызм. Ибрахим Гүндөгду.

Эгерде сиздин мейманканаңызда төмөнкү экологиялык (жашыл) практикалар ишке ашырылса, “**Ооба**” деген белгини коюңуз, эгер алар аткарылбаса “**Жок**” же бардык бөлүмдөрдө толук аткарылбаса “**Жарым-жартылай**”.

Ырастоолор	Ооба	Жок	Жарым-жартылай
1. Биздин мейманкананын жазуу жүзүндө экологиялык саясаты бар.			
2. Биздин мейманкананын кызматкерлерине экологиялык тренинг өткөрүлөт.			
3. Айлана-чөйрөнү коргоо иш-чараларына кеткен чыгашалар мейманкана бюджетинде көрсөтүлгөн.			
4. Биздин мейманкана кайра иштетүүчү ишканалар менен кызматташат.			
5. Биздин мейманкана айлана-чөйрөнү коргоо боюнча жыйындарга катышып турат (жергиликтүү администрациялар, мейманкана ассоциациясы ж.б.).			
6. Экологияны коргоо чаралары натыйжасында үнөмдөлгөн каражаттар мейманкананын бюджетинде көрсөтүлгөн.			
7. Ишканабыздын экологиялык (жашыл) практикалары тууралуу маалымат массалык маалымат каражаттары аркылуу коомчулукка жеткирилет.			
8. Биздин мейманканада айлана-чөйрөнү коргоо боюнча жооптуу кызматкерлер иштейт.			
9. Биз мейманканада экологиялык таза продукцияларды (органикалык айыл чарба продукциялары, кайра иштетилген продуктулар ж.б.) колдонобуз.			

10. Биздин мейманканада таштандылар (картон, пластмасса, кагаз ж.б.) бөлүштүрүлөт.			
11. Биздин мейманкана тууралуу маалыматтар бөлмөлөрдөгү телевизорлордон берилет.			
12. Биздин мейманканадагы калдык майлар кайра иштетүүчү компаниялар тарабынан иштетилет.			
13. Биздин мейманкана экология маселелери боюнча изилдөөлөрдү колдойт.			
14. Биздин мейманканада арткан азыктар экинчи иштетүүгө жиберилет.			
15. Жергиликтүү маданиятты сактап калуу үчүн кардарларыбызга түшүндүрмө маалыматтар берилет.			
16. Биздин мейманкана жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдары менен кызматташат.			
17. Сатып алууларда материалдардын кайра иштетүү өзгөчөлүгүнө көңүл бурулат.			
18. Биздин мейманканадан узак мөөнөткө чыдамдуу материалдар сатылып алынат.			
19. Биздин мейманканада энергияны аз керектөөчү жабдуулар (душ кабинасы, лампалар ж.б.) колдонулат.			
20. Айлана-чөйрөгө зыяны азыраак тазалоочу каражаттар сатылып алынат.			
21. Биздин мейманканада күн энергиясы колдонулат.			
22. Саркынды суулар биздин мейманканада тазаланып, бакчаларды сугаруу үчүн колдонулат.			
23. Бөлмөлөрүбүздө электр энергиясын үнөмдөө үчүн энергияны үнөмдөө системасы колдонулат.			
24. Кирлер кир жуучу жайда булгануу даражасына жараша бөлүштүрүлөт.			
25. Дааратканаоарда сууну аз сарптаган сифондор колдонулат.			
26. Мейманканада дайыма пайдаланылбаган аймактарды үнөмдүү жарыктандыруу максатында сенсорлор/таймерлер колдонулат.			
27. Саркынды суулар биздин мейманканада тазаланып, сырткы чөйрөгө чыгарылат.			
28. Биздин кардарлар күнүмдүк материалдардын (сүлгү, шейшеп ж.б.) айлана-чөйрөгө тийгизген терс таасири тууралуу маалымат алышат.			
29. Ванна бөлмөлөрүндө сууну аз сарптаган душ кабиналары колдонулат.			
30. Кир жуучу жайда үнөмдөөчү машиналар колдонулат.			
31. Бөлмөлөрдө энергияны үнөмдөөчү лампалар колдонулат.			
32. Кызматчыларга тазалоо каражаттарын колдонуу жөнүндө маалымат берилет.			

Төмөндөгү ырастоолорго карата пикириңизди бештик лайкерт системасына жараша белгилеңиз;

1 (такыр кошулбайм), 2 (кошулбайм), 3 (жарым - жартылай), 4 (кошулам), 5 (толугу менен кошулам).

Ырастоолор	1	2	3	4	5
1. Мейманканадагы экологиялык практикалар узак мөөнөттө чыгымдарды азайтат					
2. Экологиялык практикалар коноктордун сатып алуу чечимдерине (журум-турумуна) терс таасирин тийгизет					
3. Экологиялык чечимдер мейманкананын ар бир бөлүмү үчүн керек					
4. Экологиялык практикалар коноктордун канааттануу деңгээлине терс таасирин тийгизет					
5. Мейманканадагы экологиялык практикалар - бул жергиликтүү маданиятты сактоодо маанилүү аспап					
6. Узак мөөнөттө экологиялык практикалар кирешени азайтат					
7. Экологиялык практикалар персоналдын канааттануу деңгээлине терс таасирин тийгизет					
7. Мейманкананын экологиялык практикалары туруктуу өнүгүүнүн принциптерине таянат.					
9. Мейманкананын экологиялык практикалары жергиликтүү калктын колдоосун күчөтөт					
10. Мейманкананын экологиялык практикалары коомчулук менен байланышта маанилүү роль ойнойт.					
11. Мейманкананын жетекчилиги сектордогу экологиялык жаңылыктардан кабардар					
12. Мейманкананын экологиялык практикалары бардык кызыкдар тараптардын канааттануусуна оң таасир тийгизет (камсыздоочу, персонал, кардар, жергиликтүү бийлик ж.б.).					
13. Мейманкананын экологиялык практикалары – жашыл маркетингте багытталган чечим					
14. Мен туризм секторундагы эко уюмдары тууралуу кабарым бар (GreenGlobe, SKAL, Travellife).					
15. Эко практикалары жана стандарттары тууралуу кабарым бар (OHSAS и ISO 14001, 9001, 19011).					
16. Экологиялык практикалар бул жөн гана мода (тренд).					
17. Мейманкана ээлери жаратылышты коргоого жана башка жашыл иш-чараларга багытталган инвестицияларды колдойт					
18. Мейманкананын экологиялык практикалары - бул Кыргызстандагы атаандаштык таймашта маанилүү аспап					

Мейманканаңыздын аталышы?

Мейманкананын атынын мааниси?

Мейманканалардагы жашыл практикалар тууралуу маалымдуулугуңуз канча?

Аз 1 2 3 4 5 **Көп**

Жаңылыкка канчалык ачыксыз?

Аз 1 2 3 4 5 **Көп**

Кызматыңыз

Генералдык менеджер ГМ Ассистенти Бөлүм жетекчиси башка.....

Билими

орто; жогорку; магистратура; аспирантура/PhD

Жетекчилик позициясында канча убакыттан бери иштейсиз?

.....

Туризм индустриясында жалпы стажыңыз ?.....

Мейманкана категориясы

Улуттук чынжыр Эл аралык чынжыр Жеке ишкана башка.....

Кыргызстандагы мейманканалар үчүн даярдалып жаткан эко энбелгиси боюнча сунуштарыңыз кандай?

Түс..... Символ

(Мисалы: Данияда жашыл ачкыч, Турцияда ийне жалбырактуу дарак)

Тиркеме 6
Эко-мейманкана энбелгиси



Kолдонулган булактар

- Akdağ, G., Güler, O., Demirtaş, O., Dalgıç, A. ve Yeşilyurt, C. (2014). Turizm ve Çevre İlişkisi: Türkiye'deki Yeşil Otellerin Gözünden Yeşil Otelcilik Uygulamalarının Getirileri, Türkiye Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 258-267.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alagöz, S. B. (2007). Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme, *Akademik Bakış Dergisi*, 11: 1-12.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Bahtiyar, D. (2017). Ekolojik Oteller Kapsamında Ekoturistlerin Kişilik Özellikleri, Motivasyonları ve Memnuniyetleri Arasındaki İlişki: Ege-Akdeniz Bölgesi Alan Araştırması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Baker, M. A., Davis, E. A. ve Weaver, P. A. (2014). Eco-friendly Attitudes, Barriers to Participation, and Differences in Behavior at Green Hotels, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1): 89–99.
- Cooper, I. (1998). *Emerging issues in environmental management*. In: *Facility Management: Theory and Practice*, Alexander, K (ed), London: Spon Press, 111–119.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi
- Diamantis, D. (1999). The characteristics of UK's ecotourists. *Tourism Recreation Research*, 24(2): 99–102.
- Dilek S. E. ve Atay L. (2012). Antalya'daki Beş Yıldızlı Otellerin Yeşil Otelcilik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 13(2): 61-90.
- Dukhovnaya, L. L. (2020). *Creation of Eco Hotel Concepts: International Experience and Possibility of Its Application*, Revista Gênero E Interdisciplinaridade, 1(01).

- Erdoğan, N. ve Barış, E. (2007). Environmental Protection Programs and Conservation Practices of Hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28: 604-614.
- European Commission Ecolabel products and criteria, https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/product-groups-and-criteria_en <erişim tarihi 19.10.2021>
- Gökdeniz A., Erdem B. ve Çeken H. (2014). Eco –Friendly practices in the lodging industry: the case of Ayvalik Cunda Ortunc Hotel, Turkey, *International Journal for Responsible Tourism*, 3(1): 7-21.
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama Sektöründe Yeşil Yönetim Kavramı, Eko Etiket ve Yeşil Yönetim Sertifikaları ve Otellerde Yeşil Yönetim Uygulama Örnekleri, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7(2): 70–77.
- Graci, S. (2002). The Greening of Accommodation: A Study of voluntary Environmental Initiatives in the Hotel Industry. Toronto: University of Toronto.
- Güneş, G. (2011). Konaklama sektöründe çevre dostu yönetimin önemi, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(20): 45-51.
- Han, H. Hsu, L.T. ve Sheu, S. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing The Effect of Environmental Friendly Activities, *Tourism Management* (31): 325–334.
- Katrançı, M. ve Temel, S. (2018). İlkokul öğrencilerine yönelik yazma kaygısı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(24): 1544-1555.
- Kından, A. (2006). Bir Eko-Etiket Olarak Mavi Bayrak'ın Türkiye Kıyı Turizminde Bir Pazarlama Unsuru Olabilirliğinin Araştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kızanlıklılı, M. ve Çıvgın, H. (2021). Çevre Dostu Otel İşletmelerine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme ve Örnek Uygulamalar, 5. *Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 105-124.
- Kim, Y. ve Han, H. (2010). Intention to Pay Conventional-Hotel Prices at A Green Hotel -A Modification of The Theory of Planned Behavior, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8): 997-1014.
- Kim Y. Palakurthi R. ve Hancer, M. (2012). The environmentally friendly programs in hotels and customers' intention to stay: an online survey

- approach. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration* 13(3): 195-214.
- Kirk, D. (1998). Attitudes to Environmental Management Held by Group of Hotel Managers in Edinburg. *International Journal of Hospitality Management*, 17: 33-47.
- Manaktola, K. ve Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5): 364–377.
- Mensah, I. (2006). Environmental Management Practices Among Hotels in the Greater Accra Region, *International Journal of Hospitality Management*, 25(3): 414-431.
- Mensah, I. (2004). *Environmental Management Practices In US Hotels*. 24 Temmuz 2021 tarihinde http://www.hotel-online.com/News/PR2004_2nd/May04_EnvironmentalPractices.html adresinden alındı.
- Minoli, D. M., Goode, M. M. H. ve Smith, M. T. (2015). Are Eco Labels Profitably Employed in Sustainable Tourism? A Case Study on Audubon Certified Golf Resorts, *Tourism Management Perspectives*, (16): 207-216.
- Öneş, H. (2008). *Turizm Yeşeriyor*. Gastronomi, İstanbul: Boyut Yayıncılık AŞ.
- Punitha, S., ve Rasdi, R.M. (2013). Corporate Social Responsibility: Adoption of Green Marketing by Hotel Industry. *Asian Social Science*, 9(17): 79-93.
- Romppanen J. (2010). Increasing Environmental Awareness of Hotel Customers, Case: A Turkish Eco Hotel. Bachelor's Thesis, Saimaa University of Applied Sciences, Tourism and Hospitality, Imatra Unit of Tourism, Degree Programme in Tourism, Retrieved December 06.
- Şimşek, Ç. (2019). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Otel Yöneticileri Üzerinde Bir Alan Araştırması, Doktora tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, İstanbul.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ (19.06.2017 tarih ve 30101 sayılı Resmi Gazete)
- Travelife Sustainability in Tourism, Standards and Criteria https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&language=en <erişim tarihi 14.10.2021>
- Wang, J., Wang, S., Xue, H., Wang, Y. ve Li, J. (2018). Green image and consumers' word of mouth intention in the green hotel industry: The moderating effect of millennials. *Journal of Cleaner Production*, 181: 426-436.

- Wang, L., Wong, P. P. ve Narayanan, E. A. (2020). The demographic impact of consumer green purchase intention toward Green Hotel Selection in China, *Tourism and Hospitality Research*, 20(2): 210–222.
- Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies For Sustainability*, The International Ecotourism Society, France.
- Yim King Penny, W. (2007). The use of environmental management as a facilities management tool in the Macao hotel sector. *Facilities* 25(7/8): 286-295.
- Zhang, J. J., Joglekar, N., Heineke, J. ve Verma, R. (2014). Eco-efficiency of Service Co-production: Connecting Eco-certifications and Resource Efficiency in U.S. Hotels, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(3): 252–264.
- https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/success_2018.html <erişim tarihi 18.05.2021>
- <https://cr.hilton.com/> <erişim tarihi 20.05.2021>
- <http://www.ecolabelindex.com> <erişim tarihi 20.05.2021>
- <https://surdurulebilirlik.com.tr/motivasyon/yesillenen-oteller/> <erişim tarihi 20.06.2021>
- <https://belgelendirme.ctr.com.tr/iso-14001-nedir.html> <erişim tarihi 12.07.2021>