

ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Глух Марко Ігорович*, аспірант
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського

*ORCID 0009-0009-2068-9312

© Глух М.І., 2025

Стаття отримана редакцією 13.03.2025 р.
The article was received by editorial board on 13.03.2025

Вступ. Актуальність дослідження особливостей внутрішньої комунікації у сфері зеленого туризму зумовлена необхідністю створення міцних організаційних структур, здатних до адаптації та інновацій. Сучасні виклики, серед яких глобальні зміни клімату та урбанізація, вимагають від туристичних підприємств переосмислення власних бізнес-моделей. Щоб не втратити конкурентні позиції, компанії та організації, які працюють у зеленому туризмі, мають розвивати підходи до взаємодії між співробітниками та партнерами таким чином, щоб обмін інформацією був швидким, точним та сталим у довгостроковій перспективі. Це уможливорює ефективну координацію дій усіх учасників і досягнення синергії в досягненні екологічних та економічних цілей.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. У сучасній науковій літературі все частіше наголошується на тому, що сталий розвиток туризму є важливим чинником збереження природних та культурних ресурсів, одночасно забезпечуючи економічне зростання. Так, Г.О. Горіна [1] розглядає стратегічні настанови і практики управління в контексті сталого розвитку туризму, підкреслюючи необхідність інституційних перетворень для покращення екологічних показників галузі. Питання посилення позитивних емоцій та задоволеності туристів відвідинами сільських осередків висвітлено у дослідженні І.В. Juliana та співавторів [2], де автори акцентують на ролі якісного середовища та щасливого емоційного досвіду у просуванні сільського (а отже й зеленого) туризму.

Розвиток екологічно орієнтованого підходу до підприємництва та інновацій має ключове значення для підвищення ефективності та конкурентоспроможності фірм, що працюють у зеленому туризмі R. Rofiaty та колеги [3] доводять, що поєднання екопрактик з інноваційними рішеннями сприяє поліпшенню результатів діяльності й зміцнює ринкову позицію компаній. У свою чергу, у контексті безпеки та сталого розвитку туризму І.В. Черниш, А.О. Глєбова, В.М. Маховка [4] висвітлюють інноваційні технології як важливий інструмент оптимізації внутрішніх процесів і підвищення рівня захисту довкілля. Значний внесок у розуміння державного регулювання в галузі зеленого туризму робить монографія В.В. Палюха [5], у якій автор акцентує увагу на формуванні нормативно-правового підґрунтя та стимулюванні розвитку цього напрямку. Внутрішня комунікація відіграє тут особливу роль, оскільки від неї залежить ефективність реалізації державних політик і взаємодія між різними зацікавленими сторонами. Дослідження М.Н. Khan, S.N. Muktar [6] спрямоване на визначення майбутніх тенденцій “зеленого” управління людськими ресурсами, що тісно переплітається з тематикою внутрішньої комунікації, адже саме кадрова політика визначає, як екологічні цілі будуть інтегровані у корпоративне середовище та поведінку персоналу.

Метою статті є виявити та проаналізувати ключові особливості внутрішньої комунікації у сфері зеленого туризму, а також сформулювати рекомендації для підвищення ефективності обміну інформацією та управління персоналом з урахуванням екологічних пріоритетів. Об’єктом дослідження

виступають комунікаційні процеси всередині організацій, що надають послуги у галузі зеленого туризму. Завданнями роботи є: дослідити фундаментальні засади та форми внутрішньої комунікації, визначити основні види взаємодії, розкрити механізми впровадження екологічних ініціатив та обґрунтувати напрями подальшої оптимізації комунікаційних стратегій.

Основний матеріал і результати. Зелений туризм, як складова екологічно орієнтованої економіки, набуває дедалі більшої популярності та значущості у світі. Люди все частіше прагнуть зберегти та примножити природні ресурси, тому шукають форм відпочинку, що не завдають шкоди довкіллю. Водночас туристичні бізнеси та громадські ініціативи розвиваються в напрямі соціально-відповідального і екологічно сталого управління. У цьому контексті внутрішня комунікація у сфері зеленого туризму набуває критично важливої ролі [7–9]. Адже від того, наскільки ефективно розповсюджується інформація всередині організації та налагоджується обмін ідеями, залежить здатність туристичних осередків розробляти та впроваджувати екологічні ініціативи, покращувати якість сервісу, а також забезпечувати реалізацію стратегічних цілей (табл.1).

Таблиця 1

Сутнісні засади внутрішньої комунікації у сфері зеленого туризму

Засади	Характеристика
Екологічна свідомість і відповідальність	Внутрішня комунікація має формувати у колективі цінності та поведінкові установки, спрямовані на дбайливе ставлення до природи і ресурсів. Роз'яснення стратегічних цілей у контексті охорони довкілля, організація тематичних тренінгів і семінарів, а також поширення інформації про результати екологічних проєктів сприяють розбудові відповідального ставлення працівників до довкілля
Прозорість та відкритість	Для мотивації персоналу до спільної роботи над екологічними завданнями та підвищення їх залученості, керівництво має дотримуватися принципу прозорого обміну інформацією. Важливо, щоб кожен співробітник мав доступ до зрозумілих даних про екологічні показники, фінансові результати, плани й ініціативи організації
Синергія колективу та інноваційність	Розвиток зеленого туризму потребує пошуку нових рішень і креативних підходів, тому внутрішня комунікація має сприяти вільному обміну ідеями, створювати атмосферу співпраці та заохочувати ініціативність
Гнучкість та адаптація до змін	Зелений туризм як галузь постійно розвивається та змінюється відповідно до нових трендів, технологій та законодавчих норм. Успішна внутрішня комунікація дає змогу компанії швидко реагувати на виклики, координувати зусилля працівників та розподіляти ресурси вчасно і з максимальною ефективністю

Джерело: сформовано автором

Для сфери зеленого туризму характерна підвищена увага до збереження навколишнього природного середовища та підтримання унікальної культурної спадщини. Організації, що функціонують у цьому сегменті, мають не лише пропонувати туристам екологічно чисті та культурно-автентичні послуги, але й підтримувати внутрішні процеси, які сприятимуть ефективному обміну екологічними знаннями, відповідальному споживанню ресурсів та дотриманню етичних стандартів. Внутрішня комунікація виступає невіддільним механізмом координації зусиль працівників, формування екологічної свідомості в колективі та інтегрування сталих практик у повсякденну діяльність. Налагоджена внутрішня комунікація дозволяє команді фахівців, які займаються зеленим туризмом, оперативно та ефективно вирішувати поточні завдання, пов'язані з менеджментом туристичних локацій, маркетинговими дослідженнями, розробкою нових екологічно орієнтованих продуктів і послуг, забезпеченням відповідної якості обслуговування [10–12]. Крім того, саме через внутрішню комунікацію здійснюється формування корпоративної культури, яка має бути орієнтована на сталий розвиток, дотримання принципів екологічної етики та взаємоповаги. Задля цього необхідно розвивати спеціальні комунікаційні інструменти, що дають змогу всім членам колективу усвідомлювати спільну мету та розуміти, як індивідуальний вклад кожної людини впливає на загальний результат (табл.2).

У сучасних реаліях дедалі вагомішого значення набуває діджиталізація комунікацій. Це особливо помітно у туристичній індустрії, де пошук клієнтів, керування бронюваннями, просування екологічних програм і навіть внутрішнє навчання персоналу часто відбуваються з використанням онлайн-платформ та мобільних застосунків. У сфері зеленого туризму діджиталізація комунікацій відкриває додаткові можливості для швидкого розповсюдження інформації про екологічні стандарти, нові стратегії розвитку

та результативність дій з охорони довкілля [13–15]. Розробка ефективного внутрішнього інформаційного поля, доступного в будь-який час і з будь-якого місця, допомагає уникнути непорозумінь і підвищує узгодженість колективних рішень (рис. 1).

Таблиця 2

Форми внутрішньої комунікації у сфері зеленого туризму

Форма	Суть та зміст
Вертикальна комунікація	Мова йде про передавання інформації «згори донизу» і «знизу догори» в ієрархії туристичної організації. Керівництво інформує про стратегічні плани, встановлює екологічні цілі та принципи, а працівники, у свою чергу, надсилають зворотній зв'язок щодо реалізації завдань, пропонують інноваційні ідеї
Горизонтальна комунікація	Ця форма передбачає обмін інформацією між підрозділами та відділами на одному рівні, коли працівники мають схожий статус. Вона сприяє командній роботі та координації проєктів, забезпечує взаємне розуміння потреб і завдань різних відділів (наприклад, маркетинг, логістика, екологічна експертиза)
Формальна комунікація	Офіційні повідомлення, звіти, накази, протоколи нарад і службові інструкції є важливими інструментами контролю і регулювання внутрішньої взаємодії. У зеленому туризмі формальні канали комунікації необхідні для документування екологічних ініціатив, внутрішніх правил і процедур, які забезпечують дотримання відповідних стандартів та вимог
Неформальна комунікація	Паралельно з офіційними каналами існують неформальні, що виникають між працівниками на основі особистих контактів або спільних інтересів. У сфері зеленого туризму дружні обговорення, “мозкові штурми” та обмін ідеями в неофіційній обстановці здатні генерувати новаторські екопроекти та швидко поширювати корисну інформацію, покращуючи робочий клімат у колективі

Джерело: сформовано автором

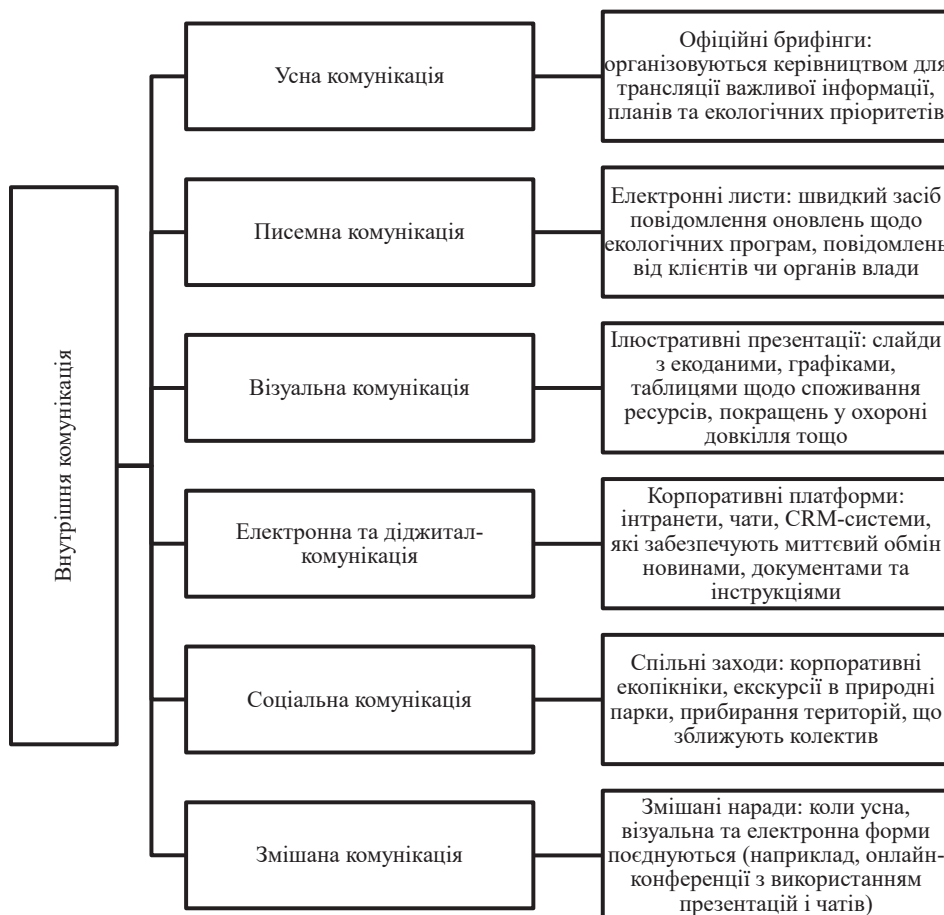


Рис. 1. Види внутрішньої комунікації

Джерело: сформовано автором

Важливим аспектом внутрішньої комунікації в зеленому туризмі є управління знаннями та постійне підвищення кваліфікації працівників. Галузь характеризується динамічними змінами у законодавстві, екологічній політиці та запитах туристів, що зумовлює необхідність систематичного оновлення інформації і вмінь персоналу. Успіх організації значною мірою залежить від того, як швидко та якісно можна впроваджувати нововведення і навчати співробітників. Внутрішня комунікація допомагає організувати ефективні програми навчання, поширювати кращі практики серед різних відділів та заохочувати команду до генерації нових ідей, що сприятиме зміцненню конкурентних переваг. Крім того, для забезпечення сталості бізнесу в зеленому туризмі важливо створювати позитивний робочий клімат, де кожен член колективу відчуває власну цінність і залученість у процеси. Ефективна внутрішня комунікація допомагає долати внутрішні конфлікти, стимулює довіру і сприяє злагодженій діяльності всіх співробітників. Якщо люди розуміють місію та бачення організації, підтримують її цінності та мають можливість відкрито обговорювати проблеми, тоді й зростає рівень мотивації, відповідальності та ініціативності. А це прямим чином впливає на рівень задоволеності туристів і на фінансові результати підприємства.

Висновки. Важливість теми зумовлена і тим, що зелений туризм передбачає не лише організацію комфорту для гостей, а й піклування про територіальні громади та довкілля. Саме тому внутрішня комунікація стає фундаментом для формування соціально відповідальної позиції: працівники, які володіють повною і зрозумілою інформацією, можуть забезпечувати кращу взаємодію з локальними жителями, розуміти їхні потреби, пропонувати рішення, що збагачують культурну спадщину і зберігають природні ресурси. Така взаємодія підносить репутацію компанії, зміцнює довіру місцевих громад і відкриває можливості для ширшого співробітництва. Отже, ефективна внутрішня комунікація у сфері зеленого туризму є визначальним чинником, що впливає на результативність екологічних ініціатив, конкурентоспроможність підприємств та їх здатність до тривалого розвитку. Саме через системний обмін інформацією формуються екологічно усвідомлені цінності та принципи роботи, створюється сприятливий клімат у колективі, зростає професійна компетенція персоналу, а також забезпечується конструктивний діалог з громадами та партнерами. Попит на екологічно орієнтовані туристичні послуги продовжує зростати, тому компанії в цій галузі мають особливу потребу в добре організованій внутрішній комунікації, що стає запорукою їх успіху та суспільного визнання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горіна Г.О. Сталій розвиток туризму: стратегічні настанови та практики управління. *Торгівля і ринок України*. 2024. No. (1(53)). DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2023-53-1-52-63>
2. Juliana Hubner, I.B., Lemy, D.M., Pramezwary, A., Djakasaputra, A. Antecedents of happiness and tourism servicescape satisfaction and the influence on promoting rural tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2024. Vol. 19, No. 10. P. 4041–4059. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191033>
3. Rofiaty R., Yulianti, N.A., Pradana, B.I., Arif, M.E., Salsabil, I. Fostering business success through green practices: The role of green entrepreneurship and innovation in enhancing firm performance. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2024. Vol. 19, No. 3. P. 1081–1088. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190326>
4. Черниш І.В., Глебова, А.О., & Маховка, В.М. Інноваційні технології в туризмі: безпека та сталий розвиток. *Економіка і регіон*. 2017. № 3(64). С. 31–37. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2017.3\(64\).873](https://doi.org/10.26906/EiR.2017.3(64).873)
5. Палюх В.В., Грабар Н.С., Порока С.В. Державне регулювання зеленого туризму в Україні: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2021. 202 с. URL: <http://repositcsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/14609>
6. Khan M.H., Muktar S.N. What's next for green human resource management: Insights and trends for sustainable development. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2021. Vol. 16, No. 1. P. 181–194. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160119>
7. Криштанович М.Ф. Критерії оцінювання ефективності місцевих органів влади в системі публічного управління. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 3 (31). С. 238–246. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-3\(31\)-238-246](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-3(31)-238-246)
8. Романова А.А. Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій розвитку туристичної галузі. *Економіка і регіон*. 2017. № 4 (65). С. 13–19. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2017.4\(65\).886](https://doi.org/10.26906/EiR.2017.4(65).886)
9. Криштанович М.Ф. Вплив інтелектуалізації на систему управління в діяльності публічної служби в умовах Суспільства 5.0. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2024. № 4(54). С. 71–79. DOI: <http://dx.doi.org/10.55643/ser.4.54.2024.583>
10. Штангрет А., Силкін О., Шляхетко В. Трудова міграція як зовнішня загроза для кадрової безпеки підприємства. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 10 (38). С. 190–201. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201)
11. Purnomo E.P., Khairunnisa, T. Green economy: Increasing economic growth to support sustainable tourism in super priority destinations. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2024. Vol. 19, No. 10. P. 4021–4031. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191031>

12. Ahmed M.A., Arshad, A., Anwar ul Haq, M., Akram, B. Role of environmentalism in the development of green purchase intentions: A moderating role of green product knowledge. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2020. Vol. 15. No. 7. P. 1101–1111. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150714>
13. Setyaningsih W., Syawaludin, A., Ramadhani, A.R. Tourism kampung development model through community involvement towards sustainable creative-based tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2024. Vol. 19. No. 11. P. 4323–4330. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191121>
14. Candia S., Pirlone, F., Spadaro, I. Integrating the carrying capacity methodology into tourism strategic Plans: A sustainable approach to tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2020. Vol. 15. No. 3. P. 393–401. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150317>
15. Штангрет А., Силкін О. Безпекові аспекти управління персоналом в умовах гіпердинамічного зовнішнього середовища. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 9 (37). С. 227–237. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237)

REFERENCES:

1. Horina, G. O. (2024). Stalyi rozvytok turyzmu: stratehichni nastanovy ta praktyky upravlinnia [Sustainable tourism development: strategic guidelines and management practices]. *Torhivlia i rynek Ukrainy*, no. 1 (53), pp. 52–63. DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2023-53-1-52-63> (In Ukrainian)
2. Juliana, Hubner, I. B., Lemy, D. M., Pramezwary, A., Djakasaputra, A. (2024). Antecedents of happiness and tourism servicescape satisfaction and the influence on promoting rural tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 19, no. 10, pp. 4041–4059. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191033>
3. Rofiaty, R., Yulianti, N. A., Pradana, B. I., Arif, M. E., Salsabil, I. (2024). Fostering business success through green practices: The role of green entrepreneurship and innovation in enhancing firm performance. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 19, no. 3, pp. 1081–1088. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190326>
4. Chernysh, I. V., Glebova, A. O., & Makhovka, V. M. (2017). Innovatsiini tekhnolohii v turyzmi: bezpeka ta stalyi rozvytok [Innovative technologies in tourism: safety and sustainable development]. *Ekonomika i rehion Economics and Region*, no. 3 (64), pp. 31–37. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2017.3\(64\).873](https://doi.org/10.26906/EiR.2017.3(64).873) (In Ukrainian)
5. Paliukh, V. V., Hrabar, N. S., & Poroka, S. V. (2021). Derzhavne rehuliuвання zelenoho turyzmu v Ukraini: monohrafiia [State regulation of green tourism in Ukraine: monograph]. Kharkiv: NUCZU. 202 p. Available at: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/14609> (In Ukrainian)
6. Khan, M. H., Muktar, S. N. (2021). What's next for green human resource management: Insights and trends for sustainable development. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 16, no. 1, pp. 181–194. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160119>
7. Kryshchanovych, M. F. (2024). Kryterii otsiniuvannya efektyvnosti mistsevykh orhaniv vlady v systemi publichnoho upravlinnia [Criteria for evaluating the effectiveness of local authorities in the public administration system]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 3 (31), pp. 238–246. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-3\(31\)-238-246](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-3(31)-238-246) (In Ukrainian)
8. Romanova, A. A. (2017). Vydy turyzmu ta yikh klasyfikatsiia u konteksti suchasnykh tendentsii rozvytku turindustrii [Types of tourism and their classification in the context of modern development trends in the tourism industry]. *Ekonomika i rehion Economics and Region*, no. 4 (65), pp. 13–19. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2017.4\(65\).886](https://doi.org/10.26906/EiR.2017.4(65).886) (In Ukrainian)
9. Kryshchanovych, M. F. (2024). Vplyv intelektualizatsii na systemu upravlinnia v diialnosti publichnoi sluzhby v umovakh Suspilstva 5.0 [The impact of intellectualization on the management system in public service activities in the context of Society 5.0]. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyfrovomu suspilstvi*, no. 4 (54), pp. 71–79. DOI: <http://dx.doi.org/10.55643/ser.4.54.2024.583> (In Ukrainian)
10. Shtangret, A., Sylkin, O., & Shliakhetko, V. (2024). Trudova mihratsiia yak zovnishnia zahroza dlia kadrovoi bezpeky pidpriemstva [Labor migration as an external threat to the staffing security of an enterprise]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 10 (38), pp. 190–201. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201) (In Ukrainian)
11. Purnomo, E. P., Khairunnisa, T. (2024). Green economy: Increasing economic growth to support sustainable tourism in super priority destinations. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 19, no. 10, pp. 4021–4031. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191031>
12. Ahmed, M. A., Arshad, A., Anwar ul Haq, M., Akram, B. (2020) Role of environmentalism in the development of green purchase intentions: A moderating role of green product knowledge. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 15, no. 7, pp. 1101–1111. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150714>
13. Setyaningsih W., Syawaludin, A., Ramadhani, A. R. (2024). Tourism kampung development model through community involvement towards sustainable creative-based tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 19, no. 11, pp. 4323–4330. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191121>
14. Candia, S., Pirlone, F., Spadaro, I. (2020). Integrating the carrying capacity methodology into tourism strategic Plans: A sustainable approach to tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 15, no. 3, pp. 393–401. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150317>
15. Shtangret, A., & Sylkin, O. (2024). Bezpekovi aspekty upravlinnia personalom v umovakh hiperdynamichnoho zovnishnoho seredovyscha [Security aspects of personnel management in conditions of a hyper-dynamic external environment]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 9 (37), pp. 227–237. (In Ukrainian)

УДК 338.48

JEL L83, M14, Q01

Глух Марко Ігорович, аспірант, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського. **Особливості внутрішньої комунікації у сфері зеленого туризму.**

Стаття присвячена дослідженню особливостей внутрішньої комунікації у сфері зеленого туризму та обґрунтуванню її важливості в контексті сталого розвитку туристичної галузі. Розглянуто роль внутрішньої комунікації як стратегічного інструменту координації дій і розповсюдження екологічно орієнтованих цінностей у середовищі працівників. Виявлено, що ефективність внутрішньої взаємодії безпосередньо впливає на якість надаваних послуг, рівень задоволеності туристів і здатність організації реагувати на виклики, пов'язані з динамікою екологічних стандартів та потреб споживачів. У статті пропонуються практичні рекомендації щодо оптимізації внутрішнього інформаційного простору, формування екологічної компетентності персоналу і стимулювання креативного підходу до розв'язання екологічних завдань. Підкреслюється, що чітка і прозора внутрішня комунікація не лише допомагає компаніям задовольнити зростаючий попит на екологічно орієнтовані послуги, але й сприяє формуванню позитивного іміджу та довготривалої конкурентоспроможності. Отже, результати дослідження мають значення не лише для керівників і фахівців у сфері зеленого туризму, а й для представників інших галузей, зацікавлених у впровадженні екологічно відповідальних практик.

Ключові слова: внутрішня комунікація, зелений туризм, екологічна свідомість, корпоративна культура, екологічна відповідальність, сталий розвиток, туристичні послуги.

UDC 338.48

JEL L83, M14, Q01

Marko Hlukh, Postgraduate Student, State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky. **Features of internal communication in the sphere of green tourism.**

The purpose of the article is to identify and analyze the key features of internal communication in the field of green tourism, as well as to formulate recommendations for increasing the efficiency of information exchange and personnel management taking into account environmental priorities. The object of the study is communication processes within organizations that provide services in the field of green tourism. The objectives of the work are: to investigate the fundamental principles and forms of internal communication, determine the main types of interaction, reveal the mechanisms for implementing environmental initiatives and substantiate the directions for further optimization of communication strategies. The article is devoted to the study of the features of internal communication in the field of green tourism and the justification of its importance in the context of sustainable development of the tourism industry. The role of internal communication as a strategic tool for coordinating actions and disseminating environmentally oriented values among employees is considered. It was found that the effectiveness of internal interaction directly affects the quality of services provided, the level of tourist satisfaction and the ability of the organization to respond to challenges associated with the dynamics of environmental standards and consumer needs. The article offers practical recommendations for optimizing the internal information space, forming the environmental competence of personnel and stimulating a creative approach to solving environmental problems. It is emphasized that clear and transparent internal communication not only helps companies meet the growing demand for environmentally friendly services, but also contributes to the formation of a positive image and long-term competitiveness. Therefore, the results of the study are important not only for managers and specialists in the field of green tourism, but also for representatives of other industries interested in implementing environmentally responsible practices. The article outlines four essential principles of internal communication in green tourism, including environmental awareness and responsibility, transparency and openness, team synergy and innovation, flexibility and adaptation to change. It is determined that the implementation of these principles ensures the construction of a strong corporate culture focused on sustainable environmental results.

Keywords: internal communication, green tourism, environmental awareness, corporate culture, environmental responsibility, sustainable development, tourism services.