

УДК 338.48:658.8

**Вовчанська Ольга**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
Львівський торговельно-економічний університет

**Іванова Лілія**

к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту  
Львівський державний університет  
фізичної культури імені Івана Боберського

## **СУЧАСНІ МОДЕЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Потенціал розвитку туризму як інструмента сприяння збереженню навколишнього середовища, економічного зростання та зменшення бідності базується на кількох унікальних характеристиках туристичної системи. По-перше, туризм надає можливість для диверсифікації економіки, особливо в маргінальних районах з невеликою кількістю інших варіантів експорту. Туристів все більше приваблюють віддалені райони з високою цінністю культурних, диких та ландшафтних активів. Культурна та природна спадщина країн, що розвиваються часто базується саме на таких активах, і туризм надає можливість отримання прибутку через збереження цінностей спадщини. По-друге, туризм є таким експортним сектором, де споживач подорожує до країни-експортера, що надає можливість домогосподарствам з нижчими доходами стати експортерами через продаж товарів і послуг іноземним туристам. Туризм також характеризується великою трудомісткістю. Нарешті, є численні непрямі вигоди від туризму для людей, які проживають у бідності, включаючи розширення доступу до ринку для віддалених районів завдяки розвитку доріг, інфраструктури та комунікаційних мереж. Незважаючи на переваги сталого розвитку туризму, подорожі відрізняються високою

еластичністю доходу та інтенсивним викидом вуглецю, що має значні наслідки для стійкості туристичного сектору.

Ранні дослідження сталого туризму головною мірою зосереджувалися на місцевому впливі туризму на навколишнє середовище, включаючи використання енергії та води, споживання їжі та зміни у землекористуванні. Наступні дослідження стосувалися глобальних екологічних наслідків туризму, таких як викиди парникових газів і втрати біорізноманіття. Додаткові дослідження виявляють вплив зміни навколишнього середовища на саму індустрію туризму, у тому числі вплив зміни клімату на поведінку туристів.

Сучасні моделі розвитку відповідального або альтернативного туризму включають екотуризм, туризм, орієнтований на громаду, туризм на користь бідних, повільний туризм, зелений туризм тощо.

Відповідальний туризм базується на таких принципах: мінімальний вплив на навколишнє середовище; мінімальний вплив і максимальна повага до приймаючих культур; максимальні економічні вигоди для приймаючої країни максимальне задоволення від відпочинку для туристів.

Еволюція екотуризму тісно пов'язана з появою сталого розвитку, оскільки він зародився з турботи про збереження біорізноманіття. Екотуризм розглядається як такий вид туризму, що спрямований на мінімізацію місцевого впливу на навколишнє середовище, одночасно приносячи користь охоронюваним територіям і людям, які живуть навколо туристичних дестинацій. Екотуризм охоплює невеликий сегмент природного туризму, який розуміється як туризм, заснований на природних пам'ятках місцевості, таких як мальовничі території та дика природа. Рух екотуризму набрав обертів у 1990-х роках, головним чином у країнах Латинської Америки та Африки, але зараз майже всі країни займаються тією чи іншою формою екотуризму. У деяких громадах екотуризм є основною економічною діяльністю та джерелом доходу і економічного розвитку.

Туризм, орієнтований на громаду — це модель розвитку туризму, яка

акцентує туристичну діяльність на розвитку місцевих громад і дозволяє місцевим жителям мати істотний контроль над його розвитком і управлінням, при цьому основна частка всіх переваг залишається в громаді.

Туризм на користь бідних характеризує таку модель розвитку туризму, яка приносить чисті вигоди людям, які живуть у бідності. Підходи до розвитку туризму на користь бідних включають розширення доступу бідних людей до економічних благ; усунення негативних соціальних та екологічних наслідків, пов'язаних з туристичною індустрією і водночас зосередження на політиках, процесах і партнерствах, спрямованих на усунення перешкод для участі людей, які живуть у бідності.

Концепція повільного туризму виникла як модель сталого розвитку туризму. Прихильники повільного туризму, як правило, наголошують на повільності з погляду швидкості, мобільності та видів транспорту, які найменше забруднюють навколишнє середовище. Вони пропонують нішевий маркетинг для альтернативних форм туризму, який зосереджується на підвищенні якості, а не просто на збільшенні кількості відвідувачів через створену інфраструктуру масового туризму.

Маркетингові дослідження показують, що розвиток сталого туризму тісно пов'язаний з рівнем якості туристичних послуг. Завдання, пов'язані зі сталістю, доцільно вирішувати через якість, яку може запропонувати туристам та місцевим жителям відповідний район, туристична дестинація. Тиша та спокій, розвинена транспортна мережа, чиста вода та повітря, незаймана природа – все це є маркерами якості для туристичних центрів і зон, які при цьому є показниками сталого розвитку.

Основними чинниками сталого туризму продовжують виступати надійність і безпека, якість сервісу, який надається та здатність передбачати можливі зміни як зовнішніх та внутрішніх чинників, своєчасність і відповідність реагування на них.

У багатьох країнах, що розвиваються туризм має потенціал відігравати

унікальну роль у створенні та розподіленні доходу порівняно з багатьма іншими галузями, у тому числі через його високий мультиплікаційний ефект і споживання місцевих товарів та послуг.

Низка маркетингових досліджень підтверджує, що для туристів є вагомими питання сталості в індустрії туризму. До прикладу, ініціативний турист має змогу за допомогою програми Google Flights перевірити, чи обрана ним авіакомпанія дбає про навколишнє середовище і прагне якнайменше забруднити повітря шкідливими викидами вуглецю. Європейська комісія подорожей (European Travel Commission) провела дослідження щодо прагнення споживачів туристичного продукту зберегти навколишнє середовище й зупинити глобальне потепління чи, принаймні, зменшити його вплив. Прикметно, що понад 70% туристів очікують, що туристична індустрія запропонує їм еко-дружні пропозиції на час їхньої мандрівки. Для 46% європейських туристів найважливішим у захисті навколишнього середовища є вирішення питання відходів, у тому числі й після перебування туристів. Показово, що 40% європейських туристів спокійно готові відмовитися від перельотів, щоб зменшити зміни клімату, використовуючи залізничний транспорт [1 с. 26-28].

Таким чином, питання сталого розвитку в індустрії туризму є важливими для туристів і туристичні підприємства повинні враховувати це у своїх маркетингових стратегіях. Плануючи свої подорожі, вони, безсумнівно, звертатимуть увагу на використання підприємствами туристичної індустрії різних інновацій задля сталості та збереження довкілля для майбутніх поколінь.

#### Список літератури

1. Encouraging Sustainable Tourism Practices. Brussels: European Travel Commission, 2021. 134 p. URL: [https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC\\_SUSTAINABLE\\_TOURISM\\_HANDBOOK\\_vs6\\_FINAL.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf).