

Андрій Голод
завідувач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
Львів, Україна

АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЯВИЩЕ І КОНЦЕПЦІЯ

Альтернативність впродовж другої половини ХХ століття стала не лише культурним феноменом, а й набула рис глобальної тенденції суспільного розвитку, яка сформувалася як окрема парадигма з 1970-1980-х рр. [2]. Необхідність альтернативного розвитку обґрунтовувалася тим, що парадигми, які базуються на економічному зростанні, не змогли досягти усіх поставлених цілей і загострили проблеми соціальної нерівності, просторових диспропорцій економічного розвитку. Натомість альтернативний розвиток пропонував широкий вибір підходів, які зосереджували увагу на суспільстві та навколишньому середовищі з акцентом на локальні цінності, можливості і механізми управління. Парадигма альтернативного розвитку стала джерелом концепції сталого розвитку, яка і досі зберігає актуальність із точки зору вибору оптимальних шляхів соціально-економічного розвитку та гарантування екологічної безпеки.

Розчарування в масовому туризмі, який був запропонований як стратегія розвитку парадигмами модернізації та неолібералізму, породило потреби у альтернативному туризмі або туризмі, який узгоджується з природними та людськими цінностями. Альтернативний туризм пропонує невеликі, місцеві туристичні продукти, в розробці і просуванні яких місцева громада бере активну участь і які сприяють культурній та екологічній стійкості дестинацій [1].

Попит на альтернативні види, форми і напрями туризму сформувався починаючи із 1980-х рр. разом із перенаси-

ченням ринку пропозиціями масового туризму, підвищенням доступності туристичних послуг та перевантаженням популярних destinations. Частина туристів, передусім в економічно розвинених країнах світу, почала переорієнтуватися на уже давно відомий, але дещо забутий, сільський туризм; організований на засадах сталого розвитку екологічний туризм; етнічний, гастрономічний, пригодницький, екстремальний та низку нових видів туризму. Відповідно, сформувалися окремі субкультури, що поєднували шанувальників тих чи інших видів туризму, виникли як громадські організації, так і туроператори, що розробляли і реалізовували відповідні спеціалізовані тури. Окремі країни, що стали в останні десятиліття destinations інтенсивних туристичних потоків, почали впроваджувати альтернативний туризму у стратегію формування державної туристичної політики.

Усвідомлення прогресивності альтернативних шляхів розвитку туризму зумовило формування відповідних суспільних цінностей, що протиставляються масовому використанню туристичних ресурсів, уніфікації destinations та обмеженню свободи вибору туристами напрямів, форм і видів подорожей. Реалізації таких цінностей суттєво посприяло формування сучасного інформаційного суспільства, що базується на вільному доступі до інформації, зокрема туристичної, через мережу Інтернет, а також надає можливості самостійного вибору споживачами маршрутів і характеристик своїх подорожей.

Незважаючи на те, що альтернативний туризм уже достатньо давно сформувався як соціальне явище та напрям економічної діяльності, суттєвою перешкодою для його перетворення у цілісну концепцію залишається розрізненість визначень та методологічних підходів. Інша проблема полягає в тому, що фокусуючи увагу на локальних аспектах, унікальності та нетиповості, альтернативний туризм має мало шансів на формування єдиного підходу до трактування, що однак не суперечить сучасній постнекласичній

методології науки.

Варто зазначити, що вживання терміну «альтернативний» у сучасному науковому дискурсі можна узагальнити у вигляді трьох основних значень:

- пов'язаний з вибором між двома чи більше можливостями, багатоваріантний;
- інший, той що відрізняється;
- нетрадиційний, неформальний.

На основі такого узагальнення можна сформулювати і підходи до трактування альтернативного туризму як концепції:

- багатоваріантність форм, видів і напрямів туризму, їх інформаційна, соціальна та фізична доступність широкому колу споживачів туристичних послуг;
- розвиток нових видів туризму, диверсифікація туристичних послуг та способів використання туристичних ресурсів, інноваційний розвиток дестинацій;
- формування туристичних субкультур на основі спільних цінностей та інтересів, віртуалізація туризму.

Феномен альтернативності в туризмі тісно пов'язаний із національним та регіональним контекстом, а також специфікою окремих етапів суспільного розвитку. Зокрема, виклики, які постали перед туризмом у період пандемії COVID-19, зумовили віртуалізацію туристичної діяльності та її переорієнтацію на внутрішні ринки. Повномасштабна війна в Україні актуалізувала питання можливостей посткризового відновлення туристичної сфери, які могли би бути успішно реалізовані саме на засадах концепції альтернативного туризму.

Література:

1. Alvarez S. International Tourism Management. URL: <https://webcourses.ucf.edu/courses/1311758>
2. Ruffin R. David Ricardo's discovery of comparative advantage. *History of political economy*. 2022. 34(4). P. 727-748.