

### **3.5 Роль культури екологічного туризму у забезпеченні сталого розвитку регіонів: проблеми і перспективи організацій надавачів туристичних послуг**

*С.М. Ілляшенко, Т.О. Кобелева, М.В. Маслак, С.В. Гармаш*

Світова практика свідчить, що розвиток туризму є одним з дієвих заходів вирівнювання економічного розвитку регіонів, підвищення рівня зайнятості їх населення, джерелом наповнення регіональних і місцевих бюджетів тощо. В останні десятиліття в усьому світі набувають популярності види туризму, які можна віднести до екологічних, оскільки вони задовольняють екологічно-орієнтовані потреби споживачів, сприяють збереженню навколишнього природного середовища. Ці види туризму передбачають відпочинок у природних екологічно чистих зонах, які також викликають культурний та пізнавальний інтерес. До екологічних традиційно відносять: маршрутно-пізнавальний, спортивний, санаторно-оздоровчий, рекреаційний, етнографічний, сільський та ін. види туризму.

Україна має всі умови для розвитку екологічних видів туризму, проте його масштаби помітні лише в окремих регіонах Прикарпаття, Причорномор'я, Приазов'я, частково - Полісся. В інших регіонах є окремі осередки екологічного туризму, проте їх розвиток не відповідає наявному природно-ресурсному, етнографічному, історико-архітектурному та ін. потенціалу.

У ході виконання наукових досліджень було проведено аналіз і оцінку потенціалу екологічного туризму Сумщини, як одного з регіонів України для яких туризм не є характерним [1, С. 57-90]. Окреслено профіль типових груп споживачів туристичних послуг, уточнено їх інтереси, а також ступінь споживчої готовності.

Методом SWOT-аналізу було визначено перспективні ринкові можливості розвитку зазначених вище видів туризму (споживча готовність населення Сумщини та ін. найближчих регіонів, відносна дешевизна, зростаюча популярність серед достатньо значних груп споживачів, в основному молоді, здорового способу життя тощо), а також найбільші ринкові загрози (відсутність регіональної і державної підтримки, нестабільність умов ведення бізнесу, зростаюча депопуляція регіонів і країни в цілому тощо). Серед сильних сторін регіону в контексті розвитку у ньому видів екологічного туризму відзначено високий рівень практично усіх складових відповідного потенціалу. Серед основних слабких сторін - нерозвиненість відповідної інфраструктури, насамперед, доріг, а також слабка «розкрученість» туристичного іміджу Сумщини і її туристичних об'єктів, які істотно стримують розвиток видів екологічного туризму [2].

В той же час, практичний досвід щодо проведення туристичних заходів під час одинадцяти Міжнародних науково-практичних конференцій «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу» показала значну зацікавленість її учасників, а також поінформованих про неї осіб. Поширення відповідної інформації здійснювалося самими учасниками, а також організаторами переважно за допомогою соціальних мереж. Фактично, на конференції було проведено апробацію окремих об'єктів маршрутно-пізнавального рекреаційного, спортивно-оздоровчого, сільського, етнографічного туризму у ряді районів Сумщини. Отримані результати свідчать про значні перспективи розвитку зазначених видів туризму.

Проведений укрупнений аналіз розвитку екологічного туризму в інших регіонах України показав схожу картину. Спираючись на результати виконаного аналізу зроблено висновок щодо необхідності формування і просування

туристичного іміджу регіонів України, звичайно, з урахуванням специфічних особливостей кожного регіону. У цьому контексті розроблено і теоретично обґрунтовано (в межах комунікаційного підходу) засадничі аспекти формування іміджу регіону [2]. Запропоновано виділяти його окремі складові: природно-екологічну, історичну, етнографічну, соціально-економічну, міжнародну та основних туристичних продуктів (об'єктів). Визначено їх окремі елементи. Розроблено підхід до по елементної та узагальненої оцінки складових. Уточнено комплекси заходів щодо їх формування та просування.

Іншою важливою складовою формування сприятливих умов для розвитку екологічного туризму є формування відповідної державної і регіональної політики. За основу можна взяти досвід країн, що інтенсивно розвивають ринок туристичних послуг, при цьому слід опиратися на аналітичну інформацію Всесвітньої туристичної організації ООН. Також інтерес становить досвід м. Львова, яке за останні десятиріччя істотно розвинуло свою туристичну інфраструктуру і різко збільшило обсяги надходжень від туризму.

З цих позицій необхідно враховувати важливість культури екологічного туризму, яку слід розглядати як сукупність механізмів соціо-культурного регулювання екологічно-орієнтованої поведінки суб'єктів туристичного ринку, які формують стійкі традиції надавання та споживання туристичних послуг з дотриманням принципів сталого розвитку.

Узагальнюючи наявний зарубіжний і вітчизняний досвід стосовно формування культури екологічного туризму слід приділяти увагу наступним комплексам заходів:

- інформуванню надавачів і споживачів туристичних послуг про негативні наслідки використання неекологічних

технологій, екологічний стан навколишнього середовища, екологічні та неекологічні туристичні послуги та їх надавачів, заходи, що вживаються для захисту довкілля;

- інформуванню надавачів і споживачів туристичних послуг про екологічні технології їх надавання, їх характеристики, про вигоди від екологізації тощо;

- формуванню норм суспільної поведінки, моральних цінностей, які демонструють життєвий успіх надавачів екологічно-орієнтованих туристичних послуг, толерантне ставлення до їх успіху, бажання наслідувати їх позитивний приклад;

- формуванню ставлення надавачів туристичних послуг до екологічних потреб споживачів за принципом "споживач завжди правий". Проте слід брати до уваги наступні зауваження: споживачі далеко не завжди можуть сприймати істотні модифікації традиційних туристичних продуктів і тим більше принципово нових; при модифікації чи розробці нових продуктів на базі результатів опитувань споживачів необхідно враховувати те, що споживачі звичайно чутливі до невеликих, але значимих для них змін у продукті і часто не сприймають істотні зміни, навіть, якщо вони різко зменшують екодеструктивний вплив на довкілля;

- економічному стимулюванню (формуванню) екологічної поведінки надавачів і споживачів туристичних послуг, у т.ч.: позитивне (держзамовлення, програмування, фінансування екологічних проектів і програм, податкові пільги та кредити, субсидування тощо); негативне (платежі та збори за використання природних ресурсів, штрафи, цінове регулювання);

- адміністративному регулюванню екологічного туризму;

- організаційному забезпеченню (екологічна освіта, екологічно-орієнтована інноваційна інфраструктура тощо).

Звичайно, це далеко не всі заходи, що спрямовані на формування культури екологічного туризму, проте навіть цей обмежений перелік надає загальне уявлення про напрямок діяльності, спрямованої на створення відповідних механізмів державного, регіонального і місцевого її регулювання і стимулювання. Уявляється необхідним урахування досвіду країн, що активно розвивають різні види екологічного туризму (рекреаційного, сільського, маршрутно-пізнавального, етнографічного, спортивно-оздоровчого і т.п.).

На аналіз і узагальнення зазначеного та іншого передового досвіду, а також теоретичних напрацювань фахівців з метою розроблення рекомендацій щодо формування механізмів державного і регіонального стимулювання розвитку екологічного туризму і повинні бути направлені подальші дослідження. Практичне впровадження зазначених механізмів буде сприяти сталому розвитку регіонів, а разом з тим і країни у цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Ілляшенко С.М. Маркетингові засади впровадження екологічних інновацій : монографія / С. М. Ілляшенко; Сумський державний університет. – Суми : ТОВ "Друкарський дім "Папірус", 2013. – 184 с.

2. Ілляшенко С.М. Туристичний імідж регіону: структура, підходи до оцінки та управління / С.М. Ілляшенко, Ю.М. Гладенко // Людина, яка подорожує: постнеокласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.) / за заг. ред. Г. П. Скляра. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С. 38-44. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).