



МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ

Л.М.Шульгіна

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу
Київського національного торговельно-
економічного університету

А.І.Бондар

аспірант Київського національного
торговельно-економічного університету

УДК 338.48

ПОЯВА ТА РОЗВИТОК АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ

Окреслено головні етапи розвитку туризму, на основі проведеного дослідження здійснено систематизацію факторів, що вплинули на диференціацію туристичних продуктів. Охарактеризована еволюція цінностей та потреб споживачів, а також усього суспільства, на основі чого встановлений перехід від масового туризму до моделі його сталого розвитку. Здійснено аналіз термінології екологічно-орієнтованих видів туризму та сформульовано вихідні позиції щодо дефінування екотуризму.

Определены главные этапы развития туризма, систематизированы факторы, влияющие на дифференциацию туристических продуктов. Охарактеризована эволюция ценностей и потребностей покупателей, а также общества в целом, на основании чего произошёл переход от массового туризма к модели его устойчивого развития. Произведён анализ терминологии экологически-ориентированных видов туризма и сформулированы исходные позиции определения экотуризма.

There are determined the main periods of the tourism's development and there're systemized the factors, which have influenced at the differentiation of the tourist product. There're characterized the evolution of the values and needs of the consumers, and also of all society, and due to this fact there's defined the change of the mass tourism to its sustainable model of the development. The terminology of the eco-oriented types of tourism is analyzed and there're determined the fundamental aspects of the determination of ecotourism.

Постійне ускладнення та зростання інтенсивності праці людини детермінувало відповідне збільшення попиту на відпочинок, що у свою чергу спричинило входження

© Шульгіна Л.М., Бондар А.І., 2009.



туризму до сучасного суспільного життя як невід'ємної його складової. Упродовж останніх десятиріч спостерігалася значна диференціація як попиту на туристичні продукти, так і відповідної пропозиції. Це мало різновекторні наслідки: серед позитивних — розвиток туристичного підприємництва, поява значної кількості нових робочих місць, формування інфраструктури туристичних регіонів та ін.; серед негативних — надмірне зростання антропологічного навантаження найбільш популярних туристичних атракцій, нерациональне використання природно-рекреаційних ресурсів, нівелювання національно-культурної ідентичності етносів та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що одним із наслідків загострення зазначених проблем стало виникнення та розвиток альтернативних (екологічно-орієнтованих) видів туризму [1-16].

Метою цієї статті було дослідити фактори, які вплинули на появу та розвиток альтернативних видів туризму, а також визначити основні зміни, які відбулись у системі цінностей споживачів туристичних послуг.

Появу туризму як суспільного явища пов'язують із мандрівками, що здійснювалися з метою відкриття та пізнання світу ще у стародавні часи. Виникнення і поступовий розвиток дипломатичних, торгових, військових та релігійних подорожей упродовж усіх наступних періодів стимулювали збільшення міжнародних обмінів. Проте початок інтенсивного розвитку туризму зафіксовано лише у XIX ст., коли подорожування все більше набували масового характеру, що дало підстави стверджувати про формування туристичної індустрії. Точкою відліку у розвитку сучасного туризму вважають дату відкриття Р. Смартом (1822 р.) та Т. Куком (1841 р.) перших туристичних агентств.

Таким чином, увесь період, що тривав до 1841 р. відносять до першого етапу розвитку туризму [1-3]. Він мав деякі характеристики, що властиві сучасній туристичній галузі, зокрема: подорожування туристів з метою огляду нових місць, тимчасова зміна місця перебування, використання транспортних засобів для досягнення туристичної мети та ін. Проте на той час ці дії були поодинокими, щодо них ще не було накопичено достатньої кількості знань, щоб сформувавши їх у певну систему, а отже був відсутній понятійно-категорійний апарат для обслуговування цієї сфери діяльності (табл. 1).

Таблиця 1.

Етапи розвитку туризму як галузі національної економіки

Джерело: узагальнено нами на основі [2; 3]

Етап	Період	Основні характеристики
1	До 1841 р.	Доіндустріальний (несистемний)
2	1841-1914 рр.	Елітарний туризм. Зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг. Становлення туризму як галузі економіки
3	1915-1945 рр.	Формування індустрії туризму та зародження масового туризму
4	1946 і до наших днів	Монополізація туристичної індустрії та формування туризму як міжгалузевого комплексу з виробництва товарів та послуг для туристів

Протягом другого етапу, який тривав до 1914 р., відбувається становлення туризму як окремої галузі. У зв'язку з появою туристичних підприємств, які спеціалізувалися на продажу туристичних послуг, подорожі стають все більш організованими, підвищується рівень якості їх надання.

Під час третього етапу продовжується набуття туристичною діяльністю ознак окремої галузі національної економіки. Спостерігається швидке зростання показників туристичного ринку. Збільшення інтересу серед усього населення до подорожувань приводить до появи масового туризму як суспільно-культурного та політичного явища.

Як зазначає В. Ф. Кифяк [2], туризм починає відокремлюватись у самостійну складову сфери послуг, до того ж в умовах зростання психологічних навантажень та інтенсифікації життя суспільства він стає ефективним засобом рекреації. Від цього часу туризм із предмету розкоші перетворюється в одну з першочергових потреб населення



високорозвинених країн, що дозволило науковцям визначити новітній (четвертий) етап розвитку туризму.

Практично усі науковці, що досліджували еволюцію туризму, значну увагу приділяли розгляду і встановленню причинно-наслідкових зв'язків між процесами та явищами, що вказували на стан розвитку певних товарних ринків, динаміку товарно-ринкових, суспільно-політичних та інших відносин — з одного боку — та появою можливостей для туристичної активності, стрімким розширенням спектру туристичних продуктів, — з іншого (табл. 2).

Таблиця 2.

Класифікація факторів, що вплинули на диференціацію туристичних продуктів
[узагальнено нами на основі 1; 4–6; 7; 8 та ін.]

Фактори	Характеристика
1. Соціально-економічні	<ul style="list-style-type: none"> • покращення добробуту населення та збільшення доходів; • розвиток продуктивних сил; • науково-технічна революція та процеси індустріалізації; • зміна структури вільного часу (введення системи відпусток на підприємствах); • професійна та навчальна підготовка кадрів; • зміна умов роботи (навантаження, зосередженість, буденна суєта) та необхідність часу від час змінювати середовище
2. Демографічні	<ul style="list-style-type: none"> • збільшення кількості міського населення; • перерозподіл населення; • зміни у віковій структурі населення — збільшення кількості людей похилого віку
3. Екологічні	<ul style="list-style-type: none"> • погіршення стану здоров'я населення; • урбанізація — збільшення техногенного впливу; • погіршення екологічного стану та необхідність у створенні умов його покращення; • глобальні проблеми.
4. Соціально-психологічні	<ul style="list-style-type: none"> • зміна потреб та цінностей; • виникнення певних стереотипів поведінки; • збільшення ролі інформаційних засобів та засобів реклами; • зростання інтересу людини до здорового способу життя.
5. Природні	<ul style="list-style-type: none"> • різноманітність кліматичних та ландшафтних умов; • багатство флори та фауни; • наявність природних джерел, лікувальних грязей та ін.
6. Культурно-історичні	<ul style="list-style-type: none"> • багатство матеріальної та духовної культури народів; • наявність/руйнування історичних пам'яток та загроза їх зникнення; • різноманіття/загроза зникнення традицій та етнічних основ побуту народів.



Як свідчать дані табл. 2, нагальними потребами людини, що актуалізувалися під час останнього етапу розвитку туризму, стали, по-перше, активний відпочинок, зміна виду діяльності та, по-друге, реабілітація здоров'я як фізичного, так і морального. З метою задоволення обох груп потреб населення все частіше стало вдаватися до зміни середовища проживання та отримання нових вражень. Під впливом зазначених змін на протигагу масовому недиференційованому туризму у 70-80-х рр. ХХ ст. з'явилися нові види туризму і набули великого значення в усьому світі.

Вчені зазначають, що поява і швидке зростання популярності нових видів туризму обумовлені пріоритетами самих туристів, які все більше спрямовані на спілкування з природою, пізнання її явищ та об'єктів, активному відпочинку на природі [9–12].

Зокрема, у роботах Т. Ю. Лужанської, С. С. Махлинця та Л. І. Тебляшкіної зустрічаємося з поняттям альтернативного туризму як нової філософії, яка заснована на "людському вимірі" феномену туризму. Повністю погоджуємося з тим, що виникнення різноманітних видів туризму, а також альтернативні підходи до їх визначення здійснювалися під впливом зміни технологічних та сервісних запитів туристів.

Наголосимо також, що збільшення попиту на туристичні послуги спостерігається не лише з боку забезпечених пластів населення, а й з боку споживачів середнього та нижче середнього статку, тобто тих груп, що мають суттєві відмінності між потребами та інтересами їх представників.

Ще одним важливим стимулом диференціації виявився негативний вплив масових подорожей на навколишнє середовище, погіршення загального стану місць відвідування. Внаслідок нераціональної експлуатації під загрозою опинилася значна частина історичних пам'яток. Агресивна експансія глобалізованих стереотипів мислення /поведінки/ стилів життя негативно вплинула на різноманіття традицій та етнічних основ побуту народів, суттєво загостривши проблему їх захисту від загрози нівелювання. Все назване разом із відчутним погіршенням стану здоров'я населення особливо у розвинених країнах детермінувало спочатку усвідомлення необхідності змін, а потім і самі зміни у поведінці певної частини подорожуючого населення.

Значного поштовху популяризації альтернативних видів відпочинку надали спрямовані на захист середовища проживання людини події (проведення досліджень, публікація їх результатів, формування щорічної статистичної звітності та аналіз ринку, тощо) та заходи (саміти, міжнародні конференції та семінари, укладання декларацій та прийняття відповідних концепцій, презентація наукових надбань та обмін досвідом, тощо). Перелічені події та заходи продемонстрували зародження формування нових сучасних поглядів на роль та місце людини у навколишньому світі, а також вказали на значення її відповідального ставлення до природних та культурно-історичних багатств.

Передусім, заслуговують на увагу праці таких закордонних вчених, як: Х. Вайс, Д. Крамер, Й. Крипендорф, Т. Міллер, П. Хасслахер, К. Х. Рохліц, Г. Цебаллос-Ласкурейн, Р. Юнгк та ін., які ще у 80–90-х рр. ХХ ст. вказали, що нові види туризму зародилися в альпійських країнах, спрогнозували перспективи розвитку нових видів туризму, а також сформулювали визначення та головні характеристики кожного з них.

До найбільш помітних тенденцій, що вперше описані названими дослідниками, та одночасно розглядалися ними як детермінанти виникнення альтернативних видів туризму, відносяться такі [2]:

- зміна мотивації подорожей;
- розвиток та поширення нових транспортних засобів;
- збільшення кількості подорожуючих;
- охоплення туризмом різних верст населення.

Як зазначає у своїй статті О. Мозгова, у 80-х рр. ХХ ст. відбувається еволюція соціально-економічних моделей туристської діяльності [13]. На зміну моделі масового туризму все впевненіше постає модель сталого розвитку, в межах якої одним з найбільш ефективних видів туризму виступають саме екологічно-орієнтовані види.

На основі ретроспективного аналізу процесів та наукових праць, що стосувалися досліджуваної теми, починаючи з 80-х років ХХ ст. до нинішнього часу нами виділено чотири етапи розвитку нових видів туризму (рис. 1). Критерієм переходу на вищий щабель (тобто до кожного наступного етапу) стала поява нових цінностей як для окремих споживачів, так і для суспільства в цілому.



Рис. 1. Спіраль розвитку нових цінностей для окремих споживачів і суспільства в цілому

Джерело: опрацьовано нами на основі [14-16]

На етапі виникнення нових видів туризму суспільство відчувало гостру необхідність в індивідуалізації туристичної пропозиції, у протистоянні надмірному розвитку масового туризму. Крім того, до головних цінностей для суспільства долучилася його відповідальність за навколишній світ.

У 1988 р. з'явилася фундаментальна праця І. Мозе "М'який туризм у національному парку у Високому Таверні" (I. Mose "Sanfter Tourismus im National park Hohe Tauern"), в якій достатньо глибоко проаналізовано термінологію немасових видів туризму, відображені їх нові "альтернативні" характеристики [14]. У цей же час вчені США провели соціологічні дослідження споживачів туристичних послуг, визначили значне зростання попиту саме на екологічні тури і описали фактори, що вплинули на цю динаміку [4]. Таким чином, протягом другого етапу відбувся значний прорив у формуванні ставлення суспільства до актуальних проблем розвитку туристичної галузі та визначення ролі людини в їх вирішенні.

Вагомий внесок у популяризацію нових/альтернативних видів туризму зробила Міжнародна екотуристична організація (TIES — The international ecotourism society), що була заснована у 1990 р. Ця організація від початку діяльності й донині займається просуванням та поширенням інформації про екотуризм та сталий розвиток туризму і на сьогодні має представництва в більше ніж 90-ти країнах, серед яких: урядові структури, туроператори, власники будинків та менеджери, академіки, консультанти, експерти з розвитку, медіа та туристи. Як неурядова структура TIES запроваджує директиви та стандарти, проводить дослідження та публікує їх результати з метою сприяння розвитку екотуризму. Крім того, починаючи з 2000 р. постійно здійснює оцінку важливості цього напрямку туризму.

Протягом 1990–2001 pp. активізувалася організована діяльність щодо вирішення



глобальних проблем, з якими пов'язана туристична діяльність. Проведено велику кількість тематичних конференцій та семінарів, а також запроваджено щорічну статичну звітність щодо тенденцій розвитку туристичного ринку. Водночас відбувалася трансформація суспільної думки, що пов'язана зі зміною мотивації подорожей та виникненням нових потреб.

Четвертий етап (2002–2010 рр.) характеризувався появою можливостей у кожного з діячів туристичного ринку аналізувати та порівнювати результати своєї діяльності з досягненнями контрагентів не лише вітчизняного, а й міжнародного ринку, впроваджувати успішний досвід на своїх підприємствах та посилювати конкурентні позиції на туристичних ринках своїх країн. Слід звернути увагу, що важливою цінністю для суспільства стала його здатність виявляти власні переваги та можливості, на основі чого визначати ресурси для максимізації ефективності діяльності власного туристичного підприємства, туристичної галузі та національної економіки в цілому.

Узагальнивши дослідження зарубіжних науковців і практиків, А. В. Бабкін визначає такі ключові характеристики альтернативного туризму [3]: 1) немасовість (тобто ці види туризму відносно рідкісні); 2) трудомісткість щодо створення кінцевого продукту; 3) капіталомісткість; 4) комплексність (поєднання ознак різних видів туризму); 5) вторинність або непершочерговість (вони обумовлені вторинними потребами туризму); 6) фінансування з використанням нетрадиційних джерел. Ці характеристики не були притаманні традиційним видам туризму.

Відповідно до хронології розвитку альтернативних видів туризму розвивалася і їх термінологія. Науковці та практики туристичної галузі поступово ввели в обіг велику кількість нових термінів для дефінування альтернативних видів туризму: екологічний, зелений, сільський, природний, гірський, м'який, відповідальний, стійкий та ін. Найчастіше в науковій літературі зустрічається термін *“екологічний туризм”*, вперше запропонований у 1978 р. Г. Міллером, який визначив його, як *“життєздатний туризм, чутливий до навколишнього середовища, що включає вивчення природного та культурного середовища і має на меті поліпшення стану в ньому”*.

Майже одночасно з Г. Міллером і незалежно від нього визначення екологічного туризму сформулював економіст-еколог Г. Цебаллос-Ласкурейн (1980 р.), на думку якого, *екологічний туризм* — це подорож у відносно недоторкані або незабруднені природні території із специфічною метою навчання, захоплення та/чи отримання насолоди від спостереження за природою, ландшафтами, рослинами та дикими тваринами, а також вивчення культурних особливостей цих територій.

Проведений нами аналіз дозволив встановити, що до тлумачення терміну *“екотуризм”* на сучасному етапі не існує однозначного підходу як за кордоном, так і в Україні. Незважаючи на різноманітність та різновекторність визначень, представлених у публікаціях, їх усі можна умовно віднести до однієї з трьох виділених нами груп (табл. 3).

До першої з них включені дефініції значної групи науковців, що у своїх визначеннях акцентують увагу на меті екотуризму (фізичного та духовного просвітництва; врахування місцевого населення та ін.), а також вказують на його здатність зберігати навколишнє середовище, мінімізувати негативний вплив на довкілля, тощо.

У другу групу об'єднані визначення, в яких екотуризм розглядається як невід'ємна частина інших видів туризму, що виникли на протигагу масовим видам, і яким притаманні такі характеристики, як нетехнізованість, м'якість та безпосередній (інтактний) контакт з природою.

Третя група презентує визначення, в яких обґрунтовується точка зору на екотуризм як на комплексне поняття (концепцію), що передбачає екологізацію самої пропозиції та зміни у ставленні суспільства до природи (зі споживачького до дбайливого), та визначається з одного боку як ринкова ніша, а з іншого — як лише позитивний вплив людини на розвиток природних ресурсів.

Таблиця 3.

Систематизація визначень екологічного туризму

Визначення екотуризму	Автори	Критерії систематизації
Екотуризм — це вид туризму (відпочинок) у відносно незабрудненій природній	Г. Цебаллос-Ласкурейн, Г. Міллер, Міжнародна	Спільні характеристики екотуризму, які визначають основні



Продовження табл.3

1 група	території; – <i>що передбачає:</i> збереження навколишнього середовища; мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище та покращує його стан; – <i>з метою:</i> фізичного та духовного просвітництва; врахування інтересів місцевого населення та покращення його добробуту.	екотуристична організація, Робоча група з екотуризму Німеччини, О. Ю. Дмитрук, Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева, А. В. Дроздов, В. П. Кекушев, В. П. Сергеев, В. Б. Степаницкий, Всесвітній фонд захисту природи, Організація екотуризму США	тенденції розвитку туризму протягом останніх десятиріч
2 група	Екотуризм — це • невід’ємна частина інших видів туризму; • м’який, тихий, немасовий, спокійний, нетехнізований — альтернативний вид туризму; • соціальна та культурна відповідальність; • інтактний (безпосередній) контакт з природою	Й. Крипендорф, П. Хасслахер, К.-Х. Рохлітц, Д. Крамер, В. Ф. Кифяк, Н. Н. Мамаева	Екотуризм визначається не лише як новий альтернативний вид туризму, а й як комплексна характеристика, що притаманна більшості видів туризму, які виникали на противагу масовому туризму
3 група	Екотуризм — це комплексна концепція: • <i>екологізація пропозиції</i> (лише екологічно чисті продукти, екологізація асортиментної політики); • яка з одного боку визначається як <i>ринкова ніша</i> , з іншого — як лише <i>позитивний вплив людини на природу</i> (невиснажене використання та збереження для майбутніх поколінь); • зміна ставлення до природи — <i>зі споживацького на дбайливе</i> .	С. В. Скибинський, Л. О. Іванова, О. Ф. Моргун, Е. А. Арсеньева, А. С. Кусков, Н. В. Феоктистова, Т. В. Бочкарева, Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна	Концептуалізація туристичних продуктів зумовлена еволюцією потреб суспільства під дією визначених факторів

Джерело: власні дослідження

На основі проведеного дослідження встановлено, що туризм у своєму розвитку пройшов чотири етапи: доіндустріальний (несистемний), елітарний, етап формування індустрії туризму та зародження масового туризму, монополізації туристичної індустрії та формування туризму як міжгалузевого комплексу з виробництва товарів та послуг для туристів. Виявлено також, що на появу та розвиток альтернативних видів туризму вплинули передусім такі чинники: соціально-економічні, демографічні, екологічні, соціально-психологічні, природні та культурно-історичні. Зокрема, диференціація туристичної пропозиції пояснюється поступовим переходом від моделі масового туризму до моделі сталого розвитку та обґрунтована появою нових цінностей як окремих споживачів, так і всього суспільства.

У цей період виникає велика кількість нових термінів для дефінування



альтернативних видів туризму, серед яких найчастіше зустрічається термін “екологічний туризм”. З метою систематизації дослідженої термінології нами запропоновано основні підходи до тлумачення терміну “екотуризму”.

Список використаних джерел

1. *Квартальнов В. А.* Туризм : Учебник / В. А. Квартальнов. — [2-е изд.]. — М. : Финансы и статистика, 2007. — 320 с. : ил.
2. *Кифяк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. — Чернівці : Книги-XXI, 2003. — 300 с.
3. *Бабкін А. В.* Специальные виды туризма / А. В. Бабкін. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. — 252 с.
4. *Бочкарёва Т. В.* Экотуризм: анализ существующего международного опыта / Т. В. Бочкарёва. — М., 2003.
5. *Костриця М. М.* Сільський туризм: теорія, методологія, практика) : Монографія / М. М. Костриця ; За наук. керівн. і заг. ред. Є. І. Ходаківського, Ю. С. Цал-Цалка. — Житомир : ЖДТУ, 2006. — 196 с.
6. *Лужанська Т. Ю.* Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи : Навч. посіб. / [Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна] ; За ред. І. М. Волошина. — К. : Кондор, 2008. — 385 с.
7. *Арсеньев Е. И.* Основные концепции и направления современного экотуризма: компаративный анализ / Е. И. Арсеньев, А. С. Кусков, Н. В. Феоктистова // Туризм и культурное наследие : Межвуз. сборн. науч. тр. — 2005. — Выпуск 2. — С. 186-205.
8. *Кекушев В. П.* Основы менеджмента экологического туризма : Учеб. пособ. / В. П. Кекушев, В. П. Сергеев, В. Б. Степаницкий. — М. : Изд-во МНЭПУ, 2001. — 60 с.
9. *Дмитрук О. Ю.* Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу : Навч. посіб. / О. Ю. Дмитрук. — К. : Альтерпрес, 2004. — 192 с.
10. *Храбовченко В. В.* Экологический туризм : Учеб. пособ. / В. В. Храбовченко. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 208 с.
11. *Биркович В. І.* Сільський зелений туризм — пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети / В. І. Биркович // Науково-аналітичний щоквартальний збірник. — 2008. — № 1 (6). — С. 138-143.
12. *Кузьменко Ю.* Туризм: экологический, зелёный или сельский? / [Електронний ресурс] / Ю. Кузьменко Режим доступу : <http://www.ruraltourism.com.ua> [03.02.2009].
13. *Мозговая О.* Инструменты управления развитием экологического туризма в регионах мира / О. Мозговая // Белорусский журнал международного права и международных отношений. — 2004 — № 2.
14. *Mose I.* Sanfter Tourismus im National park Hohe Tauern. — German : Vechtaer Arbeiten zur Geographic und Regionalwissenschaft, Vechta, 1988. — 120 p.
15. Міжнародна екотуристична організація (TIES) [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.ecotourism.org>.
16. Екотуризм у Росії [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.ecotourismrussia.ru/>

Надійшла до редакції 22.11.2009
Рекомендована до друку 01.12.2009

