

УДК 338:339

JEL Z32; Z33; M31

DOI: 10.31471/2409-0948-2022-1(25)-138-145

Безугла Людмила Сергіївна
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка»
49000, м. Дніпро, вул. Д. Яворницького, 19
e-mail: bezuhla.l.s@nmu.one
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6520-4325>

Куваєва Тетяна Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка»
49000, м. Дніпро, вул. Д. Яворницького, 19
e-mail: kuvaieva.t.v@nmu.one
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8796-3189>

Андрусів Уляна Ярославівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії економіки та управління
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15
e-mail: andrusivu@ukr.net
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-1793-0936>

ФОРМУВАННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ

Анотація. Встановлено, що формування інклюзивного туризму викликано прагненням залучити й інтегрувати людей, які мають особливі потреби, до ведення активного соціального життя. Така ситуація обумовлена зростаючим використанням туризму як інструменту соціальної інтеграції, у тому числі для досягнення цілей сталого розвитку. Виявлено, що інклюзивний туризм є ключовим елементом формування туристичного, соціального та економічного потенціалу окремих територіальних громад та країни в цілому. Досліджено основний ефект від досягнення суттєвих соціальних змін за допомогою інклюзивного туризму. Доведено, що формування інклюзивного туризму здатне забезпечити конкурентоспроможність територіальних громад та покращити маркетинг територій. В умовах економічної глобалізації територіальні громади знаходяться в центрі завдань стратегій позиціонування регіонів та підвищення їхньої привабливості. Територія є як фактором, що забезпечує формування потенціалу, так і об'єктом дослідження. Визначено, що інклюзивний туризм забезпечує привабливість території, є доказом успішного розвитку і забезпечує зростання її інвестиційної привабливості. Доведено, що територіальні громади повинні запровадити реальні стратегії, щоб диференціювати себе та продовжувати залучати нових відвідувачів. Реалізація маркетингу передбачає низку дій у короткостроковій та середньостроковій перспективі з метою переконання суб'єктів туристичної діяльності у доцільності інвестування або реінвестувати в неї. Визначено, що здатність залучати та утримувати відвідувачів та бізнес є ключовим питанням у стратегіях територіального розвитку інклюзивного туризму. У той же час інклюзивний туризм є важливою складовою сталого

розвитку. Доведено, що в Україні недостатньо уваги приділяється формуванню інклюзивного туризму у межах розвитку концепції сталого розвитку, а саме забезпечення безпечного та комфортного туризму для всіх відпочиваючих, незалежно від статі, раси, фізичних обмежень тощо. Незважаючи на великі можливості для розвитку інклюзивного туризму, існує низка проблем, серед яких: нерозвинена інфраструктура, низька якість послуг, відсутність безбар'єрного середовища для людей з обмеженими можливостями.

Ключові слова: інклюзивний туризм, маркетинг територій, територіальні громади, привабливість територій, сталий розвиток

Bezuhla Liudmyla

**Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Marketing Department
Dnipro University of Technology
<https://orcid.org/0000-0002-6520-4325>
e-mail: bezuhla.l.s@nmu.one**

Kuvaieva Tetiana

**Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Marketing
Dnipro University of Technology
<https://orcid.org/0000-0002-8796-3189>
e-mail: kuvaieva.t.v@nmu.one**

Andrusiv Uliana

**Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Theory of
Economics and management
Ivano-Frankivsk National Technical University oil and gas
76019, Ivano-Frankivsk, street. Carpathian, 15**

FORMING OF INCLUSIVE TOURISM OF TERRITORIAL COMMUNITIES AS THE BASIS OF SOCIALLY RESPONSIBLE TERRITORY MARKETING

Abstract. It is established that the formation of inclusive tourism is caused by the desire to attract and integrate people with special needs into active social life. This situation is due to the growing use of tourism as a tool for social integration, including to achieve sustainable development goals. It is revealed that inclusive tourism is a key element in the formation of tourist, social and economic potential of individual territorial communities and the country as a whole. The main effect of achieving significant social change through inclusive tourism has been studied. It is proved that the formation of inclusive tourism can ensure the competitiveness of local communities and improve the marketing of territories. In the conditions of economic globalization, territorial communities are at the center of the tasks of development the strategies for positioning regions and increasing their attractiveness. Territory is both a factor in building capacity and an object of study. It is determined that inclusive tourism provides attractiveness of the territory and provides growth of its investment attractiveness. It has been proven that local communities need to implement real strategies to differentiate themselves and continue to attract new visitors. The implementation of marketing involves a series of actions in the short and medium term in order to convince tourism entities of the feasibility of investing or reinvesting in it. It has been identified that the ability to attract and retain visitors and businesses is a key issue in inclusive tourism development strategies. At the same time, inclusive tourism is an important component of sustainable development. It is proved that in Ukraine not enough attention is paid to the formation of inclusive tourism within the development of the concept of sustainable

development, namely ensuring safe and comfortable tourism for all visitors, regardless of gender, race, physical disabilities and more. Despite the great opportunities for the development of inclusive tourism, there are a number of problems, including: underdeveloped infrastructure, poor quality of services, lack of barrier-free environment for people with disabilities.

Key words: inclusive tourism, marketing of territories, territorial communities, attractiveness of territories, sustainable development

Постановка проблеми. Організація Об'єднаних Націй визначає інклюзивний туризм як «постійне намагання забезпечити туристичні місця, продукти та послуги доступними для всіх людей, незалежно від їхніх фізичних обмежень» [1]. З цією метою всі зацікавлені сторони, уряди, міжнародні агенції, туроператори та кінцеві користувачі, включаючи людей з обмеженими можливостями, відіграють важливу роль у створенні партнерства та співпраці через місцеві, національні та міжнародні системи для забезпечення формування успішного інклюзивного туристичного потенціалу територіальних громад. Імплементация передових практик за всім ланцюжком забезпечення інклюзивного туризму, від самої ідеї до реалізації, має першорядне значення для успіху. Формування інклюзивного туризму для однієї територіальної громади зазвичай включає багато факторів, таких як доступ до інформації, подорожі на далекі відстані, місцевий транспорт, проживання, покупки та харчування. Таким чином, вплив інклюзивного туризму виходить за межі окремих територіальних громад та охоплює маркетинг територій, впроваджуючи доступність у соціальні та економічні цінності суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інклюзивного туризму присвячені роботи переважно закордонних вчених. Так, Лоусон [2] стверджує, що інклюзивний туризм вимагає розуміння економічного розвитку окремих територій, маркетинг яких вбудовано в загальнонаціональну політику.

Міжнародні суб'єкти активно застосовують інклюзивний розвиток туризму для забезпечення досягнення цілей сталого розвитку. Хоча уявлення про те, що економічне зростання має важливе значення для інклюзивного розвитку є складовою цілей сталого розвитку, проте існує ширша перспектива його використання у підходах, орієнтованих на бізнес.

Вітчизняні вчені досліджують питання інклюзивного розвитку з позиції можливості адаптації європейського досвіду до українських умов. Так, Слатвінська Л. А. [3] досліджує шляхи усунення однієї з причин низького рівня розвитку інклюзивного туризму в Україні.

Висвітлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Спираючись на це розуміння змісту інклюзивного розвитку, необхідно дослідити сферу формування інклюзивного туризму для забезпечення формування конкурентоспроможності територій в межах концепції сталого розвитку.

Отже, **метою статті** є визначення ключових особливостей формування інклюзивного туризму для забезпечення маркетингу територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прихильність національних та міжнародних інвесторів впливає на форму туризму як в країні, так і в регіоні. Для формування інклюзивного туризму такий процес починається з інвестиції в туристичну інфраструктуру та її забезпечення: готель (участь вітчизняного капіталу, питання розміщення, енергетичне проектування тощо), навчання та працевлаштування персоналу (справедлива заробітна плата, можливості навчання та освіти тощо), використання місцевих та регіональних продуктів або формування екскурсійних пропозицій (екологічний та соціально відповідальний дизайн, врахування культурних особливостей тощо).

На рисунку 1 наведено основний ефекти розвитку інклюзивного туризму в територіальних громадах [4]. Відвідувачі повинні знати, що весь досвід (туристичний

ланцюг забезпечення) доступний і враховує їхні особливості. Інформаційна комунікація, інфраструктура та якість обслуговування значно підтримують вибір людей з обмеженими можливостями.

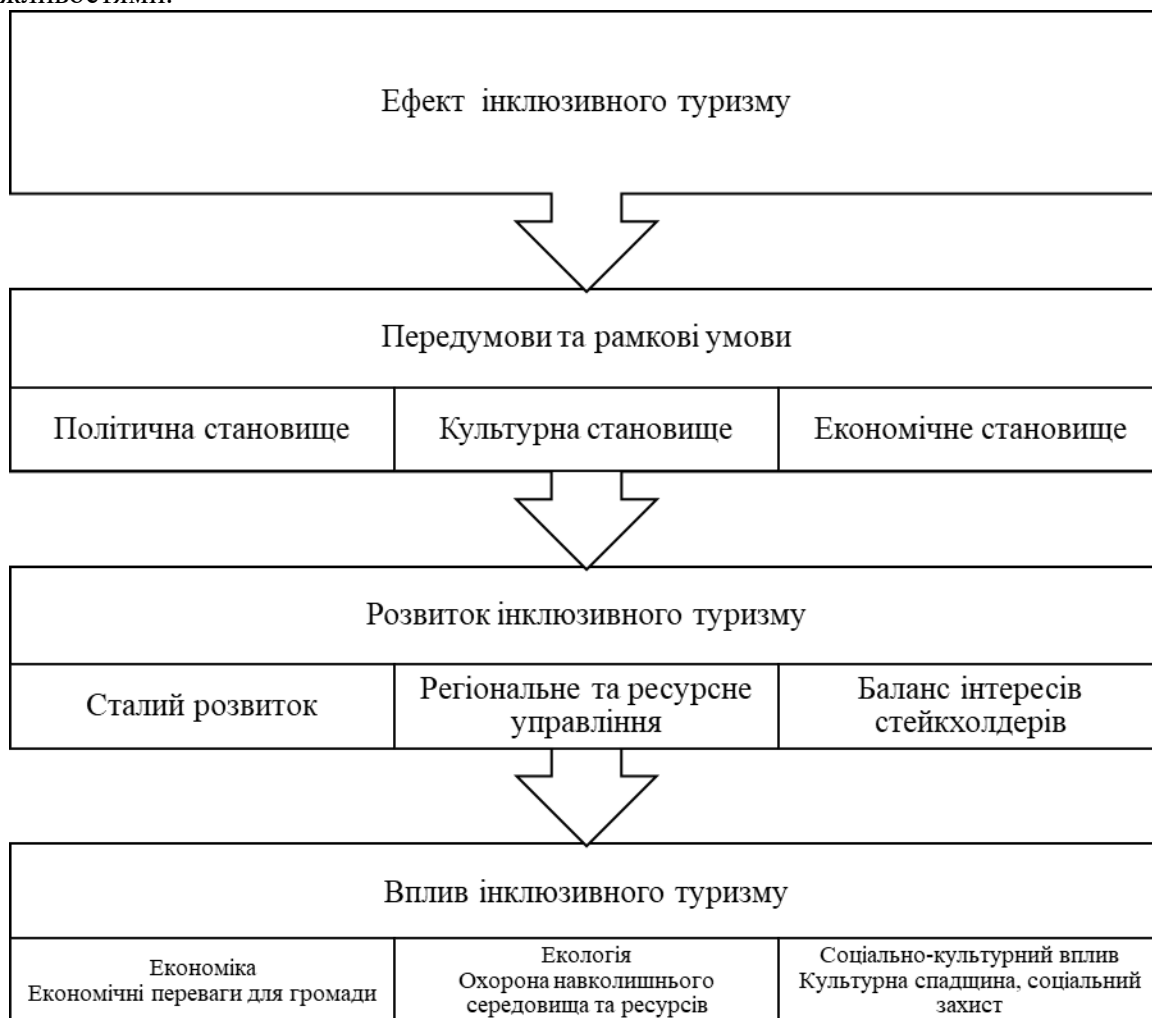


Рисунок 1. Ефект інклюзивного туризму в територіальних громадах [5, 6]

Територіальні громади знаходяться в постійному процесі розвитку, який не закінчується створенням та управлінням туристичним регіоном. Вони повинні впроваджувати необхідні зміни передбачувано і планомірно та бачити себе як цілісну структуру, що перебуває у постійному процесі запланованих змін [5]. Адже успішними вважаються ті структури, які можуть швидко адаптуватися до нових викликів. Для цього потрібні свідомі процеси навчання, сплановані та ініційовані зацікавленими сторонами з метою постійного підвищення ефективності формування туристичного потенціалу. Як зазначалося вище саме малий бізнес може позиціонувати себе як драйвер інновацій у розвитку туристичного потенціалу

Територіальні громади як платформи для інновацій для забезпечення формування інклюзивного туризму. Тенденції туристичного попиту означають, що туристичні організації постійно потребують коригування їхньої діяльності. Однак коригування не повинні призводити до «стратегії імітації» і мають бути лише реакційними. Скоріше, дестинації повинні вловлювати тенденції і, виходячи з цього, розробляти інноваційні заходи з туристичними гравцями. Інновації зосереджені на таких сферах:

- інновації продуктів і пропозицій: місце призначення повинно створювати пропозиції та продукти для конкретних цільових груп, які задовольняють конкретні потреби стейкхолдерів. На основі цього можна створювати інновації для певних груп цільових аудиторій інклюзивного туризму. Тут є потенціал для інновацій, зокрема в

розробці існуючих туристичних пропозицій, створенні нових продуктів та у сфері покращення якості послуг;

- інновації в ланцюжку послуг: розробляючи інновації, необхідно враховувати ланцюг туристичних послуг. Таким чином для кожного піделементу можна розробити конкретні, нові заходи, які є важливими для споживачів інклюзивних туристичних послуг. Тут, у свою чергу, потрібне вміння співпрацювати з окремими постачальниками послуг, оскільки вони займають значні частини ланцюжка послуг. Для місць призначення можна безпосередньо вплинути на заходи на потенційній фазі, тобто на попередню діяльність та фазу результату [7, 8].

Технічні інновації є одними з ключових елементів розвитку інклюзивного туристичного потенціалу. Сьогодні, особливо у сфері комунікаційної політики, можна впровадити низку інноваційних заходів [9]. Інтернет та мобільні технології відкривають нові можливості для територіальних громад у формуванні їхньої туристичної привабливості. Крім того, громади з подальшими технічними розробками можуть позиціонувати себе для формування інклюзивного туризму. Розробки у сфері екологічних технологій та мобільності створюють нові інструменти, які можна використовувати як інновації в туризмі. Наприклад, створюються та пропонуються віртуальні пригодницькі тури, використовуються технології доповненої реальності. Можливості туристичного використання технічних новинок практично необмежені.

В Україні вже є певний досвід впровадження таких заходів. Так, студенти Приазовського державного технічного університету взяли участь у турі з оцифрування історичних та культурних об'єктів та створення 3D-турів у межах Приазовського регіону [10].

Туристичні організації вважаються ключовими драйверами, які слідкують за новими розробками та використовують ефективні методи управління для себе та своїх партнерів. Для цього слід зосередити увагу на таких напрямках:

- реформи внутрішнього призначення: туристичні організації повинні постійно працювати над подальшим спрощенням та професіональним забезпеченням внутрішніх структур. Крім того, організації повинні розглядати себе як компанію, яка, як і будь-яка комерційна, заснована на ринковій орієнтації та зосереджена на комерціалізації продукції – туристичної послуги;

- стратегічні альянси та партнерства: сьогодні туристичні напрямки все більше покладаються на стратегічне партнерство, об'єднаних туристичним маркетингом або маркетингом територій. Величезний потенціал синергії для всього регіону можна створити завдяки співпраці з компаніями в галузі та за її межами, які мають однакові бачення, цільові групи та цінності;

нові моделі управління: туристичним організаціям важливо розробити ефективні моделі управління, які найкращим чином реалізують функції, які мають виконуватися, особливо з огляду на зростаючі труднощі фінансування в туризмі. Слід зазначити, що інтенсивне вивчення відповідних обставин є важливим при обговоренні впровадження нових моделей. Усі фактори успіху стосуються управління туристичним призначенням загалом, але мають бути індивідуалізованими та завжди адаптованими до зовнішніх факторів впливу.

Ідеального типу управління туристичним призначенням не існує. Особливості формування та впровадження в окремих регіонах завжди відрізнятимуться. Тому комплексну оцінку факторів можна зробити лише після того, як вони були визначені до конкретних окремих випадків.

У той же час в Україні недостатньо уваги приділяється формуванню інклюзивного туризму у межах розвитку концепції сталого розвитку, а саме забезпечення безпечного та комфортного туризму для всіх відпочиваючих, незалежно від статі, раси, фізичних обмежень тощо. Незважаючи на великі можливості для розвитку інклюзивного туризму,

існує низка проблем, серед яких: нерозвинена інфраструктура, низька якість послуг, відсутність безбар'єрного середовища для людей з обмеженими можливостями.

Формування інклюзивного туризму територіальних громад дозволить забезпечити ефективний маркетинг територій. На рисунку 2 наведені ключові переваги від впровадження інклюзивного туризму.

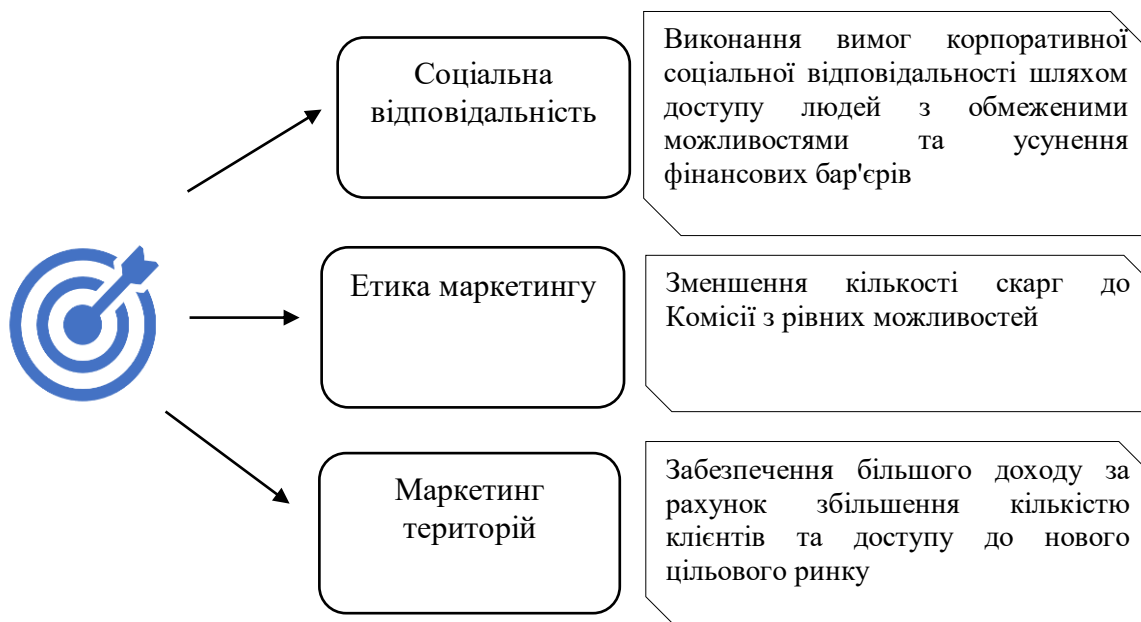


Рисунок 2. Переваги для територіальних громад від впровадження інклюзивного туризму

Джерело: складено авторами

Вже кілька років моделі розвитку туристичного потенціалу стикаються з новими викликами через дуже динамічні процеси змін зовнішнього середовища [6]. Виникають питання щодо того, наскільки туристичні зони можна розуміти як пункти призначення, які критерії слід використовувати для цього та які шляхи подальшої адаптації, якщо критерії призначення не виконуються. Теоретичні рекомендації дуже різноманітні, на практиці застосовуються два основних підходи до розвитку дестинації – з одного боку, посилення та оптимізація місцевих туристичних структур, а з іншого – об'єднання малих організацій у більші підрозділи. Реорганізація майже виключно включає місцевий та регіональний організаційний рівень.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Нові ринкові умови є результатом, перш за все, вже описаних тенденцій туристичного попиту та зростаючих змін у туристичній пропозиції. Туристичні організації повинні розвивати ефективніші структури, підвищувати інклюзивну туристичну видимість регіону, вносити інфраструктурні коригування та забезпечувати маркетинг відповідних територій.

Крім того, зростають вимоги та очікування туристичних гравців у туристичних регіонах. З мінливими умовами ринку та конкуренції, вимоги до ефективних маркетингових та організаційних структур у регіонах також стають більш значимими. Зростаюча залежність туристичних організацій від їхніх членів та зацікавлених сторін у сфері туризму посилює тиск на їхні дії.

Для того, щоб ініціювати зміни в туристичних структурах та мати можливість розробити рекомендації, які визначають тенденції, щодо дій для ефективного управління дестинаціями, спочатку необхідно виявити, як дестинації визначаються на практиці [11].

Більшість туристичних регіонів України не досягають ринкової якості самостійно. Лише приблизно кожен четвертий регіон має потенціал працювати як самостійний напрямок без обмежень. Для інших регіонів або рекомендується реструктуризація на більші підрозділи, або створення партнерських відносин з іншими регіонами. Необхідно знайти цілісний підхід, який би вирішував різні завдання інклюзивних туристичних рівнів та визначав їх на основі практико-орієнтованих критеріїв.

Література:

1. The United Nations Division for Social Policy and Development. URL: <https://cutt.ly/EJdxRIZ>
2. Lawson V. Reshaping economic geography? producing spaces of inclusive development. *Economic Geography*. 2010, 86(4), 351–360.
3. Слатвінська Л. А. Перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 5. URL: <https://cutt.ly/IJdx9pT>
4. Барна Н.В., Коротеєва А.В. Інклюзивно-реабілітаційний туризм. 2020. URL: <https://cutt.ly/mJdx5kN>
5. Помаза-Пономаренко А., Батир Ю., Лопатченко І., Статівка О. Державне регулювання сталого розвитку туризму в Україні. 2020. URL: <https://cutt.ly/xJdcuyU>
6. Лебедев І. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018, №3(67). С.162-173.
7. Куваєва Т.В., Пілова К.П., Магеррамова І.А. Етика маркетингу та соціальна відповідальність як основа побудови клієнтоорієнтованої стратегії підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-29-13
8. Безугла Л., Куваєва Т. Формування соціально-етичного маркетингу в діяльності організацій. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2021, 2 (24), С.69-77. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2\(24\)-69-77](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2(24)-69-77)
9. Diesta I., Budisantoso W. Model for developing five key pillars of sustainable tourism. *AIP Conference Proceedings*. 2018. <https://doi.org/10.1063/1.5042979>
10. У Маріуполі студенти оцифровують архітектурні об'єкти міста для створення 3D-турів. URL: <https://cutt.ly/rJdcFDg>
11. Bezuhla L., Demchuk N. (2019) Development strategy of ecotourism enterprises as a factor of increasing their competitiveness. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities* : Collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 vol. / Higher School of Social and Economic. Przewosk: WSSG. Vol. 2. P. 289–297
12. Bezuhla, L., Kinash, I., Andrusiv, U. & Dovgal, O. Attracting Foreign Direct Investment as an Economic Challenge for Ukraine in the Context of Globalization. *In 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System, Ivano-Frankivsk and Polyanytsia village (TC Bukovel), 2019, Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 99, pp. 195-200.*

References:

1. The United Nations Division for Social Policy and Development (2022). URL: <https://cutt.ly/EJdxRIZ>
2. Lawson, V. (2010). Reshaping economic geography ? producing spaces of inclusive development. *Economic Geography*, 86(4), pp. 351–360.
3. Slatvinska, L. A. (2020). Prospects for the development of inclusive tourism in Ukraine. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, № 5, URL: <https://cutt.ly/IJdx9pT>

4. Barna, N.V. & Korotieieva, A.V. (2020). Inclusive rehabilitation tourism. URL: <https://cutt.ly/mJdx5kN>
5. Pomaza-Ponomarenko, A., Batyr, Yu., Lopatchenko, I. & Stativka, O. (2020). State regulation of sustainable tourism development in Ukraine. URL: <https://cutt.ly/xJdcuyU>
6. Lebediev, I. (2018). Sustainable tourism development: the experience of the European Union and the challenges for Ukraine. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, №3(67), pp.162-173.
7. Kuvaieva, T.V., Pilova, K.P. & Maherramova, I.A. (2021). Marketing ethics and social responsibility as a basis for building a customer-oriented strategy of the enterprise. *Ekonomika ta suspilstvo*, № 29. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-29-13
8. Bezuhla, L. & Kuvaieva, T. (2021). Formation of socio-ethical marketing in the activities of organizations, *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry*, 2 (24), pp. 69-77. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2\(24\)-69-77](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2(24)-69-77)
9. Diesta, I. & Budisantoso, W. (2018). Model for developing five key pillars of sustainable tourism. *AIP Conference Proceedings*. <https://doi.org/10.1063/1.5042979>
10. In Mariupol, students are digitizing the city's architectural objects to create 3D tours. URL: <https://cutt.ly/rJdcFDg>
11. Bezuhla L., Demchuk N. (2019) Development strategy of ecotourism enterprises as a factor of increasing their competitiveness. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities* : Collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 vol. / Higher School of Social and Economic. Przewosk: WSSG. Vol. 2. P. 289–297
12. Bezuhla, L., Kinash, I., Andrusiv, U. & Dovgal, O. Attracting Foreign Direct Investment as an Economic Challenge for Ukraine in the Context of Globalization. *In 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System*, Ivano-Frankivsk and Polyanytsia village (TC Bukovel), 2019, *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol. 99, pp. 195-200.