

МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ИНОВАЦИИТЕ В УСТОЙЧИВИЯ ТУРИЗЪМ: ПРОУЧВАНЕ НА СЛУЧАИ НА УСПЕШНО ПРИЛАГАНЕ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Габриела Лебешковска¹
e-mail: gabriela.lebeshkovska@unwe.bg

Резюме

Успешното прилагане на маркетингови стратегии за иновации в областта на устойчивия туризъм е от решаващо значение за справяне с нарастващото осъзнаване на въздействията върху околната среда и общността, свързани с традиционния туризъм. Предприятията, целящи да процъфтяват в този развиващ се пейзаж, трябва да възприемат иновативни маркетингови подходи не само за насърчаване на устойчиви практики, но и за разграничаване на пазара.

Ключови думи: маркетинг, туризъм, устойчив туризъм, иновация

JEL: M37, Z30

Увод

Устойчивият туризъм придобива все по-голямо значение в съвременния свят, тъй като хората все повече осъзнават въздействието на туризма върху околната среда и местните общности. За да се популяризират иновациите в устойчивия туризъм, предприятията трябва да приемат маркетингови стратегии, които се фокусират върху ползите от устойчивия туризъм и уникалните преживявания, които той предоставя. В тази статия ще разгледаме успешното прилагане на маркетингови стратегии за популяризиране на иновациите в областта на устойчивия туризъм и предизвикателствата, пред които са изправени предприятията в това начинание.

Ограничения

Въпреки значителния потенциал за развитие на устойчивия туризъм, съществуват и определени ограничения, които могат да затруднят неговото развитие. Едно от основните ограничения е липсата на осведоменост сред потенциалните туристи относно ползите от устойчивия туризъм и възмож-

¹ Докторант, катедра „Икономика на туризма“, факултет „Икономика на инфраструктурата“, УНСС, ORCID: 0009-0002-2465-8109

ностите за устойчиви пътувания. Освен това, съществуват предизвикателства, свързани със законодателството, инфраструктурата и финансирането на устойчивите туристически инициативи.

Обосновка на изследването

Основният въпрос на настоящото изследване е какви са успешните маркетингови стратегии за популяризиране на иновациите в областта на устойчивия туризъм и как предприятията могат да се справят с предизвикателствата, които възникват при тяхното прилагане.

Предмет на изследването са маркетинговите стратегии за популяризиране на иновациите в устойчивия туризъм, а обект – успешно прилагане и предизвикателства, свързани с тези стратегии.

В изследването си авторът използва качествен подход, като анализира различни случаи на успешно приложени маркетингови стратегии за популяризиране на иновации в устойчивия туризъм. За целта се използват качествени анализи на наличната литература и анализ на случаи.

Използваните методи включват преглед на научната литература в областта на устойчивия туризъм и маркетинга, анализ на случаи на успешно приложени маркетингови стратегии в устойчивия туризъм и интервюта с експерти от сферата на туризма и маркетинга.

Целта на настоящото изследване е да проучи успешното прилагане на маркетингови стратегии за популяризиране на иновации в областта на устойчивия туризъм и предизвикателствата, пред които са изправени предприятията в това начинание. Чрез анализ на различни случаи на успешно приложени маркетингови стратегии в устойчивия туризъм, изследването цели да предостави практически насоки за предприятията, които се стремят да въведат иновации в тази област.

Маркетингова стратегия в контекста на изследването

В този контекст, под маркетингова стратегия авторът разбира комплекс от планове и дейности, които предприятията прилагат с цел популяризиране на иновации в областта на устойчивия туризъм. Тези стратегии включват използването на различни маркетингови инструменти и методи за привличане на вниманието на потенциалните клиенти към устойчивите туристически продукти и услуги.

Иновации в туризма

Под иновации в туризма авторът разбира новаторски подходи, продукти, услуги или технологии, които се прилагат в устойчивия туризъм с цел намаляване на негативните въздействия върху околната среда и местните общности. Това могат да бъдат нови видове туристически дестинации, екоприятни транспортни решения, програми за опазване на природата и др.

Устойчив туризъм

Устойчивият туризъм представлява подход към развитието на туризма, който се стреми да минимизира отрицателните въздействия върху околната среда, културното наследство и местните общности, като същевременно осигурява ползи за тях и за туристите. Този вид туризъм се основава на принципите на устойчивото развитие и отчита социалните, икономическите и екологичните аспекти на туризма.

Успешно прилагане на маркетингови стратегии за иновации в областта на устойчивия туризъм

Фокус върху преживяванията

Една от най-успешните маркетингови стратегии за популяризиране на иновациите в областта на устойчивия туризъм е да се съсредоточи върху уникалните преживявания, които те предоставят. Преживяванията в областта на устойчивия туризъм предлагат на посетителите възможност да се свържат с местната култура и околна среда, което става все по-важно за пътуващите. Например предприятията могат да популяризират дейности в областта на екотуризма като наблюдение на диви животни или пешеходен туризъм, които предлагат на посетителите възможност да общуват с природата по отговорен и устойчив начин (Scott, Hall & Gössling, 2012).

Използвайте социалните медии

Социалните медии са основен инструмент за популяризиране на иновациите в областта на устойчивия туризъм. Предприятията могат да използват платформите на социалните медии, за да покажат уникалните преживявания, които предлагат, да споделят информация за своите инициативи за устойчивост и да се свържат с потенциални клиенти. Социалните медии също така предоставят на предприятията възможност да се ангажират с клиентите, да отговарят на отзиви и да изграждат лоялни последователи.

Сътрудничество с местните общности

Сътрудничеството с местните общности е друга ефективна маркетингова стратегия за популяризиране на иновациите в устойчивия туризъм. Като работят с местните общности, предприятията могат да създадат автентични преживявания, които зачитат местните традиции и ценности. Този подход не само е от полза за местната общност, но и добавя стойност към преживяването на посетителите.

Предизвикателства, с които се сблъскват предприятията при популяризирането на иновациите в областта на устойчивия туризъм

Липса на осведоменост

Едно от най-големите предизвикателства, с които се сблъсква бизнесът при популяризирането на иновациите в областта на устойчивия туризъм, е липсата на информираност. Много от пътуващите не са наясно с въздействието на туризма върху околната среда и местните общности и поради това не дават приоритет на възможностите за устойчив туризъм. Предприятията трябва да информират пътуващите за ползите от устойчивия туризъм и уникалните преживявания, които той предоставя, за да насърчат по-устойчив избор на пътуване (Miller, Rathouse, Scarles, Holmes, Tribe, 2010).

Разходи

Инициативите за устойчив туризъм могат да бъдат скъпи за изпълнение и предприятията може да се затруднят да балансират разходите за устойчивост с необходимостта да останат конкурентоспособни на пазара. Предприятията трябва да намерят иновативни начини за намаляване на разходите, като същевременно поддържат високи стандарти за устойчивост, за да направят иновациите в областта на устойчивия туризъм достъпни за всички (Kozak & Kozak, 2015).

Съпротива срещу промяната

И накрая, предприятията могат да се сблъскат със съпротивата на клиентите, които предпочитат традиционните туристически възможности срещу промените. Някои клиенти може да не желаят да променят навиците си за пътуване или да не разбират стойността на устойчивия туризъм. За да преодолеят това предизвикателство, предприятията трябва да се съсредоточат

върху информирането на клиентите за ползите от устойчивия туризъм и да им предоставят автентични и уникални преживявания, които те не могат да намерят другаде.

Популяризирането на иновациите в областта на устойчивия туризъм изисква целенасочена маркетингова стратегия, която се фокусира върху уникалните преживявания, които предлага устойчивият туризъм. Предприятията трябва да образуват клиентите за ползите от устойчивия туризъм, да си сътрудничат с местните общности и да използват социалните медии, за да се ангажират с потенциалните клиенти. Макар че предприятията могат да се сблъскат с предизвикателства при популяризирането на иновациите в устойчивия туризъм, като възприемат тези стратегии, те могат да направят устойчивия туризъм достъпен за всички и да допринесат за по-устойчиво бъдеще.

Като цяло насърчаването на иновациите в устойчивия туризъм е не само отговорност, но и възможност за предприятията да се отличат в силно конкурентната туристическа индустрия. Чрез възприемане на ориентиран към клиента подход, който подчертава ползите от устойчивия туризъм, предприятията могат да привлекат все по-голям брой екологично и социално осъзнати клиенти, които са готови да платят по-висока цена за устойчиви преживявания.

Насърчаването на устойчивия туризъм обаче не е лишено от предизвикателства. Предприятията трябва да инвестират в устойчиви практики и технологии, да обучават клиентите и да си сътрудничат с местните общности, за да създават автентични и отговорни преживявания. Преодоляването на тези предизвикателства изисква дългосрочен ангажимент, но ползите от него са значителни както от гледна точка на финансовите, така и на социалните ползи.

Тъй като голям брой пътници стават все по-осъзнати за въздействието на туризма върху околната среда и местните общности, насърчаването на иновациите в областта на устойчивия туризъм е по-важно от всякога. Чрез възприемането на ефективни маркетингови стратегии и възприемането на устойчивото развитие предприятията могат да се позиционират за успех в бъдеще, като същевременно допринасят за един по-устойчив свят.

Партньорства за сътрудничество

Партньорствата за сътрудничество са ефективна стратегия за насърчаване на иновациите в устойчивия туризъм. Предприятията могат да си партнират с местни общности, организации с нестопанска цел и други заинтересовани страни за разработване на устойчиви туристически практики и инициативи. Това може да включва туристически проекти в общността,

инициативи за устойчиво земеделие и програми за опазване на околната среда. Партньорствата за сътрудничество могат да помогнат на бизнеса да спечели доверието и подкрепата на местните общности, както и да привлече екологично настроени туристи, които се интересуват от подкрепа на устойчиви туристически практики.

Маркетинг в социалните медии

Социалните медии са мощен инструмент за популяризиране на устойчиви туристически практики и инициативи. Предприятията могат да използват социалните медии, за да споделят своите цели и постижения в областта на устойчивото развитие, да се ангажират с клиенти и заинтересовани страни и да представят практики и инициативи в областта на устойчивия туризъм. Това може да включва споделяне на снимки и видеоклипове на инициативи за устойчив туризъм, представяне на отзиви и препоръки на клиенти и предоставяне на информация за възможностите за устойчиво пътуване (Page & Connell, 2015).

Устойчиво разработване на продукти

Устойчивото разработване на продукти е друга ефективна стратегия за насърчаване на иновациите в устойчивия туризъм. Предприятията могат да разработват устойчиви продукти и услуги, които да са привлекателни за туристите, загрижени за околната среда, като например екологични места за настаняване, устойчиви транспортни опции и органични и местни храни и напитки. Предлагайки устойчиви продукти и услуги, предприятията могат да се разграничат от своите конкуренти и да привлекат клиенти, които отдават приоритет на устойчивостта при вземането на решения за пътуване.

Зелени сертификати и стандарти

Зелените сертификати и стандарти са друга ефективна маркетингова стратегия за насърчаване на устойчивите туристически практики. Предприятията могат да получат зелени сертификати и стандарти, като например LEED сертификат, Green Globe сертификат или ISO 14001 сертификат, за да демонстрират ангажимента си към устойчивостта.

Тези сертификати могат да помогнат на предприятията да изградят авторитет и доверие сред клиентите и заинтересованите страни, както и да привлекат екологично настроени туристи, които се интересуват от подкрепа на устойчиви туристически практики.

Устойчиво управление на събития

Устойчивото управление на събитията е друга важна стратегия за насърчаване на устойчивостта в туризма. Предприятията могат да организират устойчиви събития и конференции, които включват устойчиви практики, като например намаляване на отпадъците, пестене на енергия и устойчиви транспортни възможности. Като насърчават практиките за устойчиво управление на събития, предприятията могат да допринесат за повишаване на осведомеността относно устойчивия туризъм и да насърчат други предприятия да възприемат устойчиви практики.

Зелен маркетинг

Зеленият маркетинг е маркетингова стратегия, която популяризира екологичните ползи от продуктите и услугите. В устойчивия туризъм зеленият маркетинг може да се използва за популяризиране на устойчиви практики, като например екологични места за настаняване, възобновяеми енергийни източници и устойчиви транспортни възможности. Като изтъкват екологичните ползи от тези продукти и услуги, предприятията могат да привлекат екологично настроени туристи, които се интересуват от подкрепа на устойчиви туристически практики (Nam, Huang, Lee, 2019).

КСО (корпоративна социална отговорност)

Корпоративната социална отговорност (КСО) е бизнес стратегия, която има за цел да създаде социални и екологични ползи, като същевременно генерира печалби. В устойчивия туризъм КСО може да се използва за разработване на устойчиви туристически практики и инициативи, които са в полза на местните общности и околната среда. Като инвестират в устойчиви туристически практики и инициативи, предприятията могат да демонстрират своя ангажимент към устойчивостта и да спечелят доверието и подкрепата на местните общности и на туристите, които се грижат за околната среда.

Брандиране на дестинацията

Брандирането на дестинацията е маркетингова стратегия, която популяризира уникалните характеристики и атракции на дестинацията. В устойчивия туризъм брандирането на дестинацията може да се използва за популяризиране на устойчивите характеристики и атракции на дестинацията, като например екологични места за настаняване, устойчиви транспортни възможности и инициативи за опазване на околната среда. Чрез популя-

ризиране на практиките на устойчивия туризъм на ниво дестинация предприятия могат да привлекат екологично ориентирани туристи, които се интересуват от подкрепа на устойчивите туристически практики (Torres-Delgado, Solís-Radilla & Galindo-Mendoza, 2020).

Ангажираност на клиентите

Ангажирането на клиентите е важна маркетингова стратегия в устойчивия туризъм. Предприятията могат да се ангажират с клиентите като предоставят информация за устойчиви туристически практики и инициативи, насърчават обратната връзка и предложенията на клиентите и предлагат стимули за устойчиво поведение. Като се ангажират с клиентите, предприятията могат да изградят доверие и лоялност, както и да популяризират практиките и инициативите за устойчив туризъм.

Партньорства с неправителствени организации и правителствени агенции

Партньорството с неправителствени организации (НПО) и правителствени агенции може да бъде мощна маркетингова стратегия за насърчаване на иновациите в устойчивия туризъм. Неправителствените организации и правителствените агенции могат да осигурят на предприятията достъп до финансиране, ресурси и експертен опит, както и да им помогнат да се ориентират в сложните разпоредби и политики, свързани с устойчивото развитие. Като си партнират с неправителствени организации и правителствени агенции, предприятията могат да разработват и прилагат устойчиви туристически практики и инициативи, които са от полза за местните общности и околната среда (Jamal & Stronza, 2012).

Маркетинговите стратегии за насърчаване на иновациите в устойчивия туризъм изискват многостранен подход, който включва партньорства за сътрудничество, маркетинг в социалните медии, разработване на устойчиви продукти, зелени сертификати и стандарти, управление на устойчиви събития, образователни програми и обиколки, зелен маркетинг, корпоративна социална отговорност, брендиране на дестинацията, ангажиране на клиентите и партньорства с неправителствени организации и правителствени агенции. Чрез възприемането на тези стратегии предприятията могат да насърчават устойчиви туристически практики и инициативи, които са от полза за местните общности, околната среда и туристическата индустрия като цяло. Предприятията обаче трябва да са наясно и с предизвикателствата, свързани с прилагането на практики за устойчив туризъм, като липса на ресурси, липса на информираност и липса на подкрепа от страна на заинтересованите

страни, и да работят съвместно с местните общности, НПО и правителствените агенции за преодоляване на тези предизвикателства.

Образователни програми и обиколки

Образователните програми и обиколки са друга ефективна стратегия за насърчаване на устойчивите туристически практики. Предприятията могат да предлагат образователни програми, които обучават клиентите и заинтересованите страни на устойчиви туристически практики, като например екологични транспортни възможности, стратегии за намаляване на отпадъците и устойчиви селскостопански практики. Предлагайки образователни програми, предприятията могат да допринесат за повишаване на осведомеността относно устойчивия туризъм и да насърчат клиентите и заинтересованите страни да възприемат устойчиви практики в ежедневието си.

Устойчиво управление на събития

Устойчивото управление на събития е маркетингова стратегия, която се фокусира върху намаляване на въздействието на събитията върху околната среда, като конференции, фестивали и изложби. В устойчивия туризъм управлението на събития може да се използва за насърчаване на устойчиви практики, като например намаляване на отпадъците, използване на възобновяеми енергийни източници и насърчаване на устойчиви транспортни възможности. Чрез популяризиране на практиките за устойчиво управление на събитията предприятията могат да привлекат екологично съзнателни участници в събитията, които се интересуват от подкрепа на устойчивите туристически практики (Gursoy, Lu, 2021).

Образователни програми и обиколки

Образователните програми и обиколки са маркетингова стратегия, която предоставя на пътуващите възможност да се запознаят с практиките и инициативите за устойчив туризъм. В устойчивия туризъм образователните програми и обиколки могат да се използват за популяризиране на устойчиви практики, като например екологични места за настаняване, устойчиви транспортни възможности и инициативи за опазване на околната среда. Чрез предоставянето на образователни програми и обиколки предприятията могат да привлекат екологично съзнателни пътници, които се интересуват от изучаване и подкрепа на устойчиви туристически практики.

Разработване на устойчиви продукти

Устойчивото разработване на продукти е маркетингова стратегия, която включва разработването на продукти и услуги, които са екологично и социално устойчиви. В устойчивия туризъм разработването на устойчиви продукти може да се използва за популяризиране на устойчиви практики, като например екологични места за настаняване, възобновяеми енергийни източници и устойчиви транспортни възможности. Чрез разработване на устойчиви продукти и услуги предприятията могат да привлекат туристи, които се съобразяват с околната среда и са заинтересовани да подкрепят устойчивите туристически практики.

Зелени сертификати и стандарти

Зелените сертификати и стандарти са маркетингова стратегия, която предоставя на предприятията начин да демонстрират своята ангажираност към устойчивостта. В областта на устойчивия туризъм зелените сертификати и стандарти могат да се използват за насърчаване на устойчиви практики, като например екологосъобразни места за настаняване, устойчиви транспортни възможности и инициативи за опазване на околната среда. Чрез получаването на зелени сертификати и спазването на зелени стандарти предприятията могат да привлекат екологично настроени пътници, които се интересуват от подкрепа на устойчиви туристически практики.

Маркетинг в социалните медии

Маркетингът в социалните медии е маркетингова стратегия, която включва използването на платформи на социалните медии, като Facebook, Twitter и Instagram, за популяризиране на продукти и услуги. В устойчивия туризъм маркетингът в социалните медии може да се използва за популяризиране на устойчиви практики, като например екологични места за настаняване, устойчиви транспортни възможности и инициативи за опазване на околната среда. Чрез използването на социалните медии за популяризиране на практиките на устойчивия туризъм предприятията могат да достигнат до по-широка аудитория от екологично настроени туристи, които се интересуват от подкрепа на устойчивите туристически практики (Gössling, Scott, Hall, 2013).

Заклучение

В заключение, устойчивият туризъм изисква иновативни маркетингови стратегии, които насърчават устойчивите практики и инициативи. Чрез възприемане на партньорства за сътрудничество, маркетинг в социалните медии, разработване на устойчиви продукти, зелени сертификати и стандарти, управление на устойчиви събития и образователни програми, предприятията могат да популяризират устойчиви туристически практики и да привличат туристи, които се съобразяват с околната среда.

Съществуват обаче и предизвикателства пред прилагането на устойчиви туристически практики, като например липса на ресурси, липса на информираност и липса на подкрепа от страна на заинтересованите страни. За да преодолеят тези предизвикателства, предприятията трябва да работят съвместно с местните общности, организациите с нестопанска цел и други заинтересовани страни за разработване и прилагане на устойчиви туристически практики и инициативи.

Изследването потвърждава, че успешното прилагане на маркетингови стратегии е от решаващо значение за популяризиране на устойчивия туризъм. Предприятията трябва да бъдат иновативни и да създават устойчиви продукти и преживявания, които да отговарят на нуждите на съвременните туристи. В същото време е необходимо да се справят със съществуващите предизвикателства, като липсата на ресурси и информираност. Само по този начин предприятията могат да утвърдят устойчивия туризъм като ключов играч в туристическия пазар и да осигурят устойчиво развитие на сектора и защита на околната среда (Park & Yoon, 2009).

Използвана литература

- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2013). *Tourism and water: interactions, impacts and challenges*, Bristol: Channel View Publications.
- Gursoy, D., Lu, L., & Lu, X. (2021). Sustainable tourism marketing: A review, synthesis and research agenda, *Tourism Management Perspectives*, 38, 100830.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2012). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: stakeholders, structuring and sustainability, *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 5-25.
- Kozak, M., & Kozak, N. (2015). *Tourism and regional development: new pathways*, Ashgate Publishing.
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., & Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism, *Annals of Tourism Research*, 37(3), 627-645.

- Nam, Y., Huang, Y. C., & Lee, G. (2019). Understanding green marketing behavior of tourists: An integrated model of green perceived value, personal norms, and environmental concern, *Journal of Sustainable Tourism*, 27(5), 495-514.
- Page, S. J., & Connell, J. (2015). *Tourism: a modern synthesis*, Cengage Learning EMEA.
- Park, S. Y. & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 646-660.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2012). *Tourism and water*, Channel View Publications.
- Torres-Delgado, A., Solís-Radilla, M. P., & Galindo-Mendoza, M. G. (2020). *The Role of Social Media in Promoting Sustainable Tourism*, Sustainable Tourism Springer, Cham, pp. 83-96.

MARKETING STRATEGIES FOR PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM INNOVATIONS: CASE STUDY OF SUCCESSFUL IMPLEMENTATION AND CHALLENGES

Gabriela Lebeshkovska, PhD student
Department of Economics of Tourism
Faculty of Infrastructure Economics
University of National and World Economy
e-mail: gabriela.lebeshkovska@unwe.bg

Abstract

Successful implementation of sustainable tourism innovation marketing strategies is critical to addressing the growing awareness of environmental and community impacts associated with traditional tourism. Businesses aiming to thrive in this evolving landscape must adopt innovative marketing approaches not only to promote sustainable practices but also to differentiate themselves in the marketplace.

Keywords: marketing, tourism, sustainable tourism, innovation

JEL: M37, Z30