

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 658.8:334.72
JEL Classification: Q01; Q57; M31

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В НАЦІОНАЛЬНИХ ПАРКАХ

©2025 Кульчицька Е. А., Соломчак С. О.

УДК 658.8:334.72
JEL Classification: Q01; Q57; M31

Кульчицька Е. А., Соломчак С. О.

Інноваційні підходи маркетингу сталого розвитку в національних парках

У статті обґрунтовано важливість запровадження національними парками України інноваційних маркетингових технологій у напрямі забезпечення сталого розвитку. Основний акцент зроблено на врахуванні менеджментом національних парків впливу цифрових технологій, який дедалі активніше посилюється та охоплює значну частину життєво важливих операцій. Визначено за окремими маркетинговими напрямками сталого розвитку такі інноваційні підходи та технології: (1) формування екологічної свідомості – VR-екскурсії та 3D-моделі природних екосистем, інтерактивні навчальні програми та тренінги, мобільні екоігри та квести; (2) просування туристичних послуг – персоналізовані інтерактивні туристичні маршрути, мобільні додатки з функціями бронювання та навігації, чат-боти для онлайн-консультацій туристів; (3) підтримка збереження природних ресурсів – аналітика поведінки відвідувачів (GPS-трекери, Bluetooth-маячки тощо), сенсори та інтелектуальні системи контролю навантаження на туристичні стежки, дрони для моніторингу території та флори, геолокаційні системи управління потоками туристів; (4) розвиток культурної спадщини – AR-технології доповненої реальності культурних об'єктів, віртуальні виставки та онлайн-експозиції, цифрові колекції архівних матеріалів, інтерактивні музеї; (5) партнерство з місцевими громадами – онлайн-платформи спільних туристичних бізнес-проектів, краудфандинг та спільне фінансування екопрограм; (6) інвестиції у сталий розвиток – Big Data-аналітика для оцінки ефективності інвестиційних проектів, платформи для моніторингу фінансових потоків туристичної діяльності. Відповідно до визначених інноваційних підходів та технологій обґрунтовано набір цільових орієнтирів сталого розвитку національних парків. Визначені маркетингові напрями, інноваційний інструментарій та особливості сталого розвитку вдалося поєднати при обґрунтуванні очікуваних результатів для національних парків.

Ключові слова: національні парки, маркетинг, сталий розвиток, інноваційні технології, цифрові інструменти, туризм, відвідувачі, природні ресурси.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2025-3-357-364>

Табл.: 1. Бібл.: 11.

Кульчицька Євеліна Антоніївна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та логістики, Національний лісотехнічний університет України (вул. Генерала Чупринки, 103, Львів, 79057, Україна)

E-mail: eveliana@ntu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2373-853X>

Researcher ID: <https://researchid.co/rid96943>

Соломчак Сергій Олегович – здобувач ступеня доктора філософії, Національний лісотехнічний університет України (вул. Генерала Чупринки, 103, Львів, 79057, Україна)

E-mail: sergiy.solomchak@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6812-0418>

UDC 658.8:334.72
JEL Classification: Q01; Q57; M31

Kulchytska E. A., Solomchak S. O. Innovative Approaches to Sustainable Marketing Concerning National Parks

The article substantiates the importance of implementing innovative marketing technologies by Ukraine's national parks in the direction of ensuring sustainable development. The main focus is on the management of national parks taking into account the influence of digital technologies, which is increasingly strengthening and covering a significant part of vital operations. Innovative approaches and technologies for sustainable development have been identified according to specific marketing directions: (1) the formation of environmental awareness – VR excursions and 3D models of natural ecosystems, interactive educational programs and training, mobile eco-games and quests; (2) the promotion of tourist services – personalized interactive tourist routes, mobile applications with booking and navigation features, chatbots for online consultations with tourists; (3) support for the preservation of natural resources – analysis of visitor behavior (GPS trackers, Bluetooth beacons, etc.), sensors and smart systems for monitoring the load on tourist trails, drones for monitoring the territory and flora, geolocation systems for managing tourist flows; (4) development of cultural heritage – AR technologies for augmented reality of cultural sites, virtual exhibitions and online displays,

digital collections of archival materials, interactive museums; (5) partnership with local communities – online platforms for joint tourism business projects, crowd-funding, and co-financing of eco programs; (6) investment in sustainable development – Big Data analytics for assessing the effectiveness of investment projects, platforms for monitoring financial flows in tourism activities. In accordance with the defined innovative approaches and technologies, a set of target indicators for the sustainable development of national parks has been substantiated. The marketing directions, innovative tools, and features of sustainable development were successfully combined in the substantiation of the expected results for national parks.

Keywords: national parks, marketing, sustainable development, innovative technologies, digital tools, tourism, visitors, natural resources.

Tabl.: 1. Bibl.: 11.

Kulchytska Evelina A. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Marketing and Logistics, National Forestry University of Ukraine (103 Henerala Chuprynky Str., Lviv, 79057, Ukraine)

E-mail: eveliana@nltu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2373-853X>

Researcher ID: <https://researchid.co/rid96943>

Solomchak Sergiy O. – Graduate of the degree of Doctor of Philosophy, Applicant, National Forestry University of Ukraine (103 Henerala Chuprynky Str., Lviv, 79057, Ukraine)

E-mail: sergiy.solomchak@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6812-0418>

Вступ. Впровадження технологій маркетингу стало не просто актуальною тенденцією, а обов'язковою умовою ефективного функціонування будь-яких сфер діяльності. Така необхідність постійно зростає в умовах стрімкого розвитку цифровізації та диджиталізації, коли більшість споживачів формують свою думку та здійснюють вибір послуг саме в онлайн-просторі. Додатковий вплив на цей процес мають нові глобальні виклики та шоки, зокрема економічні кризи, пандемії, кліматичні зміни, які змінюють поведінку споживачів та змушують організації швидше адаптовувати свої комунікаційні стратегії.

У контексті функціонування національних парків це набуває особливого значення, адже нинішній відвідувач прагне отримати комплексний досвід, який поєднує високий рівень сервісу, зручність доступу до об'єктів та інфраструктури, а також повне емоційне занурення у природне середовище. Очікування аудиторії виходять далеко за межі традиційних екскурсій – сьогодні все більшої популярності набувають інтерактивні враження, мобільні додатки з навігацією та доповненою реальністю, онлайн-платформи з актуальною інформацією про маршрути та події, можливість здійснити віртуальні тури або заздалегідь забронювати квитки та послуги. Використання таких інноваційних маркетингових інструментів не лише підвищує рівень задоволеності відвідувачів, а й сприяє популяризації національних парків, розширенню цільової аудиторії та збільшенню надходжень від туризму.

Примітно, що маркетинг сталого розвитку в контексті функціонування національних парків має орієнтуватися не лише на залучення нових туристів, але й вирішення інших важливих завдань, як-от: (1) формування екологічної свідомості відвідувачів, (2) посилення підтримки збереження природних ресурсів, (3) збереження та примноження культурної спадщини, (4) розвиток партнерств із місцевими громадами, (5) залучення інвестицій у проекти зі спрямування на підвищення якості відпочинку без шкоди для довкілля паркової зони. Відповідно, менеджменту національних парків, щоб підвищити їхню привабливість як для внутрішніх, так і для іноземних туристів, необхідно

активно інтегрувати новітні цифрові продукти, інструменти аналітики поведінки відвідувачів, технології персоналізованих комунікацій та комплексні стратегії взаємодії як в онлайн-, так і в офлайн-середовищі.

Отже, посилюється актуальність дослідження інноваційних підходів маркетингу сталого розвитку у національних парках, особливо з огляду на зростання глобальної динамічності туристичної сфери та поступове утвердження концепції сталого туризму, яка поєднує економічну ефективність, соціальну відповідальність та збереження природних ресурсів. В умовах посиленої конкуренції застосування таких підходів може стати ключовим фактором успіху, сприяти збільшенню відвідуваності, підвищенню рівня задоволеності туристів і зміцненню міжнародного іміджу національних парків як осередків екологічної, культурної та рекреаційної цінності.

Аналіз літературних джерел. Наукові аргументи дослідників доводять, що сталий розвиток туризму у національних парках тісно пов'язаний із впровадженням інноваційних маркетингових підходів, які здебільшого спрямовані як на підвищення туристичної привабливості територій, так і збереження природних ресурсів. Зокрема, М. Бігус, А. Гальків та П. Добушовський акцентують на тому, що глобальні виклики змушують туристичний бізнес адаптувати свої стратегії, застосовуючи нові інструменти управління та маркетингу [1, с. 7–12]. Натомість дослідження Т. Шовкун, В. Зінченко та І. Мирон демонструє, що розвиток туризму в національних природних парках залежить від ефективного поєднання природоохоронних заходів і маркетингових стратегій, що забезпечують стійкий потік відвідувачів без шкоди для екосистем [2, с. 118–125].

Ретроспективний аналіз становлення сталого туризму, проведений М. Варяничком, дає змогу простежити еволюцію підходів до інтеграції екологічних та соціально-економічних цілей у маркетингові стратегії розвитку туристичних дестинацій [3]. Таку ж ідею розвивають Д. Осітнянко та Т. Прима, підкреслюючи необхідність системного впровадження принципів сталого розвитку в туристичну індустрію [4]. Водночас Н. Коніщева та С. Ткачова

конкретизують, що для національних природних парків дотримання такого підходу призводить до оптимізації туристичних потоків, створення екологічно орієнтованих маршрутів та використання брендингу для популяризації унікальності природних ресурсів [5, с. 23–33].

При обґрунтуванні конкурентних переваг туристичних підприємств Р. Лупак зазначає, що інноваційні маркетингові інструменти дозволяють формувати стійкі позиції на ринку, особливо у сегменті екологічного та пізнавального туризму [6, с. 189–194]. У контексті такого напрямку досліджень Т. Лисюк та ін. підкреслюють важливість впровадження інноваційних технологій, включно з віртуальними турами, мобільними додатками та онлайн-платформами, що підвищують ефективність маркетингу, привабливість та просування туристичних продуктів, а особливо в національних парках [7; 8].

У дослідженнях М. Плотнікової, О. Булуй та О. Присяжнюка пропонується інноваційна модель управління сталим соціально-економічним розвитком, що може бути адаптована для управління туристичними дестинаціями у національних парках [9, с. 312–320]. Також концепцію інноваційних маркетингових підходів розвивають Ю. Головчук, С. Мороз і Д. Цеськів, які обґрунтовують новітні інструменти позиціонування та комунікації з цільовою аудиторією [10]. Водночас потрібно звернути увагу й на важливість впровадження туристичного трендингу, про що йдеться у дослідженнях Г. Кучерявої, яка розглядає його як стратегічний інструмент підвищення конкурентоспроможності територій, включаючи національні природні парки [11, с. 32–40].

Попри це, взаємозв'язок між глобальними викликами, концепцією сталого туризму, інноваційними технологіями та сучасними управлінськими інструментами постійно посилюється, а отже, виникає потреба в оновленні та удосконаленні маркетингових підходів до просування і розвитку національних парків у контексті сталого розвитку туризму.

Метою статті є наукове обґрунтування інноваційних підходів маркетингу сталого розвитку у національних парках.

Основні результати дослідження. Функціонування та розвиток національних парків не можуть ґрунтуватися виключно на використанні природних ресурсів, доступ до яких з різних причин може бути обмеженим. Це зумовлює зростання необхідності впровадження нових, більш ефективних підходів до управління та популяризації таких об'єктів. Зокрема, пріоритетне значення має надаватися впровадженню інноваційних техніко-технологічних розробок, які у поєднанні з сучасним маркетинговим інструментарієм здатні суттєво підвищити ефективність функціонування національних парків. Йдеться, зокрема, про використання цифрових платформ для онлайн-бронювання, мобільних додатків з інтерактивними картами та інформаційними сервісами, технологій віртуальної і доповненої реальності для створення нових форматів відвідування, систем збору та аналізу даних про поведінку відвідувачів. Поєднання таких рішень із цілеспрямованими маркетинговими підходами дозволяє не лише залучати нових туристів, а й підвищувати рівень задоволеності та лояльності постій-

них відвідувачів, що в довгостроковій перспективі сприяє сталому розвитку національних парків.

Територія національних парків не повинна залишатися лише пасивним природним об'єктом, призначеним для споглядання, а має трансформуватися в інтерактивний простір, який гармонійно поєднує рекреаційні, освітні, культурні та науково-дослідні функції. Тут, поряд із відвідуванням туристичних дестинацій та організацією дозвілля, відвідувачі повинні мати можливість поглиблювати екологічну свідомість, дізнаватися про історико-культурну спадщину прилеглих територій, знайомитися з місцевими традиціями та навіть брати участь у майстер-класах чи волонтерських екопроектах.

Важливим елементом такої трансформації є впровадження інноваційних форм роботи з відвідувачами: інтерактивних музейних експозицій, освітніх еколабораторій, віртуальних турів, екологічних квестів та тематичних фестивалів. Це дає змогу перетворити парк на відкриту платформу для культурного діалогу, наукових досліджень і громадських ініціатив.

Такий підхід сприяє формуванню більш глибокого зв'язку між людиною та природою, стимулює відповідальне ставлення до навколишнього середовища, розширює можливості для сталого розвитку місцевих громад та створює додаткову цінність для туриста. Відвідування парку перетворюється на багатовимірний досвід, який поєднує розвагу, навчання, особистісне зростання та емоційне збагачення, а сам парк набуває ролі не лише природоохоронного об'єкта, а й осередку культурно-освітнього життя та духовного розвитку суспільства.

Національний парк – це не лише природоохоронна територія, а й приваблива зона для започаткування та успішної реалізації широкого спектра бізнес-проектів, які можуть охоплювати туристичні, рекреаційні, освітні та культурні ініціативи. Для їх просування та ефективного функціонування доцільно активно залучати сучасні технології маркетингових промоцій, інструменти брендингу території, а також здійснювати організацію культурно-масових заходів, фестивалів, спортивних змагань і тематичних ярмарків.

Такі активності не лише підвищують впізнаваність національного парку, а й сприяють формуванню позитивного іміджу регіону, залученню інвестицій та створенню нових робочих місць, що в комплексі посилює його економічний і соціальний потенціал.

Відповідно, на табл. 1 узагальнено ключові напрями та інноваційні технології маркетингу сталого розвитку, які доцільно активно впроваджувати в діяльність національних парків України. Представлена схема відображає систематизований комплекс інструментів, методів і підходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій, формування позитивного іміджу, залучення ширшої аудиторії відвідувачів, забезпечення балансу між економічною ефективністю, соціальною відповідальністю та збереженням природних ресурсів.

Так, у напрямі формування екологічної свідомості менеджменту вітчизняних національних парків доцільно переймати й адаптувати кращі міжнародні практики впровадження інноваційного маркетингового інструментарію.

Таблиця 1

Напрями та технології маркетингу сталого розвитку в національних парках

Напрями маркетингу	Інноваційні підходи та технологічні розробки	Мета та цілі сталого розвитку	Очікувані результати
Формування екологічної свідомості	- VR-екскурсії та 3D-моделі природних екосистем; - інтерактивні навчальні програми та тренінги; - мобільні екоігри та квести	- підвищення екологічної культури відвідувачів природних зон; - популяризація знань про біорізноманіття та охорону природи	- покращення обізнаності та відповідальності туристів у парках; - активна участь відвідувачів у природоохоронних заходах; - проведення віртуальних екскурсій по рідкісним екосистемам парку
Просування туристичних послуг	- персоналізовані інтерактивні туристичні маршрути; - мобільні додатки з функціями бронювання та навігації; - чат-боти для онлайн-консультацій туристів	- залучення нових туристів без шкоди довкіллю парків; - оптимізація потоків відвідувачів для зменшення перевантаження паркових територій	- підвищення кількості відвідувачів та їх задоволеності; - розвиток локального бізнесу та сервісів в межах паркових зон; - зростання доходів парків від туризму
Підтримка збереження природних ресурсів	- аналітика поведінки відвідувачів (GPS-трекери, Bluetooth-маячки та ін.); - сенсори та інтелектуальні системи контролю навантаження на туристичні стежки; - дрони для моніторингу території та флори; - геолокаційні системи управління потоками туристів	- мінімізація шкоди природі паркових зон; - покращення контролю та відновлення екосистем парків; - прогнозування впливу туристичної діяльності на природу	- оптимізація потоків відвідувачів паркових територій; - збереження екосистем; - своєчасне виявлення порушень та загроз природі; - підвищення ефективності природоохоронних заходів; - інтеграція даних моніторингу для планування розвитку екосистеми парків
Розвиток культурної спадщини	- AR-технології доповненої реальності культурних об'єктів; - віртуальні виставки та онлайн-експозиції; - цифрові колекції архівних матеріалів; - інтерактивні музеї	- збереження та популяризація культурної спадщини; - підвищення культурної обізнаності туристів	- збільшення інтересу до культурних об'єктів; - підвищення туристичної цінності парку; - впровадження практики віртуальних та інтерактивних виставок історичних об'єктів парку
Партнерство з місцевими громадами	- онлайн-платформи спільних туристичних бізнес-проєктів; - краудфандинг та спільне фінансування екопрограм	- залучення громадян до сталих проєктів; - розвиток екотуризму	- зростання рівня співпраці між парком та місцевими організаціями; - активна участь громади у проєктах парку
Інвестиції у сталий розвиток	- Big Data-аналітика для оцінки ефективності інвестиційних проєктів; - платформи для моніторингу фінансових потоків туристичної діяльності	- забезпечення фінансування для сталих проєктів; - довгострокова підтримка розвитку парків	- підвищення ефективності інвестицій у розвиток паркових територій; - реалізація інноваційних проєктів у парках; - посилення стійкості фінансової моделі парку

Зокрема, йдеться про використання VR-екскурсій та технологій 3D-моделювання природних екосистем, що дозволяють відвідувачам зануритися в атмосферу унікальних ландшафтів та ознайомитися з рідкісними видами флори й фауни, у тому числі з тих ділянок парку, які є важкодоступними або закритими для масового відвідування з метою їх збереження.

Примітно, що впровадження інтерактивних навчальних програм, тренінгів і віртуальних лекцій забезпечує не лише поглиблене розуміння екологічних процесів, але й формування практичних навичок сталого природокористування та збереження біорізноманіття. Такі ініціативи сприяють вихованню відповідального ставлення до природи серед широкої аудиторії, включно з місцевими громада-

ми, туристами та молоддю, підвищують освітній і культурний потенціал національних парків.

Значні переваги також мають мобільні екоігри та квести, які стимулюють туристів до активної участі в пізнавальних завданнях, дослідженнях та інтерактивних практиках, формуючи водночас відповідальне ставлення до природи та посилюючи емоційний зв'язок із довкіллям. Завдяки гейміфікації процесу навчання такі інструменти підвищують мотивацію відвідувачів, роблячи екологічне виховання більш доступним і захопливим.

Такий комплексний підхід не лише сприяє підвищенню рівня екологічної культури туристів, а й активно популяризує знання про охорону природи серед широких верств населення, формуючи у суспільстві усвідомлене ставлення до збереження природних ресурсів і сталого використання екосистем. Крім того, інтеграція цифрових ігрових елементів у програми відвідування парку створює додаткову цінність для туристів та підвищує привабливість національних парків як сучасних освітньо-рекреаційних центрів.

Інтеграція цифрових маркетингових технологій у процес екопросвіти виявляється особливо ефективною для залучення молодшої аудиторії, яка орієнтована на сучасні формати взаємодії з інформацією та активно використовує цифрові платформи у повсякденному житті. Завдяки застосуванню інтерактивних мобільних додатків, VR- та AR-технологій, онлайн-платформ для навчання та гейміфікації процесу відвідування парку зростає обізнаність туристів щодо екологічних проблем та значення збереження природних ресурсів.

У результаті формується відповідальна поведінка відвідувачів, а сам досвід перебування в національному парку поєднує відпочинок, навчання та активну участь у збереженні природної спадщини країни. Такий підхід не лише підвищує освітній потенціал молоді, але й сприяє формуванню у суспільстві культури сталого туризму та екологічної свідомості, що є важливим чинником довгострокового розвитку національних парків.

Досвід просування туристичних послуг у національних парках різних країн свідчить про високу ефективність впровадження персоналізованих інтерактивних маршрутів, які враховують інтереси, фізичні можливості, рівень підготовки та тривалість перебування кожного відвідувача. Такий підхід дозволяє підвищити задоволеність туристів і створює індивідуалізований досвід, що сприяє більш активному та усвідомленому сприйняттю природного середовища.

Як вже наголошувалося, для забезпечення комфортного відвідування та високого рівня сервісного обслуговування менеджменту українських національних парків потрібно широко застосовувати сучасні цифрові рішення. Серед них – мобільні додатки з функціями онлайн-бронювання, інтерактивної навігації по маршрутах, доступу до актуальної інформації про події, об'єкти парку та правила безпечного перебування. Використання таких інструментів не лише підвищує рівень комфорту для туристів, а й оптимізує роботу адміністрації парку, дозволяючи ефективніше управляти потоками відвідувачів та зберігати природні ресурси.

Крім того, для забезпечення цілодобової підтримки відвідувачів та оперативного вирішення їхніх запитів активно впроваджуються чат-боти, інтегровані у соціальні мережі та офіційні вебресурси національного парку. Такі цифрові помічники дозволяють надавати консультації, відповідати на поширені запитання, інформувати про актуальні події та умови відвідування, допомагати у вирішенні організаційних питань у режимі реального часу. Використання чат-ботів підвищує рівень доступності інформації, сприяє покращенню сервісного обслуговування туристів, забезпечуючи більш комфортний та безпечний досвід перебування в парку.

Такий підхід дає змогу не лише ефективно залучати нових туристів, а й оптимально розподіляти потоки відвідувачів між різними зонами національного парку, що зменшує перевантаження популярних маршрутів і сприяє збереженню природних ресурсів. Завдяки цьому підвищується рівень задоволеності гостей, створюються комфортні умови для відпочинку та забезпечується вільний доступ до інфраструктури парку. Крім того, такі практики стимулюють розвиток локальних туристичних сервісів і послуг, сприяють економічному зростанню регіону та підвищують загальну привабливість національного парку як сучасної туристичної дестинації.

Щодо підтримки збереження природних ресурсів у національних парках варто наголосити на важливості впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, які здатні забезпечити постійний моніторинг стану екосистем та оперативне реагування на їхні зміни. Зокрема, впровадження GPS-трекерів і Bluetooth-маячків дає змогу відстежувати переміщення відвідувачів у реальному часі, якісно аналізувати інтенсивність використання різних маршрутів та своєчасно виявляти ділянки з надмірним туристичним навантаженням.

Додатково: сенсори, що вимірюють навантаження на стежках, фіксують рівень їхнього зношення та допомагають визначати необхідність обмеження доступу або проведення відновлювальних робіт. Використання таких технологій дозволяє менеджменту національних парків ефективно поєднувати потреби туристів із збереженням природних ресурсів, забезпечуючи сталий розвиток території, мінімізацію негативного впливу на екосистеми та підвищення безпеки відвідувачів.

У багатьох країнах для аерофотозйомки територій та моніторингу стану флори й фауни активно застосовуються високоточні дрони, що дозволяє ефективно контролювати важкодоступні ділянки та своєчасно виявляти екологічні зміни чи потенційні загрози для екосистем. Крім того, використання геолокаційних систем для управління потоками туристів дає змогу оптимально розподіляти відвідувачів між різними зонами парку, запобігаючи надмірному навантаженню на окремі екосистеми та забезпечуючи сталий розвиток території.

Поєднання таких технологій моніторингу та управління потоками туристів не лише сприяє збереженню природних ресурсів, а й підвищує безпеку та комфорт перебування відвідувачів, дозволяючи національним паркам ефективно поєднувати рекреаційну, освітню та охоронну функції.

У підсумку, комплексне поєднання маркетингових та інноваційно-технологічних підходів дозволяє своєчасно виявляти та усувати потенційні ризики, прогнозувати вплив туристичної діяльності на довкілля, а також розробляти ефективні стратегії адаптації та відновлення природних територій. Крім того, інтеграція даних моніторингу у довгострокові плани управління забезпечує сталий розвиток національних парків, дозволяє підвищувати якість сервісу для відвідувачів, оптимізувати використання ресурсів та забезпечувати баланс між рекреаційними потребами туристів і збереженням екосистем. Такий підхід сприяє формуванню надійної основи для ефективного управління парками, підвищення їхньої привабливості та зміцнення екологічної свідомості суспільства.

Притримуємося думки, що розвиток культурної спадщини у національних парках України повинен базуватися на активному впровадженні сучасних цифрових інструментів, які поєднують збереження історико-культурних об'єктів із їхньою ефективною популяризацією. Одним із таких інструментів є технології доповненої реальності (AR), що дозволяють туристам «оживлювати» культурні пам'ятки, відтворюючи їх первісний вигляд або демонструючи реконструкції історичних подій без фізичного втручання в об'єкти спадщини.

Використання AR-технологій створює інтерактивний досвід для відвідувачів, сприяє більш глибокому зануренню в історію та культурну атмосферу регіону, підвищує рівень зацікавленості молоді та широкої аудиторії. Завдяки таким інноваційним підходам національні парки отримують можливість одночасно забезпечувати охорону культурних цінностей і розширювати туристичний потенціал, перетворюючи культурну спадщину на інтерактивний та привабливий елемент сучасного туристичного досвіду.

Поширеною практикою також є проведення віртуальних виставок та онлайн-експозицій, що надають можливість відвідувачам з усього світу ознайомлюватися з культурними цінностями національних парків без географічних та часових обмежень. Такі цифрові формати не лише підвищують доступність культурної спадщини, а й сприяють залученню міжнародної аудиторії та популяризації історико-культурних об'єктів на глобальному рівні.

Крім того, важливим інструментом є створення цифрових архівів і колекцій, які зберігають унікальні документи, фото- та відеоматеріали, забезпечуючи їхній захист від фізичного зношення, псування чи втрати. Завдяки цьому культурна спадщина стає більш безпечною, систематизованою та доступною для наукових досліджень, освітніх програм та інтерактивних туристичних проєктів, що сприяє одночасно її збереженню та активному використанню в освітньо-туристичних цілях.

Не менш ефективним маркетинговим підходом є організація інтерактивних музеїв, які дозволяють відвідувачам у захопливій і доступній формі ознайомитися з історією регіону, традиціями місцевих громад, етнографічною специфікою територій парку та унікальними природними особливостями. Використання мультимедійних технологій, віртуальної та доповненої реальності, інтерактивних експозицій і цифрових архівів робить процес пізнання більш емоційно насиченим і привабливим для різних вікових груп.

У результаті поєднання таких маркетингових інструментів із сучасними цифровими рішеннями створюється комплексний ефект – (1) забезпечується збереження й популяризація культурної спадщини, (2) підвищується рівень культурної обізнаності туристів, (3) формується відчуття причетності до історії та традицій місцевості. Потрібно зазначити, що такі інноваційні маркетингові підходи не лише зберігають культурну спадщину, а й суттєво підвищують рівень культурної обізнаності туристів, стимулюють інтерес до історичних об'єктів та створюють додаткову туристичну цінність парку. Більше того, потрібно очікувати на формування нового формату взаємодії між культурним надбанням і сучасними технологіями, роблячи культурно-пізнавальний туризм більш привабливим, доступним та інтерактивним.

Для менеджменту українських національних парків одним із ключових орієнтирів сталого розвитку має стати партнерство з місцевими громадами, адже саме завдяки цьому вдається гармонійно поєднувати інтереси природоохоронних структур, бізнесу та населення. Одним із ефективних інструментів у цьому напрямі є онлайн-платформи для спільних бізнес-проєктів, які забезпечують зручну комунікацію між парком і громадою, об'єднують ресурси та креативні ідеї для втілення туристичних, екологічних та культурних ініціатив.

Важливе місце посідає і залучення краудфандингу та спільного фінансування екопрограм, що дозволяє забезпечити додаткові джерела інвестицій, стимулювати активність місцевих мешканців і підвищувати їхню зацікавленість у розвитку екотуризму. Така модель партнерства створює нові робочі місця, сприяє зростанню локального бізнесу та підвищує якість туристичних послуг без негативного впливу на довкілля.

Як підсумок, у результаті впровадження такого маркетингового інструментарію забезпечується стійка співпраця між парком і місцевими громадами, підвищується рівень соціальної згуртованості та взаємної довіри, збільшується ефективність реалізації сталих проєктів. При цьому позитивні наслідки відчуються не лише в економічному розвитку регіону, але й у збереженні природного середовища на території парку.

Існує об'єктивний факт, що вітчизняні національні парки мають досить обмежені фінансові ресурси, а їхнє функціонування переважно забезпечується за рахунок бюджетних надходжень. Водночас у багатьох країнах світу національні парки виступають популярними туристичними дестинаціями міжнародного рівня, що дозволяє залучати значні обсяги зовнішніх інвестицій. У цьому контексті ключовим чинником виступає інвестиційна привабливість, яка формується не лише завдяки унікальному природному середовищу, а й завдяки високому рівню розвитку туристичної інфраструктури.

Важливо зазначити, що інвестиції у сталий розвиток національних парків дедалі частіше реалізуються через впровадження сучасних цифрових рішень, зокрема *Big Data*-аналітики, геоінформаційних систем та платформ для моніторингу фінансових потоків від туристичної діяльності.

Зокрема, такі інструменти дозволяють збирати й обробляти великі масиви даних у реальному часі, що створює

підґрунтя для обґрунтованих управлінських рішень і підвищення прозорості фінансових операцій.

Перевага цих технологій полягає не лише в можливості комплексно аналізувати ефективність окремих проєктів чи програм, а й у здатності прогнозувати довгострокові фінансові результати, своєчасно виявляти потенційні ризики та оцінювати рівень навантаження на екосистеми. Відповідно можливо сформувати нові можливості для оптимального розподілу ресурсів між різними напрямками розвитку національного парку – від екотуризму та культурно-освітніх ініціатив до науково-дослідних проєктів, природоохоронних заходів та ін.

Більше того, використання цифрових платформ сприяє підвищенню рівня прозорості для інвесторів, державних структур і громадськості, формує довіру до фінансового менеджменту національних парків і забезпечує більш ефективне партнерство з бізнесом та міжнародними організаціями. У результаті такі інновації стають не лише інструментом підвищення економічної стійкості, а й важливим чинником інтеграції екологічних, соціальних і фінансових цілей сталого розвитку.

Також завдяки цьому створюються передумови для реалізації інноваційних проєктів, спрямованих на модернізацію туристичної інфраструктури, підвищення якості сервісу та збереження природних і культурних ресурсів. Використання цифрових інструментів фінансового контролю забезпечує прозорість управління, знижує ризики нецільового використання коштів і сприяє формуванню довгостроково стабільної фінансової моделі розвитку парку.

Висновки. Сучасний маркетинг сталого розвитку у національних парках багатьох країн охоплює низку взаємопов'язаних напрямів, у кожному з яких пріоритетне значення має використання інноваційних маркетингових технологій. Зокрема, формування екологічної свідомості реалізується через VR-екскурсії, 3D-моделі природних екосистем, інтерактивні навчальні програми та мобільні екоігри, що зрештою сприяє підвищенню екологічної культури відвідувачів та популяризації знань про біорізноманіття парків. Водночас персоналізовані туристичні маршрути та мобільні додатки з функціями бронювання й навігації дозволяють ефективно просувати туристичні послуги, залучати нових відвідувачів і оптимізувати потоки туристів без шкоди для природи паркових територій.

Вагоме значенням при впровадженні маркетингу сталого розвитку в національних парках мають інноваційні системи контролю навантаження на туристичні стежки, GPS-трекери, сенсори та дрони, що дають змогу успішно забезпечити підтримку збереження природних ресурсів, мінімізуючи шкоду екосистемам та покращуючи планування природоохоронних заходів. Водночас AR-технології, віртуальні виставки та цифрові колекції архівних матеріалів сприяють розвитку культурної спадщини, підвищуючи туристичну та культурну цінність національних парків.

Важливу роль також відіграє партнерство з місцевими громадами через онлайн-платформи та краудфандінгові ініціативи, що стимулює залучення громадян до сталих проєктів на паркових територіях. Менеджменту національних парків України потрібно активно застосовувати й *Big*

Data-технологій та долучатися до інтерактивних платформ моніторингу фінансових потоків, адже завдяки цього можливо посилити інвестиційну привабливість, ефективно реалізовувати проєкти сталого розвитку та зміцнюючи власну фінансову стійкість.

Перспективи подальших досліджень мають стосуватися розроблення та апробації методичних підходів до оцінювання ефективності впровадження інноваційних маркетингових технологій у національних парках. Так, накопичена інформація може слугувати проведенню об'єктивного порівняння результатів впровадження подібних маркетингових стратегій у національних парках інших країн для визначення можливостей адаптації найкращих практик до українських реалій.

ЛІТЕРАТУРА

- Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 3. С. 7–12.
- Шовкун Т. М., Зінченко В. М., Мирон І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в національних природних парках Східного Полісся. *Український журнал природничих наук*. 2023. Вип. 2. С. 118–125.
- Варяничко М. Ретроспективний аналіз розвитку сталого туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4570>
- Осітнянко Д. О., Примак Т. Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7612>
- Коніщева Н. Й., Ткачова С. С. Шляхи сталого розвитку туризму на територіях національних природних парків. *Інновації та технології у сфері послуг*. 2020. № 1–2 (3–4). С. 23–33.
- Лупак Р. Л. Оцінювання формування конкурентних переваг туристичних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 3. С. 189–194.
- Лисюк Т., Семенюк О. Сталий розвиток у сфері туризму і рекреації: інноваційні технології та екологічні підходи. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5824>
- Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Білецький Ю. В. Цифрові інноваційні технології в секторі туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554>
- Плотнікова М., Булуй О., Присяжнюк О. Інноваційна модель управління сталим продуктивним соціально-економічним розвитком бізнесу та громад. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2024. № 19. С. 312–320.
- Головчук Ю. О., Мороз С. Р., Цесквік Д. С. Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові підходи. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 5. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-5-12-02>
- Кучерява Г. Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними дестинаціями. *Часопис соціально-економічної географії*. 2021. Вип. 30. С. 32–40.

REFERENCES

- Bihus, M. M., Halkiv, L. I., & Dobushovskyi, P. A. (2020). *Turystychnyi biznes pid vplyvom suchasnykh zmin, zumovlenykh svitovymy vyklykamy* [Tourism business under the influence of modern changes caused by global challenges]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, 3, 7–12.
- Holovchuk, Yu. O., Moroz, S. R., & Tseskiv, D. S. (2022). *Upravlinnia turystychnymy destynatsiiami: innovatsiini marketynhovi pidkhody* [Tourism destination management: innovative marketing approaches]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: ekonomika ta upravlinnia*, 5. Retrieved from <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-5-12-02>
- Konishcheva, N. Y., & Tkachova, S. S. (2020). *Shliakhy staloho rozvytku turyzmu na terytoriiakh natsionalnykh pryrodnykh parkiv* [Ways of sustainable tourism development in the territories of national natural parks]. *Innovatsii ta tekhnologii u sferi posluh*, 1–2 (3–4), 23–33.
- Kucheriava, H. (2021). *Turystychnyi brendynh yak instrument upravlinnia turystychnymy destynatsiiami* [Tourism branding as a tool for managing tourist destinations]. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafi*, 30, 32–40.
- Lupak, R. L. (2016). *Otsiniuvannia formuvannia konkurentnykh perevah turystychnykh pidpriemstv* [Evaluation of the formation of competitive advantages of tourist enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, 3, 189–194.
- Lysiuk, T., & Semeniuk, O. (2025). *Stalyi rozvytok u sferi turyzmu i rekreatsii: innovatsiini tekhnologii ta ekolohichni pidkhody* [Sustainable development in the field of tourism and recreation: innovative technologies and ecological approaches]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 73. Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5824>
- Lysiuk, T. V., Roiko, L. L., & Biletskyi, Yu. V. (2023). *Tsyfrovii innovatsiini tekhnologii v sektori turyzmu Ukrainy* [Digital innovative technologies in the tourism sector of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 52. Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554>
- Ositnianko, D. O., & Prymak, T. Yu. (2020). *Vprovadzhennia pryntsyviv staloho rozvytku v turystychnii industrii* [Implementation of sustainable development principles in the tourism industry]. *Efektivna ekonomika*, 1. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7612>
- Plotnikova, M., Bului, O., & Prysiashniuk, O. (2024). *Innovatsiina model upravlinnia stalym produktyvnym sotsialno-ekonomichnym rozvytkom biznesu ta hromad* [Innovative model of management of sustainable productive socio-economic development of business and communities]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika*, 19, 312–320.
- Shovkun, T. M., Zinchenko, V. M., & Myron, I. V. (2023). *Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku turyzmu v natsionalnykh pryrodnykh parkakh Skhidnoho Polissia* [Current state and prospects of tourism development in national natural parks of Eastern Polissya]. *Ukrainskyi zhurnal pryrodnychok nauk*, 2, 118–125.
- Varianychko, M. (2024). *Retrospektyvnyi analiz rozvytku staloho turyzmu* [Retrospective analysis of sustainable tourism development]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 66. Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4570>

Стаття надійшла до редакції 16.08.2025 р.
Статтю прийнято до публікації 31.08.2025 р.