

THE NEW TRENDS OF THE INTERNATIONAL TOURISM
DEVELOPMENT: OVERTOURISM AND UNDERTOURISM

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО
ТУРИЗМУ: ОБЕРТУРИЗМ ТА АНДЕРТУРИЗМ

Iryna Prykhodko¹

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-436-8-22>

Abstract. The tourism industry is economically significant for any world economy. However, it should be understood that along with the positive consequences, it can be the reason for the quality degradation of the population of the main tourist locations, the reason for the sharp increase in real estate rental prices, the destruction of the infrastructure and the damage to the ecosystem, etc. *Research analysis.* This problem is highlighted in the scientific works of Ukrainian and foreign scientists. However, the search for ways to prevent the oversaturation of tourist destinations and its negative impact on the environment is still topical issue. In published works, insufficient attention is paid to such a phenomenon as "undertourism" and the concept of sustainable tourism. *The purpose of the study* is to study the causes of negative consequences in the implementation of tourist activities and to find some ways to prevent negative effects on tourist destinations. In order to achieve the set goal, it is planned to solve the following tasks: to find out the factors causing overtourism and the genesis of this phenomenon; to determine which tools are effective for overcoming the negative consequences of excessive tourism during the implementation of the concept of sustainable development of cities; to investigate the phenomenon of adventure tourism in the modern system of international tourism; to search for effective solutions to improve tourist activity, solving issues of environmentalization of tourist activity in order to create conditions for the implementation of the concept of sustainable development. *The research methodology* is based on the use of methods of

¹ Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
International Economic Relations Department,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

systematic analysis and synthesis, which allow to determine quantitatively and qualitatively the main trends and the negative impact of overtourism on the quality and well-being of tourist destinations. *The results of the study* allow us to determine the most priority areas of development and to apply the successful experience of overcoming the overtourism of cities and tourist destinations in the future. However, the issue requires further study and the issue of investment research and implementation of such projects in modern Ukrainian realities.

1. Вступ

Постановка проблеми. Туристична індустрія є економічно значима для будь-якої економіки світу. Однак слід розуміти, що поряд з позитивними наслідками, вона є причиною деградації якості рівня населення туристичної локації, причиною різкого зростання цін на оренду нерухомості, руйнування інфраструктури та нанесення шкоди екосистемі тощо.

Аналіз досліджень. Дослідженню даного питання присвячені роботи таких науковців як В. О. Бойко [1], О. О. Зеленко [3], В. С. Мазур [4], А. Г. Охріменко, А. Г. Опанасюк [6] та ін. Ця проблема висвітлена також у працях А. Капоччі [13], М. Беннера [12], Г. Гудвіна [16] та інших. Однак пошук шляхів попередження перенасичення туристичних destinations та його негативного впливу на довкілля і досі залишається актуальним. В опублікованих працях недостатньо уваги приділяється і такому явищу як «андертуризм» та концепції сталого туризму.

Мета дослідження полягає у вивченні причин негативних наслідків при здійсненні туристичної діяльності та пошуку шляхів попередження негативного впливу на туристичні destinations.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язати такі завдання:

- з'ясувати фактори, що спричиняють овертуризм та генезу цього явища;
- визначити, які інструменти є дієвими задля подолання негативних наслідків надмірного туризму під час реалізації концепції сталого розвитку міст;
- дослідити явище андертуризму у сучасній системі міжнародного туризму;

– пошук ефективних рішень задля покращення туристичної діяльності, вирішення питань екологізації туристичної діяльності задля створення умов реалізації концепції сталого розвитку.

Методологія дослідження ґрунтується на використанні методів системного аналізу, синтезу, що дозволяють визначити кількісно і якісно основні тенденції та негативний вплив овертуризму на якість та добробут туристичних дестинацій.

Результати дослідження дозволяють визначити найбільш пріоритетні напрямки розвитку й в подальшому застосовувати успішний досвід подолання овертуризму міст, туристичних дестинацій. Проблематика однак потребує подальшого вивчення та дослідження питання інвестування та реалізації таких проєктів в сучасних українських реаліях.

2. «Овертуризм» на світовому ринку туристичних послуг

Поняття «овертуризм» виникло у 2012 році, однак поширення в науковій літературі отримало у 2017 році. Охріменко А. Г. та Опанасюк Н. А. під «овертуризмом» розуміють неконтрольоване розширення туризму через надмірне зростання відвідувачів і створення значних сезонних пікових періодів в окремих дестинаціях, що призводить до вимушених негативних змін у стилі, зменшенні доступу до зручностей, зростанні вартості життя для місцевого населення, порушення місцевої автентичності [6].

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає поняття «овертуризму» як вплив туризму на місце призначення або його частини, який надмірно впливає на якість життя громадян та/або якість вражень відвідувачів негативним чином [26].

А. Капочі, Ч. Валлоне та М. Перотті виділяють три взаємопов'язані сфери, які формують поняття «овертуризм»:

1. Зростання (параметр, що характеризує значущість зростання кількості туристів у світовому розрізі за останні десятиріччя).

2. Концентрація (збільшення кількості туристичних потоків, що має негативний вплив на туристичну локацію, її навколишнє середовище, соціо-культурну ідентичність, порушення екологічної сталості).

3. Управління (проблема перенасичення туристами розглядається через призму ресурсозабезпеченості територій та впливу сучасних технологій на зростання кількості туристичних потоків) [13].

Г. Гудвін пояснював «овертуризм» як ситуацію за якої обидві категорії, і місцеві жителі і туристи на собі відчувають перенасичення туристичної локації людьми, що нівелює місцеву автентичність (переважно туристами) та викликає невдоволення довкіллям (з боку місцевих жителів) [16].

Отже, під поняттям «овертуризму» можемо розуміти неконтрольоване поширення туристичних потоків, що зумовлюють сезонні піки, зростання вартості життя для корінного населення туристичних дестинацій, негативне навантаження на навколишнє середовище.

На думку Г. Гудвіна, передумовами «перетуризму» можуть бути:

- зростання «доступності» туризму (у фінансовому аспекті, наявність вільного часу, розширенні транспортного забезпечення тощо);
- широка популяризація туризму;
- зникнення меж між туризмом і повсякденною діяльністю;
- відміна чи скорочення (лібералізація) візових бар'єрів;
- інтеграційні процеси;
- зниження або мовних перешкод;
- поява нових форм туризму;
- незбалансоване управління дестинаціями [6].

До основних причин овертуризму можна також віднести:

- доступність бюджетних авіарейсів;
- зростання купівельної спроможності туристів;
- розвиненість та зручність транспортної інфраструктури;
- швидке збільшення кількості онлайн-платформ по оренді та пошуку житла;
- збільшення кількості туристів з певних країн чи регіонів;
- перенавантаженість окремих локацій через поняття «модних туристичних напрямків» та збільшення кількості та популярності круїзних подорожей.

Сьогодні Всесвітня туристична організація (UNWTO) виділяє основні чинники, що формують загальні тренди і тенденції та туристичні потоки:

- глобалізація, що базується на довгострокових економічних тенденціях, а саме на функціонуванні світової економіки, що своєю чергою посилює процеси глобалізації;
- загальні соціальні тенденції, зокрема урбанізація, індивідуалізація, гедонізація відпочинку, прагнення та очікування нових поколінь;

- політичні тенденції, зокрема забезпечення безпеки туристів, посилення національної кібербезпеки країн світу;

- обмін культурним досвідом, популяризація та збереження культурної свосвідності світової спадщини;

- тенденції збереження навколишнього середовища, зокрема енергетики та природних ресурсів, намагання уникнути загрозливих кліматичних змін, раціональне використання природних ресурсів, розвиток екокультури та перехід до здорового способу життя;

- швидкий розвиток цифрових технологій [10].

Серед мотивів зростання овертуризму можна виділити основні туристичні тренди, які набирають популярності:

1) Сет-джеттінг – туристичні подорожі до місць, де проходили зйомки популярних фільмів чи телешоу. До прикладу, туристичні місця Румунії стали відомими після зйомок фільму «Венздей», а Париж став бажаним туристичним місцем після виходу в прокат фільму «Емілі в Парижі», Лондон з локаціями, де знімали фільм «Гаррі Поттер» тощо.

2) Святкування особливих подій – медовий місяць, річниці, дні народження, особливі подарунки у вигляді турне.

3) Настрій туризм – активний відпочинок для молоді на островах (іспанський острів Ібіца); відпочинок у замках, шато; екологічний туризм тощо.

4) Подієвий туризм – концерти, фестивалі, співочі турне.

Для овертуризму є характерними такі риси:

- зростання питомої ваги туристів відносно частки місцевого населення;

- значне забруднення та погіршення навколишнього середовища;

- невдоволення місцевого населення через значне здорожчання вартості повсякденного життя;

- збільшення кількості негативних соціальних явищ;

- вимушене переміщення резидентів туристичних дестинацій до інших регіонів, які є менш популярними у туристів.

У своєму дослідженні Г. Доксі запропонував модель відношення місцевого населення до туристів. Вчений виокремлює чотири етапи [14]:

1) ейфорія – початкова стадія розвитку туризму, присутність туристів сприймається місцевим населенням з ентузіазмом (мова йде про початковий етап туризму);

2) апатія – взаємодія між місцевими жителями та туристами набуває комерційного характеру, відносини стають більш формальними (туризм сприятливо впливає на економічне зростання);

3) роздратування – характерна надмірна присутність туристів, накопичення та натовпи, спостерігається високий рівень інфраструктури (розвинений туризм);

4) антагонізм – відкрита демонстрація роздратування відносно туристів (акції протесту).

Вчені виокремлюють такі наслідки овертуризму [13]:

– інфраструктура міста постійно є під значним тиском (пішохідні доріжки та дороги загального користування швидко знищуються, значне забруднення місцевої екосистеми);

– зростання кількості туристичного бізнесу (ресторани, бари, сувенірні магазини тощо);

– «туризмобія» (акції протесту та невдоволення місцевого населення через здорожчання повсякденного життя через туристів).

Europart Federation виокремлює три типи туристичної місткості [27]:

1) екологічна туристична місткість – ступінь, до якого екосистема, середовище, ландшафт чи туристична місцевість може сприймати різні наслідки розвитку туризму і пов'язаної з ним інфраструктури без втрати привабливості і краєвидів;

2) культурна та суспільна туристична місткість – рівень, після переходу якого, розвиток туризму має шкідливий вплив на місцеву громаду, її життя та культуру;

3) психологічна туристична місткість – рівень, після переходу якого, основні цінності які очікують туристи (естетичні, рекреаційні, можливість відпочинку в тиші і спокою), були деградовані в результаті неправильного розвитку туризму.

М. Беннер визначає такі потенційні ризики від овертуризму [12]:

– зростання витрат на споживання, що спричиняє спекуляціям на ринку оренди нерухомості та перевантажує транспортну інфраструктуру;

– втрата самоідентифікації місцевого населення з місцем, що стало туристичним осередком;

– втрата власне туристичною локацією автентичного характеру;

– втрата культурної стадщини.

Наслідки в соціально-культурному середовищі:

- зміни звичаїв і відношення до давніх традицій, переймання звичаїв від приїжджих;
- поява халтури, псевдопам'яток, зубожіння та зникнення давньої духовної та матеріальної культури;
- космополітизм та стандартизація архітектурних форм, впровадження не характерних традиціям регіону архітектурних форм, розпошнена забудова, урбанізація території;
- втрата авторитету родини, «неоколоніалізм», виселення місцевих людей з простих садиб туристичними концернами;
- все «за гроші», відмирання родинних ознак гостинності, сердечності та привітності;
- перебої в комунікації, проблеми з покупками, сміття, шум, погіршення стану середовища, передача інфекцій, ріст злочинності, алкоголізму тощо;
- знищення чи спустошення пам'яток і місць світової спадщини, археологічних розкопок, музейних пам'яток, ремісництва тощо [27].

Загалом, наслідки від туризму можна розділити на позитивні та негативні. Поряд з позитивними наслідками розвитку туризму, у віддалених і слабких у структурному відношенні регіонах, потрібно брати до уваги і негативні аспекти: збільшення кількості відхилень від прийнятих у суспільстві норм поведінки; комерціалізацію традицій та культури; втрату самобутності популярної туристичної локації; конфліктні ситуації між місцевим населенням та іноземними туристами. Однак туристична індустрія все активніше стимулює розвиток віддалених, непопулярних та туристично малорозвинених регіонів. Організація туристичної діяльності нейтралізує такі негативні наслідки, як зростання безробіття, скорочення оброблюваних сільськогосподарських земель, зміна традиційного способу життя місцевих жителів населення, а сприятиме створенню нових робочих місць, відродження місцевих культурних цінностей, охорони та відновлення пам'яток історії та культури.

Питання негативного впливу туризму на навколишнє та суспільне середовище вперше постало у 50-х роках ХХ ст., коли він став масовим. Характерні риси овертуризму з'явилися в Альпах та туристичних місцях коло Середземного моря. Таке туристичне пожвавлення

на практиці виявило чимало проблем: погіршення природних ландшафтів, зникнення культурних цінностей місцевих мешканців, забруднення ґрунтів, повітря та водних ресурсів тощо. Наслідком стала міжнародна критика активного розвитку туризму. У 80-х рр. розпочалися активні дискусії щодо зміни надання туристичних послуг та зміни основних туристичних тенденцій на користь «врівноваженого розвитку» туризму.

У процесі туристської діяльності неминуче відбувається зміна навколишнього середовища. Вплив туризму на навколишнє середовище може бути прямим, непрямим, спонукальним, а також позитивним або негативним. Позитивний вплив передбачає збереження та відновлення історичних пам'яток, створення національних парків та заповідників тощо.

Негативних наслідків від туристичної діяльності, на жаль, більша кількість. Внаслідок зростання кількості туристів погіршується якість води, повітря, шуму, знищення флори та фауни, пошкодження історичних пам'яток та культурної спадщини [8].

П. Пітерс підрахував, що на всі туристичні поїздки у доковідний період припадало близько 10% всіх викидів CO₂ у світі, які виробляли транспорт, житло та інші види туристичної діяльності. Вражає, що літаки використовуються лише для 22% усіх туристичних поїздок, але на ці рейси припадає близько 52% викидів [20]. Транспорт – є основним джерелом викидів CO₂ у туристичній галузі, досягаючи частки в 75% серед інших джерел викидів цієї галузі. П. Пітерс зробив прогноз, відповідно до якого до 2100 року, частка авіаперельотів збільшиться до 37%. До того ж загальна пройдена відстань буде вдесятеро більшою, ніж зараз і 76% із них буде припадати на літаки. Як вирішення цієї проблеми П. Пітерс [20] пропонує оптимальний сценарій, який дозволить зменшити викиди шкідливих речовин в атмосферу та підтримати зростання туристичної галузі економіки завдяки розвитку міжнародного залізничного сполучення. І таке рішення полягає у динамічному розвитку високошвидкісних поїздів та зниженні частки туристичних поїздок відстанню понад 6000 км (рис. 1).

Людство розглядає розвиток екологічного туризму як один із варіантів збереження природного та культурного різноманіття планети Земля. Термін «екотуризм» часто використовують туристичні агент-

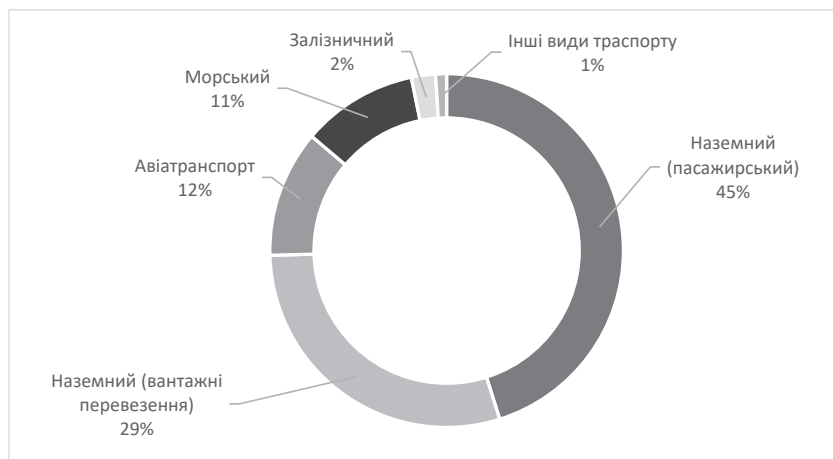


Рис. 1. Викиди CO₂ різних видів транспорту під час туристичних подорожей

Джерело: [25]

ства, спеціалісти для позначення діяльності, пов'язаної з використанням природних ландшафтів та об'єктів. Можна назвати декілька значущих проектів у цій сфері: розвиток сільського туризму, екотуризм у заповідниках, тури в рамках наукових конференцій тощо.

На відміну від інших видів туризму, екологічний туризм – це подорож або відвідування добре збережених природних територій, як правило, об'єктів природно-заповідного фонду чи інших типів природоохоронних територій. По-друге, екологічний туризм передбачає наявність визначених, доволі жорстких правил поведінки і їх дотримання є принциповою умовою успішного розвитку даної сфери. По-третє, екотуризм відрізняється відносно слабким негативним впливом на природне середовище і тому його інколи називають «м'яким туризмом». По-четверте, екотуризм – це туризм, який передбачає умови, де місцеві жителі не лише працюють в якості обслуговуючого персоналу, але і продовжують жити на охоронній території, проводити традиційний вид господарювання, який забезпечує ощадливий режим природокористування [4].

Щоб екологічний туризм міг справляти сталий позитивний вплив па економічну та соціально-культурну сфери країни, а також бути реальним пріоритетним напрямком національного туризму, необхідно розроблення стратегії його розвитку, що має опиратися на такі основні пріоритети:

- орієнтувати туристів на споживання екологічних ресурсів та послуг;
- зберігати та відтворювати природне середовище;
- відновлювати і зберігати етнокультурне середовище [11].

«Зелені технології» є базовими умовами при проектуванні кожного нового круїзного судна, адже Положення Міжнародної конвенції по запобіганню забруднення з суден постійно переглядаються для підвищення рівня екобезпеки водних ресурсів. Європейська програма по підтримці екологічних проєктів вже понад п'ять років впроваджує проєкт «Сталий круїз» («Sustainable Cruise») для впровадження технологій по скороченню та переробці відходів [22].

Саме тому, стійкий туризм мусить [9]: забезпечувати оптимальне використання природних ресурсів, які вважаються основним елементом розвитку туризму, підтримуючи суттєві екологічні процеси і допомагаючи зберегти природні ресурси та біорізноманіття; шанувати соціокультурні особливості приймаючих спільнот, зберігати їхню культурну спадщину і традиційні цінності та сприяти міжкультурному розумінню і терпимості; гарантувати життєдіяльні, довгострокові економічні операції, надаючи і справедливо розподіляючи соціально-економічні вигоди для всіх учасників – постійну занятість і можливість отримання доходу, соціальне забезпечення в приймаючих спільнотах, сприяючи тим самим зниженню рівня бідності.

Міжнародна компанія Statista склала рейтинг європейських міст, що страждають від надмірного туризму. До уваги бралися такі показники як: кількість туристів, що прибувають авіатранспортом; кількість доступних місць для ночівлі на квадратний кілометр; співвідношення кількості туристів у найвищий туристичний сезон та кількості місцевих жителів; думка місцевих жителів про вплив (позитивний чи негативний) на щоденне життя міста. Для ранжування було обрано шкалу від 1 до 10, де оцінка 10 вказує про неконфліктність місцевих з туристами, а 1 вказує на відкритий антагонізм. Серед найпопулярніших міст першість належить Лондону, Парижу, Стамбулу (табл. 1).

А. Гонзалес в межах дослідження про вплив овертуризму на туристичну локацію обрав Венецію [15]. Автор говорить про трансформацію міста яке таке, що втратило статус, який ЮНЕСКО у 1987 р. визначало як World Heritage List і перейшло до List of World Heritage in Danger у 2016 році. Більше того, Венецію можна розглядати як типовий приклад малого міста з великою кількістю туристів. Венеція страждає від туристичних круїзних лайнерів, що швидко знищують екосистему міста. Венеція приймає 66 тис. туристів щоденно, з них 2,5 млн. осіб прибуває в межах круїзів щорічно. У 2022 році Венеція зобов'язала туристів заздалегідь реєструватися та сплачувати за вхід до історичної частини міста.

Таблиця 1

**Міста з найбільшою кількістю туристів у Європі
(за кількістю ночівель) у 2019–2022 рр. (млн)**

Місто	2019	2020	2021	2022
Лондон	85,1	20,77	25,54	59,13
Париж	52,45	14,13	20,47	50,13
Стамбул	23,93	9,89	18,37	29,63
Берлін	34,12	12,28	13,98	26,53
Рим	29,07	5,35	5,03	20,32
Барселона	19,85	3,92	6,1	19,73
Амстердам	18,38	5,8	5,78	18,25
Мадрид	20,68	5,05	10,93	17,66
Мюнхен	18,29	7,03	7,95	16,02
Гамбург	15,43	6,88	7,5	14,71
Стокгольм	15,3	6,9	9,23	14,34
Відень	18,64	4,93	5,41	13,9
Ліссабон	13,82	-	5,19	13,32
Прага	18,48	4,9	5,26	13,22
Мілан	-	3,52	5,26	11,14

Джерело: [25]

У Таїланді більше 70% коралових рифів затоки Майя-Бей майже зникли через туристичний вплив. Основна маса пошкоджень рифів відбувається через якорі туристичних суден. Починаючи з 2011 року влада Таїланду заборонила туристам займатися дайвінгом через

значну шкоду, що спричиняється під час таких туристичних мандрівок. Схоже обмеження на висадку туристів круїзних лайнерів у кількості 8 тис. туристів щоденно діє і на острові Санторіні, який приймає майже 1,5 млн. осіб щорічно.

Флоренція також потерпає від надмірної кількості туристів. У столиці Тоскани особливою популярністю користуються тури, що презентують архітектуру епохи «Відродження».

Іншою популярною локацією для туристів є італійська місцевість Чінкве-Терре, яку щороку відвідують більше 2 млн. туристів. Досліджено, що туристична діяльність спричиняє непоправної шкоди цьому національному парку, туристичні маршрути перенасичені, що призвело до руйнування доріг, зсувів ґрунту. З метою попередження подальшого руйнування було розроблено мобільний застосунок для туристів аби уникати скупчень.

Ще одна відома туристична локація – Мачу-Пікчу, для якої теж характерна велика кількість відвідувачів, несертифікованих туристичних груп, що має наслідком значне руйнування стежок, нагромадження стихійних звалищ. З метою зменшення негативного впливу влада Перу, починаючи з 2005 року, встановив обмеження на фізичну присутність туристів протягом високого сезону.

Японську гору Фудзі кожного дня відвідують кілька тисяч туристів, після яких коло підніжжя залишається багато сміття. Попри те, що у 2013 році Фудзі було включено до світової спадщини ЮНЕСКО, це не лише не покращило ситуацію, але й збільшило кількість туристів вдвічі.

Не краща ситуація на островах. Південнокорейський острів Чеджу приймає велику кількість авіарейсів щоденно, що щорічно становить більше 15 млн. туристів. Туристична діяльність приносить не лише прибуток острову, а й значні негативні наслідки у вигляді забруднення, антропогенного навантаження та незручності для місцевого населення.

У хорватському Дубровніку було оголошено міський проєкт «Поважай місто», за яким місто мало б бути туристичним не лише сезон, а цілий рік. Так, за офіційними даними у 2018 р. місто відвідали 1,27 млн туристів, що на 8% більше аніж попереднього року. Запропоновано також обмежити кількість туристів до 4 тис. осіб.

Іншою популярною туристичною локацією виступає Балі. Підраховано, що у 2019 році в аеропорт прибуло більше 6,5 млн осіб, що осо-

бливо негативно вплинуло на довкілля та міське середовище. Владою Балі прийнято рішення про запровадження податку при виїзді з країни (для іноземних громадян) у сумі 10 дол. США.

І хоча можна навести багато прикладів негативного та шкідливого впливу, однак не варто забувати, що частка туризму у ВВП країн сягає доволі значних показників (рис. 2).

Одним з найважливіших економічних показників діяльності туристичної індустрії є туристичний збір. Податки на туризм планують запровадити у країнах Євросоюзу. Починаючи з 2025 року усім туристам необхідно буде зареєструватися на сайті Європейської системи інформації та авторизації (ETIAS) та сплатити 7 євро податку. Схожа практика уже існує в Амстердамі (готельний податок у розмірі 7% та круїзний податок для пасажирів круїзних лайнерів у розмірі 8%), де туристи повинні сплатити один з найвищих туристичних податків серед європейських держав. Починаючи з 2024 року туристичний податок запроваджується і в Ісландії. У найбільшому португальському порту Ольян починаючи з 2023 року стягується туристичний податок (2 євро в туристичний сезон та 1 євро в решта часу), частина якого йде на боротьбу з негативним впливом туризму. У Барселоні розмір податку коливається від 2 до 3 євро за ніч перебування. У 2024 році туристи у Венеції повинні сплатити 5 євро туристичного збору, плата поширю-



Рис. 2. Частка доходу ВВП країн ЄС від туризму у 2012–2028 рр. (млрд дол. США)

Джерело: [25]

ється на відвідувачів старше 14 років. Данія, починаючи з 2025 року братиме плату з іноземних громадян за авіаперельоти, дохід з якої буде використовуватись на екологічні заходи. Інші європейські країни теж запровадили збори для туристів: в Австрії у таких популярних локаціях як Відень, Зальцбург в середньому така плата дорівнює трішки більше 3 євро, у бельгійських містах Брюсселі, Антверпені податок в середньому становить 7,5 євро, Болгарія, Хорватія, Чеська Республіка такий податок визначено на рівні 1-1,5 євро, Франція, Італія, Греція, Словенія, Іспанія – 4-7 євро за ніч перебування, Німеччина, Угорщина та Нідерланди визначають туристичний податок в середньому від 4 до 7% від вартості готельного номера.

Регулювання туристичної сфери здійснюється за допомогою численних декларацій, конвенцій та стратегій, що покликані зрівноважувати та ефективно розподіляти туристичні потоки, формувати пласт екологічно свідомих туристів та формувати нові тенденції розвитку туристичних послуг.

HOTREC (Європейська Асоціація готельєрів та рестораторів) у своєму дослідженні провели аналіз проблеми овертуризму. Асоціація пропонує п'ять рекомендацій по боротьбі з овертуризмом [23]:

1) чітке управління через планування та регулювання туристичних потоків на усіх рівнях (державному та локальному), запровадження додаткових зборів з туристів;

2) встановлення лімітів по кількості туристів, як на рівні готелів, так і загалом по кількості туристів, що прибувають до туристичної дестинації;

3) розподіл туристичних потоків, залученість туристів до екскурсій та відпочинку не лише у найпопулярніших локаціях, а й ознайомлення їх з частинами країни, які залишаються невідомими для пересічного туриста;

4) підвищення рівня відповідальності у туристів через систему штрафів та стягнень на законодавчому рівні за пошкодження туристичних місць та навколишнього середовища;

5) діалог між місцевими жителями, професійними туристичними організаціями, туристичними операторами та місцевими органами влади.

UNWTO запропонувала низку сценаріїв для зменшення негативних наслідків овертуризму.

За першим сценарієм передбачається розсосередження надмірної кількості туристів по усій території туристичної локації, наголос робиться на привабливість менш відвідуваних місць, околиць. Для цього пропонується рекламувати визначні пам'ятки та об'єкти для відвідувачів у менш відвідуваних частинах міста та в його околицях. Для стимулювання зацікавленості туристів такими подорожами пропонується запровадження проїзної картки для необмеженої кількості місцевих подорожей для відвідування менш відвідуваних частин.

Друга стратегія має на меті розсосередження відвідувачів за часом, що мала б сприяти туристичним враженням у непікові місяці, забезпечувати динамічне ціноутворення. Пропонується стимулювати події в «нетуристичні» місяці, встановлювати часові проміжки для популярних пам'яток та/або подій за допомогою моніторингу в реальному часі, використовувати нові технології (програми, додатки), щоб стимулювати динамічне розсіювання в часі.

У третій стратегії мова йде про стимулювання нових маршрутів для відвідувачів. Пропонується просувати нові маршрути у точках входу в місто та під час подорожей відвідувачів, у тому числі в туристичних інформаційних центрах, запроваджувати комбіновані знижки на нові маршрути та пам'ятки, виготовляти путівники та книги для туристичних цілей, стимулювати розвиток екскурсій частинами міста, які невідомі для туристів.

У 4 стратегії пропонується переглянути та адаптувати правила для туристів. Мова йде про час роботи атракціонів для відвідувачів, правила доступу великих груп до популярних визначних пам'яток, правила дорожнього руху в жвавих частинах міста, забезпечити відвідувачам використання паркувальних місць на околиці міста, створити спеціальну зупинку – заборонені зони для автобусів у відповідних місцях, створити зони лише для пішоходів, переглянути регулювання та оподаткування нових туристичних послуг, переглянути регулювання та оподаткування готелів, визначити пропускну спроможність міста, критичних районів і пам'яток тощо, пропонується перегляд нормативних актів щодо доступу до певних районів міста для туристичної діяльності.

У наступній стратегії пропонується покращити сегментацію відвідувачів, визначити основні типи відвідувачів із меншим впливом на довколишнє середовище конкретного міста, а разом з тим запровадити певні

стимули для повторного відвідування туристичних destinations певним сегментам відвідувачів, які забезпечують місцевим громадам користь від туризму, підвищення рівня зайнятості, сприяють позитивному впливу туризму, стимулюють розвиток бідних околиць через туризм.

Наступна стратегія спрямована на забезпечення потреб місцевих мешканців. За нею передбачається створення позитивного враження від міста, яке принесе користь як мешканцям, так і гостям, пропонується розвивати місто відповідно до потреб і бажань мешканців, а туристів розглядати як тимчасових мешканців, сприяти мистецьким і культурним ініціативам, таким як вуличне мистецтво, щоб надати свіжий погляд на місто та розширити відвідування нових районів, а також збільшити час роботи туристичних пам'яток.

Пропонується покращувати міську інфраструктуру, створити місто зі сталим управлінням та добре організованими основними маршрутами придатними для широкомасштабної туристичної діяльності; передбачається також поліпшення міської культурної інфраструктури, вказівників, створення спеціальних транспортних засобів для відвідувачів у пікові періоди.

Наступну стратегію можна охарактеризувати як комунікаційну, що спрямована на обізнаність відвідувачів про вплив туризму, ознайомлення відвідувачів з місцевими цінностями, традиціями тощо, надання актуальної інформації про тимчасові обмеження руху, місця для паркування, плату, маршрутні автобуси тощо.

За останньою стратегією передбачається контроль та моніторинг сезонних коливань туристичного попиту, прибуття кількості туристів та їхні витрати, шляхи туристичних відвідувань пам'яток, сегменти відвідувачів та періоди туристичних напливів у певні регіони [19].

Отже, механізмами запобігання «перетуризму» можуть бути:

- ефективне перенаправлення туристичних потоків до менш популярних destination;
- законодавчі обмеження туристичних потоків у певні терміни/сезони;
- введення штрафів за погіршення чи забруднення туристичних місць;
- запровадження окремих видів туристичних зборів;
- «розсіювання» поселень туристів у менш туристичні локації;
- надання переваги так званим «еко-туристам».

3. Андертуризм у сучасній системі міжнародного туризму

Під поняттям «андертуризм» розуміють раптове зниження показників туризму, що спричинене об'єктивними факторами (політична невизначеність у країні туристичної дестинації, військовий конфлікт, форсмажори, епідемії тощо). У Кембриджському словнику поняття «андертуризм» визначається як:

1) ситуація, коли місто або інше місце відпочинку не приймає багато туристів або достатню кількість туристів;

2) все більш поширену маркетингову тактику, що використовується менш відвідуваними напрямками, тобто організація подорожей у менш популярні місця, альтернативні відомим туристичним дестинаціям. Багато країн в наш час прагнуть розповсюдити туризм з перевантажених районів в місця, які дійсно потребують туристичних витрат [19].

Серед основних чинників, які найбільше гальмують збільшення туристичного потоку, слід назвати такі:

- обмеження у пересуванні на національному й міжнародному рівнях;
- уповільнені темпи вакцинації та конкуренція між країнами щодо її отримання;
- несприятливе становище глобальної економічної системи (криза, викликана пандемією, не дає можливості провайдерам повноцінно відновити свою фінансову стійкість та поновити свою роботу);
- відсутність скоординованих дій між урядами країн;
- низький рівень довіри споживачів туристичних послуг;
- повільне відновлення авіасполучення [3].

Активне поширення андертуризму на світовому ринку туризму пов'язане з пандемією COVID-19. Однак явище раптового скорочення туристичних потоків притаманне і для місцевого та регіонального туристичного ринку, що може бути пов'язане з низкою інших причин (військовими, політичними, природними, економічними).

Оцінка впливу пандемії COVID-19 на міжнародний туризм у 2020 та 2021 роках свідчить про значне зниження кількості міжнародних туристів як на регіональному, так і глобальному рівнях. За даними «World Tourism Barometer» Всесвітньої туристичної організації (ВТО) можна зробити висновок, що введені карантинні заходи призвели до

зниження туристичних потоків у січні-травні 2021 р. на 85% у порівнянні з аналогічним періодом 2019 р. та на 65% у 2020 р. Найбільший вплив відчув Азіатсько-Тихоокеанський регіон, який в першу чергу постраждав від пандемії COVID-19, де кількість прибуттів міжнародних туристів у першій половині 2021 р. знизилась на 95%, на Близькому Сході – на 83%, в Америці даний показник зменшився на 72% та Африці – на 81% [25].

Зниження кількісних показників виїзного і в'їзного туризму головним чином відбулося внаслідок впровадження обмежувальних карантинних заходів для запобігання поширенню захворюваності на COVID-19 в країні та світі. Крім того, зниження кількості осіб, що подорожували за кордон, значною мірою обумовлене реакцією населення на рекомендації, що активно поширювалися засобами масової інформації, утриматися від таких поїздок та страхом імовірного зараження коронавірусом. Проте потреба реалізації туристичної активності населення та необхідність організації власного відпочинку й поліпшення психоемоційного стану сприяла зростанню попиту на внутрішній туризм, який є менш залежним від глобальної коронавірусної кризи та карантинних заходів, що відобразилось на показниках його розвитку.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН, лише за перші 10 місяців 2020 року обсяги міжнародного туризму впали на 70%, досягнувши рівня 1990 року. Це призвело до втрати 935 млрд дол. США експортних доходів від міжнародних туристичних перевезень, що більш ніж в 10 разів перевищує збитки в 2009 році внаслідок світової економічної кризи [24].

За даними Всесвітньої туристичної організації, Європа є привабливою туристичною дестинацією навіть у кризові періоди. Туризм відіграє важливу роль в економіці європейських країн. Як видно з рисунку 3, після 2019 ковідного року, частка туризму у ВВП дещо знизилася, однак зберігаються тенденції щодо популярності країн у туристів. Так, найпривабливішими для туристів залишаються Хорватія, Греція та Португалія, які зробили найбільший внесок у ВВП європейських країн.

Втрата туристичних доходів загострила небезпеку для збереження та відновлення біорізноманіття в охоронюваних та інших природо-

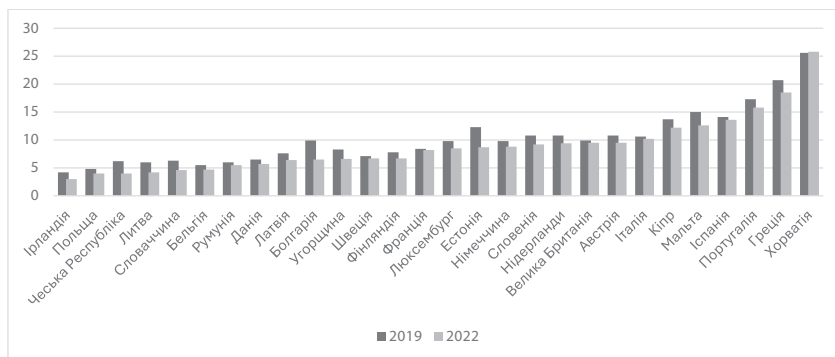


Рис. 3. Частка туризму у ВВП ЄС-27 та Великої Британії у 2019–2022 рр. (у %)

Джерело: [25]

охоронних територіях, в яких здебільшого здійснюється туризм, який пов'язаний з дикою природою. За відсутності інших можливостей, місцеве населення змушене почати надмірно експлуатувати природні ресурси або для власного споживання, або з метою отримання доходу [21]. В той же час, скорочення міжнародних туристичних перевезень дозволило зменшити шкідливі наслідки функціонування транспортної туристичної інфраструктури – викиди парникових газів та інших шкідливих речовин у навколишнє середовище.

Пандемія COVID-19 стала найбільш серйозним викликом для туристичної галузі за весь час її існування. За даними доповіді ОЕСР «Відновлення туризму для майбутнього», за підсумками 2020 р. економіка міжнародного туризму скоротилася приблизно на 80%. Тільки за січень-серпень 2020 р. падіння експортного виторгу від міжнародного туризму становило 730 млрд дол. порівняно з аналогічним періодом 2019 р. – що більш ніж у вісім разів перевищило втрати, понесені в результаті глобальної економічної й фінансової кризи 2008–2009 рр., за якої через спад в економіці, зростання цін на паливо й падіння попиту на квитки та пакетні тури ринок залишили тисячі авіаперевізників і туроператорів в усьому світі [26]. За даними

Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), кількість міжнародних туристів за січень-жовтень 2020 р. скоротилася на 72 % порівняно з аналогічним періодом 2019 р., втрати становили 935 млрд дол. США, що в 10 разів перевищує аналогічний показник 2009 р. – за час світової економічної кризи. У країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону кількість туристів зменшилася на 82%, Близького Сходу – на 73%, Африки – на 69%, Європи та Америки – на 68%. Загалом у 2020 р. очікувалося зменшення кількості міжнародних прибуттів на 70–75%, що означає повернення міжнародного туризму до рівня 1990-х рр. Згідно з прогнозами UNWTO, наприкінці 2020 р. збитки цього сектора економіки мали перевищити 1 трлн дол. з імовірністю втрати роботи для понад 100 млн осіб [26].

Пандемія COVID-19 спричинила низку соціальних та економічних наслідків у сфері туризму, закриття кордонів мало наслідком відтермінування чи скасування туристичних, ділових, релігійних та культурних подій. Практично усі країни світу запровадили обмежуючі заходи для попередження поширення хвороби. Особливо гострі наслідки така ситуація мала для туристичних подорожей. Так, у першій половині 2021 року в багатьох регіонах світу міжнародні туристичні потоки скоротилися на більш ніж 95%, під загрозою опинилися 100-120 мільйонів робочих місць.

Згідно зі звітом ЮНВТО щодо пов'язаних із COVID-19 обмежень на пересування, опублікованим 20 квітня 2020 року, 100% усіх міжнародних destинацій ввели обмеження на пересування через пандемію:

- 97 destинацій (45%) повністю або частково закрили свої кордони для туристів;
- 65 destинацій (30%) повністю або частково призупинили здійснення міжнародних авіарейсів;
- 39 destинацій (18%) закривають свої кордони за більш диференційованим принципом, забороняючи в'їзд для пасажирів із певних країн походження [7].

За оцінками, у 2023 році в усьому світі було зареєстровано 1286 мільйонів міжнародних туристів (відвідувачів, які ночували), що на 34% більше, ніж у 2022 році, або на 325 мільйонів. У 2023 році міжнародний туризм відновився на 88% від допандемічного рівня завдяки значному відкладеному попиту (рис. 4).

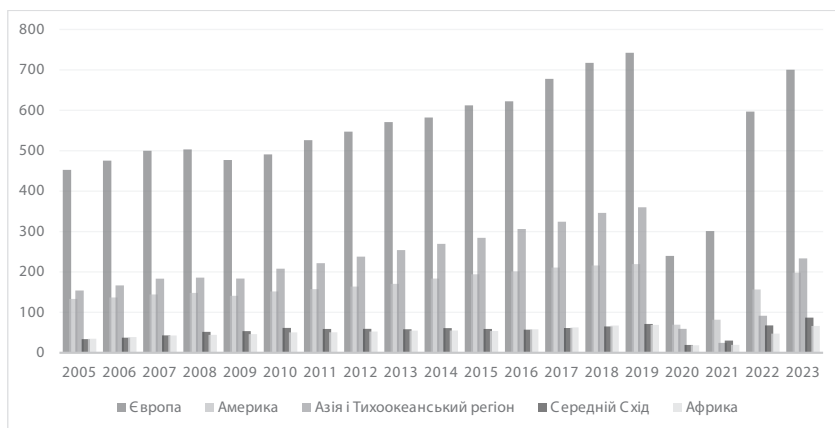


Рис. 4. Кількість прибуттів іноземних туристів у 2005–2023 рр., за регіонами (у млн)

Джерело: [25]

Близький Схід лідував у відновленні за регіонами у відносному вимірі, будучи єдиним регіоном, який подолав рівень до пандемії з прибуттям на 22% більше, ніж у 2019 році.

У 2023 році Європа досягла 94% допандемічного рівня, тоді як Африка відновилася на 96%, а Америка – на 90%. Азіатсько-Тихоокеанський регіон досяг 65% рівня до пандемії з поступовим відновленням з початку 2023 року. Чотири субрегіони: Північна Африка, Центральна Америка (обидва +5%), південна Середземноморська Європа та Карибський басейн (обидва +1%) перевищили рівень до пандемії у 2023 році (рис. 4).

Загальний експортний дохід від туризму (включаючи пасажирські перевезення) оцінюється в 1,6 трильйона доларів США у 2023 році, що становить майже 95% від 1,7 трильйона доларів США, зафіксованих у 2019 році.

Оцінки прямого валового внутрішнього продукту туризму (TDGDP) вказують на 3,3 трильйона доларів США у 2023 році, або 3% світового ВВП, на тому ж рівні, що й у 2019 році, завдяки внутрішнім і міжнародним подорожам.

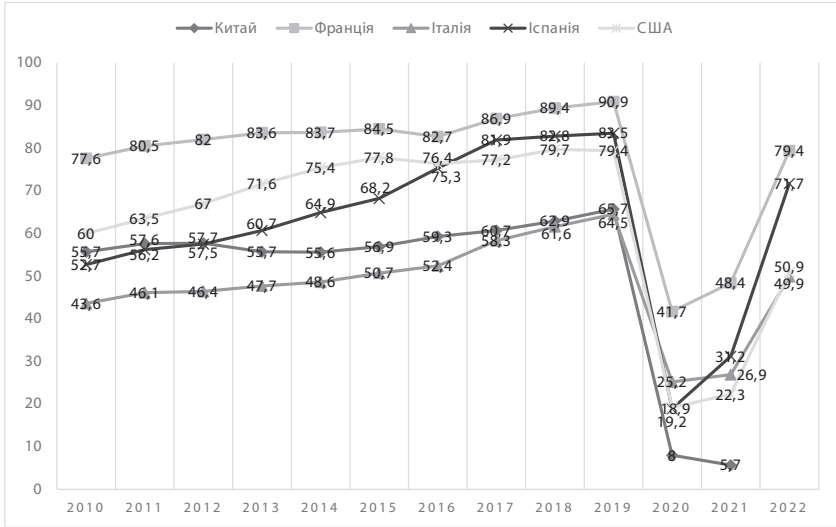


Рис. 5. Вплив ковіду на туристичні потоки деяких країн (у млн)

Джерело: [unwto.org/tourism_data/global-and-regional-tourism-performance](https://www.unwto.org/tourism_data/global-and-regional-tourism-performance)

Очікується, що після значного відновлення в 2023 році міжнародний туризм повністю відновить рівень до пандемії в 2024 році, причому початкові оцінки вказують на зростання кількості міжнародних туристів на 2% порівняно з рівнями 2019 року (рис. 5).

Позитивний прогноз для сектору відображено в останньому дослідженні ООН щодо індексу довіри до туризму в галузі туризму: 67% професіоналів у сфері туризму вказують на кращі або набагато кращі перспективи на 2024 рік порівняно з 2023 роком.

Очікується, що вивільнення залишкового відкладеного попиту, збільшення авіасполучення та активніше відновлення азійських ринків і напрямків стануть основою повного відновлення до кінця 2024 року.

Цифровізація туристичного сектора почалася задовго до пандемії. Такі сервіси, як Skyscanner, Booking.com і зазначений вище Airbnb дали можливість легко й просто планувати поїздки самостійно, і дедалі більша кількість туристів віддає перевагу індивідуальним, а не пакетним турам. Ще в березні 2019 р. дослідницька компанія Market

Research Future (Індія) прогнозувала, що темпи зростання світового ринку онлайн-туризму (інтернет-сервісів планування самостійних подорожей) у найближчі чотири роки становитимуть понад 13% у рік, а світовий ринок онлайн-подорожей зростає з 570,25 млрд дол. у 2017 р. до 1134,55 млрд дол. у 2023 р. [2]. Технології трансформували як бізнес, так і його підходи до клієнтів. Наразі планування подорожі займає декілька хвилин: бронювання літака, ознайомлення з відгуками про будь-який туристичний об'єкт (готель, ресторан тощо), знаходження та оренда житла у будь-якому куточку світу. З наявністю різноманітних рішень на кшталт Skyscanner, Airbnb, Couchsurfing, Maps.me та лоукостів самостійні подорожі стали ще доступнішими. Втім, у глобалізованому світі люди дедалі більше турбуються не лише про гроші, а й про витрачений час, тому актуальність існування туристичних фірм ще залишається високою. Усе це висуває високі вимоги до сайтів і мобільних платформ, позаяк люди перестали віддавати перевагу телефонним дзвінкам, більшість питань вирішується в месенджерах і через сайт: приміром, лише 1 % бронювання житла здійснюється шляхом телефонування до агентств. Найбільш популярними методами бронювання є OTA (Online Travel Agencies – онлайн тревел-агентства) і сайт компанії. Ефективність функціонування залежить від того, чи є головний канал продажів будь-якої фірми доступним і зрозумілим, а головне – бездоганно працюючим з будь-якої платформи. Іншим напрямом цифровізації туризму, що набув особливої популярності саме під час карантинних обмежень, стали віртуальні екскурсії по містах і музеях світу: перебуваючи вдома, можна відвідати Лувр, послухати Віденську оперу, ознайомитися з відеогалереєю NASA. Можливість подорожувати онлайн допомагає людям відкривати світ, побачити місця, де ще не бували, одержувати знання, знайомитися з жителями і традиціями різних країн. Отже, незважаючи на потужне падіння галузі, COVID-19 виявився несподіваним каталізатором інновацій та інтеграції нових технологій у галузь. Прискорення цифрового порядку стало одним із позитивних результатів цієї кризи поряд з розвитком нових бізнес-моделей, що втілюють цілі сталого розвитку, впровадження екологічного туризму, залучення в сектор різних соціальних верств населення, а також еволюцією попиту й переосмисленням ролі безпеки та здоров'я [2].

4. Вплив збройних конфліктів на розвиток міжнародного туризму

Туристична галузь дуже чутлива до політичних криз, тероризму, воєнних конфліктів, природних стихійних лих, техногенних катастроф, енергетичних криз, і як показала світова практика, і до пандемій у тому числі. Всі ці негаразди призводять до різкого скорочення чисельності туристів, а це спричиняє падіння ВВП країн, зростання безробіття та посилення соціально-економічних конфліктів серед населення туристичних дестинацій, скорочення податкових надходжень до місцевих бюджетів, падіння інвестицій, збільшення прострочених кредитних платежів підприємців, та зумовлюють тривале відновлення цієї галузі економіки зі значними грошовими витратами [5].

Економічні та геополітичні проблеми продовжують створювати серйозні проблеми для сталого відновлення міжнародного туризму та рівня довіри. Дуже важко відновити довоєнний рівень розвитку туристичної сфери на практиці. Однак, не варто говорити про неможливість такого відновлення загалом. До прикладу, у Хорватії під час війни туризм практично припинився, однак після її закінчення він знову почав розвиватися, хоча і сповільненими темпами. Цьому сприяла масова реклама непопулярних та маловідомих туристичних регіонів цієї країни. Для Хорватії характерними є певні кліматичні та географічні особливості. Її територія складається з низки островів, які у туристів користуються популярністю через віддаленість, екологічність та тишу. Через їх початкову непопулярність та низьку інформованість туристів, багато туристів не вибирали їх як привабливу туристичну дестинацію. Сьогодні можна сміливо сказати, що Хорватія є одним з найпопулярніших напрямів для багатьох туристів світу, що позитивно вплинуло на економічний розвиток країни. Майже 15% ВВП формується за рахунок доходів від туристичної діяльності. Влада держави для популяризації туристичної галузі виділяла окреме фінансування туристичних проєктів, які передбачали низку переваг для туристів (недороге житло, бюджетні авіалінії, запуск круїзних маршрутів тощо).

Ще однією цікавою та популярною у туристичному плані країною є Ізраїль. Попри перманентну війну з Палестиною, Ізраїль продовжує бути країною з високим та позитивним туристичним статусом. Особливістю ізраїльського туризму є його повна адаптованість до війни

та безперервність надання туристичних послуг. Варто відзначити, що воєнні дії та особливість надання туристичних послуг в умовах війни не особливо впливають на обсяг туристичних надходжень.

Єгипет після завершення конфлікту з Ізраїлем у 1979 р. теж стояв перед проблемою відновлення туристичної сфери. Так, уже станом на 2019 рік Єгипет налічував майже 15 млн туристів, а частка туризму в економіці країни досягла 12%. Єгипет активно популяризує різноманітні пізнавальні тури та відпочинок на узбережжі. Для Єгипту характерні високі темпи розвитку туризму завдяки наявності унікальних історичних пам'яток та особливостям морських узбережж Синайського півострова та провінції Хургада.

Серед балканських країн однією туристичних destinations з великою кількістю екологічних та привабливих місць для відпочинку вважається Чорногорія, де туризм є однією з провідних галузей економіки, який стрімко розвивається. Туризм у Чорногорії все ще на стадії розвитку, справа в тому, що ця країна дуже сильно постраждала від югославських воєн, і відтоді ще остаточно не відновилася.

Яскравим прикладом післявоєнного розвитку туристичної сфери є досвід Грузії. Грузія після війни з Російською Федерацією стала відомою на весь світ. Департамент з туризму та курортів Грузії всіляко рекламував туристичні місця, інколи навіть доволі віддалені та невідомі для пересічного туриста, що мало наслідком жваве зростання інвестиційного потоку в цю галузь вивів країну на новий світовий рівень в туристичному плані.

Початок 2022 р. приніс Україні повномасштабну війну, яку розпочала сусідня агресивна Росія. Через початок бойових дій на Півдні і Сході нашої країни більше 10 млн. мешканців цих регіонів були змушені покинути свої домівки та переселитися в більш безпечні регіони країни, а майже 4 млн. громадян вимушені були шукати прихисток за кордоном, це переважно жінки та діти. Дуже велика частина українців опинилася в зоні бойових дій на окупованих територіях російськими загарбниками. На сьогодні неможливо реально оцінити масштаби втрат від цієї війни [1].

Всесвітня туристична організація розробила принципи стійкого розвитку туризму, які охоплюють баланс економічних, соціально-культурних та екологічних складових його розвитку [17]:

- 1) оптимально використовувати екологічні ресурси, берегти біорізноманіття;
- 2) поважати та зберігати соціокультурну автентичність приймаючих громад;
- 3) забезпечити розвиток довгострокової та безпечної туристичної діяльності.

До принципів повільного туризму можна віднести:

- принцип якості, а не кількості. Необхідно вибрати не загальні тури, що передбачають відвідування протягом короткого часу кількох країн відразу, а зосередитися на одній комфортабельній туристичній локації;
- принцип інформованості про туристичну дестинацію (історичний аспект, соціо-культурне середовище, рівень економічного розвитку, місцеву кухню, звичаї, традиції, лінгвістичних особливостей);
- принцип культурної ідентифікації (культурні устої та звички місцевого населення);
- принцип «екологічності» туризму (вибір на користь екотуризму, туристична локація у приватному секторі, збереження довколишнього середовища, бережливе ставлення до місцевої флори та фауни, підтримка місцевих товаровиробників та виробників туристичних послуг);
- принцип ресурсозбереження (сортування побутового сміття в процесі отримання туристичної послуги, збереження води та зниження витрат енергії, використання «чистого» транспорту, велосипедів, електросамокатів, піші прогулянки);
- принцип підтримки місцевого підприємництва (споживання екологічно-чистої продукції місцевих фермерів, виробників, споживання місцевих продуктів харчування).

Проблемами розвитку та поширення інноваційного туризму сьогодні є:

- неготовність пересічного туриста користати з інноваційного продукту, консервативність щодо всього нового;
- непопулярність інноваційних проєктів та низький рівень фінансування;
- фінансова обмеженість споживача туристичних послуг;
- низький рівень інформування та популяризації інноваційних проєктів;
- неготовність усіх споживачів туристичного продукту використовувати популярний сьогодні штучний інтелект та його можливості;

- загальна політична нестабільність у світовому господарстві, що прямо впливає на оптимальний вибір туристичної локації;
- вплив екологічних та кліматичних умов на вибір туристом DESTINAЦІЇ;
- політичні та економічні кризи, війни та форсмажорні ситуації.

5. Висновки

Отже, з дослідження випливає, що нагальною проблемою у сфері міжнародного туризму є «овертуризм». На нашу думку, для зменшення перенасичення туристичних DESTINAЦІЙ, можна запровадити такі заходи:

1. Соціальне дистанціювання під час туристичних подорожей. В першу чергу необхідно донести до свідомості туриста важливість соціального дистанціювання для збереження життя та здоров'я в періоди поширення пандемій. Туристи повинні розуміти важливість та необхідність вибирати такі туристичні маршрути, які дають змогу уникати громадських видів транспорту та переповнених туристичних центрів. Такі туристичні нововведення можуть переорієнтувати туристичного споживача на відвідування віддалених куточків світу, екскурсії на заповідні території.

2. Активне запровадження концепції сталого туризму. Все більше країн світу підтримують концепцію безпечного ставлення туристами до навколишнього середовища, країни-реципієнта туристів, архітектурних пам'яток тощо. Концепція сталого туризму передбачає забезпечення соціальної дистанції, позитивний соціальний та економічний ефект для всіх її учасників.

3. Інформатизація туристичних маршрутів та максимальна поінформованість під час перебування туристів у подорожі. Споживачі туристичних послуг повинні мати доступ до інформації про маршрути, їх перенасиченість, пріоритетність, різної попереджувальної інформаційної підтримки перед початком подорожі та під час неї.

4. Переорієнтація на FIT-туризм (індивідуалізовані тури), що мають на меті організацію відпочинку поза межами групових турів. Туристичні фірми та туристичні агенти, які зазвичай пропонують групові тури, почали переорієнтуватися на індивідуальні туристичні пропозиції аби продовжувати бути конкурентоздатними на туристичному ринку.

5. Зміна популярних туристичних destinations. Популярність туристичних напрямків визначитиметься тим, наскільки країна чи її конкретний регіон контролює негативні тенденції. Туристи повинні мати змогу на основі наданої туроператорами інформації визначати пріоритетні для них туристичні локації.

6. Зміна трансфертних уподобань. Зміняться не лише популярні туристичні центри, але й те, як мандрівники подорожують до пункту призначення та всередині туристичної destinations.

Список літератури:

1. Бойко В. О., Далевська Н. М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами*. 2022. № 3. С. 5–10.
2. Гаврилюк О. В. Пандемічна криза як каталізатор діджиталізації туристичної індустрії. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2021. № 60. С. 22–29.
3. Зеленко О. О. Тренди міжнародного туризму в умовах глобальної економічної кризи. *Економічний простір*. № 171. 2021. С. 11–15.
4. Мазур В. С. Сучасні тенденції розвитку галузі туризму. *Інноваційна економіка*. 2023. № 2. С. 34–41.
5. Наумова О. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19 та змін клімату: виклики та перспективи. *Вчені записки Університету «Крок»*. 2022. № 4 (68). С. 20–27.
6. Охріменко А. Г., Опанасюк А. Г. Перенасичення destinations як сучасна тенденція розвитку туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2019/87.pdf
7. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. European Bank. Hotel and Destination Consulting. 28 p.
8. Самойленко А. О. Роль туризму у світовій економіці. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 42. С. 72–76.
9. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.
10. Устименко Л., Назимко Ю. Вплив сучасних TRAVEL-трендів на розвиток культурно-туристичних destinations України. *Питання культурології*. 2023. № 42. С. 296–306.
11. Цибух В. І., Вихристенко Б. І., Попович С. І. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні. *Туристично-краєзнавчі дослідження*. 2004. Вип. 2. 655 с.
12. Benner, M. From overtourism to sustainability: A research agenda for qualitative tourism development in the Adriatic, Heidelberg University. *MPRA Paper*. 2019. No. 92213. URL: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/92213/> (дата звернення: 10.04.2024).
13. Capocchi, A., et al. Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*. 2019. 11. 3303. URL: https://www.researchgate.net/publication/339424641_Correction_Capocchi_A_

et_al_Overtourism_A_Literature_Review_to_Assess_Implications_and_Future_Perspectives_Sustainability_2019_11_3303 (дата звернення: 10.04. 2024).

14. Doxey G. V. A Causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *In the impact of tourism sixth annual conference proc of the travel research Association*. 1975. September. P. 195–198.

15. Gonzalez, A.T. Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investig. Reg. J. Reg. Res.* 2018. Vol. 42. P 35–51.

16. Goodwin, H. The Challenge of Overtourism, Responsible Tourism Partnership. *Working Paper*. 2017. Vol. 4. URL: <http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf> (дата звернення: 01.04. 2024).

17. Making Tourism More Sustainable. *A Guide for Policy Makers. UNWTO*. 2005. 212 p. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214> (дата звернення: 02.04. 2024).

18. Overtourism? Under standing and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. *UNWTO Library*. 2018. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> (дата звернення: 08.04. 2024).

19. Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. *Executive Summary*. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> (дата звернення: 08.04. 2024).

20. Peeters, P. Tourism's impact on climate change and its mitigation challenges: How can tourism become 'climatically sustainable'? *Doctoral Thesis*. Netherlands. 2017. 343 p. URL: <https://doi.org/10.4233/uuid:615ac06e-d389-4c6c-810e-7a4ab5818e8d> (дата звернення: 11.04. 2024).

21. Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. World Tourism Organization (UNWTO). URL: https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf (accessed March 11, 2024).

22. Project genesis and further development. URL: <http://www.sustainablecruise.eu/> (дата звернення: 10.04. 2024).

23. Putting sustainable tourism on top of the EU policy agenda for the benefits of society. URL: <https://datas.com/hotrec/overtourism/files/assets/basic-html/page-2.html#> (дата звернення: 10.04. 2024).

24. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70%. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (дата звернення: 10.04. 2024).

25. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, July 2021. UNWTO. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng> (дата звернення: 03.04. 2024).

26. UNWTO. World Tourism Barometer. Vol. 18. Iss. 7. December 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.7> (дата звернення: 10.04. 2024).

27. Zaremba D. *Ekoturystyka*. Warszawa, 2020. 232 p.

References:

1. Boiko V. O., Dalevska N. M. (2022). Rozvytok turyzmu pislia zbroinykh konfliktiv u riznykh krainakh svitu [Development of tourism after armed conflicts in different countries of the world]. *Upravlinnia zminamy*, 3, 5–10. (in Ukrainian)
2. Havryliuk O. V. (2021). Pandemichna kryza yak katalizator didzhitalizatsii turystychnoi industrii [The pandemic crisis as a catalyst for the tourism industry digitalization]. *Zbirnyk naukovykh prats ChDTU*, 60, 22–29. (in Ukrainian)
3. Zelenko O. O. (2021). Trendy mizhnarodnoho turyzmu v umovakh hlobalnoi ekonomichnoi kryzy [Trends in international tourism in the conditions of the global economic crisis]. *Ekonomichnyi prostir*, 171, 11–15. (in Ukrainian)
4. Mazur V. S. (2023). Suchasni tendentsii rozvytku haluzi turyzmu [Modern trends in the development of tourism]. *Innovatsiina ekonomika*, 2, 34–41. (in Ukrainian)
5. Naumova O. (2022). Turystychna haluz v umovakh pandemii COVID-19 ta zmin klimatu: vyklyky ta perspektyvy [The tourism industry in the context of the COVID-19 pandemic and climate change: challenges and prospects]. *Vcheni zapysky Universytetu «Krok»*, 4 (68), 20–27. (in Ukrainian)
6. Okhrimenko A. H., Opanasiuk A. H. (2019). Perenasychennia destynatsii yak suchasna tendentsiia rozvytku turyzmu [Overtourism of destinations as a modern trend of tourism development]. *Efektivna ekonomika*, 12. Available at: www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2019/87.pdf (in Ukrainian)
7. Pandemiia COVID-19 ta yii naslidky u sferi turyzmu v Ukraini [The COVID-19 pandemic and its consequences for the Ukrainian tourism]. European Bank. Hotel and Destination Consulting, 28 p. (in Ukrainian)
8. Samoilenko A. O. (2013). Rol turyzmu u svitovii ekonomitsi [The role of tourism in the world economy]. *Investysii: praktyka ta dosvid*, 42, 72–76. (in Ukrainian)
9. Tkachenko T. I. (2009). Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities]. Kyiv: KNTEU, 463. (in Ukrainian)
10. Ustymenko L., Nazymko Yu. (2023). Vplyv suchasnykh TRAVEL-trendiv na rozvytok kulturno-turystychnykh destynatsii Ukrainy [The influence of modern travel trends on the development of tourist destinations in Ukraine]. *Pytannia kulturolohii*, 42, 296–306. (in Ukrainian)
11. Tsybukh V. I., Vykhrystenko B. I., Popovych S. I. (2004). Stan i perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini [State and prospects of tourism development in Ukraine]. *Turystychno-kraieznavchi doslidzhennia*, 2, 655. (in Ukrainian)
12. Benner, M. (2019). From overtourism to sustainability: A research agenda for qualitative tourism development in the Adriatic, Heidelberg University. *MPRA Paper*, No. 92213. Available at: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/92213/> (accessed April 10, 2024).
13. Capocchi, A., et al. (2019). Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, 11, 3303. Available at: https://www.researchgate.net/publication/339424641_Correction_Capocchi_A_et_al_Overtourism_A_Literature_Review_to_Assess_Implications_and_Future_Perspectives_Sustainability_2019_11_3303 (accessed April 10, 2024).

14. Doxey G. V. (1975). A Causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *In the impact of tourism sixth annual conference proc of the travel research Association*, September, pp. 195–198.

15. Gonzalez, A. T. (2018). Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investig. Reg. J. Reg. Res.*, vol. 42, pp. 35–51.

16. Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism, Responsible Tourism Partnership. *Working Paper*, vol. 4. Available at: http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP_WP4Overtourism01'2017.pdf (accessed April 1, 2024).

17. Making Tourism More Sustainable (2005). *A Guide for Policy Makers*. UNWTO, 212 p. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214> (accessed April 2, 2024).

18. Overtourism? Under standing and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions (2018). *UNWTO Library*. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> (accessed April 8, 2024).

19. Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. *Executive Summary*. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420070> (accessed April 8, 2024).

20. Peeters, P. (2017). Tourism's impact on climate change and its mitigation challenges: How can tourism become 'climatically sustainable'? *Doctoral Thesis*. Netherlands, 343 p. Available at: <https://doi.org/10.4233/uuid:615ac06e-d389-4c6c-810e-7a4ab5818e8d> (accessed March 11, 2024).

21. Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. World Tourism Organization (UNWTO). Available at: https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf (accessed March 11, 2024).

22. Project genesis and further development. Available at: <http://www.sustainablecruise.eu/> (accessed April 10, 2024).

23. Putting sustainable tourism on top of the EU policy agenda for the benefits of society. Available at: <https://datas.com/hotrec/overtourism/files/assets/basic-html/page-2.html#> (accessed April 10, 2024).

24. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70%. UNWTO. Available at: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (accessed April 10, 2024).

25. UNWTO (2021). World Tourism Barometer and Statistical Annex, July, UNWTO. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobaromere-eng> (accessed April 3, 2024).

26. UNWTO (December, 2020). World Tourism Barometer, vol. 18, iss. 7. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.7> (accessed April 10, 2024).

27. Zaremba D. (2020). *Ekoturystyka*. Warszawa, 232 p.