

Modernization of the Tourist Services Management System to Prevent Overtourism

Krasnikova, Nataliya O.; Mykhailenko, Olha G.; Demchenko, Anton

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Krasnikova, N. O., Mykhailenko, O. G., & Demchenko, A. (2023). Modernization of the Tourist Services Management System to Prevent Overtourism. *European Journal of Management Issues*, 31(4). <https://doi.org/10.15421/192321>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

JEL Classification: F20, L14, R58

Модернізація системи управління туристичними послугами для протидії овертуризму

Н. КРАСНИКОВА[†],
О. МИХАЙЛЕНКО[#],
А. ДЕМЧЕНКО^{##}

Мета роботи: Розробка моделі управління туристичними послугами, яка би дозволила ефективно протидіяти негативним наслідкам овертуризму та забезпечити сталий розвиток туристичної галузі.

Дизайн / Метод / Підхід дослідження: Використано аналітичний метод – використання статистичних даних, наукових публікацій, офіційних звітів туристичних організацій для аналізу поточного стану туристичного ринку та виявлення основних проблем, пов'язаних з овертуризмом. Метод кейс-стаді для проведення детального аналізу конкретних прикладів туристичних місцевостей, які зазнали негативного впливу овертуризму, та оцінка вжитих заходів.

Результати дослідження: Запропоновано розглядати овертуризм як комплексну проблему, викликану неконтрольованим зростанням кількості мандрівників на популярних територіях, що призводять до погіршення якості життя резидентів і туристської незадоволеності, руйнування культурної та природної спадщини, шкоди екології, інфраструктурних проблем, погіршення. Обґрунтовано визначення туризмобобії як крайнього вияву овертуризму; запропоновано концептуальну модель їхнього взаємозв'язку; узагальнено сформовані світові підходи до оцінки та запобігання овертуризму для вдосконалення управління туристичними послугами в умовах надмірного туризму. Сформовано стратегії регулювання овертуризму на різних етапах життєвого циклу туристських дестинацій – стратегію стимулювання розвитку туризму, стратегію превентивного реагування, стратегію обмеження туристської діяльності; сформовано та обґрунтовано механізм управління туристичними послугами на основі стратегій подолання овертуризму у зрілих туристських дестинаціях; запропоновано комплекс заходів для запобігання овертуризму на туристичних територіях.

Теоретична цінність дослідження: Теоретична значимість результатів дослідження полягає в уточненні та доповненні розуміння сутності овертуризму та туризмобобії, накопиченні наукового знання у галузі вивчення наслідків овертуризму для приймаючих територій.

Практична цінність дослідження: Практична значимість дослідження полягає у модернізації системи оцінки та запобігання овертуризму у зрілих туристських дестинаціях. За підсумками розробленого підходу до регулювання туристських послуг з урахуванням стратегій подолання овертуризму можна превентивно реагувати головні ризики виникнення проблем овертуризму. Запропоновані автором структурні моделі впливу туризму на населення та сприйняття дестинації відвідувачами, комплекс заходів щодо запобігання овертуризму можуть бути використані як інструмент планування розвитку туризму.

Оригінальність / Цінність дослідження: Конкретизовано понятійно-термінологічний апарат овертуризму, визначено аспекти його негативного впливу на дестинації, узагальнено світовий досвід оцінки впливу овертуризму на території, що приймають. Сформовано стратегії регулювання овертуризму на різних етапах життєвого циклу туристських дестинацій та сформовано на цій основі пропозиції щодо розробки та вдосконалення механізму управління туристичними послугами для запобігання овертуризму.

Обмеження дослідження / Майбутні дослідження: Проблема овертуризму за останні роки з локальної перетворилася на глобальну. Для її вирішення необхідні подальші дослідження та формування комплексу заходів, що враховує інтереси всіх суб'єктів індустрії туризму і розваг, а також дозволить зберігати історичні, культурні і природні пам'ятники, що становлять спадщину всього світового суспільства.

Тип статті: Концептуальний

Ключові слова: овертуризм, туристичні дестинації, туристичні послуги, туристичний потік, туристичні прибуття, модель життєвого циклу.

Reference to this paper should be made as follows:

Krasnikova, N., Mykhailenko, O., & Demchenko, A. (2023). Modernization of the Tourist Services Management System to Prevent Overtourism. *European Journal of Management Issues*, 31(4), 233-242. doi:10.15421/192321. (in Ukrainian)

[†]Наталія КРАСНИКОВА,
кандидат економічних наук, доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна,
e-mail: Nat.kras11@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6484-2050>

[#]Ольга МИХАЙЛЕНКО,
кандидат економічних наук, доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна,
e-mail: alena270275@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4405-9093>

^{##}Антон ДЕМЧЕНКО,
аспірант, кафедра міжнародної економіки і світових фінансів,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна,
e-mail: demchenkoas@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0009-2214-6047>

Modernization of the Tourist Services Management System to Prevent Overtourism

Nataliya KRASNIKOVA[‡],
Olha MYKHAILENKO[‡],
Anton DEMCHENKO[‡]

[‡] Oles Honchar Dnipro National University, Ukraine

Purpose: Development of a model of management of tourist services, which would allow to effectively counteract the negative consequences of overtourism and ensure the sustainable development of the tourism industry.

Design/Method/Approach: An analytical method was used - the use of statistical data, scientific publications, official reports of tourist organizations to analyze the current state of the tourist market and identify the main problems related to overtourism. A case study method for conducting a detailed analysis of specific examples of tourist areas that have been negatively affected by overtourism and evaluating the measures taken.

Findings: It is proposed to consider overtourism as a complex problem caused by the uncontrolled growth of the number of travelers in popular territories, which leads to the deterioration of the quality of life of residents and tourist dissatisfaction, the destruction of cultural and natural heritage, environmental damage, infrastructure problems, deterioration. The definition of tourismophobia as an extreme manifestation of overtourism is substantiated; a conceptual model of their relationship is proposed; global approaches to the assessment and prevention of overtourism are generalized to improve the management of tourist services in conditions of excessive tourism. Strategies for regulating overtourism at various stages of the life cycle of tourist destinations have been formed - a strategy for stimulating the development of tourism, a strategy for preventive response, a strategy for limiting tourist activity; a mechanism for managing tourist services based on strategies to overcome overtourism in mature tourist destinations was formed and substantiated; a set of measures to prevent overtourism in tourist areas is proposed.

Theoretical Implications: The theoretical significance of the research results lies in clarifying and supplementing the understanding of the essence of overtourism and tourismophobia, the accumulation of scientific knowledge in the field of studying the consequences of overtourism for the host territories.

Practical Implications: The practical significance of the study lies in the modernization of the system of assessment and prevention of overtourism in mature tourist destinations. According to the results of the developed mechanism of regulation of tourist services, taking into account the strategies for overcoming overtourism, it is possible to respond preventively to the main risks of overtourism problems. The author's proposed structural models of the impact of tourism on the population and perception of the destination by visitors, a set of measures to prevent overtourism can be used as a tool for planning the development of tourism.

Originality/Value: The conceptual and terminological apparatus of overtourism is specified, the aspects of its negative impact on destinations are determined, and the world experience of assessing the impact of overtourism on the host territory is summarized. Strategies for regulating overtourism at various stages of the life cycle of tourist destinations have been formed and, on this basis, proposals for the development and improvement of the mechanism for managing tourist services to prevent overtourism have been formulated.

Research Limitations/Future Research: The problem of overtourism has turned from local to global in recent years. To solve it, further research and the formation of a set of measures are necessary, which takes into account the interests of all subjects of the tourism and entertainment industry, and will also allow to preserve historical, cultural and natural monuments that constitute the heritage of the entire world society.

Paper Type: Conceptual

Keywords: Overtourism, Tourist Destinations, Tourist Services, Tourist Flow, Tourist Arrivals, Life Cycle Model.

1. Вступ

В сучасній ринковій економіці туристична індустрія стала ключовим сегментом світової економіки, який не тільки здійснює значний внесок у її розвиток, але й діє як стимул економічного прогресу в багатьох країнах. Протягом останніх десятиліть у світовій економіці спостерігається істотна трансформація: відбувається переорієнтація ресурсів з промислового сектора на сферу послуг, яка задовольняє різноманітні потреби населення і впливає на їхній побут і стиль життя. Туризм, що є невід'ємною частиною життєвого укладу сучасних людей, входить до категорії послуг, що мають міжнародне значення в контексті торгівлі (за класифікацією СOT), і відомі як «послуги у сфері туризму та подорожей». І, хоча одні дослідники зосереджують зусилля на дослідженні питань сталого туризму (Stukalo et al., 2018; Chenavaz et al., 2022; Rahmadian et al., 2022) інші вивчають питання шкідливого впливу туризму на навколишнє середовище (Vagena, 2021; Valeri, 2022; Santos-Rojo et al., 2023). Ми підтримуємо ідею, що ставлення до навколишнього середовища та формування філософії власного бізнесу залежать від організаційної культури та алгоритмів управлінських рішень (Krupskyy, 2014; Khalil & Muneenam, 2021; Sulich et al., 2021).

Значний приріст доходів від міжнародного та внутрішнього туризму до настання кризи, поступове відновлення інтересу до подорожей та очікування повернення до показників до пандемії змушують глибше зануритися в аналіз феномену овертуризму, уточнити його теоретичні аспекти, розробити моделі для оцінювання ключових показників і/або якості туристичного досвіду відвідувачів певних місць чи їхніх частин, а також створення та вдосконалення механізмів управління туристичними послугами в ситуаціях, коли інтенсивність туризму створює тиск на приймаючі території (Goiretti et al., 2021). Важливість цього дослідження також визначається тим, що вітчизняні наукові праці поки що не зосередилися на детальному вивченні овертуризму в регіональному контексті, що обмежує можливості для розуміння, інтерпретації та систематизації наукових пізнань з цієї теми з метою їх застосування в управлінні туристичними послугами.

2. Огляд літератури

Дослідження причин, чинників та умов, що сприяють появі овертуризму, здійснювались *Carocchi із колегами (2019)*, *Buitrago-Esquinas із колегами (2023)* тощо. Окрему увагу було приділено проблемам пропускнуої здатності туристичних місцевостей, перевантаження їх відвідувачами, а також задоволеності місцевого населення якістю життя в умовах надмірного туристичного навантаження: *Quest із колегами (2019)*; *Šenková із колегами (2022)*. Вивчення питань управління овертуризмом, та його впливу на задоволення від туризму здійснювали: *Francis (2017)*, *Duignan (2019)*, *Patrichi (2023)*, *Zengin із колегами (2023)* та ін. Фахівці, які досліджують овертуризм, зосереджують свою увагу на великому тиску туризму, який відчують популярні туристичні місцевості, де кількість туристів суттєво перевищує кількість місцевих мешканців. У дослідженні цієї проблеми важливе місце займають праці таких науковців, як *Kruczek та Szromek (2020)*, *Vagena (2021)*, які поряд з вищезгаданими аспектами, також звертають увагу на питання управління місцевостями з високим рівнем туристичного потоку. Є відмінності між відповідальним та масовим туризмом. Відповідальний туризм характеризується зменшенням негативних наслідків туризму для приймаючих регіонів, поліпшенням умов життя населення, активізацією участі місцевих жителів в управлінні туристичними центрами (*Burrai et al., 2019*). В питанні охорони довкілля підходи різняться: відповідальний туризм орієнтований на бережливе ставлення до природи, тоді як масовий часто відрізняється споживацьким ставленням (*Song & Wondirad, 2023*).

У дослідженнях, присвячених темі овертуризму, особлива увага приділяється аналізу взаємовідносин між задоволеністю туристів та ставленням до них місцевих жителів. Найчастіше досліджуваним аспектом у контексті туристичної задоволеності

є частота взаємодій між відвідувачами та мешканцями (*Milano et al., 2019*). Так, *Frey & Haraschenko (2020)* висловлюють думку, що позитивне ставлення місцевих сприяє кращій адаптації туристів до переповнених територій.

Podolsky (2021) та *Quest із колегами (2019)* вказують на туризмобію як наслідок зміни суспільних установок, коли оцінка благополуччя та прогресу людини не обмежується лише економічним зростанням, а враховує підвищення якості життя. Вони наголошують, що для населення багатьох туристичних напрямків, особливо великих європейських міст, важливо зберегти комфорт у міському середовищі.

В цілому ми можемо визначити, що недостатня увага приділяється дослідженням саме управління овертуризмом, його впливу на задоволеність від туризму, як для туристів, так і для місцевих жителів. Недостатньо наукових робіт визначає відмінності між відповідальним і масовим туризмом, з акцентом на зменшенні негативного впливу туризму на приймаючі регіони та поліпшенні умов життя місцевого населення за рахунок комплексних моделей управління туристичними послугами.

3. Мета дослідження

Головною метою дослідження є розробка комплексного підходу до модернізації системи управління туристичними послугами, який би дозволив ефективно протидіяти негативним наслідкам овертуризму та забезпечити сталий розвиток туристичної галузі.

До завдань дослідження можна віднести:

- проаналізувати сучасний стан туристичного ринку з особливим акцентом на проблеми овертуризму, виявлення основних тенденцій та викликів, з якими стикається галузь.
- дослідити міжнародний досвід у сфері управління туристичними послугами, аналіз ефективності різних стратегій протидії овертуризму.
- розробити та обґрунтувати рекомендації щодо модернізації управління туристичними послугами, включаючи вдосконалення нормативно-правової бази, впровадження інноваційних технологій та підходів.

4. Методологічна основа дослідження

В основі дослідження лежать модель життєвого циклу, кваліфікаційний підхід та функціональний метод дослідження.

1. Модель життєвого циклу. В управлінні туристичними напрямками ключове значення має теорія життєвого циклу дестинації. Перехід від однієї стадії до іншої визначають кілька критеріїв: зміни в туристичному потоці (головний індикатор), ставлення місцевого населення до туристів, стан інфраструктури, включаючи туристичну, та навколишнє середовище. На зрілому етапі розвитку дестинації спостерігається туристичний бум: кількість туристів значно перевищує чисельність місцевих жителів. Навантаження на екологію та інфраструктуру, зокрема туристичну, досягає свого апогею, і все частіше жителі висловлюють невдоволення через погіршення умов життя. Саме на цьому етапі з'являється ризик овертуризму.

2. Класифікаційний підхід. Враховуючи складність і багатогранність феномену овертуризму, в його аналізі важливо враховувати всі оцінки цього явища, представлені в публікаціях фахівців з туризму. Різні думки дослідників можна розглядати як підходи до оцінки овертуризму. Ця розмежування, хоч і умовне, допомагає в нашому дослідженні краще зрозуміти суть овертуризму, особливо при застосуванні цих підходів у комплексі.

3. Функціональний метод дослідження. В його координатах нами використано: 1) регіональний підхід, який вивчає проблеми, які виникають у місцях відпочинку через надлишковий потік

туристів; 2) соціальний підхід зосереджений на тому, що труднощі, пов'язані з овертуризмом, найбільше впливають на соціальну сферу, аналізуючи їх вплив на якість життя населення і задоволеність туристів; 3) руйнівний підхід визначає такі наслідки овертуризму, як збиток інфраструктурі, довкіллю, природі, культурній спадщині та іншому; 4) кількісний підхід використовує точні цифрові показники для оцінки впливу туризму на дестинацію; 5) управлінський підхід розглядає овертуризм як проблему, що виникає через недостатнє управління туризмом, і закликає до переосмислення моделі управління туризмом, відходячи від чистої пропаганди дестинації та підвищення доходів і надходжень до бюджету до моделі, що поєднує і просування, і управління.

5. Результати дослідження

5.1 Оцінка стану міжнародного туризму та туристичного навантаження

3 початку XXI ст. міжнародний туризм становив приблизно 30% світової торгівлі послугами та був лідером за обсягами експортних доходів. У 2019 р., до початку пандемії, туризм додав до світового ВВП 8,3 трлн дол. США (10,4%), забезпечуючи роботу для майже 330 млн людей по всьому світу. Падіння на 142,6 млн робочих місць та зниження глобального ВВП на 3,815 трлн доларів у наступному році через пандемію підкреслює значущість цієї галузі для світової економіки (UNWTO, 2023). Докризовий розвиток сфери туризму характеризувався стабільним зростанням доходів: від приблизно 25 млн туристів у 1950 р. до 300 млн у 1980 р., 650 млн у 2000 р. та 1,5 млрд осіб у 2019 р. Пандемія COVID-19 у 2020 р. спричинила різке зниження числа туристів до 400 млн осіб, проте у 2021 р. почалося відновлення сектору (450 млн осіб), яке тривало у 2022 р. (за даними UNWTO, з січня по вересень у світі відвідали 700 млн туристів) (рис. 1). Прогнозується, що вже у 2024 р. показники світового туризму досягнуть рівня 2019 р.

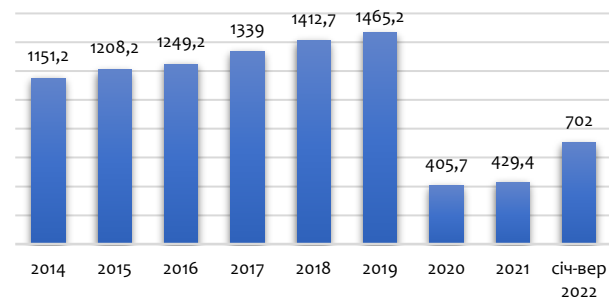


Рис. 1. Динаміка міжнародних прибутків у світі за період 2014-2022 рр. (млн осіб)

Джерело: UNWTO (2023)

Швидкий розвиток туристичної галузі у світі спричинив перевищення кількості туристів над чисельністю жителів у відомих туристичних містах. Сьогодні близько половини населення світу мешкає у містах, а до 2050 р. очікується зростання цього показника до 66%. Термін «овертуризм» (з англ. «overtourism») з'явився не так давно і описує ситуацію, коли деякі міста та курорти переповнені туристами, що негативно впливає на життя місцевих жителів та унікальність цих місць. Феномен овертуризму має бути розглянутий, передусім, у контексті його впливу на якість життя мешканців приймаючих дестинацій та, у меншій мірі, на туристів, які їх відвідують (Redko et al, 2022).

Згідно з даними WTTC (2023), у 2022 р. половина усіх мандрівників світу сконцентрувалася лише в 100 містах. Це призвело до того, що кількість туристів у цих містах суттєво перевищила чисельність місцевих жителів. Незважаючи на економічне значення туристичної галузі, важливо врахувати, що великі маси туристів призводять до погіршення якості життя місцевих жителів, зростання цін на нерухомість з огляду на

збільшення доходів від туризму, руйнування інфраструктури та шкоди місцевому довкіллю. Усе це разом викликає протести та конфлікти, відомі під назвою туризмобія (з англ. «tourismphobia») (Para & Ohnmacht, 2023). Аналіз розподілу туристичних потоків по регіонах показує, що Європа – найпривабливіший напрямок, що приваблює більшу частину всіх туристів світу. За даними UNWTO, у 2022 р. цей регіон відвідали 672 млн осіб (51% світового турпотoku). Очікується, що ця тенденція триватиме, і до 2030 р. кількість туристів у Європі перевищить 700 млн осіб, що пояснює, чому цей макрорегіон є найбільш вразливим до овертуризму (UNWTO, 2022a).

До ключових факторів, які сприяють появі овертуризму, можна віднести наступні: зростання доступності авіаперевезень та розвиток лоукост-авіакомпаній; удосконалення транспортної інфраструктури; поширення онлайн-платформ для оренди житла, заснованих на принципах економіки спільного використання (наприклад, Airbnb, Homeaway, Couchsurfing); вплив популярних трендів, як-от відвідування локацій, де знімалися відомі фільми та серіали; збільшення кількості туристів з Китаю; зростання популярності круїзних подорожей. З даних (OECD, 2022) було складено рейтинг європейських міст, які найбільше відчувають наслідки туризму. При складанні рейтингу враховувалися такі критерії, як кількість туристів, що прилітають у місто літаком; кількість доступних місць для проживання на квадратний кілометр; співвідношення числа туристів у сезон та кількості місцевих; ставлення мешканців до туристів та їхнє сприйняття незручностей, пов'язаних з туристами. Станом на 2022 р. до міст, які найбільше відчувають наслідки надмірного напливу туристів, належать Венеція (Італія), Барселона (Іспанія) та Амстердам (Нідерланди). Через велику кількість туристів місцеве населення цих міст часто організовує масові протести та іноді не демонструє гостинного ставлення до приїжджих (WTTC, 2023). Також інтенсивний потік відвідувачів спостерігається у Лондоні (Англія), Парижі (Франція), Римі (Італія), Стамбулі (Туреччина), Бангкоку (Таїланд) та інших містах (рис. 2) (UNWTO, 2022b). У деяких містах кількість туристів в 7-10 разів перевищує чисельність населення.

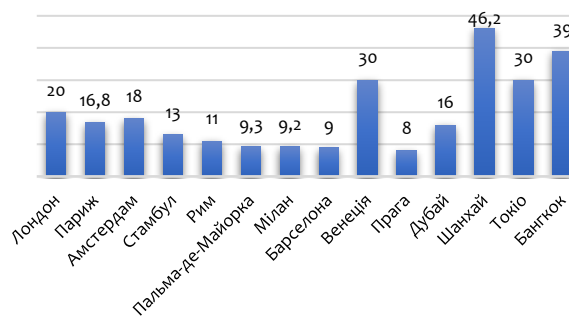


Рис. 2. Найбільш «завантажені» туристами міста світу у 2022 р., млн осіб

Джерело: WTTC (2023)

Міста оцінювалися за шкалою туристичного навантаження від 10 (туристи не заважають місцевим) до 1 (туристи створюють серйозні незручності для місцевих). За цією шкалою Барселона (Іспанія) опинилася на першому місці з оцінкою 2,06. На другому і третьому місцях розташувалися Амстердам (Нідерланди) та Венеція (Італія) із оцінками 2,2 та 2,21 відповідно. Далі йдуть Мілан (Італія) та Будапешт (Угорщина) із оцінками 2,7 та 2,92 відповідно (European Travel Commission, 2022).

Негативний вплив овертуризму відчувають як туристи, так і корінні жителі міст. Основні аспекти цього впливу включають:

1. Соціальний аспект. Довгі черги (як Лувр у Парижі) створюють незручності для туристів, які хочуть побачити популярні пам'ятки. Тривале очікування і переповненість викликають втому, а постійний шум збільшує емоційне навантаження.

2. Економічний аспект. Зростання цін не лише у ресторанах, але й на інші послуги та вищі тарифи порівняно з менш популярними містами. Висока вартість оренди житла та зниження якості життя резидентів туристичних регіонів, а також культурна та фізична деградація міст.
3. Екологічний аспект. Шкода навколишньому середовищу, забруднення сміттям.
4. Стан інфраструктури. Інтенсивне використання інфраструктури призводить до її швидкого зносу та погіршення стану (*The Local*, 2018).

5.2 Управління туристичними потоками в межах туристичних дестинацій

Туристичні дестинації поділяють на чотири групи, що допомагає краще зрозуміти ризик виникнення овертуризму та шляхи його запобігання (*UNWTO*, 2023):

1. Група «Ейфорія»: Міста та інші місця, де туризм щойно починає розвиватися. Місцеве населення ставиться до туристів позитивно, не сприймаючи їх як загрозу. Розвиток туризму активно підтримується та заохочується.
2. Група «Апатія»: Міста та інші місця, де туризм розвивається швидко і стає важливим джерелом доходу. Місцеве населення ставиться до туристів з розумінням їхньої економічної важливості. Вживаються заходи для подальшого розвитку туризму.
3. Група «Роздратування»: Міста та інші місця, де туризм досяг високого рівня розвитку. Перевищення кількості туристів над чисельністю місцевих викликає роздратування серед населення. Розглядаються можливі заходи обмеження кількості туристів.
4. Група «Антагонізм»: Міста та інші місця з дуже високим рівнем туристичного розвитку, де кількість туристів значно перевищує чисельність місцевих. Місцеве населення виявляє відверте негативне ставлення до туристів, що може виражатися в протестах, заявах у ЗМІ та написах на стінах.

Зависока кількість туристів вимагає зосередженої уваги від органів, що управляють туристичними напрямками. Експерти згодні, що проблеми овертуризму, які виникають через збільшення населення та його добробуту, розвиток технологій, доступність транспорту та інші фактори, неможливо вирішити виключно управлінськими методами, проте ефективне управління є ключем до мінімізації негативного впливу туризму на приймаючі регіони (*Cooke, et al.*, 2022).

Наведена класифікація груп туристичних дестинацій дає можливість визначати внутрішні складові вибору ефективної стратегії управління розвитком туризму. Так, вибір такої стратегії залежить переважно від її стадії в життєвому циклі. Використання цього підходу дозволяє аналізувати поточний стан дестинації та прогнозувати її майбутній розвиток за допомогою визначення конкретних параметрів, тим самим створюючи механізм для реалізації стратегій органів управління, спрямованих на запобігання чи вирішення проблем розвитку території (*Karpenko, et al.* 2018). Життєвий цикл туристичної дестинації містить п'ять стадій: розвідка, залучення, розвиток, зміцнення та стагнація. Не всі дестинації обов'язково проходять через усі ці етапи. Критеріями переходу з одного етапу до іншого є кількість відвідувачів (основний показник), ставлення місцевого населення до туристів, стан екології та туристичної інфраструктури (*Benjamin et al.*, 2020). Характеристики кожної стадії розвитку дестинації наведені в Табл. 1.

На Рис. 3 представлені етапи стратегії розвитку туристської дестинації у сфері розвитку туристичної галузі.

У межах цього дослідження, з огляду на характеристики етапів життєвого циклу туристичної дестинації та визначення овертуризму Всесвітньою туристською організацією, слід акцентувати увагу на таких показниках, як «кількість туристичних прибутків» та «ставлення місцевого населення до туристів».

5.3 Реалізація заходів протидії овертуризму

Туристична дестинація є важливою складовою системи туризму. Вона складається з взаємопов'язаних елементів, таких як туристичні ресурси, інфраструктура території (як туристична, так і загальна), трудовий потенціал і управлінські органи. Розташована на певній території, ця система включає в себе інформаційно-комунікаційні мережі, які забезпечують реалізацію стратегії та тактики створення та продажу туристичного продукту, спрямовану на досягнення ефективності в економічній, соціальній та екологічній сферах. В нашому дослідженні ми визначаємо власників туристичної дестинації на мікрорівні – окремі приватні власники, на макрорівні – органи державної / муніципальної влади. Завдання органів управління полягають у стимулюванні туристичної діяльності для залучення більшої кількості відвідувачів. На етапі розвитку характерною є значна кількість туристів, що поступово змінює ставлення населення до них від байдужого на початку до роздратування з розвитком ситуації. Якщо кількість туристів на стадії розвитку ще не досягла критичного рівня овертуризму, потрібен превентивний підхід у розробці стратегії запобігання цій проблемі (*Makedon & Mykhailenko, 2023; Zayachkovska et al.*, 2023). Такий підхід представимо наступними аспектами:

- відсутність обмежень на відвідування пам'яток, скорочення часу їхнього відвідування;
- відсутність заборон на зведення туристичних об'єктів у історичних центрах, обмеження кількості туристичних лайнерів, що заходять у дестинацію;
- непідвищення цін для туристів, не введення нових податків, штрафів та заборон;
- необмеження нових форм розміщення туристів, таких як Airbnb тощо.

Стратегія повинна включати вирішення ряду завдань, зазначених на рис. 4.

На етапі зміцнення часто спостерігається ситуація, коли кількість туристів перевищує чисельність місцевих жителів. Негативне ставлення населення до відвідувачів стає більш вираженим, ніж на етапі розвитку, що може призвести до протестів й інших проявів неприязні до туризму.

На стадії стагнації, коли пікова кількість туристів вже пройшла і чисельність приїжджих стабілізувалася, стратегія туристичної адміністрації спрямована на приваблення нових відвідувачів та одночасне вирішення проблем, пов'язаних з овертуризмом, згідно з принципами сталого розвитку.

Отже, останні три етапи життєвого циклу дестинації – розвиток, зміцнення та стагнація – можна розглядати як періоди, в яких існує ризик виникнення проблем, пов'язаних з надмірним туризмом. Керівництво деяких дестинацій на підставі економічних показників розвитку галузі доходить висновку, що помірне збільшення числа туристів буде більш вигідним. Таким чином, у багатоаспектній стратегії, яка передбачає розвиток туризму, адміністрації мають враховувати не тільки економічні, але й соціальні та екологічні аспекти популяризації туристичної дестинації, зосереджені на збільшенні кількості туристських прибуттів (*Dzyad et al.*, 2020).

Мета стратегії подолання овертуризму на всіх п'яти етапах розвитку туристичної дестинації полягає в підтримці туристичної діяльності, особливо на останніх трьох стадіях, де необхідно вирішувати проблеми овертуризму. Головна мета полягає у забезпеченні умов, які не дозволять погіршити якість життя населення та враження відвідувачів під впливом туризму (*Makedon et al.*, 2019). Заключний етап стратегії передбачає визначення та вибір методів реалізації поставлених завдань.

Стратегія боротьби з овертуризмом у розвитку туристичної дестинації включає:

- глибокий аналіз ситуації в дестинації, що базується на комплексі проблем, які впливають на якість життя місцевого населення та якість вражень відвідувачів;

Таблиця 1. Характерні ознаки стадій еволюції туристської дестинації

Найменування стадії	Кількість туристичних прибутків	Ставлення населення до туристів	Терміни відвідин дестинації туристами	Території – постачальники туристів у дестинацію	Наявність туридустрії	Наявність фактору сезонності	Екологічне, соціальне та економічне навантаження	Інтеграція у глобальну туристську систему
1. Стадія розвідки	Невелика	Позитивне внаслідок наявності туристичного попиту на місцеві товари та послуги	Тривалі	Найближчі населені пункти	Відсутня	Відсутня	Слабка	Відсутня
2. Стадія залучення	Починає рости	Позитивне	Починають скорочуватися	Сусідні регіони	Починає формуватися туристський ринок, масштаби туристичного бізнесу невеликі	Починає виявлятися	Незначне зростання	Відсутня
3. Стадія розвитку	Велике	Від апатії на початку стадії до роздратування зі зростанням кількості туристів	Скорочуються	Будь-яка країна світу	Швидке зростання у порівняно короткий період	Впливає незначно	Збільшується	Починається
4. Стадія зміцнення	Перевищує чисельність місцевого населення; темпи зростання поступово уповільнюються	Одна частина населення негативно ставиться до туристів; інша чи пристосовується до нових умов, чи залишає дестинацію	Переважно короткий	Будь-яка країна світу	Туризм визначає розвиток дестинації та стає основним сектором економіки	Впливає значно	Вище, ніж пропускна спроможність дестинації	Дестинація повністю інтегрується у глобальну економіку
5. Стадія стагнації	Пік туристських прибуттів пройдено, стабілізація прибуттів, приросту не спостерігається	Або негативна, або індіферентна	Короткий	Будь-яка країна світу	Погіршення якості туристичного продукту, перетворення готелів на апартаменти та використання в нетуристичних цілях	Впливає значно	Висока	Присутня

Джерело: складено авторами за даними Milano (2017), Deloitte Insights (2023)

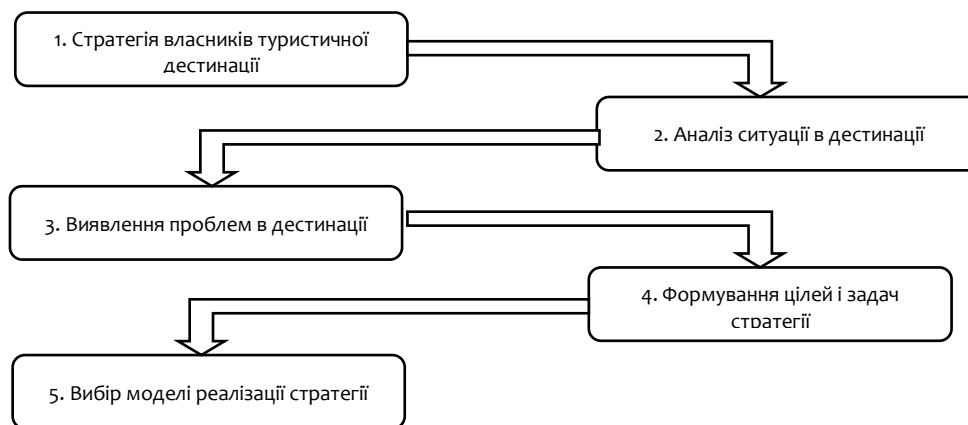


Рис. 3. Основні етапи розробки стратегії розвитку туристської дестинації

Джерело: складено авторами



Рис. 4. Завдання власників туристської дестинації щодо подолання (на рівні уряду країни) зменшення овертуризму

Джерело: складено авторами

- ідентифікацію проблем, пов'язаних з надмірним туристичним тиском;
- визначення та розробку цілей (збільшення турпотону та вирішення проблем, що виникають через надмірний туристичний тиск, з урахуванням принципів сталого розвитку) та завдань, що включають:
 - створення конкурентоспроможного туристичного продукту;
 - модернізацію міської та туристичної інфраструктури;
 - покращення екологічного стану, охорону природних та культурних об'єктів;
 - підбір необхідного інструментарію для управління:
 - адміністративні, економічні, маркетингові, екологічні та інноваційні методи.

Реалізація стратегії протидії овертуризму (або окремих проблем, що виникають через надмірний туристичний тиск) у розвитку туристичної дестинації ґрунтується на принципах сталого розвитку туризму, який враховує потреби місцевих жителів та туристів, прагне знайти баланс між ними та зберегти або збільшити можливості для майбутнього (Veiga et al., 2018).

Створення механізму управління туристичними послугами на основі стратегії протидії овертуризму у розвитку туристичної дестинації, що включає суб'єкти, об'єкти, стратегії управління дестинацією та очікувані результати, засновується на аналізі її життєвого циклу та науково-методологічних підходах до оцінки овертуризму, розроблених автором (регіональний, кількісний, управлінський).

Схема управлінського механізму туристичних послуг, заснована на стратегії боротьби з овертуризмом у розвитку туристичної дестинації, представлена на Рис. 5.

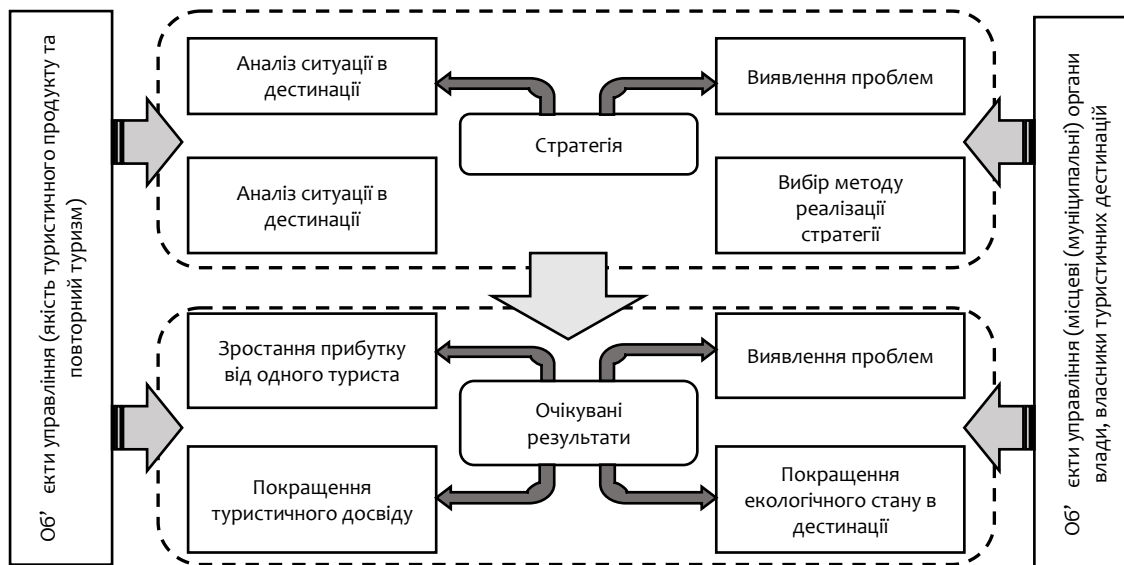


Рис. 5. Модель управління туристичними послугами на основі стратегії подолання овертуризму

Джерело: розроблено авторами

6. Висновки

Ідсумовуючи, хочеться підкреслити, що неоднорідний розвиток туризму та неоднорідний розподіл туристичних потоків у світі, з одного боку, відкриває можливості виявлення численних переваг цієї сфери економічної діяльності на національному та міжнародному рівнях. Але, з іншого боку, це вказує на потенційні негативні наслідки від надмірної кількості туристів, особливо при відсутності ефективно розробленої програми розвитку та управління туризмом на різних рівнях. Міжнародний досвід з проблематикою овертуризму дає країнам, де туризм тільки починає свій розвиток, можливість запобігти подібним проблемам за допомогою запровадження своєчасних заходів для вдосконалення програм і стратегій розвитку міжнародного туризму на національному, регіональному та локальному рівнях.

Феномен овертуризму досліджено як соціально-економічну проблему, яка виникає в сучасному масовому туризмі: причини його виникнення (надмірний тиск туризму на приймаючі дестинації), характеристики (погіршення якості життя населення та вражень туристів), аспекти негативного впливу на туристичні регіони. Вказано, що ключовим індикатором для оцінки овертуризму є пропусна спроможність дестинації, аналіз якої на сьогодні зміщується в бік вивчення психологічного навантаження, яке сприймається населенням. Погіршення якості життя через надмірний туристичний тиск призводить до конфліктів між місцевими та приїжджими, протестних виступів населення – це наслідки туризмобії.

Запропоновано заходи по забезпеченню контролю над овертуризмом на різних стадіях життєвого циклу туристичних дестинацій: стратегія стимулювання розвитку туризму (діє на всіх етапах життєвого циклу), стратегія превентивного втручання (для етапів розвитку, зміцнення та стагнації) та стратегія обмеження туристичної активності (для стадії зміцнення). Можлива комбінована реалізація декількох стратегій. Також розроблено модель управління туристичними послугами, яка враховує стратегію боротьби з овертуризмом у розвитку туристичних дестинацій. Представлені пропозиції та складові щодо попередження глобального овертуризму. В роботі власників туристичних дестинацій пріоритетним має стати таке управління галуззю, яке забезпечить баланс між економічним ефектом від збільшення кількості туристів та негативними наслідками впливу надмірного туризму на місцеве населення та відвідувачів. Без кваліфікованого стратегічного планування та прогнозування розвитку туризму у дестинаціях досягнути цього балансу буде неможливо.

7. Фінансування

Цьому дослідженню не отримало спеціальної фінансової підтримки.

8. Конкуруючі інтереси

Автори стверджують, що не мають конкуруючих інтересів.

References

Benjamin, S., Dillette, A., & Alderman, D. H. (2020). We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, 22(3), 476-483. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>.

Buitrago-Esquinas, E. M., Foronda-Robles, C., & Yñiguez-Ovando, R. (2023). A literature review on overtourism to guide the transition to responsible tourism. *Revista de Estudios Andaluces*, 45, 71-90. <https://doi.org/10.12795/rea.2023.45.04>.

Burrai, E., Buda, D.-M., & Stanford, D. (2019). Rethinking the ideology of responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 992-1007. <https://doi.org/10.1080/09666958.2019.1578365>.

Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzz, A. (2019). Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, 11(12), 3303. <https://doi.org/10.3390/su11123303>.

Chenavaz, R. Y., Leocata, M., Ogonowska, M., & Torre, D. (2022). Sustainable tourism. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 143, 104483. <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2022.104483>.

Cooke, P., Nunes, S., Oliva, S., & Lazeretti, L. (2022). Open innovation, soft branding and green influencers: critiquing 'fast fashion' and 'overtourism'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 52. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010052>.

Deloitte Insights (2023). Policies for the post-pandemic world of work Understanding the priorities of the European workforce. Retrieved September 1, 2023 from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/be/Documents/public-sector/DI_Policies-for-the-post-pandemic-world-of-work.pdf.

Duignan, M. (2019). Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions: Cambridge Case Study: Strategies and Tactics to Tackle Overtourism. In 'Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions: Case Studies, 2, 34-39. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>.

Dzyad, O., Redko, V., Krasnikova, N., Mihaylenko, O., & Stasiuk, Y. (2020). On the issue of sustainable development of tourism in the Black Sea countries. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 29(3), 471-482. <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112042>.

European Travel Commission (2022). European tourism: trends & prospects. Retrieved September 11, 2023 from <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2022-trends-prospects-q3-2022/>.

Francis, J. (2017). Overtourism-what is it, and how can we avoid it? Responsible travel. Retrieved August 31, 2023 from <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism>.

Frey, L. & Haraschenko, D. (2020). Current tendencies and new trends in tourism after COVID-19. *Innovations and technologies in the service sphere and food industry*, (2), 67-74.

Goretti, M. M., Leigh, M. L. Y., Babii, A., Cevik, M. S., Kaendera, S., Muir, M. D. V., ... & Salinas, M. G. (2021). Tourism in the post-pandemic world: economic challenges and opportunities for Asia-Pacific and the Western Hemisphere.

Karpenko, L. M., Serbov, M., Kwilinski, A., Makedon, V., & Drobayzko, S. (2018). Methodological platform of the control mechanism with the energy saving technologies. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(5), 1-7. Retrieved August 25, 2023 from <https://www.abacademies.org/articles/Methodological-platform-of-the-control-mechanism-1939-6104-17-5-271.pdf>.

Khalil, M. K., & Muneenam, U. (2021). Total quality management practices and corporate green performance: does organizational culture matter?. *Sustainability*, 13(19), 11021. <https://doi.org/10.3390/su131911021>.

Kruczek, Z., & Szromek, A. R. (2020). The identification of values in business models of tourism enterprises in the context of the phenomenon of overtourism. *Sustainability*, 12(4): 1457. <https://doi.org/10.3390/su12041457>.

- Krupskyy, A. (2014). Modern Methods of Management Decision-Making and Their Connection with Organizational Culture of the Tourism Enterprises in Ukraine. *Economic Annals-XXI*, 7-8(1), 95-98 (in Ukrainian).
- Makedon, V. V., & Mykhailenko, O. H. (2023). Napryamky rozvytku medychnoho strakhuvannya v systemi natsional'noyi ekonomiky krayin. [Directions of the development of medical insurance in the natsional'noyi system of the country's economy]. *Prychornomor's'ki ekonomichni studiyi*, 79, 30-39. <https://doi.org/10.32782/bses.79-4> (in Ukrainian).
- Makedon, V. V., Valikov, V. P., Ryabyk, G. E. (2019). Rozvytok svitovoho rynku dilovykh intelektual'nykh posluh pid vplyvom ekonomiky 4.0 [Development of the world market of business intellectual services under the influence of economy 4.0]. *The Vital Cycle of the Organizational Culture of the Trading Enterprises*, 2(12), 59-71. <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7> (in Ukrainian).
- Milano, C. (2017). Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts. *Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality*, 1-44. Retrieved September 21, 2023 from https://www.researchgate.net/publication/323174488_Overtourism_and_Tourismphobia_Global_trends_and_local_context_s.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and Tourismphobia: A Journey through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604>.
- OECD (2022). *Tourism Trends and Policies 2022*. Retrieved September 21, 2023 from <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/a8dd3019-en.pdf?expires=1672319642&id=id&accname=guest&checksum=4D61FDCB7E0A01341B172C864DC3B91A>.
- Para, A., & Ohnmacht, T. (2023). From Over-Tourism to Zero Tourism: Opportunities for a New Beginning? *Sustainability*, 15(10), 7873. <https://doi.org/10.3390/su15107873>.
- Patrichi, I. C. (2023). The Phenomenon of Over-Tourism in a Post-Pandemic Context. Case of Barcelona. *Romanian Economic and Business Review*, 18(2), 69-76. Retrieved September 21, 2023 from <https://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/journal/SU23/REBE-SU23-A8.pdf>.
- Podolsky, E. (2021). Last year was the worst in the history of world tourism. DIP. Retrieved from <https://dip.org.ua/turizm/minulij-rik-stav-naigirshim-v-istorii-svitovogo-turizmu/>.
- Quest, R., Hardingham-Gill, T., & Appiah, L. A. (2019). How Amsterdam is fighting back against mass tourism. *CNN*. Retrieved February, 9, 2022. Retrieved May 21, 2023 from <https://edition.cnn.com/travel/article/amsterdam-overtourism>.
- Rahmadian, E., Feitosa, D., & Zwitter, A. (2022). A systematic literature review on the use of big data for sustainable tourism. *Current Issues in Tourism*, 25(11), 1711-1730. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1974358>.
- Redko, V. Y., Krasnikova, N. O., & Krupskyy, O. P. (2022). Overtourism Effect Management in Destinations. *Tourism Risk*, 199-219. <https://doi.org/10.1108/978-1-80117-708-520221014>.
- Santos-Rojo, C., Llopis-Amorós, M., & García-García, J. M. (2023). Overtourism and sustainability: A bibliometric study (2018-2021). *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122285. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122285>.
- Šenková, A., Kormaníková, E., Šambronská, K., & Matušíková, D. (2022). Perception of overtourism in selected European destinations in terms of visitor age and in the context of sustainable tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 45(4spl), 1643-1649. <https://doi.org/10.30892/gtg.454spl4-985>.
- Song, Q., & Wondirad, A. (2023). Demystifying the nexus between social media usage and overtourism: evidence from Hangzhou, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(4), 364-385. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2230313>.
- Stukalo, N., Krasnikova, N., Krupskyy, O., & Redko, V. (2018). Fostering sustainable tourism in global economy. *Revista ESPACIOS*, 39(42), 1-27. Retrieved October 12, 2023 from: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p27.pdf>.
- Sulich, A., Sołoducho-Pelc, L., & Ferasso, M. (2021). Management styles and decision-making: Pro-ecological strategy approach. *Sustainability*, 13(4), 1604. <https://doi.org/10.3390/su13041604>.
- The Local (2018). European cities and stakeholders join forces against mass tourism. Retrieved September 11, 2023 from <https://www.thelocal.es/20180427/south-european-cities-and-stakeholders-join-forces-against-mass-tourism>.
- UNWTO (2022a). International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. Retrieved October 12, 2023 from <https://www.unwto.org/news/international-tourism-consolidates-strong-recovery-amidst-growing-challenges>.
- UNWTO (2022b). World Tourism Barometer. Statistical Annex. Retrieved October 12, 2023 from https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2022/11/UNWTO_Barom22_06_Nov_Statistical_Annex_en.pdf.
- UNWTO (2023). Tourism Set to Return to Pre-Pandemic Levels in Some Regions in 2023. Retrieved October 12, 2023 from <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>.
- Vagena, A. (2021). Overtourism: Definition and Impact. *Academia Letters*. <https://doi.org/10.20935/AL1207>.
- Valeri, M. (Ed.). (2022). *Tourism Risk*. Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/9781801177085>.
- Veiga, C., Santos, M. C., Águas, P., & Santos, J. A. C. (2018). Sustainability as a key driver to address challenges. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 662-673. <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2018-0054>.
- WTTTC (2023). Sustainable Growth: Tourism Statistics. Retrieved October 11, 2023 from <https://wtttc.org/Initiatives/Sustainable-Growth>.
- Zayachkovska, G. A., Vovk, S. V., & Tserklevych, V. S. (2023). Trendy postpandemichnoho rozvytku turyzmu v krayinakh Yevropeys'koho soyuzu: naratyvy, imperatyvy, prohnozy [Trends in the post-pandemic development of tourism in the countries of the European Union: narratives, imperatives, forecasts]. *Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, 8(8), 11-19. <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-2> (in Ukrainian).
- Zengin, B., Colak, O., Cevrimkaya, M., & Sengel, U. (2023). Rethinking overtourism in the post-COVID-19 period: Is demarketing a solution? *Journal of Tourism Management Research*, 10(1), 32-46. <https://doi.org/10.18488/31.v10i1.3277>.

