МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему «Соціально-економічні вигоди та проблеми масового туризму в світі»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0513-ме
спеціальності 051 Економіка
освітньої програми Міжнародна економіка
Губарев Ярослав Дмитрович

Керівник: доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму, к.е.н. Дугієнко Н.О.

Рецензент: професор кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму, д.е.н. Бабміндра Д.І.

Запоріжжя
2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економічний
Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 051«Економіка»
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____ О.В. Гамова

«____»_____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ

Губареву Ярославу Дмитровичу

1. Тема роботи: «Соціально-економічні вигоди та проблеми масового туризму в світі»
керівник роботи: Дугієнко Наталя Олександрівна, к.е.н., доцент
затверджені наказом ЗНУ від «29» грудня 2023 р. № 2252-с

2. Строк подання студентом роботи: 18 листопада 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: публікації у фахових журналах, монографії, електронні економічні публікації, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

- теоретичні основи масового туризму та його розвитку;
- соціально-економічні вигоди масового туризму;
- перспективи масового туризму.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить графічний матеріал використано у другому розділі при аналізі впливу масового туризму на економіку регіонів.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Дугієнко Н.О., к.е.н., доцент	05.08.2024 р.	05.08.2024 р.
2	Дугієнко Н.О., к.е.н., доцент	09.09.2024 р.	09.09.2024 р.
3	Дугієнко Н.О., к.е.н., доцент	03.10.2024 р.	03.10.2024 р.

7. Дата видачі завдання: 24 червня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми	06.11.2023 – 18.12.2023	виконано
2.	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	24.06.2024 р. – 15.07.2024 р.	виконано
3.	Складання плану	22.07.2024 – 30.07.2024	виконано
4.	Виконання вступу	01.08.2024 р. – 04.08.2024 р.	виконано
5.	Виконання розділу 1	05.08.2024 р. – 08.09.2024 р.	виконано
6.	Виконання розділу 2	09.09.2024 р. – 02.10.2024 р.	виконано
7.	Виконання розділу 3	03.10.2024 р. – 20.10.2024 р.	виконано
8.	Формулювання висновків	21.10.2024 р. – 27.10.2024 р.	виконано
9.	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	28.10.2024 р. – 10.11.2024 р.	виконано
10.	Подання роботи на кафедру	18.11.2024 р.	виконано

Студент _____ Губарев Я.Д

(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ Дугієнко Н.О.

(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Гамова О.В.

(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 95 с., 2 рис., 54 джерела.

Об’єкт дослідження: Масовий туризм.

Предмет дослідження: Соціально-економічні наслідки масового туризму**,** які включають як позитивні аспекти (економічне зростання, створення робочих місць, покращення інфраструктури), так і негативні (перевантаження інфраструктури, соціальна нерівність, екологічні загрози). Дослідження фокусується на впливі туризму на соціальну та економічну сфери країн і регіонів, а також на механізмах управління цими процесами для досягнення сталого розвитку.

Метою роботи є аналіз соціально-економічні вигоди та проблеми, пов’язані з масовим туризмом у глобальному масштабі, та розробити рекомендації для оптимізації його впливу на приймаючі країни.

У роботі розкрита сутність соціально-економічних процесів, пов’язаних із розвитком масового туризму. Досліджено, як туризм впливає на економічне зростання, створення робочих місць, розвиток інфраструктури та культурний обмін. Водночас проаналізовано негативні аспекти, такі як перенасичення туристичних місць, соціальна нерівність, екологічна деградація та загрози для культурної спадщини. Робота підкреслює необхідність впровадження сталих стратегій для збереження балансу між економічними вигодами та мінімізацією негативних наслідків масового туризму.

ТУРИЗМ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ, ЕКОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА, ПРОБЛЕМИ, ОВЕРТУРИЗМ.

SUMMARY

Qualifying work: 95 pp., 2 fig., 54 sources.

Object of research: Mass tourism.

Subject of research: Socio-economic consequences of mass tourism, which include both positive aspects (economic growth, job creation, infrastructure improvement) and negative ones (infrastructure overload, social inequality, environmental threats). The study focuses on the impact of tourism on the social and economic sphere of countries and regions, as well as on mechanisms for managing these processes to achieve sustainable development.

The method of work is the analysis of socio-economic benefits and problems associated with mass tourism on a global scale, and the development of recommendations for optimizing its impact on eligible countries.

The work reveals the essence of socio-economic processes associated with the development of mass tourism. The impact of tourism on economic growth, job creation, infrastructure development and cultural exchange is investigated. At the same time, negative aspects such as overcrowding of tourist destinations, social inequality, environmental degradation and threats to cultural heritage are analyzed. The work emphasizes the implementation of sustainable strategies to maintain a balance between economic costs and minimizing the negative consequences of mass tourism.

TOURISM, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, SOCIAL IMPACTS, ENVIRONMENTAL IMPACTS, GLOBALIZATION, CULTURAL HERITAGE, PROBLEMS, OVERTOURISM.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ 2
РЕФЕРАТ 4
SUMMARY 5
ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАСОВОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТКУ 10
1.1.Характеристика масового туризму 10
1.2.Видова класифікація масового туризму 20
1.3. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток країн 23
РОЗДІЛ 2 СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИГОДИ МАСОВОГО ТУРИЗМУ .. 29
2.1.Аналіз впливу масового туризму на економіку регіонів 29
2.2.Визначення напрямків аналізу соціально-економічного впливу масового туризму 37
2.3.Проблеми, що виникають у зв'язку зі зростанням масового туризму та їх вплив на суспільство та економіку 49
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ МАСОВОГО ТУРИЗМУ 59
3.1.Сучасний стан розвитку туристичної інфраструктури 59
3.2. Стратегії та перспективи розвитку сталого туризму 69
ВИСНОВКИ 78
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 81
ДОДАТКИ 87

ВСТУП

Масовий туризм є одним із найважливіших явищ сучасності, яке відіграє значну роль у розвитку світової економіки та суспільства. У час, коли кордони між країнами стають дедалі умовнішими, туризм відкриває людям унікальну можливість пізнавати нові культури, розширювати горизонти, обмінюватися знаннями та досвідом. Проте за зовнішньою привабливістю цього феномену ховаються як великі перспективи, так і серйозні виклики, що потребують обґрунтованого вивчення й аналізу.

Туризм не лише приносить значні економічні вигоди, такі як зростання валового внутрішнього продукту, створення нових робочих місць і розвиток інфраструктури, але й стимулює соціальні зміни, сприяє взаємодії між культурами, підвищує рівень життя місцевого населення. Водночас масовий туризм створює низку проблем, зокрема екологічну деградацію, перенасичення туристичних зон, соціальну нерівність та руйнування культурної автентичності. Ці проблеми набувають глобального масштабу, особливо у країнах, що приймають великі потоки туристів, таких як Франція, Італія, Таїланд або Іспанія.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у вивченні соціально-економічних вигод і проблем, пов’язаних із масовим туризмом у світі, а також у визначенні шляхів оптимізації його впливу. Робота спрямована на виявлення позитивних і негативних аспектів цього явища, аналіз перспектив його розвитку у контексті сталого туризму та підготовку рекомендацій для збереження балансу між вигодами і мінімізацією шкоди.

Із загальної мети випливають такі завдання досліджень:

- розкрити теоретичні основи масового туризму, його сутність, структуру та ключові характеристики;
- проаналізувати основні проблеми, пов’язані з масовим туризмом, включаючи екологічні, соціальні та культурні виклики, а також вплив перевантаження туристичних дестинацій;

- оцінити вплив масового туризму на економіку приймаючих країн та регіонів, використовуючи статистичні дані та приклади з практики;
- визначити фактори, що сприяють розвитку сталого туризму, та запропонувати шляхи збереження балансу між економічними вигодами і мінімізацією негативних наслідків;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення управління туристичною галуззю з метою зменшення її негативного впливу на екологію та суспільство;
- дослідити перспективи та тенденції розвитку масового туризму у глобальному масштабі, враховуючи зміни у попиті, технологічні інновації та необхідність сталого розвитку.

У рамках роботи планується розглянути:

- теоретичні основи масового туризму, класифікувати його види;
- дослідити економічний;
- соціальний вплив на регіони.

Особлива увага буде приділена аналізу проблем, пов’язаних із перенавантаженням туристичних зон, забрудненням довкілля, зростанням соціальної напруги та втратами культурної спадщини. Крім того, я прагну акцентувати увагу на важливості впровадження інноваційних рішень та екологічних ініціатив, які сприятимуть гармонійному розвитку туристичної галузі.

Актуальні питання пов’язані з соціально-економічними вигодами та проблемами масового туризму досліджуються у наукових працях багатьох економістів-науковців, таких як: Коен Е.,Пірс П., Батлер Р., Крістофер Холл, Уліх Вернер, Мілл Р., Моррісон А., Дуффі Р., Багіолі М., Гопкінс Д., Річардсон Л., Ханнінг Р., Кірк Дж., Зленко Г.О., Мальська М.П., Антонюк Н.В., Худо Б.М., Пивоваров С.В., Кифяк В.Ф., Глазиріна І.П., Тарасенко І.І., Максвелл Г., Сміт М., Стойка В.С..

Предмет дослідження: Соціально-економічні наслідки масового туризму**,** які включають як позитивні аспекти (економічне зростання, створення робочих місць, покращення інфраструктури), так і негативні (перевантаження

інфраструктури, соціальна нерівність, екологічні загрози). Дослідження фокусується на впливі туризму на соціальну та економічну сфери країн і регіонів, а також на механізмах управління цими процесами для досягнення сталого розвитку.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, де обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету та завдання; трьох розділів, перший з яких присвячено дослідженню теоретичних умов масового туризму, у другому розділі кваліфікаційної роботи ведеться аналіз проблем та напрямків масового туризму, третій розділ присвячено шляхам розвитку та перспективі сталого туризму. Роботу завершує висновок котрий узагальнює список використаної літератури, результати досліджень та додатки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАСОВОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТКУ

1.1. Характеристика масового туризму

Масовий туризм — це тип туризму, що характеризується великим потоком туристів до популярних туристичних місць. Він розвинувся у XX столітті завдяки здешевленню транспорту, покращенню інфраструктури та зростанню добробуту населення. Головними рисами масового туризму є доступність, організованість і можливість участі широких верств населення, що забезпечує значний вплив на економіку та соціально-культурне середовище місцевих спільнот.

Основною вигодою масового туризму є розвиток культурного обміну. Взаємодія туристів з місцевим населенням сприяє поширенню знань про культуру, традиції та спосіб життя різних народів. Туристи мають можливість краще зрозуміти інші культури, а місцеві громади отримують нові можливості для представлення своєї культурної спадщини та її збереження через економічні стимули від туризму. Водночас відбувається підтримка культурної спадщини шляхом розвитку інфраструктури для збереження історичних пам’яток та традицій.

Масовий туризм також може сприяти соціальним змінам у місцевих громадах, поліпшуючи рівень життя завдяки новим робочим місцям і доходам. Однак, виникають і соціальні та культурні конфлікти через можливі відмінності у звичаях, поведінці та цінностях туристів і місцевих мешканців [1].

Цей хронологічний поділ ґрунтується на технологічних, економічних і соціальних передумовах та цільових функціях туризму на кожному етапі розвитку.

Перший етап розвитку туризму називають передісторією туризму. Початок цього етапу відноситься до античності (Стародавньої Греції та Риму), коли основними мотивами подорожей були торгівля, паломництво, медицина та освіта. У цей період виникли і спортивні подорожі. Наприклад, учасники

Олімпійських ігор і глядачі добиралися до місць проведення змагань із найвіддаленіших куточків Греції.

Пізніше, у Середні віки, мотивацією для подорожей стали релігійні елементи. Епоха Відродження послабила релігійну мотивацію і посилила особистий характер подорожей.

В епоху Просвітництва подорожі набули освітнього характеру. Наприклад, молоді аристократи здійснювали «великі подорожі» Європою, щоб здобути шляхетну освіту, яка давала їм право займатися політичною та громадською діяльністю. У Великій Британії такі маршрути починалися в Лондоні, звідки студенти вирушали до Парижа, потім до Генуї, Мілану, Флоренції та Риму для здобуття освіти, а зворотний шлях пролягав через Швейцарію, Німеччину та Нідерланди.

До середини XIX століття подорожі мали кілька особливостей. По-перше, засоби пересування були примітивними; по-друге, подорожі були не самоціллю, а необхідною умовою і засобом для досягнення інших цілей (торгівля, медицина, освіта тощо). Розвиток виробництва і промислова революція, які сталися у великих європейських країнах у XVIII і XIX століттях, призвели до змін в економічному житті суспільства Привели до змін в економічному житті суспільства. У результаті розвитку продуктивних сил суспільства робочий час відокремився від вільного. Це стало передумовою для другого етапу розвитку туризму.

Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, підпорядковане впливу об’єднаних законів розвитку людського суспільства. Як вид людської діяльності та галузі економіки він активно розвивається і в перспективі його значення лише зростатиме [2].

Другий етап розвитку туризму відомий як елітарний туризм. На цьому етапі почали з'являтися перші спеціалізовані підприємства, що виробляють туристичні послуги. Важливу роль у розвитку цього етапу туризму відіграли революційні зміни у сфері транспорту: у середині XIX століття з'явилися перші пароплавні компанії, що перевозили іммігрантів зі Старого Світу до берегів Америки.

Науково-технічний прогрес, суспільна боротьба за права трудящих і соціальне процвітання створили для багатьох простих людей можливість подорожувати. Якість і надійність транспорту покращилися, а ціни стали дешевшими, що призвело до значного зростання кількості мандрівників. З'явилися перші компанії, що спеціалізуються на послугах для тимчасових мандрівників. Перші готелі прийшли на зміну скромним пансіонатам.

1801 року в Баден-Бадені (Німеччина) відкрили готель Badisches Hof; 1812 року у Швейцарії відкрили готель Riga Kresteli; 1832 року у Фалльхорні побудували готель; 1859 року в Інтерлакені (Швейцарія) побудували гранд-готель «Швайцерхоф». У Німеччині перші курорти на мінеральних водах з'явилися на рубежі XVIII і XIX століть у Хайлігендаммі, Нордернау і Травемюнде.

У цей період було побудовано розкішні готелі, переважно для аристократії. Однак у другій половині XIX століття індустрія відпочинку розширила своє виробництво. До готельного бізнесу приєдналися перші турагенти, чия робота полягала в організації та продажу споживачам екскурсійних поїздок [3].

Груповий тур, організований Томасом Куком 1841 року, став першим прикладом пакетного туру (набір туристичних послуг, що продаються за єдиною ціною). До пакета входила 20-мильна подорож потягом, чай, хліб і духовий оркестр. Вартість усієї подорожі становила всього один шилінг з пасажира. Звісно, Т. Кук переслідував не комерційну, а скоріше соціальну мету. Таким чином він прагнув привернути увагу до можливості правильного використання робочого часу. Протягом наступних двох десятиліть у Великій Британії з'явилося безліч нових туристичних агентств; з 1862 року стали публікуватися перші туристичні каталоги, які відображають зростаючий попит на туризм. У Німеччині перша туристична компанія була заснована в Бреслау 1863 року. Ця компанія мала тісні зв'язки з пароплавними компаніями й активно рекламувала і просувала морські круїзи та розважальні поїздки на початку XX століття. Проте наприкінці XIX - на початку XX століття мало хто міг дозволити собі далекі екскурсійні поїздки.

Третій етап став початком зародження соціального туризму. Перша світова війна, економічна депресія 1930-х років і Друга світова війна негативно вплинули на розвиток туризму. Водночас у цей період з'явилися елементи масового туризму, які сягнули свого піку в повоєнні десятиліття.

Наприклад, у Швейцарії було засновано компанію Hotelplan, яка сьогодні є найбільшою туристичною компанією в країні. Компанію було засновано 1935 року на ідеї засновника Р. Даттвайлера про те, що залучення «маленьких людей» у туризм надасть неоціненну допомогу готельному бізнесу. Бюджетні тури для широких мас стали основним продуктом компанії. У перший фінансовий рік було продано понад 50 000 туристичних путівок [4].

Четвертий етап називається етапом масового туризму. Саме на цьому етапі туризм став масовим. Туризм, який раніше був предметом розкоші, стає необхідністю для більшості населення промислово розвинених країн. Формується індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктами, виробничими циклами, організацією та методами управління виробництвом.

У країнах Західної Європи в цей період активно створювалися туристичні агентства, готелі, компанії з організації атракціонів і розваг. Європейський туризм у 1950-ті роки був орієнтований переважно на американських туристів і був джерелом доларового доходу. З 1960-х до середини 1970-х років швидко зростали виїзний і в'їзний туризм, а також кількість і обсяг виробництва туристичних підприємств.

Найважливішим показником завершення процесу формування масового туризму є інтенсивність туризму в тій чи іншій країні. Інтенсивність туризму - це частка населення країни, яке здійснює хоча б одну туристичну поїздку на рік, розрахована у відсотках від загальної чисельності населення країни або населення віком 14 років і старше. Коли інтенсивність туризму перевищує 50 %, можна говорити про формування масового туризму.

Після Другої світової війни попит і пропозиція на туристичному ринку зазнали кардинальних змін. В обох випадках ідеться про масовий туризм, до якого залучено не тільки елітний клас, а й середній клас, а з 1980-х років і нижчі верстви населення.

Конвеєрний туризм передбачає відносний примітивізм і однорідність потреб і мотивів туристів, а отже, знеособлений конвеєрний характер вироблених послуг.

Диференційований туризм вирізняється розмаїттям туристських потреб і мотивів, розмаїттям вузькоспеціалізованих сегментів туристського попиту, розмаїттям пропонованих послуг і вираженою спеціалізацією туристської пропозиції. Диференційований туризм характеризується широким спектром послуг. Як правило, турфірми пропонують певну кількість видів турпродуктів, кожен з яких має безліч варіантів. Перехід від конвеєрного до диференційованого туризму відбувся одночасно з переходом від ринків виробників до ринків споживачів.

Мотивацією, що визначала поведінку споживачів туристичних послуг у цей період, був рекреаційний аспект туризму. Відпочинок розглядався як засіб відновлення фізичної форми для продовження трудової діяльності. Зростання попиту на туристичному ринку супроводжувалося активним зростанням туристичних підприємств. Туристичні послуги стали стандартизуватися і пропонуватися у вигляді «пакетних турів» [5].

Рубіж 60-х і 70-х років. Формується суспільство моноспоживачів, тобто споживання заради споживання. Ринки виробників замінюються ринками споживачів. Мотиви туристичного попиту стають дедалі складнішими. Поряд із рекреаційним туризмом дедалі більшого значення набувають такі аспекти туризму, як освіта, комунікація та інвестиції.

Масовий туризм — це феномен, що виник із розвитком сучасної транспортної та готельної інфраструктури, а також зі збільшенням доступності міжнародних подорожей для широкого кола людей. Однією з ключових характеристик масового туризму є його орієнтація на великі групи туристів, що прямують до популярних туристичних дестинацій. Ця тенденція стала можливою завдяки появі дешевших авіаперельотів, туроператорів, що пропонують пакетні тури, та стрімкому розвитку інтернету, який спростив процес бронювання.

Масовий туризм привів до значних економічних переваг для країн і регіонів, що активно розвивають цю індустрію. Завдяки притоку туристів, зростає попит на місцеві товари й послуги, що сприяє створенню нових робочих місць і розвитку місцевого бізнесу. У багатьох випадках туризм стає однією з основних галузей економіки регіонів, де природні ресурси або культурні пам’ятки приваблюють мільйони відвідувачів.

Важливою рисою масового туризму є його вплив на культурну взаємодію між туристами і місцевим населенням. Цей тип туризму сприяє культурному обміну та розширенню світогляду, оскільки туристи мають можливість дізнатися більше про традиції та спосіб життя інших народів. Водночас місцеві жителі отримують економічні вигоди через зростання попиту на свої послуги, що стимулює підтримку культурної спадщини. Місцеві громади часто активніше зберігають свої традиції та історичні пам'ятки, аби привабити ще більше туристів, створюючи тим самим циклічний економічний і культурний вплив.

Однак масовий туризм несе і низку викликів, які вимагають стратегічного підходу до управління. Перенасичення туристами певних місць може призвести до негативних наслідків як для екології, так і для культури. Відомі випадки руйнації природних ландшафтів, надмірного забруднення та зносу історичних пам’яток. Крім того, масовий туризм може сприяти соціальній напрузі між туристами та місцевими жителями через різницю у культурних нормах, звичаях або просто через втрату місцевого колориту через «комерціалізацію» культури під впливом туристів.

Зважаючи на ці ризики, багато країн і регіонів починають впроваджувати стратегії сталого туризму, що дозволяють контролювати потоки туристів і мінімізувати негативний вплив на довкілля та культуру [6].

Масовий туризм породжує широкий спектр проблем, що стосуються як екології, так і соціальних та економічних аспектів життя місцевих громад. Ось детальний розгляд основних проблем, пов'язаних з масовим туризмом, і їхні наслідки для місцевого населення та довкілля:

- екологічні проблеми;

Масовий туризм завдає серйозної шкоди природним ресурсам. Відвідування популярних туристичних місць призводить до ерозії ґрунтів, забруднення водних ресурсів, знищення рослинного покриву та фауни. Наприклад, морські узбережжя часто страждають від перенасичення відпочиваючими, що руйнує прибережні екосистеми та пошкоджує коралові рифи. Перенавантажені туристичні маршрути, гірські стежки та національні парки часто стають місцями накопичення сміття та відходів, які можуть роками залишатися на місці через неналежне обслуговування.

Додатково, велика кількість відвідувачів збільшує викиди парникових газів через авіаперельоти та використання транспорту. Це погіршує стан навколишнього середовища не тільки на місцевому рівні, але й сприяє глобальній зміні клімату.

- перенаселення туристичних зон (overtourism);

Популярні туристичні напрямки, такі як Барселона, Венеція або Амстердам, часто стають жертвами "перенаселення" туристами, коли кількість відвідувачів перевищує можливості інфраструктури та громадських ресурсів. Це призводить до перенасиченості вулиць, переповненості готелів, транспортних мереж, а також збільшує навантаження на місцеві послуги, такі як водопостачання та санітарія. Через це місцеві жителі страждають від зниження якості життя, адже міста стають менш придатними для проживання, а оренда житла та ціни на продукти стрімко зростають.

- соціально-культурні конфлікти;

Масовий туризм часто призводить до культурних конфліктів між туристами та місцевим населенням. Відвідувачі, не знайомі з місцевими традиціями та звичаями, можуть поводитися в спосіб, що вважається неприпустимим або неповагою до місцевої культури. Це призводить до напруги між туристами та місцевими жителями, які можуть почуватися відчуженими на своїй території.

Крім того, масовий туризм часто призводить до "комерціалізації" культури. Місцеві традиції, свята та звичаї стають туристичними атракціями, що втрачають свою автентичність через підлаштування під смаки та очікування

туристів. В результаті місцеві жителі можуть втратити зв'язок із власною культурною спадщиною.

- збільшення вартості життя;

У регіонах із високим туристичним потоком зростають ціни на житло, продукти та послуги. Місцеві жителі часто стикаються з тим, що вони не можуть дозволити собі жити у власних містах через зростання вартості оренди та власного житла. У Венеції, наприклад, багато місцевих жителів змушені виїжджати через високі ціни на нерухомість і комерціалізацію міста. Ця проблема стає особливо гострою в регіонах, де туризм є головним джерелом доходу.

- інфраструктурне навантаження;

Масовий туризм створює значний тиск на інфраструктуру міст, включаючи дороги, громадський транспорт, системи водопостачання, енергомережі та сміттєвивіз. Часто інфраструктура не здатна впоратися з раптовим зростанням кількості користувачів, що призводить до зносу та частих ремонтів. Наприклад, популярні пляжні курорти або історичні міста можуть стикатися з перебоями у водопостачанні або засміченням каналізаційних систем через перевищення норми використання.

- втрата автентичності;

Під впливом масового туризму місцеві культури часто зазнають змін, що призводить до втрати автентичності. Культурні заходи, традиційні ремесла та кухня можуть бути адаптовані до смаку туристів, що спрощує або спотворює їх первісне значення. Наприклад, ресторани у туристичних зонах можуть почати пропонувати стандартизовані страви, які не мають нічого спільного з автентичною кухнею регіону. Історичні райони стають "музеями під відкритим небом", де місцеві жителі вже не можуть жити звичайним життям через наплив туристів.

- нерівномірний розподіл доходів;

Незважаючи на те, що туризм може принести великі доходи країні або регіону, вони часто розподіляються нерівномірно. Великі туристичні компанії, міжнародні готелі та ресторани можуть забирати основну частину прибутків, у

той час як місцеві підприємства та робітники отримують значно менше. Це призводить до зростання соціальної нерівності у місцевих громадах і може викликати невдоволення серед жителів.

Основні тенденції розвитку світогляду 21 століття включають інтенсивний розвиток політики, культури, освіти, бізнесу, тематичного, прикладного туризму та круїзів.,

Це вимагає від туристичної сторони підвищення якості послуг, що надаються. Перш за все, очікується інтенсивний розвиток туризму в умовах перехідної економіки і, відповідно, хвиля зростання ринкового попиту на курортах і рекреаційних послугах. Частка ринку туризму в економіці країн, що розвиваються в 1980 році склала 30%, в 2014 році - 45%, а до 2030 року вона перевищить 57%. Частка рекреації, оздоровлення та дозвілля є базовою для світового в'їзного туризму з повним спектром послуг, яка становить 53%, виключаючи чисто медичний туризм. Вже в 2014 році прибуття туристів в глобальному масштабі досягло 11,38 млн. люд. Згідно із заявою IPK International [51] , міжнародний туризм продовжує зростати Глобальний прогноз на 2020 рік виглядає позитивним - ITB Berlin [52] представляє наступні світові тенденції World Travel Monitor від IPK International [53].

Як і в попередні роки, у 2019 році міжнародний туризм продовжував зростати, хоча й не так сильно, як у попередні роки. За перші вісім місяців цього року кількість виїздів по всьому світу збільшилася на 3,9 %, що на один відсотковий пункт нижче за показник 2018 року.

Цей показник був на один процентний пункт нижчим, ніж у 2018 році. Цього року найбільше зростання міжнародних поїздок, як і раніше, відзначалося в Азії, тоді як у Латинській Америці спостерігався спад. Загалом, виїзні подорожі продовжать зростати у 2020 році, згідно з першим аналізом тенденцій IPK World Travel Monitor.

World Travel Monitor ґрунтується на результатах репрезентативних інтерв'ю з більш ніж 500 000 осіб у більш ніж 60 країнах. Розроблений більш ніж за 20 років, він визнаний наймасштабнішим і найбезперервнішим дослідженням глобальних тенденцій у сфері подорожей.

Визнаний наймасштабнішим безперервним дослідженням світових тенденцій у сфері подорожей. За перші вісім місяців міжнародні поїздки в Північній Америці зросли на 4,5 %, що дещо вище середнього рівня. Європа також продемонструвала зростання на 2,5 %, але значно відстала від Азії та Північної Америки. Це нижче, ніж попереднього року. Кількість вильотів з Латинської Америки, навпаки, продемонструвала негативну динаміку за перші вісім місяців цього року, знизившись на 3 % порівняно з попереднім роком [7].

Туристичний сектор, що надає послуги, які потребують певного рівня інноваційних знань і навичок, не є винятком. Мінлива соціальна динаміка чинить тиск на інновації в туризмі та адаптацію до нових бізнес-моделей. Інновації руйнують наявні моделі, й індустрія туризму поступово відходить від масової моделі, характерної для XX століття. Позиція пропозиції, яка чинила сильний вплив на ринок масового туризму, змінилася нестабільним попитом, оскільки ринок насичується дедалі більшою кількістю напрямків.

Це призвело до того, що надає можливість розвивати інноваційне та творче мислення для підтримки появи привабливих туристичних напрямків і послуг. Зокрема, інновації в інформаційних технологіях пропонують нові можливості, що призвело до змін у природі цього сектору з екологічним, соціально-культурним, психологічним та економічним значенням [8].

Стійкість і впровадження екологічних інновацій є відмітним фактором і мають вирішальне значення для конкурентоспроможності сектора. Уряди можуть надати значну підтримку в забезпеченні екологічної стійкості. Теми, пов'язані з охороною довкілля та сталим розвитком, ставатимуть дедалі важливішими критеріями під час розроблення механізмів регулювання та державної політики. З огляду на ці факти, не можна залишати поза увагою проблему інновацій і туризму. З огляду на швидкозростаючий сектор і технологічний прогрес, необхідно вивчати це питання не тільки на мікроекономічному, а й на макроекономічному рівні.

Нині велику увагу привертають еко-інновації в туризмі. Це один із підходів до реалізації екологічної та кліматичної політики. Рівень

впровадження еко-інновацій у різних країнах неоднаковий і залежить від кількох чинників, таких як ресурси та структури підтримки [9].

Таким чином, масовий туризм, хоча і приносить економічну вигоду, часто створює серйозні виклики для місцевих спільнот і екології. Управління цими викликами потребує ретельного планування та впровадження стратегій сталого розвитку туризму, щоб мінімізувати негативні наслідки.

1.2.Видова класифікація масового туризму

Туризм у сучасному світі проявляється в різноманітті явищ, зв'язків і відносин, що визначає необхідність класифікації туризму, тобто за окремими однорідними ознаками, які залежать від конкретних практичних цілей. Найпоширенішою є класифікація туризму на типи, категорії, види та форми [10].

Існує поняття внутрішній туризм , що включає в себе потік людей у межах однієї країни з метою туризму. Платіжним засобом залишається рідна валюта, яка використовується повсякденно, а засобом спілкування - рідна мова туриста. Такі поїздки відносно легко організувати. За деякими оцінками, на внутрішній туризм припадає 80-90 % усіх туристичних поїздок, а загальні витрати на внутрішній туризм у п'ять-десять разів перевищують витрати туристів на міжнародні поїздки.

Також є міжнародний туризм, призначений для людей, які подорожують із туристичними цілями за межі країни постійного проживання. Для них перетин кордонів пов'язаний з певними процедурами, такими як отримання паспорта і візи, митні формальності, обмін валюти і медичне обслуговування. Спеціальні служби перевіряють, чи дотримуються мандрівники паспортно-візового режиму, вимог до вакцинації, а також правил і умов провезення через кордон товарів, вантажів, валюти та обмінних операцій [11]. За Додатком А можна побачити розширену видову класифікацію з більш детальним описом, що дозволяє зрозуміти що туризм є складною та багатогранною діяльністю, яка впливає на різні аспекти життя як туристів, так і приймаючих громад. Кожен

вид туризму має свої особливості та виклики, що впливає на інфраструктуру, культуру та економіку дестинацій.

Масовий туризм, незалежно від його виду, є важливою частиною глобальної економіки і приносить значні доходи приймаючим країнам, проте він також може створювати екологічні та соціальні виклики, що потребують відповідного управління та планування.

Видові класифікації масового туризму охоплюють різноманітні аспекти цього явища, які дозволяють краще зрозуміти його структуру та особливості. Вони базуються на різних критеріях, таких як мета подорожей, спосіб організації, тривалість подорожей, географічний напрямок, тип туристичного середовища, соціальні групи туристів та сезонність. Кожен з цих критеріїв дає змогу чіткіше визначити типи туристичних продуктів і забезпечує краще управління та планування туристичних потоків.

Мета подорожі є одним із найважливіших критеріїв класифікації масового туризму. Вона охоплює різні типи туризму, зокрема: рекреаційний, культурний, релігійний, подієвий, пригодницький та екотуризм. Кожен з цих видів туризму орієнтований на різні групи туристів з різними інтересами та потребами. Наприклад, культурний туризм спрямований на людей, які цікавляться історією та мистецтвом, тоді як пригодницький туризм залучає тих, хто прагне активного відпочинку та нових вражень.

Одним із важливих критеріїв є спосіб організації подорожей. Масовий туризм часто поділяється на організований і самостійний. Організований туризм передбачає надання комплексних послуг через туристичні агенції, які включають проживання, транспорт, харчування та екскурсії. Самостійний туризм, навпаки, надає туристам більше свободи у плануванні своїх поїздок, проте вимагає від них більшої самостійності та підготовки.

Ще одним важливим аспектом є тривалість подорожей. Масовий туризм може бути короткостроковим або довготривалим. Короткострокові поїздки зазвичай тривають до тижня і спрямовані на швидке відновлення сил, відпочинок або відвідування популярних туристичних дестинацій. Довготривалі подорожі, навпаки, можуть тривати кілька тижнів або навіть

місяців і дозволяють туристам глибше зануритися у культуру місцевості, а також відвідати більше визначних місць.

Географічний напрямок також є важливим фактором класифікації масового туризму. Він поділяється на внутрішній і міжнародний туризм. Внутрішній туризм включає поїздки в межах однієї країни, що стимулює національну економіку та сприяє розвитку внутрішньої інфраструктури. Міжнародний туризм, навпаки, передбачає подорожі за межі рідної країни і сприяє культурному обміну між націями, але водночас може створювати перенасичення популярних туристичних дестинацій.

Наступним важливим критерієм є тип туристичного середовища, до якого належать міський, пляжний, гірський та сільський туризм. Міський туризм зазвичай пов'язаний з великими містами, такими як Париж, Лондон чи Нью-Йорк, де туристи відвідують відомі культурні об'єкти та беруть участь у різних заходах. Пляжний туризм орієнтований на узбережжя та курорти, такі як Ібіца чи Мальдіви, де основною діяльністю є відпочинок біля моря. Гірський туризм зосереджується на подорожах до гірських регіонів, таких як Альпи чи Гімалаї, де туристи займаються активним відпочинком, зокрема лижними видами спорту та хайкінгом. Сільський туризм, навпаки, спрямований на поїздки до малих міст і сільських регіонів, де туристи можуть зануритися у традиційний спосіб життя місцевого населення.

Соціальні групи туристів також відіграють важливу роль у класифікації масового туризму. Різні вікові, сімейні та соціальні категорії обирають різні типи подорожей. Наприклад, молодіжний туризм зазвичай передбачає більш активний відпочинок та бюджетні варіанти подорожей, такі як хостели або кемпінги. Сімейний туризм, навпаки, орієнтований на створення комфортних умов для подорожі з дітьми, зокрема на курортах з розважальними парками чи тематичними комплексами. Старші туристи, зазвичай, обирають організовані тури з менш активними програмами.

Сезонність є ще одним важливим критерієм, що визначає попит на певні туристичні дестинації у різні пори року. Наприклад, літній туризм традиційно асоціюється з пляжним відпочинком, особливо в південних країнах, таких як

Іспанія, Туреччина чи Греція, де туристи масово відвідують курорти влітку. Зимовий туризм, з іншого боку, включає популярні гірськолижні курорти в Австрії, Швейцарії, Франції, де туристи можуть займатися зимовими видами спорту або просто відпочивати в гірських районах.

Таким чином, масовий туризм є багатогранним явищем, яке можна класифікувати за різними критеріями, такими як мета подорожі, спосіб організації, тривалість, географічний напрямок, тип середовища, соціальна група туристів та сезонність. Кожен з цих аспектів допомагає краще зрозуміти потреби туристів, а також планувати й розвивати туристичну інфраструктуру, забезпечуючи баланс між задоволенням попиту та збереженням місцевого середовища.

1.3. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток країн

Сьогодні, туризм - це явище, яке стало частиною повсякденного життя майже третини населення Землі. Ба більше, до початку XXI століття туризм посів третє місце за оборотом серед основних галузей світової економіки. У багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом доходу. У всьому світі доходи від туристичних поїздок перевищують 500 мільярдів доларів США на рік. Найбільші доходи генеруються в Західній Європі та США [12].

Вплив туризму на соціально-економічний розвиток також проявляється у підвищенні комерційної активності та збільшенні виробництва товарів і послуг внаслідок зростання платоспроможного попиту з боку іноземних та внутрішніх туристів.

Це відбувається завдяки іноземним та внутрішнім туристам. З економічної точки зору привабливість туризму як сфери послуг полягає в наступному:

- привабливість туризму як сфери послуг полягає в тому, що він забезпечує швидке повернення інвестицій і отримання доходу у вільно конвертованій валюті;

- привабливість туризму як сфери послуг полягає в тому, що він забезпечує швидке повернення інвестицій та отримання доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм є одним з трьох найважливіших секторів економіки. Він швидко зростає і відіграє важливу роль як в соціальному, так і в економічному плані;
- збільшує місцевий дохід;
- створює нові робочі місця;
- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру туристичної дестинації;
- зміцнення та просування народних ремесел та заходів з культурного розвитку;
- забезпечення кращого рівня життя для місцевого населення;
- збільшення валютних надходжень.

Однак туризм може мати позитивний вплив на економічний розвиток країни лише в тому випадку, якщо він розвивається комплексно, тобто якщо він не перетворює економіку країни на економіку послуг. Іншими словами, туризм має позитивний вплив на економічний розвиток країни до тих пір, поки він не перетворює економіку країни на економіку послуг.

Іншими словами, економічна ефективність туризму означає, що туризм розвивається паралельно і разом з іншими секторами економіки країни. Туристична галузь повинна розвиватися паралельно і разом з іншими галузями соціально-економічного комплексу. З роками туристична індустрія стає все більш важливою частиною світової економіки. За останні 15 років туристична індустрія сформувалася і визнана однією з найбільших галузей сфери послуг у світі.

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, до пандемії COVID-19, за прогнозами, впродовж наступних п›яти років у світі було б створено 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми

реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері мала постійно зростати [13].

Він має потенціал для стимулювання економіки розвитку, покращення інфраструктури та створення можливості працевлаштування в різних напрямках глобус. Однак ці переваги часто приходять ціна, оскільки туризм також може навантажувати місцеві ресурси, порушити традиційні способи існування та загострити нерівності доходів. Як така, хитромудра зв'язок між туризмом і місцевим спільнот була предметом широкого дослідження науковий запит. Туризм є динамічною галуззю, що швидко розвивається з далекосяжними наслідками як для глобального і місцевих масштабах. Оскільки туризм продовжує розширюватися, це важливо зрозуміти його багатогранний вплив на місцеві громади.

Розвиток масового туризму є складним і багатогранним процесом, який має значний вплив на соціально-економічний розвиток країн і регіонів. Цей феномен має як позитивні, так і негативні аспекти [14].

Туризм є однією з найдинамічніших і найважливіших галузей сучасної світової економіки, що сприяє зростанню національних економік та забезпечує розвиток регіонів. Особливо відчутним є вплив масового туризму, який має значний потенціал для стимулювання економічного розвитку, створення робочих місць та підвищення рівня життя населення. Розглянемо ключові економічні вигоди, що випливають з розвитку масового туризму:

- збільшення ВВП та економічне зростання;

Одна з основних вигод туризму — це його внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) країни. Туризм генерує значні доходи, залучаючи іноземну валюту через витрати туристів на місцеві товари та послуги. Кожен турист, який приїжджає до країни, витрачає гроші на проживання, харчування, транспорт, розваги та інші послуги. Ці витрати стимулюють зростання різних секторів економіки, таких як готельний бізнес, ресторанна справа, транспорт та роздрібна торгівля. Згідно зі статистикою, зростання туризму може забезпечити двократне збільшення темпів росту ВВП у порівнянні з іншими галузями.

Наприклад, в багатьох країнах, що розвиваються, туризм є одним із ключових джерел валютних надходжень, що дозволяє знижувати дефіцит платіжного балансу.

- створення робочих місць;

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць. Ця галузь охоплює широкий спектр професій — від некваліфікованої праці до високооплачуваних посад у готелях, ресторанах, туристичних агенціях та транспортних компаніях. Робочі місця створюються не лише у самому туристичному секторі, але й у суміжних галузях. Наприклад, будівництво готелів та інфраструктури потребує великої кількості працівників. Також зростає попит на послуги у сфері охорони здоров'я, освіти та культури, що створює додаткові можливості для працевлаштування. У багатьох країнах туризм є важливим інструментом боротьби з безробіттям, особливо у регіонах з низьким рівнем економічного розвитку.

- інфраструктурний розвиток;

Розвиток туризму стимулює інвестиції в інфраструктуру, що є ключовим фактором для економічного зростання. Країни, які прагнуть привабити туристів, інвестують у будівництво доріг, аеропортів, готелів, ресторанів та розважальних закладів. Ці інвестиції не лише покращують туристичну інфраструктуру, але й створюють умови для розвитку інших галузей. Наприклад, побудовані дороги та мости полегшують доступ до віддалених регіонів, що сприяє розвитку торгівлі та підвищенню рівня життя місцевого населення. Крім того, туристичні об'єкти, такі як музеї, парки та культурні центри, стають важливими елементами соціальної інфраструктури.

- розвиток малого та середнього бізнесу;

Туризм створює можливості для розвитку малого та середнього бізнесу, що є основою економічної стабільності багатьох країн. Місцеві підприємці можуть отримати вигоду від зростання туристичних потоків, відкриваючи готелі, ресторани, магазини сувенірів та інші бізнеси. Особливо вигідним є розвиток екотуризму та культурного туризму, які підтримують локальні громади та зберігають традиції. Туристи часто цікавляться місцевими

продуктами, що стимулює виробництво та продаж традиційних товарів, таких як ремісничі вироби, національні страви та напої.

- мультиплікативний ефект;

Одним із ключових економічних аспектів туризму є його мультиплікативний ефект. Гроші, витрачені туристами, циркулюють в економіці, створюючи додаткові доходи в інших секторах. Наприклад, готелі купують продукти у місцевих фермерів, а туристичні агенції співпрацюють з транспортними компаніями. Цей ефект забезпечує стійке економічне зростання та підтримує розвиток регіонів. Туризм також сприяє підвищенню рівня життя населення, оскільки доходи від туристичної діяльності можуть бути використані для фінансування соціальних програм, освіти та охорони здоров'я.

- залучення іноземних інвестицій;

Туризм є важливим інструментом залучення іноземних інвестицій. Багато міжнародних компаній інвестують у розвиток туристичної інфраструктури, що сприяє створенню нових робочих місць та підвищенню конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Інвестори зацікавлені у відкритті нових готелів, ресторанів та розважальних закладів, що створює умови для економічного зростання.

Таким чином, розвиток масового туризму приносить значні економічні вигоди для країн та регіонів. Він сприяє зростанню ВВП, створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та підтримці малого бізнесу. Туризм має мультиплікативний ефект, що забезпечує стійке економічне зростання та підвищує рівень життя населення[37].

Розвиток масового туризму має великий потенціал для створення соціально-економічних вигод. Він сприяє економічному зростанню, створенню нових робочих місць, покращенню інфраструктури, культурному обміну та розвитку місцевих підприємств. Проте важливо підходити до розвитку туризму з усвідомленням його можливих негативних наслідків і прагнути до сталого розвитку, щоб максимізувати вигоди для суспільства та зберегти природні ресурси для майбутніх поколінь.

У зв'язку зі значним негативним впливом людства на екосистеми Землі та нераціональним використанням ресурсів від кінця минулого століття в національних економіках було розроблено та впроваджено низку концепцій і програм міжнародного розвитку, що згодом змінювалися під впливом сучасних викликів і різних функціональних ситуацій у країнах світу. Туризм також не залишився непоміченим міжнародною спільнотою. Це пов'язано з тим, що туризм є одним із найбільших чинників, які сприяють забрудненню довкілля та руйнуванню історичних будівель, заповідних зон і зелених насаджень. За останні 30 років сталий туризм сформувався і набув подальшого розвитку на міжнародній арені. Насамперед не як окремий вид туристичної діяльності, а як система принципів, настанов та інструментів, спрямованих на захист довкілля і культурних об'єктів та підвищення рівня відповідальності й обізнаності туристів про основи екологічно безпечного відпочинку. Становлення та розвиток сталого туризму відбувалося протягом останніх 50 років, здебільшого у формі форумів, самітів і конференцій. Туризм є важливою частиною світової економіки, активним джерелом припливу грошових коштів і постійного зростання зайнятості. Туризм усіх видів, особливо сталий туризм, тісно пов'язаний із соціально-економічним та екологічним розвитком багатьох країн на міжнародній арені [15].

Отже, масовий туризм, як одна з найбільш розвинених форм сучасного туризму, відіграє ключову роль у глобальній економіці, сприяючи зростанню ВВП, створенню робочих місць і розвитку інфраструктури. А також він стимулює розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, готельна справа та роздрібна торгівля, а також сприяє підвищенню рівня життя місцевих громад.

Таким чином, розуміння теоретичних основ масового туризму дозволяє більш ефективно аналізувати його позитивні й негативні аспекти та формулювати стратегії сталого розвитку, спрямовані на збереження балансу між економічною вигодою і захистом соціокультурного та природного середовища.

РОЗДІЛ 2
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИГОДИ МАСОВОГО ТУРИЗМУ

2.1.Аналіз впливу масового туризму на економіку регіонів

Туризм як сфера господарської діяльності має величезне значення та ряд характерних особливостей. Туризм служить інтересам людини, суспільства в цілому і є джерелом доходів, як на мікро, так і на макроекономічному рівні. Туризм стає одним з основних факторів створення додаткових робочих місць, сприяє розвитку дорожнього та готельного господарства, стимулює виробництво всіх видів транспортних засобів, забезпечує збереження народних проблем та національної культури регіонів та країн [16].

За рахунок збільшення потоку туристів зростає попит на товари і послуги, що стимулює місцевий ринок і підвищує зайнятість населення. Для багатьох регіонів, особливо сільських або менш розвинених економічно, туризм може стати головним джерелом доходів, стимулюючи розвиток малого та середнього бізнесу. Це дозволяє створювати робочі місця для місцевих жителів, що є важливим фактором для зниження рівня безробіття та міграції молоді у великі міста.

Туризм також сприяє формуванню економічних взаємозв’язків між секторами, оскільки потреба в туристичних послугах викликає потребу у додаткових ресурсах та інфраструктурі. Наприклад, збільшення кількості готелів, ресторанів, магазинів сувенірів та інших закладів призводить до зростання попиту на місцеві продукти. Це своєю чергою розвиває сільське господарство, виробництво та торгівлю, зміцнюючи регіональну економіку. Крім того, туристична активність може стимулювати розвиток транспортної та комунікаційної інфраструктури: будівництво нових доріг, модернізація вокзалів, аеропортів і місць для відпочинку підвищують комфорт як для туристів, так і для місцевих жителів.

Незважаючи на позитивний вплив на економіку, туризм часто пов'язаний із ризиками та викликами. Масовий туризм може призвести до перенавантаження інфраструктури, що негативно позначається на якості обслуговування як для туристів, так і для місцевих мешканців. Крім того, великий наплив відвідувачів може призвести до екологічних проблем: зростання забруднення навколишнього середовища, руйнування природних і культурних пам’яток, виснаження ресурсів. Нерідко туризм може провокувати зростання цін на житло, товари і послуги в туристично привабливих місцевостях, що негативно впливає на місцеве населення з меншими доходами.

Однією з важливих складових сталого туризму є екологічна відповідальність, яка передбачає збереження довкілля та культурної спадщини для наступних поколінь. Місцеві органи влади та бізнес часто намагаються запровадити політику сталого розвитку, спрямовану на збереження місцевих екосистем та культурних цінностей. Такі ініціативи, як екотуризм, зелений туризм та культурно-етнографічні програми, допомагають залучити туристів, які цікавляться не тільки відпочинком, а й природними та культурними цінностями регіону.

На міжнародному рівні туристичний сектор може приваблювати іноземні інвестиції, створюючи додаткові можливості для економічного розвитку регіонів. Великі іноземні компанії інвестують у будівництво готельних комплексів, курортів, розважальних парків, що створює додатковий стимул для розвитку місцевої економіки. Крім того, міжнародна співпраця з іншими країнами у сфері туризму дозволяє просувати регіон на світовому ринку, збільшуючи його туристичну привабливість та забезпечуючи стабільний приплив туристів.

Туризм – дуже багатогранно розвиває розбудову господарства, що створюється однією з головних складових доходів у деяких країнах, що впливає на розвиток їх економіки та світового співробітництва. Туризм показує вплив на економіку практично за всіма аспектами фундаментального визначення цієї сфери життя суспільства. В економічному відношенні туризм розглядається:

- як визначена сукупність суспільних відносин у сфері виробництва, обміну та розподілу продукції;
- частина народногосподарського комплексу цієї країни, що включає певні відбивні види виробництва та економічної діяльності;
- економічна наука, вивчення туризму як галузь економіки країн або регіонів (економіка туризму);
- загальнонаціональна наука, вивчаюча введення у сферу виробництва туристичного продукту, розподілу та обміну;

Економісти аналізують процеси, що знаходяться в цих сферах, прогнозують їх результати для фізичних осіб, організацій та суспільства в цілому;

- сучасна економічна теорія, яка вивчає господарські суб'єкти на всіх рівнях туристичної економічної системи в процесах виробництва, розподілу, обміну та використання туристичних послуг у цілях задоволення людських потреб при обмежених ресурсах сімей, фірм та суспільства в цілому [17].

Попит на подорожі та туризм визначається одночасно ринковими механізмами (витратами на туристичні, екскурсійні та інші послуги, пропозицією цих послуг та їх розповсюдженням) та екзогенними змінними, тобто факторами, не пов’язаними безпосередньо з туризмом та подорожами, але які суттєво впливають на ступінь і форму туристичної діяльності. Екзогенні фактори включають демографічні та соціальні зміни, економічні та правові досягнення, розвиток торгівлі, транспортну інфраструктуру, інформаційні технології та підвищення безпеки подорожей. У практиці туристичної діяльності різні країни - постачальники туристів та країни, які як правило, приймають туристів. До перших можуть бути віднесені: США, Німеччина, Англія, Бельгія, Данія та ін. До других - Франція, США, Іспанія, Італія, Угорщина та ін.

Статистика ВТО [54] показує, що за останній час міжнародних подорожей та доходів від них виросли в усіх регіонах світу. Експерти ВТО вивчають те, що існує чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму та загальним станом економіки в країні. Динаміка подорожей дуже чутлива до

цього. Аналіз туристичного ринку в кожному туристичному регіоні світу освітлює історію розвитку, поточний стан та майбутнє світового туристичного сектору, та переслідує основні цілі: ідентифікує регіони, де міжнародний туризм старіє, і те, де він знижується; оголошує причини більших відмінностей у географічному розповсюдженні числа туристів та доходів від них, та їх динаміку; ідентифікує країни, де міжнародний туризм має великий потенціал для перетворення у важливий елемент економічного розвитку [17].

Економічний простір соціально-культурної сфери та туризму охоплює велику частину світової економіки. Багато розвинених країн вважають туризм і сферу послуг пріоритетним напрямком свого економічного розвитку, оскільки вони дуже привабливі в інвестиційному плані. Приклад цільових програм розвитку туризму в Україні показує прямий ефект від їх реалізації: а саме будівництво готелів, ресторанів, гірських комплексів, шляхів та ін. Реалізація цих програм вимагає вкладення в інші галузі народного господарства: будівництво, обробну промисловість.

Протягом багатьох років туризм постійно демонстрував свою стійкість і здатність не тільки відновлюватись після економічних криз, але й сприяти ширшому економічному та соціальному відродженню. Пандемія COVID-19 найбільше вдарила по світовій туристичній індустрії. Потік туристів через пандемію коронавірусу у всьому світі скоротився на 65%. За останнє десятиліття індустрія туризму стала однією з найважливіших галузей на глобальному рівні. Туризм у понад 40 країнах світу залишається найважливішим джерелом прибутку для національних економік. Туристична індустрія через пандемію в 2020 році втратила 2,4 трлн. доларів США. Найперспективнішою галуззю національної економіки є туризм, а розвиток туристичної галузі гарантує вагомий внесок у розвиток економік країн світу, що забезпечує створення нових робочих місць, наповнення бюджету держав податками та візитами.

За статистичними даними Всесвітньої туристичної організації ООН, кількість туристів у 2020 році скоротилася на 1,1 мільярда осіб, тобто на 73%. Експортні доходи від міжнародних туристичних послуг у 2020 році також

впали на 1,1 трлн. США, а саме на 63%, тобто прибуток впав до рівня початку 90-х років. У світовому ВВП прямий внесок туризму зменшився на 2,0 трлн. доларів США [18].

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у період з січня по вересень 2023 року зареєстровано приблизно 975 мільйонів міжнародних туристів, що на 38% більше, ніж у 2022 році. Це означає, що кількість туристичних прибуттів відновилась до 87% від рівня до пандемії, і за прогнозами до кінця року досягне 90% доковідних показників. Водночас доходи від міжнародного туризму можуть сягнути 1,4 трильйона доларів, або 93% від рівня 2019 року.

Регіональний аналіз показує, що на швидкість відновлення впливають особливості кожного регіону. Наприклад, Близький Схід перевищив показники 2019 року на 20%, тоді як Європа, Африка та Америка наблизилися до 90-94% доковідних рівнів, завдяки високому попиту на внутрішньо-регіональні подорожі. Натомість відновлення в Азійсько-Тихоокеанському регіоні було повільнішим, досягнувши лише 62% через більш пізнє відкриття кордонів. Детальніше можна подивитись у рис.2.1.

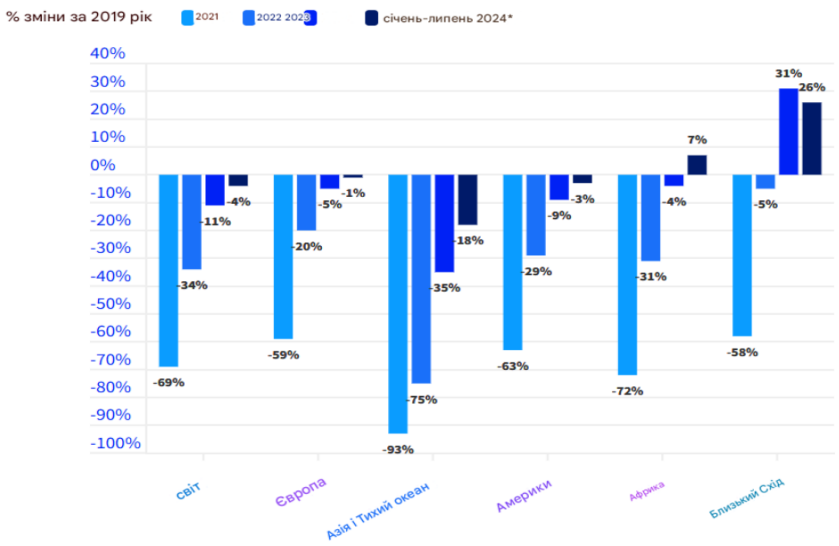


Рисунок 2.1 – Міжнародні туристичні прибуття, світ та регіони.

Джерело: [20]

Очікується, що глобальний туризм повністю відновить рівень до пандемії у 2024 році, хоча галузь залишається вразливою до геополітичних та економічних викликів, таких як інфляція і геополітичні конфлікти. Ці дані підкреслюють стійкість туризму і його важливість для глобальної економіки, особливо для країн, економіка яких значно залежить від туристичних надходжень [19].

2023 рік став першим роком після пандемії, коли були зняті всі карантинні обмеження, що дозволило мандрівникам легко повернутися у світ подорожей.

Сума видатків на виїзний туризм у США перевищила доковідний рівень, а саме у 2023 році на виїзні подорожі американці витратили понад 12 мільярдів доларів у порівнянні з 10,5 мільярдами доларів у попередньому рекордному 2019 році. Ці дані найяскравіше підтверджують, що подорожі поступово повертаються, мандрівники намагаються надолужити втрачений час і дуже активно планують відпустки. Європейці відновили подорожі у 2023 році, як і американці, європейці також активно подорожували 2023 року. Кількість виїздів туристів з Італії, Туреччини, Франції, Великобританії, Іспанії та Німеччини досягла рівня 2019 року, суттєво перевищивши кризові роки.

Канада увійшла до рейтингу найбажаніших країн серед китайських туристів. Через суворі карантинні обмеження, відновлення подорожей в Китаї відбувалося дещо повільніше, ніж в інших країнах світу. Однак, незважаючи на це, китайські мандрівники все одно встигли відпочити у 2023 році. Найбажанішою країною серед мандрівників стала Франція, можливо, через літні Олімпійські ігри, які відбудуться тут у 2024 році. Також у першу п'ятірку в рейтингу потрапили Японія та Австралія через географічну близькість до Китаю. Як і до пандемії, багато китайців відпочивали в США. Цікавим є той факт, що також вперше до списку лідерів потрапила Канада.

Зростання цін загрожує подорожам. Водночас у рамках опитування було виявлено, що багато туристів стурбовані зростанням цін на мандрівки. Аналітики кажуть, що ця тенденція може призвести до зменшення кількості туристів у 2024 році. 240 мільйонів поїздок віднесено до категорії відкладеного

попиту. Багато туристів у 2023 році відкладали свої відпустки, особливо міжнародні. Тому, незважаючи на можливу інфляцію та зростання цін, у 2024 році можна розраховувати на 240 мільйонів мандрівників, які мають намір здійснити свою першу подорож після карантину.

Туристи знову повертаються до бронювання подорожей через туристичні агенції. Якщо під час пандемії експерти говорили, що туристи відходять від бронювання через систему туристичних агенцій і все частіше замовляють подорожі безпосередньо, то 2023 року показник придбаних в агентствах турів знову почав зростати. Пряме бронювання було популярнішим у період пандемії, адже більшість подорожей були внутрішніми, а це, у свою чергу, найбільше сприяє прямому бронюванню.

Якщо в березні 2021 року 67% американців бронювали свої відпустки безпосередньо, то в 2023 році ця цифра знизилася до 55%.

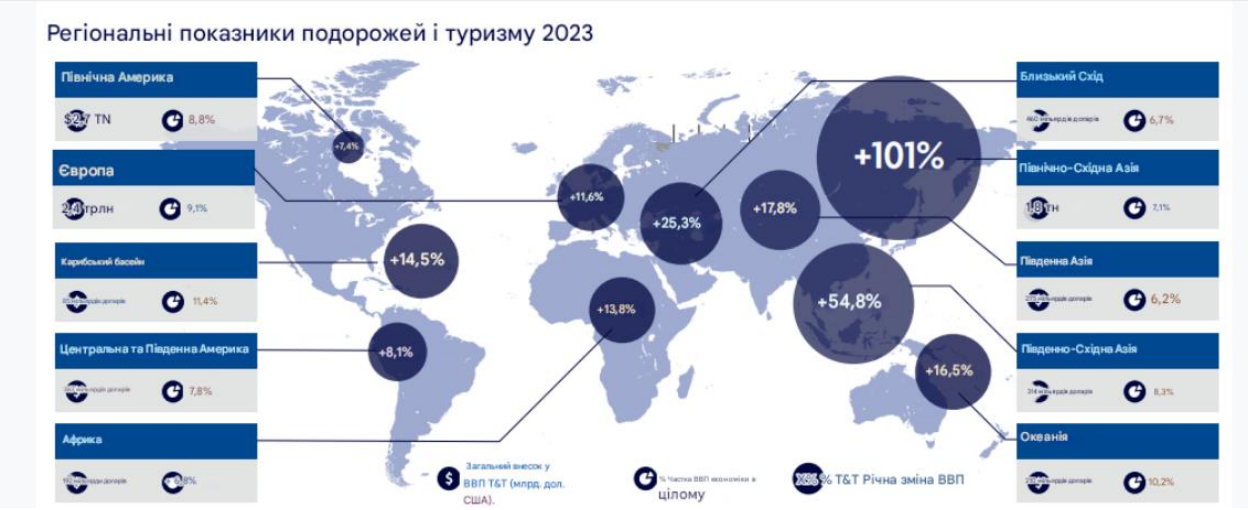


Рисунок 2.2 - Регіональні показники подорожей і туризму 2023 році.

Джерело: [20]

Міжнародний туризм перебуває на шляху до повернення до доковідного рівня: у першому кварталі 2023 року світом подорожувало вдвічі більше людей, ніж за той же період 2022 року. Зростання виїзного туризму з Китаю та завершення пандемії коронавірусу прискорять процес відновлення сектору цього року. Всесвітня туристична організація (UNWTO) опублікувала другий у

2023 році Туристичний барометр (World Tourism Barometer) – звіт про розвиток світового туризму, який складається на основі даних галузевої статистики різних країн світу та опитування провідних галузевих експертів.

У UNWTO нагадали, що за підсумками 2022 року глобальний сектор туризму відновився на 66% допандемійного рівня. У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристичних поїздок досягла 235 млн, що відповідає 80% обсягів до т.зв. "пандемії" коронавірусу. Загалом у січні-березні 2023 року світом подорожувало вдвічі більше людей, ніж за аналогічний період 2022 року.

Відновлення туристичних потоків у різних регіонах світу відрізняється за динамікою. У лідерах Близького Сходу: це єдиний регіон, який першим не лише повернувся на допандемійний рівень, а й на 15% перевищив його за підсумками I кварталу 2023 року. Завдяки високому внутрішньо-регіональному попиту туризм у Європі у січні-березні 2023 року досяг 90% від допандемійного рівня. Африка відновила туристичний потік на 88%, Америка приблизно на 85% від рівня 2019 року.

Як вважають у UNWTO, скасування ковідних обмежень у Китаї прискорить процес відновлення туризму в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (54% рівня 2019 року). Про те, що китайські туристи стануть рушієм повернення світового туризму до допандемійних показників, також вважають і у Всесвітній раді з подорожей і туризму (WTTC).

У розрізі субрегіонів повністю повернулися на допандемійний рівень у I кварталі 2023 року Південне Середземномор'я та Північна Африка. У свою чергу, Західна Європа, Північна Європа, Центральна Америка та Карибський басейн наблизилися до показників січня-березня 2019 року.

Результати першого кварталу відповідають прогнозним сценаріям UNWTO щодо відновлення туризму у 2023 році: згідно з цими очікуваннями, кількість міжнародних прибутків досягне 80-95% від доковідного рівня.

Експерти UNWTO вважають, що на піку літнього сезону (травень-серпень) у Північній півкулі показники туризму будуть кращими, ніж за той же період 2022 року.

На думку експертів, офіційне оголошення ВООЗ про завершення пандемії коронавірусу призведе до скасування обмежень у тих країнах, де такі заходи ще діють.

За даними UNWTO, у 2022 році доходи від міжнародного туризму досягли позначки 1 трлн доларів, збільшившись на 50% у реальному вираженні порівняно з 2021 роком. Витрати іноземних відвідувачів минулого року становили 64% допандемійного рівня (-36% порівняно з 2019 роком у реальному вираженні).

Серед регіонів світу найбільше на туризмі заробила Європа: доходи від туризму склали майже 550 млрд доларів (520 млрд євро), або 87% від доковідних показників. Африка відновила 75% своїх доходів до пандемії, Близький Схід – 70%, а Америка – 68%. Через тривале закриття кордонів азіатські напрямки заробили близько 28% [21].

В умовах овертуризму популярні туристичні напрямки стають вразливими до сезонних коливань попиту, економічних криз або природних катаклізмів. Також, перенаселеність туристами може відлякати нових відвідувачів, які шукають більш автентичного досвіду в менш відомих місцях.

Щоб зменшити вплив овертуризму, важливо запроваджувати стратегії сталого розвитку туризму, що включають контроль за кількістю відвідувачів, впровадження інфраструктурних обмежень, а також розробку альтернативних маршрутів і напрямків для розподілу потоку туристів. Такі заходи дозволять зберегти туристичний потенціал місцевості, підтримуючи рівновагу між задоволенням туристичних потреб і захистом місцевої культури та екології [22].

2.2.Визначення напрямків аналізу соціально-економічного впливу масового туризму

Масовий туризм має широкий спектр соціально-економічних впливів, що охоплюють як позитивні, так і негативні аспекти. Для оцінки цього впливу важливо зосередитися на кількох напрямках. З соціальної точки зору туризм може значно змінювати спосіб життя місцевих громад, впливаючи на культурні

традиції та соціальні структури. Це може призводити до культурного збагачення, але також і до втрати культурної автентичності. Крім того, зростання числа туристів може призвести до соціальних змін, таких як підвищення рівня міграції та соціальної нерівності, а також вплинути на психо-соціальні аспекти життя місцевих мешканців, що може бути пов'язано з туризмом.

З економічної точки зору туризм є важливим драйвером розвитку регіонів, створюючи нові робочі місця, покращуючи інфраструктуру та сприяючи економічному зростанню. Водночас, економіка може ставати занадто залежною від туристичних потоків, що робить її вразливою до економічних коливань. Підвищений попит на послуги та товари може стимулювати розвиток бізнесу, але з іншого боку це може призвести до зростання цін на місцеві ресурси, що негативно впливає на місцевих жителів. Негативні економічні наслідки також можуть проявлятися у вигляді відсутності стабільності, коли туристичні потоки зменшуються через глобальні кризи, такі як пандемії чи природні катастрофи.

Екологічний вплив туризму є ще однією важливою складовою цього аналізу. Масовий туризм може призводити до значного перевантаження природних ресурсів та екосистем, погіршуючи стан навколишнього середовища через забруднення, надмірну експлуатацію природних територій та втрату біорізноманіття. З іншого боку, сталий туризм може сприяти збереженню природи, якщо будуть розроблені і впроваджені відповідні екологічні стратегії.

Політичний аспект регулювання туризму також є важливим для розуміння його соціально-економічного впливу. Влада повинна розробляти ефективну політику для контролю за розвитком туризму, забезпечення рівноваги між туристичними потребами та іншими соціальними та економічними вимогами. Це може включати створення інфраструктури, захист природних ресурсів і підтримку сталого розвитку.

Методологічно аналіз соціально-економічного впливу масового туризму вимагає застосування різних підходів, зокрема статистичних і соціологічних методів. Оцінка економічного ефекту може здійснюватися через аналіз витрат

туристів, створення робочих місць та змін у валовому внутрішньому продукті. Також важливим є вивчення соціальних аспектів за допомогою опитувань і досліджень громадської думки, що дозволяє з'ясувати ставлення місцевих жителів до туризму і його впливу на їхнє життя.

Вивчаючи туризм через економічний аспект, ми приходимо до висновку, що з одного боку, споживачі туристичних послуг - туристи, які мають у своєму розпорядженні гроші, а з іншого - повна туристична пропозиція. Її основна роль полягала б у тому, щоб забезпечувати задоволення різноманітних потреб споживачів. Аналізуючи економічні ефекти, необхідно окремо виділити споживачів на стороні попит з боку видів діяльності, які складають туристичну економіку, з боку туристів пропозиції. Індустрія туризму багато в чому відрізняється від інших видів економічної діяльності. Ці основні характеристики в працях багатьох авторів виділяються через формулювання специфіки індустрії туризму [23].

Туризм «споживається» на місці виробництва, тому турист повинен подорожувати призначення та витрачати там, створюючи можливість для місцевого розвитку підприємствам усіх видів і надання можливості місцевим громадам заробляти гроші через неформальну економіку, продаючи товари та послуги безпосередньо відвідувачам. Туризм є більш різноманітною галуззю, ніж багато інших. Він має потенціал підтримувати інших економічної діяльності, як за рахунок надання гнучкого, скороченого робочого дня місцях, які можуть доповнювати інші види діяльності, а також через отримання прибутку через складніший ланцюг постачання товарів і послуг. Туризм трудомісткий, що особливо важливо в боротьбі з бідністю. Він також забезпечує широкий асортимент різні можливості працевлаштування, особливо для жінок і молоді – від високого від кваліфікованого до некваліфікованого персоналу - і зазвичай вимагає відносно небагато навчання Особливо це характерно для сфери громадського харчування.

У період січень-вересень 2023 року міжнародний туризм відновив 87% від допандемічного рівня (-16% порівняно з 2019 роком) завдяки тривалому

відкладеному попиту в третьому кварталі 2023 року. Процес відновлення туризму на сьогодні займає такі позиції:

- приблизно 975 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі з січня по вересень 2023 року, що на 38% більше, ніж у ті ж місяці 2022 року, але на 13% менше, ніж у 2019 році;
- доходи від міжнародного туризму можуть сягнути 1,4 трильйона доларів США у 2023 році, що становить близько 93% від 1,5 трильйона доларів США, отриманих напрямками у 2019 році;
- ці результати відображають сильне відновлення попиту в 2023 році;
- за регіонами Близький Схід продовжував лідирувати у відновленні за регіонами у відносному вираженні, прибувши на 20% вище рівня до пандемії за перші дев'ять місяців 2023 року. Європа, найбільший у світі регіон призначення, досягла 94% до пандемії рівні, що підтримується потужним внутрішньо-регіональним попитом;
- за цей дев'ять місяців Африка відновила 92% докризових відвідувачів, а Америка – 88%. В Азії та Тихоокеанському регіоні прибуття зросло до 62% від рівня до пандемії;
- за субрегіонами Північна Африка (+5%), Центральна Америка (+4%) і Південна Середземноморська Європа (+1%) продовжували перевищувати допандемічний рівень у січні-вересні 2023 року;
- очікується, що у 2023 році кількість міжнародних прибутків досягне 1,3 мільярда, що на 33% більше, ніж у 2022 році, і майже на 90% від рівня до пандемії, відповідно до сценаріїв ЮНВТО, опублікованих у січні;
- на цьому тлі міжнародний туризм має правильний шлях до повного відновлення рівня до пандемії у 2024 році, незважаючи на економічні проблеми та невизначеність, спричинені певною геополітичною напругою та конфліктами [24].

Позитивні економічні чинники туристичного споживання в дестинації реалізуються через мультиплікаційний ефект грошей, тобто шляхом обігу грошей через сектори економіки, коли зміна грошово-економічного рівня сприяє виробництву та збуту. Гроші, безпосередньо витрачені туристами,

являють собою прямий дохід. Ці витрати спрямовуються на туристичні підприємства, які надають туристам товари та послуги для відпочинку (наприклад, проживання, харчування, екскурсії тощо). Потім туристичні підприємства витрачатимуть частину цих зароблених доходів, закуповуючи товари та послуги у своїх постачальників, що дозволить їм виконувати свої зобов'язання перед туристів. Прикладами є туристичні підприємства, такі як надання різноманітних послуг або частина коштів від вхідних квитків відокремлюється на добові екскурсоводів тощо. Таке вторинне споживання називається непрямим доходом. Деякі інші витрати також у цій формі - наприклад, оплата їжі в місцевому супермаркеті або відвідування кінотеатру. Таке споживання відоме як індукований дохід, який є результатом прямих або непрямих витрат на туризм. Зрештою, частина цих грошей вилучається з обігу через податкові платежі, заощадження або імпорт. Загальний обіг грошей і ефект, який вони досягають за призначенням (мультиплікатор), виходить, коли будь-яка загальна кількість витрачених грошей, які вилучаються з обігу за рахунок податків, заощаджень або імпорту, ділиться на 100. Також можна передбачити значення мультиплікатора, якщо відома загальна частка відтоку з місцевої економіки [25].

Однією з першочергових цілей економічної політики є досягнення якнайвищої зайнятості населення. Сектор туризму може стати основою для великої кількості робочих місць, як у державному, так і в приватному секторах економіки, завдяки зайнятості населення працездатного віку. Це слід розглядати через роль людської праці в діяльності, що складає економіку туризму, а також у діяльності третинного сектора економіки, який включає зайнятість населення в цілому. Основний ключ до більшої зайнятості населення в індустрії туризму, безумовно, існує в збільшенні туристичного потоку та споживання іноземних і внутрішніх туристів. Також зростання перевезень та споживання зумовлено збільшенням кількості зайнятих у позаекономічних видах діяльності, які безпосередньо беруть участь у задоволенні потреб туристів (прямий та опосередкований вплив на економіку країни). Незважаючи на те, що більшість робочих місць у сфері туризму є сезонними, у багатьох

країнах туризм має особливе значення, оскільки немає інших можливостей для працевлаштування в інших секторах економіки (на островах). Зайнятість, створена туризмом, може бути прямою та непрямою.

Пряма зайнятість включає роботу, зумовлену конкретною необхідністю постачання та надання послуг туристам. Це робочі місця в індустрії туризму, які безпосередньо відповідають потребам. Це робота в індустрії гостинності з готельним і ресторанним секторами, робота в туристичних агентствах та організаторах подорожей (сектор загального туризму), робота на транспорті, наприклад повітряний, залізничний, дорожні та корабельні, потім робота в різних культурних установах, робота запрошених аніматорів, різноманітні сприйнятливі гіди та перекладацькі послуги та широкий спектр інших робіт. Непряма зайнятість включає всі ті робочі місця в інших видах економічної діяльності, які безпосередньо забезпечують індустрію туризму. Туристичне споживання в кожній країні залежить від того, в яких галузях туризм матиме найбільший вплив на створення робочих місць. У середньому найбільше реалізується в громадському харчуванні, потім в транспорті і нарешті в торгівлі. Зі сфери громадського харчування в першу чергу виділяються готельєри та ресторатори. На більшість робочих місць у туристичній індустрії сильно впливає сезонність бізнесу, що призводить до нестандартних форм зайнятості, які зазвичай визначаються в іноземній літературі та статистичному аналізі як випадкові або тимчасові (неповний робочий день). важливо проаналізувати дані дослідження Європейського фонду з покращення умов життя та праці (яке охопило п’ятнадцять країн Європейського Союзу), яке показало, що 50% працівників готельного та ресторанного сектору працювали ненормований робочий день [26].

Зважаючи на те, що туристичний попит концентрується у відносно меншому періоді часу протягом року, це явище негативно впливає на залучення людських ресурсів у сферу туризму. Такими є в основному гірські та приморські туристичні регіони, тоді як у містах цей вплив дещо м’якший, враховуючи більш тривалий період весняних та осінніх місяців протягом року. Окрім зимового сезонного періоду, коли гірські регіони є більш відвідуваними,

у світовому масштабі можна зробити висновок, що найбільша частина туристичного попиту зосереджена на період літніх місяців, серед яких численні автори та аналітики найбільш значні негативні економічні наслідки туризму для людських ресурсів у світі та конфлікти з цієї сфери, слід виділити проблему дітей та молоді, які працюють у туристичній та готельній індустрії, як дешева робоча сила (носії валіз і пляжних речей, танцівниці, прислуга тощо), незадекларована праця, міграція, нерівне становище жінок, дефіцит професійних кадрів, та багато інших антропогенних негативних впливів, які супроводжують економічний сектор.

Туризм позитивно і негативно впливає на культуру, на взаємодію місцевої громади в напрямку розвитку туризму, а також на самих туристів. За таких впливів можуть змінюватися колективні та індивідуальні системи цінностей, соціальна спільність, стиль і якість життя, ставлення до сім'ї та основних соціальних цінностей. Серед найважливіших соціальних цінностей, як основних елементів фольклору, які також зазнають змін під впливом туризму, слід виділити: домашні промисли та ремесла, мову, спосіб життя, традиції, звичаї, самобутній народний мелос, історичні території, внутрішні справи, архітектура, релігія, система освіти, костюми та вільна діяльність. Для збільшення вигоди від туризму та зменшення негативних впливів необхідно налагодити взаємовідносини між місцевою громадою та іншими суб'єктами туризму (державою та туристами). Місцева громада має бути залучена до контролю за розвитком туризму, через визначення цілей та стратегії розвитку. Вона несе свою частку відповідальності за виникнення можливих конфліктів у туристичній дестинації. Досвід туриста в місці призначення має бути автентичним відображенням місцевої культури. Місцева громада має численні вигоди від розвитку туризму, і ці вигоди можна охарактеризувати як позитивний вплив туризму на місцеву громаду через [27]:

- збільшення коштів на збереження та відродження культурних цінностей, а також на поліпшення умов роботи закладів культури;
- відродження традиції;
- демократизація культури;

- збільшення зайнятості місцевого населення;
- збільшення доходів фізичних осіб і місцевих підприємств;
- збільшення доходів від запроваджених податків;
- покращення загальногосподарської діяльності;
- краще використання міської інфраструктури та інших зручностей;
- всі інші позитивні та бажані соціальні та економічні зміни.

Успішний розвиток культурного та сталого туризму ґрунтується на основному постулаті, що місцева громада має бути залучена до індустрії туризму. Його роль відображається насамперед у прийнятті важливих рішень щодо туристичної стратегії, потім у працевлаштуванні та в презентації своєї фольклорної спадщини, з якої вона має власні матеріальні та духовні вигоди. Коли всі зазначені умови виконуються, розвиток туризму в певних туристичних дестинаціях матиме статус стійкості, і можна очікувати, що всі негативні впливи будуть виключені. З іншого боку, посиляться позитивні настрої учасників туристичних рухів, які з позиції споживачів відіграють вирішальну роль у створенні кожної туристичної дестинації.

При впровадженні таких позитивних констеляцій розвитку туризму можна використовувати важливі соціальні орієнтири: залучення місцевих громад до планування та прийняття рішень, оцінка соціального впливу туристичної діяльності, повага до соціального та культурного різноманіття та корисність для приймаючої культури. Такі значні соціальні та культурні вигоди збільшують прямі економічні вигоди, які домінують на платформі захисту цих цінностей. Однією з них є ідея про те, що туризм сприяє соціально-культурному взаєморозумінню та миру у світі через прямий контакт між господарем і гостем. Крім того, туризм створює стимул для збереження унікальної екологічної, культурної та історичної цінності місця призначення шляхом виділення коштів із доходу на поточну реставрацію та підтримку. Прикладом тому є Агентство з управління природоохоронними територіями Мадагаскару, де навіть половина коштів, отриманих від відвідин національного парку, спрямовується на розвиток сільських районів цієї території. Схожа ситуація в Кенії та Зімбабве. Важливий туристичний центр Іспанії Майорка

запровадив практику сплати 12 євро за відвідувача, так званий екоподаток, який відвідувач сплачує одразу після прибуття в готель. Більша частина зібраних коштів йде на користь місцевої громади. У районах, де немає економічної вигоди, не можна очікувати позитивних результатів розвитку туризму [28].

Вплив туризму на місцеву культурну спадщину та елементи традицій також можна структурно відобразити за Додатком Б, як вплив на спадщину, мову, релігію, народне мистецтво, народні звичаї та місцеве населення.

Після сформованих стосунків між користувачами простору (туристами) та членами місцевої громади формуються різні ставлення та сприйняття туризму. Залежно від рівня розвитку туризму, з одного боку, і впливу туризму на соціокультурний аспект, з іншого боку, можна визначити різні ставлення та реакції.

У цьому сенсі концепція, відома як модель IRIDEX або індекс постійного подразнення, є цікавою для дослідження. Це модель, яку можна використовувати для моніторингу рівня роздратування місцевого населення, спричиненого наслідками збільшення кількості туристів у дестинації, і яка включає чотири етапи:

- фаза ейфорії - туристам раді, але контроль і планування відсутні;
- фаза апатії - присутність туристів все ще прийнятна, тоді як відносини між групами стають більш формальними та комерціалізованими. Планування в основному пов'язане з маркетингом туристичного продукту;
- фаза роздратування – у туристичній індустрії відбулося насичення та виникають дилеми щодо того, чи має середовище для місцевої громади бути простором, який туристи відвідуватимуть у великій кількості. Планувальники не обмежують зростання інфраструктури, вони її збільшують;
- фаза антагонізму - у цій фазі спостерігається відкрите роздратування до туризму та туристів. Плануються коригувальні заходи та посилюється просування дестинації, щоб усунути неправильну репутацію.

У світі є дуже поширений випадок культурної деградації, яка відбувається на багатьох рівнях у межах напрямків, особливо з точки зору злочинності та мовної ерозії на користь численних міжнародних діалектів і

традицій, які стають забутими або модифікованими для туристів. . Потім відбуваються зміни в місцевій музиці та інших формах мистецтва, в їжі, приготованій для потреб міжнародної кухні, зміни в архітектурі, одязі, сімейних стосунках (наприклад, діти заробляють більше, ніж їхні батьки, переносячи багаж в аеропортах), у деяких випадках в сама релігія.

Сьогодні це глобальна загроза для туризму тероризм, що потребує спеціального аналізу та дослідження. Автори Вівер і Лотон [36] виділяють як найбільш суттєві негативні соціокультурні творіння туризму: комодифікацію (процес перетворення об'єктів чи елементів культури на товар на ринку), створення т. зв. простір «frontstage» і «backstage» на туристичній сцені, коли для туристів організовуються повністю модифіковані шоу та виставки, зв'язок між туризмом і злочинністю, злочинність проти туристів, злочинність туристів, велика різниця в багатстві між туристами та місцевими жителями населення, культурні відмінності, надто нав'язливий або ексклюзивний контакт, велика кількість туристів по відношенню до населення, швидкий розвиток туризму, залежність і різні очікування щодо автентичності. Досі проведено недостатньо досліджень, щоб розділити соціальні та культурні побічні ефекти розвитку туризму.

Коли культурна та соціально-економічна приналежність туристів сильно відрізняється від приналежності місцевого населення, результати їхнього впливу можуть бути сприятливими, але й дуже бурхливими. Так званий «демонстраційний ефект» процвітання в умовах бідності може викликати у місцевого населення бажання працювати більше або досягти вищого рівня освіти, щоб досягти туристичного способу життя. З іншого боку, у багатьох випадках нездатність місцевих жителів досягти такого ж рівня багатства може створити відчуття позбавлення та розчарування, знаходячи вихід у ворожому ставленні та навіть агресивності. Основною соціальною перевагою туризму є міцні стосунки між туристами та місцевим населенням і сприяння кращому розумінню людей. Хоча це вірно в багатьох випадках, особливо в тих країнах, де туристи все ще відносно рідкісні, цього, звичайно, немає в багатьох країнах, де смаки та звички туристів дуже впливають на певні верстви місцевого

населення. Через такі фактори багато авторів відкинули термін «ефект демонстрації» і замінили його терміном «ефект конфлікту».

Одним із надійних шляхів усунення негативних соціокультурних впливів є активне залучення місцевої громади до планування, розвитку та контролю туризму в дестинації. Основним принципом або елементом туризму має бути його здатність максимізувати переваги, якими він володіє, не тільки з точки зору доходу в регіоні, але й з точки зору збереження соціальної інфраструктури, традицій і цінностей місця призначення. Зокрема, ці переваги повинні включати [29]:

- підвищення попиту на житло та заклади з місцевою їжею та напоями, що підвищить стійкість місцевих ферм, пансіонатів, готелів, мотелів та подібних закладів;
- додатковий дохід для місцевих підприємств роздрібної торгівлі та інших послуг (наприклад, медицина та банківська справа, оренда автомобілів, котеджі, сувенірні магазини, туристичні об'єкти);
- зміцнення ринку місцевих продуктів (наприклад, домашніх продуктів, виробів домашнього виробництва, товарів з доданою вартістю), таким чином зберігаючи практику традиційних звичаїв;
- наймання місцевої робочої сили та експертів (наприклад, еко-туристичних гідів, помічників у роздрібній торгівлі та торговців, привітного персоналу тощо);
- - джерело фінансування охорони та покращення/утримання пам’яток природи та символів культурної спадщини;
- - фінансування та/або волонтерство для польових робіт, пов'язаних з дослідженням диких тварин і археологічних пам'яток;
- - підвищення обізнаності громади про цінність місцевої/тубільної культури та природного середовища.

На основі аналізу системного обміну туристичними і інших галузей, можна зробити висновок, що кожна з них є невід’ємною частиною загального туристичного продукту, як показано у Додатку В витрати-випуск.

Основним постулатом багатьох менш або більш розвинутих туристичних напрямків є збереження економічної та соціально-культурної сталості, що означало б: безпосереднє залучення місцевих структур до валоризації, планування та розвитку туризму, посилення економічної вигоди від туризму через підвищення доходів, туристів споживання та зайнятість. Індустрія туризму принципово відрізняється від інших видів економічної діяльності. зроблено висновок, що вона характеризується особливою специфікою.

Економічні наслідки розвитку туризму також численні. Аналізуючи наведені дані, зроблено висновок, що обсяги та структура туристичних потоків у світі постійно зростають. На цю тенденцію впливають різні чинники, найбільш суттєвими з яких є збільшення доходів і вільного часу, здешевлення форм подорожей і розвиток туристичної обізнаності. З іншого боку, існує велика кількість робочих місць і вплив на багато соціальних видів діяльності, про що можна зробити висновок, проаналізувавши та порівнявши представлені дані.

З іншого боку, туризм стає глобальним економічним явищем і вагомим чинником світової економіки. Це позитивно та негативно впливає на культуру, взаємодію місцевої громади щодо змін, а також на самих туристів. Такі впливи можуть змінити колективні та індивідуальні системи цінностей, норми, встановлені соціальною спільнотою, стиль і якість життя, ставлення до сім'ї та основних соціальних благ. Позитивне соціокультурне ставлення буде присутнім у тій туристичній дестинації, де туристів чекають, де немає деградації місцевих традицій і культури і де реалізуються результати розвитку туризму без соціальних, матеріальних і потенційно прихованих наслідків. Основною моделлю для досягнення такого ефекту буде безпосереднє залучення місцевої громади до планування, валоризації та розвитку туризму. Правило полягає в тому, що місцеве населення найкраще знає власний простір і можливості, найкраще сприймає свої переваги та можливості та найшвидше помічає потенційні загрози та небезпеки, пов’язані з розвитком туризму.

2.3.Проблеми, що виникають у зв'язку зі зростанням масового туризму та їх вплив на суспільство та економіку

Реалії сьогодення показують, що з кожним роком об'єм міжнародного туристичного потоку невпинно зростає, відкриваються нові напрямки та види туристичних продуктів, цим самим залучаючи все більше суб'єктів господарювання певної країни до забезпечення відповідного рівня надання туристичних послуг. Це відбивається у створенні нових робочих місць, цим самим збільшуючи внесок до ВВП країни рецепієнта туристів. З огляду на це, очевидним стає той факт, що сфера міжнародного туризму стає одним із рушійних чинників, від якого залежить зростання економіки, забезпечення позитивного іміджу країни у світовій спільноті, зростання конкурентоздатності на світовому ринку, а також покращення добробуту населення. Поруч із цим розвиток сфери туризму позитивно впливає на піднесення у тих секторах економіки, які відіграють важливу роль у формуванні та підтримці інфраструктури туризму. Зокрема такими секторами є готельно ресторанне господарство, харчова промисловість, транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, інформаційно-комунікаційна сфера, виробництво широкого спектру непродовольчих товарів та ін.

Цікавим є той факт, що існують країни, для яких галузь туризму є ключовим або навіть єдиним джерелом створення доходу, джерелом валютних надходжень та основним компонентом соціально економічного розвитку. Питанням висвітлення сучасних тенденцій функціонування міжнародного туризму, його ролі у розвитку світової економіки, наявним проблемам та чинникам розвитку туризму в світовому масштабі здійснювалось багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Зокрема серед зарубіжних науковців особливої уваги заслуговують праці Батир Мірбабаев, Андреаса Фрайтага, Крістофа Ветце, Гевіна Еклса, Ірена Ательджевич, Іветт Резинджер, Симона Мілна, та інших [30].

Особливістю сьогоднішнього світового ринку є те, що за останні 30 років роль туристичних послуг при формуванні ВВП здебільшого розвинутих країн

істотно зросла. Стрімкий прогресуючий розвиток сфери туристичних послуг забезпечувався завдяки формуванню крупного туристичного комплексу, а саме: функціонування діючих систематичних транскордонних маршрутів, організовані міжнародні готельні ланцюги, що спричинило потребу вивчення ринку туристичних послуг, а це також викликало зосередженість на споживацьких преференціях в області дослідження. Справді, туристичні маршрути простягаються по всьому світу. Завдяки оптимістичним сценаріям прогресування світового туризму виникли державні, обласні програми по просуванню туристичних послуг, які передбачають збільшення кількості готелів, туристичних перевезень, розважального комплексу і пунктів соціального харчування для повного забезпечення потреб клієнтів. Статистичні дані, які відображають стан розвитку туристичної галузі певної країни публікуються в популярному щорічному статистичному збірнику UNWTO "Tourism Highlights" [31], де наводиться інформація про туризм в 204-х країнах.

Прямий внесок туризму оцінено в 3% світового ВВП, що становить приблизно 3,3 трильйона доларів США, досягнувши рівнів до пандемії.

Експортні надходження від туризму, включаючи пасажирські перевезення, склали 1,6 трильйона доларів США, що становить близько 95% від показників 2019 року**.** Туристичний сектор забезпечив приблизно 300 мільйонів робочих місць у світі, сприяючи економічній стабільності та розвитку багатьох країн [32].

Зазначимо, що на розвиток сфери туризму мають вплив ряд факторів такі як фактори які не піддаються пливу на розвиток туризму.

Фактори які не піддаються пливу на розвиток туризму:

- політичні;
- культурні;
- соціально-економічні;
- державна підтримка розвитку туристичної галузі;
- платоспроможність населення;
- наявність сучасної інфраструктури;
- національні традиції та мотивація туризму.

Та фактори, які сприяють розвитку туризму і активно використовуються туристичними організаціями в своїй діяльності:

- підвищення кваліфікації працівників, причетних до галузі туризму;
- раціональне використання ресурсів та об’єктів;
- цінова політика в регіоні;
- сегментація туристичного ринку;
- формування позитивного іміджу країни у світовій спільності.

Таким чином, аналізуючи дані, наведені в таблиці, можемо дійти висновку, що протягом досліджуваного періоду кількість відвідувань зазначених країн постійно зростала. Так, лідируючі позиції протягом 2020—2023 рр. займала Франція. Друге місце посідає США, а третє Іспанія. У 2023 році зміцнили свої позиції Китай та Італія, значно зросли подорожі до Туреччини, Таїланду та Мексики. Поступово збільшується кількість подорожей до Німеччини та Великої Британії детальніше можемо ознайомитися за Додатком Г.

Розвиток масового туризму має значний вплив на суспільства, особливо в країнах, що є популярними туристичними напрямками. Однією з основних соціальних проблем є перенаселення туристичних місць, що призводить до перевантаження інфраструктури та зниження якості життя місцевих жителів. Міста та села, які раніше були відносно спокійними, можуть стати переповненими туристами, що створює проблеми з транспортуванням, засміченням і доступом до основних послуг. Це також знижує комфорт для місцевих мешканців, які часто стикаються з шумом, забрудненням і відсутністю доступу до ресурсів, таких як вода або їжа.

Ще однією проблемою є зростання вартості життя. Масовий туризм стимулює підвищення цін на житло, їжу та інші послуги. Це може зробити життя місцевих жителів більш дорогим, що особливо важливо в малих громадах, де ресурси обмежені. Місцеві жителі можуть відчувати тиск з боку туристичних компаній і власників бізнесів, які намагаються отримати максимальний прибуток за рахунок високих цін і збільшення попиту на товари та послуги.

Також масовий туризм часто призводить до культурної ерозії. Туристи, які приїжджають з різних частин світу, можуть не завжди поважати місцеві традиції та звичаї. Місцеві громади можуть поступово втрачати свою автентичність, коли їх культура перетворюється на товар, що продається туристам. Це може призвести до компромісу між збереженням традицій і економічними вигодами від туризму.

Ще однією серйозною проблемою є погіршення екологічної ситуації. Масовий туризм часто супроводжується забрудненням навколишнього середовища, особливо в природних та історичних зонах. Викиди від транспорту, відходи від туристів та нераціональне використання природних ресурсів негативно впливають на екосистеми. Це може спричинити деградацію природних територій, знищення флори і фауни, а також зміни в кліматі.

Загалом, розвиток масового туризму вимагає ретельного планування і відповідальності, щоб мінімізувати негативні соціальні наслідки і забезпечити баланс між економічними вигодами та збереженням культурних і екологічних цінностей [33].

Зростання масового туризму спричиняє численні екологічні виклики, зокрема значне збільшення забруднення навколишнього середовища. Один із найбільших проблем — це забруднення повітря та води, спричинене великою кількістю туристів, що використовують транспортні засоби, які виділяють викиди шкідливих газів. Вода, в свою чергу, страждає від великої кількості відходів, що не завжди правильно утилізуються в районах із високим туристичним навантаженням. Крім того, екосистеми, зокрема вразливі прибережні та гірські райони, зазнають сильного тиску через руйнування природних ландшафтів, що виникає через будівництво інфраструктури для туристів, наприклад, готелів, доріг і курортів. Це може призводити до деградації місцевих екосистем, зниження біорізноманіття та знищення природних ресурсів.

Зростання кількості туристів також сприяє збільшенню споживання природних ресурсів, таких як вода та енергія, що може призвести до виснаження цих ресурсів у місцях масового відпочинку. У деяких випадках це

вимагає значних витрат на збереження природних ресурсів та відновлення екологічного балансу. Водночас туристичні активності, такі як лижний туризм, дайвінг або екотуризм, можуть мати негативний вплив на природу, особливо якщо не дотримуються стандартів безпечного взаємодії з навколишнім середовищем.

Завдяки масовому туризму також збільшується кількість відходів, що не завжди утилізуються належним чином. Місцеві громади часто не здатні впоратися з величезною кількістю пластикових, харчових та інших відходів, що виникають під час туристичних потоків. Це створює серйозну проблему для управління відходами та забруднення навколишнього середовища.

Одним із важливих екологічних аспектів є також збільшення витрат на охорону природних територій та боротьбу з браконьєрством, яке може бути пов’язане з нелегальним полюванням чи збором рідкісних рослин, що зазвичай посилюється зростанням попиту на природні ресурси серед туристів. Зокрема, туристичні активності, як-от полювання чи риболовля, можуть створювати додаткове навантаження на місцеві екосистеми.

Зростання масового туризму викликає низку додаткових екологічних проблем, що виникають через зміни в поведінці туристів, зростання попиту на ресурси та недостатнє екологічне регулювання в популярних туристичних зонах.

Одним із основних екологічних викликів є так зване «туристичне навантаження» — перевантаження популярних туристичних напрямків, яке не лише спричиняє швидке виснаження природних ресурсів, а й створює труднощі в управлінні. В результаті цього можуть виникати значні пошкодження інфраструктури, порушення природних циклів та змінюватися умови для місцевої флори і фауни. Зокрема, у туристичних місцях часто спостерігається зміна екологічних умов через масовий відвід туристами, що може призводити до вирубки лісів, деградації ґрунтів і ерозії.

Збільшення руху транспорту, зокрема авіаперевезень, сильно впливає на екологічний баланс, оскільки викиди вуглекислого газу (CO_2) та інших парникових газів є одним із основних факторів глобального потепління.

Проблема забруднення повітря посилюється на популярних туристичних маршрутах, де скупчення транспорту створює надлишкове забруднення, що негативно позначається на здоров’ї місцевих жителів та туристів.

Проблеми з водними ресурсами є ще одним важливим аспектом. У районах із високим туристичним навантаженням, особливо в жарких кліматах, спостерігається збільшене споживання води для готелів, ресторанів, курортів, спортивних об'єктів і загальних потреб туристів. Це може призводити до виснаження місцевих джерел води, посилення засух і забруднення водойм через надмірне використання хімікатів та пестицидів для обслуговування сільського господарства і туризму.

Екологічний вплив туристичних потоків посилюється через погане управління відходами, зокрема пластиковими відходами. Туристи часто залишають після себе великі обсяги сміття, а в місцях з обмеженою інфраструктурою це може спричиняти забруднення води та ґрунтів. Пластик, що потрапляє в океани або на території природних парків, може викликати загибель тварин, які помилково сприймають його за їжу.

Додатковим чинником є вплив на місцеві культури і соціальні структури. Більше туристів може означати більше відходів, шуму, тиску на місцеву культуру та традиції, що змінюються через зовнішні фактори. У таких умовах важливою є не тільки екологічна, а й соціокультурна стійкість, щоб зберегти автентичність місць для майбутніх поколінь.

Нарешті, постійне зростання масового туризму може призвести до втрати біорізноманіття. Унаслідок змін у природному середовищі, які виникають через людську діяльність, у тому числі через розвиток туризму, багато видів можуть стати вразливими або навіть зникнути. Це створює загрозу для екосистем, які забезпечують важливі екологічні послуги, такі як очищення води і повітря, підтримка агро-біорізноманіття та стабільність кліматичних умов.

Для вирішення цих проблем необхідні спільні зусилля урядів, бізнесу та туристичних організацій для розробки сталих практик, таких як еко-туризм, підвищення екологічної обізнаності серед туристів, а також розширення використання відновлюваних ресурсів і технологій [34].

Зростання масового туризму має значні економічні наслідки, як позитивні, так і негативні. Однією з головних переваг є створення робочих місць, оскільки туристична галузь стимулює розвиток готельного бізнесу, ресторанного обслуговування, транспорту і різноманітних розважальних послуг. Завдяки високому попиту на туристичні послуги в країнах з розвиненою туристичною інфраструктурою формується потужний економічний сектор, що забезпечує значну частину національного доходу.

З іншого боку, зростання туристичних потоків часто призводить до інфляційних процесів у таких сферах, як житло і основні товари, що може вплинути на місцеве населення. У регіонах, де туризм є основним джерелом доходів, відбувається підвищення цін на продукти харчування, оренду житла і інші базові послуги, що створює економічний тиск на місцеві громади.

Зростання туризму також може призвести до "сезонних коливань" в економіці, коли попит на послуги коливається в залежності від часу року. Це може бути вигідно для деяких секторів, але для інших, таких як сільське господарство чи освітні установи, створює нестабільність, оскільки вони не можуть забезпечити стабільний рівень доходів у міжсезоння.

Крім того, залежність від туризму може привести до "економічної вразливості", коли національна економіка виявляється вразливою до глобальних криз, таких як пандемії чи природні катастрофи, що суттєво зменшують туристичні потоки. Це було яскраво видно під час пандемії COVID-19, коли країни, що сильно залежали від туризму, зазнали значних економічних збитків.

З іншого боку, масовий туризм може призвести до зниження економічної диверсифікації, оскільки багато країн зосереджують свої ресурси на розвитку туристичної інфраструктури, в той час як інші галузі можуть відставати. Це може обмежити потенціал національних економік для сталого розвитку в майбутньому [32].

Зростання масового туризму в містах створює кілька ключових урбаністичних викликів, пов’язаних із перевантаженням інфраструктури,

змінами в соціальній структурі, екологічними проблемами та руйнуванням культурної автентичності.

Одним із основних викликів є перевантаження міської інфраструктури. Збільшення кількості туристів призводить до надмірного навантаження на транспортні системи, водопостачання, каналізацію, енергетичні мережі та інші міські послуги. Це може призвести до збоїв у постачанні основних ресурсів і послуг для місцевих мешканців, особливо в туристичні сезони. Величезна кількість туристів, що щодня переміщується по місту, може спричиняти затори, погіршення якості повітря та підвищення рівня шумового забруднення.

Додатково, масовий туризм часто сприяє соціальній нерівності та соціальній сегрегації. Вартість житла та оренди в туристичних зонах значно зростає, що робить проживання в центрі міста недоступним для місцевих мешканців. Це призводить до того, що жителі змушені переїжджати на периферію, що змінює соціальну структуру міста та сприяє зростанню нерівності між туристичними та місцевими районами. У багатьох випадках це також сприяє розвитку так званих "туристичних гетто", де вся інфраструктура і послуги орієнтовані тільки на потреби туристів, а місцеві жителі стають "гостями" у своєму рідному місті.

Зміни в архітектурному вигляді міста є ще одним важливим аспектом. У відповідь на зростаючий попит на туристичні послуги, в містах часто зводяться нові готелі, ресторани та інші заклади, що не завжди відповідають традиційному стилю чи архітектурному контексту. Це може призвести до втрати культурної ідентичності міста, оскільки автентичні історичні райони стають дедалі менш помітними на фоні сучасних будівель і туристичної інфраструктури. Така "комерціалізація" міських центрів також змінює їхню соціокультурну функцію, що може викликати культурну асиміляцію і втрату історичних традицій.

Екологічні наслідки, зокрема забруднення води, повітря і відходів, є ще одним суттєвим урбаністичним викликом. Збільшення кількості туристів призводить до підвищеного використання енергії та ресурсів, а також до значного збільшення кількості відходів. Багато міст не мають достатньо

розвиненої інфраструктури для ефективного управління такими обсягами відходів і забруднення, що погіршує екологічну ситуацію в міських районах.

Загалом, зростання масового туризму в урбаністичних умовах потребує розробки сталих стратегій міського розвитку, які враховують ці виклики та дозволяють підтримувати баланс між потребами туристів та місцевих жителів .

Зростання масового туризму має складні соціальні, економічні та екологічні наслідки для міст. На урбаністичному рівні основними викликами є перевантаження інфраструктури, зростання соціальної нерівності, культурна зміна міських районів та екологічні проблеми. Перевантаження транспортних систем, водопостачання та енергетичних мереж стає наслідком великої кількості туристів, що призводить до погіршення якості життя місцевих мешканців. Суттєве зростання цін на житло та оренду в туристичних зонах сприяє соціальній сегрегації та витісненню місцевого населення.

Крім того, зміни в архітектурному вигляді міста, спричинені розвитком туристичної інфраструктури, можуть призвести до втрати автентичності та культурної ідентичності. Забруднення навколишнього середовища, зокрема через збільшену кількість відходів та викидів, є ще одним серйозним урбаністичним викликом, що погіршує екологічну ситуацію в міських зонах.

Загалом, для ефективного управління наслідками масового туризму необхідно розробити сталу міську політику, яка враховує ці проблеми і орієнтується на довгострокове збереження якості життя для місцевих жителів та збереження культурної спадщини. Це вимагає інтеграції сталих практик, таких як еко-туризм, ефективне використання ресурсів та підтримка локальних громад [35].

Отже, масовий туризм є важливим двигуном економічного зростання в багатьох країнах, зокрема через створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури та підвищення валютних надходжень. Туризм сприяє зростанню платоспроможного попиту на товари та послуги, що активізує місцевий бізнес, включаючи ресторанну, готельну та транспортну індустрію. Крім того, масовий туризм підтримує розвиток малого та середнього бізнесу, надаючи місцевим підприємцям нові можливості для зростання. Зростання

туристичних потоків також може мати негативні наслідки. Перенавантаження інфраструктури призводить до зниження якості обслуговування, що, в свою чергу, впливає на досвід туристів і місцевих жителів. Великі потоки туристів можуть також викликати екологічні проблеми, такі як забруднення та руйнування природних і культурних пам'яток, а також створювати соціальні та економічні нерівності, підвищуючи ціни на житло та базові послуги.Розвиток масового туризму є двостороннім процесом, що вимагає балансування вигод і ризиків. Для максимізації вигод важливо впроваджувати стратегії сталого туризму, які дозволяють зменшити негативні ефекти, забезпечуючи при цьому економічне зростання та соціальну стабільність.

РОЗДІЛ 3
ПЕРСПЕКТИВИ МАСОВОГО ТУРИЗМУ

3.1.Сучасний стан розвитку туристичної інфраструктури

У сучасному світі туризм є багатогранним явищем, яке взаємодіє з різними сферами. Туризм можна розглядати як окрему галузь економіки, так і як міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичні підприємства створюють туристичний продукт з використанням товарів і послуг з різних сфер. Туризм є однією з галузей, яка розвивається найбільш стабільно і є основою багатьох розвинутих економік і країн, що розвиваються. Щоб підкреслити важливість конкурентоспроможності в туристичній сфері, необхідно апелювати до розуміння того, що цей вид управління залежить від різних факторів і має значний вплив на розвиток регіону та суспільства в цілому. Туризм є складною галуззю економіки і дуже важливий для прогресу та економічного добробуту [38].

Визначення туристичної інфраструктури може мати різноманітний характер, який присутній у науковій літературі з різними варіантами та підходами. Основні елементи туристичної інфраструктури можна підсумувати так:

- надання засобів розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги та інші види засобів розміщення, які забезпечують комфортні умови для туристів);
- забезпечення харчуванням (ресторани, кафе, їдальні, бари та інші заклади громадського харчування, що пропонують різноманітне меню для туристів);
- транспорт (авто- та залізничні станції, аеропорти, порти, а також служби громадського та приватного транспорту, що забезпечують мобільність туристів у регіоні);
- інформаційно-комунікаційні послуги (туристичні інформаційні центри, карти, путівники, мобільні додатки та інші засоби, які допомагають

туристам зорієнтуватися в новому місці, дізнатися про цікаві місця, події та маршрути);

- розважально-оздоровчі (парки, музеї, театри, кінотеатри, спортивні комплекси, пляжі та інші об'єкти, що забезпечують відпочинок і розваги туристів);
- медичні послуги (лікарні, клініки, аптеки та інші медичні;
- установи, що забезпечують охорону здоров'я та безпеку туристів під час їх перебування в регіоні);
- охорона (притулок, а також поліція, служби порятунку, охоронні агентства та інші структури, що забезпечують безпеку туристів). Ці елементи інфраструктури взаємодіють між собою, створюючи комфортне середовище для туристів і сприяючи розвитку туристичного бізнесу в регіоні.

Отже, туризм – одна з галузей, яка зазнала чи не найбільших втрат під час пандемії COVID-19. Карантинні обмеження призвели до закриття аеропортів, спорожнення готелів і зниження попиту на послуги турфірм. І як тільки галузь почала відновлюватися після коронавірусу, повномасштабне вторгнення в Україну знову серйозно вдарило по туристичному сектору [39].

Бойові дії на території держави суттєво вплинули на туристичну інфраструктуру країни, спричинивши значні збитки та ускладнення. Під час них було зруйновано або пошкоджено багато готелів, хостелів, апартаментів і баз відпочинку, що значно скоротило кількість місць для проживання туристів.

Музеї, історичні будівлі, пам’ятники та інші об’єкти культурної спадщини також зазнали значної шкоди, позбавивши туристів можливості відвідати важливі культурні та історичні об’єкти.

Аеропорти та вокзали були закриті або працюють з обмеженнями через бойові дії та загрози безпеці, а руйнування або пошкодження автомагістралей і мостів ускладнює подорожі країною, роблячи туристичні подорожі небезпечними та важкими.

Через постійні обстріли та загрози терористичних актів більшість туристів відмовляються від поїздок в Україну, що призводить до різкого зменшення туристичного потоку. Багато мешканців туристичних зон були

змушені покинути свої домівки, що скоротило кількість персоналу, який обслуговував би туристів.

Суб’єкти туристичного бізнесу зазнають значних фінансових втрат через відсутність клієнтів та пошкодження майна. Нестабільна безпекова ситуація відлякує інвесторів, ускладнює відновлення та розвиток туристичної інфраструктури. Багато працівників сфери туризму втратили роботу через закриття підприємств і загальний спад туристичної активності, а місцеві громади, чия економіка значною мірою залежить від туризму, зазнають значного скорочення доходів, що впливає на їхній добробут і рівень життя. Загалом збройна агресія Росії проти України завдала важкого удару по туристичній інфраструктурі, створивши численні проблеми, вирішення та відновлення яких потребують значних ресурсів і часу [40].

Одеська область є прикладом для аналізу особливостей структури попиту в туризмі, зокрема, стану іноземного або в'їзного туризму.

Одеська область має значний туристично-рекреаційний потенціал, який є одним із провідних в Україні. Економічно іноземний туризм є найбільш вигідним для регіону та країни в цілому, оскільки іноземні туристи під час відпочинку в Україні витрачають кошти, накопичені у своїх країнах. Для країни перебування іноземний туризм є експортом послуг і джерелом валютних надходжень. Нещодавно Департамент екології та природних ресурсів Одеської облдержадміністрації ретельно проаналізував екологічні проблеми Одеської області, які впливають на здоров’я населення та пов’язані з програмою соціально-економічного та культурного розвитку регіону на 2023. Останнім часом зафіксовано збільшення викидів від стаціонарних джерел забруднення. Приблизно три чверті всіх викидів забруднюючих речовин в Одеській області (70,4%) припадає на підприємства з виробництва електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря, а 15,9% – на підприємства переробної промисловості [41].

Розвиток туристичної галузі сповільнюється через:

- неадекватність законодавчої та нормативної бази у сфері туризм;
- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури;

- обмежена кількість готелів категорії 3-5 зірок, які відповідають міжнародним стандартам і вимогам сертифікації;
- стан туристичних місць, пам’яток історії та культури та музеїв не відповідає вимогам, що обмежує зростання туристичного потоку та розробку нових маршрутів;
- недостатня кількість кваліфікованих кадрів, особливо в сільській місцевості;
- недостатній рівень екологічної освіти та інформування
- населення;
- відсутність містобудівної документації з актуальними вихідними даними, що обмежує розвиток населених пунктів;
- зношеність мереж і технічного обладнання, зокрема систем водопостачання та водовідведення;
- недостатня кількість та стан очисних споруд;
- забруднення водойм та відсутність джерел водопостачання на півдні області, що потребує додаткового очищення води.

Основними проблемами існуючої системи моніторингу атмосферного повітря Одеської області є:

- неузгодженість інформаційних технологій, недостатня забезпеченість мереж засобами обміну інформацією, що призводить до низької ефективності надання інформації користувачам;
- відсутність єдиної комплексної мережі спостережень на регіональному рівні, включаючи мережі суб'єктів моніторингу, автоматизовані пости та центр збору та обробки інформації;
- недостатній рівень техніко-методичного забезпечення функціонування мереж спостереження.

Розглянемо питання формування стратегічних цілей і завдань інвестиційної політики. Розрізняють 2 основних види інвестицій: реальні та фінансові, які відіграють важливу роль у розвитку економіки. Реальні інвестиції спрямовані на створення або розширення виробничих потужностей, що забезпечують зростання фізичного капіталу. Це може включати будівництво

нових потужностей або модернізацію існуючих, а також працевлаштування робітників. З іншого боку, фінансові інвестиції передбачають не фізичне створення нових активів, а використання фінансових інструментів, таких як акції, облігації та фонди. У цьому випадку інвестори не беруть участі в управлінні реальними активами, а зазвичай покладаються на професійних менеджерів. Існує також поняття «споживчі інвестиції», під якими розуміються витрати споживачів на товари та нерухомість для довгострокового використання. Ці витрати можна розглядати як форму заощаджень, оскільки вони є інвестиціями, але не генерують доходу чи приросту капіталу [41].

В основі інвестиційної діяльності лежить постійне перетворення, яке умовно можна поділити на кілька етапів: накопичення капіталу, витрачання, накопичення фінансових ресурсів, отримання прибутку, повторення цього циклу. Розглядаючи можливість формування туристичного кластеру в регіоні, важливо оцінити потенціал туризму та його реалізацію. Аналізуючи створення кластерів у будь-якій галузі, важливо враховувати різні фактори: природні ресурси, географічне положення, наявність кваліфікованих працівників, рівень інновацій, споживчий попит, ринкову конкуренцію, обсяг інвестицій та державну підтримку.

У контексті оновлень розвитку регіонального розвитку стратегії та плани заходів щодо їх реалізації, а також моніторинг та оцінка результатів, передбачається використання підходів смарт-спеціалізації при формуванні стратегії регіонального розвитку. Суть розумної спеціалізації полягає в концентрації знань і обмеженої кількості пріоритетних галузей економіки з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів на світовому ринку. Модель «Розумна туристична дестинація» на регіональному та провінційному рівнях – це нова концепція розвитку, управління та маркетингу туристичної дестинації, спрямована на задоволення потреб сучасних туристів. Окрім цифрової інфраструктури та моделі «розумного» туристичного напряму, важливою ініціативою для цифровізації туризму є:

- створення веб-сайтів туристичних напрямків з контентом, що відповідає потребам туристів;

- збір та аналіз статистики в режимі реального часу з використанням таких технологій як Інтернет речей та великі дані, віртуальні тури, 3D моделювання тощо;
- впровадження програм лояльності та електронних туристичних карток;
- розробка мобільних додатків для туристів тощо.

Останніми роками із зростанням процесу децентралізації в Україні все активніше впроваджується концепція «розумного міста». Основною ідеєю цієї концепції є цифрові технології для вирішення нагальних проблем міста, забезпечення його сталого розвитку та створення комфортних умов для проживання городян. Важливо враховувати, що для успіху концепції «розумного міста» необхідно зосередитися на 2 ключових аспектах: оновленні міської інфраструктури та впровадженні ефективного управління ресурсами за допомогою Інтернету речей, «зелених» технологій та «розумні мережі». Також важливо інтегрувати системи та дані для трансформації систем міського управління, а оскільки міста є центром інновацій та розвитку людського капіталу, нам потрібно визначити економічні моделі міського розвитку, які враховують людський фактор. Для реалізації такого стратегічного плану у сфері туризму необхідно провести детальний аналіз наявних ресурсів та оцінити зовнішні фактори, які можуть вплинути на плановану діяльність.

Одним із ефективних методів оцінки поточного та майбутнього розвитку індустрії туризму є SWOT-аналіз, який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози [43].

Аналіз переваг і недоліків туристичної діяльності спрямований на визначення її конкурентної позиції на ринку, виявлення можливостей підвищення конкурентоспроможності та виявлення загроз, які можуть вплинути на розвиток галузі. Розгляд можливостей і загроз, пов'язаних із зовнішніми факторами, такими як соціальні та політичні аспекти, інвестиційна активність, попит, пропозиція та конкуренція, є важливими етапами стратегічного планування. Це дозволяє приймати зважені рішення та реалізовувати ефективні стратегії розвитку. Аналіз перспектив розвитку

туристичної галузі в Одеській області показує значний потенціал для подальшого зростання. Регіон пропонує різноманітні послуги та пам'ятки, розраховані на різні соціальні групи туристів, що робить його привабливим як для внутрішнього, так і для зовнішнього ринків. Високий природний потенціал, вигідне географічне розташування та наявність великої кількості туристичних об’єктів створюють умови для створення конкурентоспроможної та інвестиційно привабливої індустрії туризму на Чорноморському узбережжі України. Проте досягнення цієї мети потребує значних інвестицій та системного стратегічного підходу у сфері управління та підтримки з боку держави.

Реалізація Національної стратегії регіонального розвитку, удосконалення нормативно-правової бази у сфері рекреації та туризму, розвиток туристичних маршрутів та формування рекреаційно-туристичних кластерів є важливими кроками у залученні туристів з урахуванням особливостей регіону. Це може принести реальні надходження до обласного бюджету та сприяти розвитку інших відповідних галузей економіки.

Туристичний бренд Одеси відіграє важливу роль у формуванні іміджу міста на міжнародній арені, залученні туристів та розвитку економіки. Як символ унікальності міста, бренд формує очікування туристів, підкреслюючи його культурну, історичну та природну цінність. Детальніше з цінностями щодо туристичного бренду можна ознайомитись за Додатком Д.

Оцінка ефективності бренду міста здійснюється через аналіз досягнень попередніх етапів. Якщо план не буде реалізований, можливо, доведеться повернутися до початкових етапів. Успішна реалізація стратегічного плану має призвести до залучення оптимальної кількості туристів та інвесторів через чітку візуальну ідентичність, засновану на національній та місцевій ідентичності буде розглянуто у Додатку Е.

Узагальнимо напрямки вдосконалення механізмів держави регулювання туристичної сфери України. При виборі сфери туризму як пріоритетного напряму розвитку національної економіки державна туристична політика здійснюється в рамках програм економічного розвитку окремих регіонів. Така

діяльність здійснюється на основі таких принципів державного регулювання у сфері туризму: загальний економічний потенціал держави залежить від стану та тенденцій розвитку регіональних економік; важливою ланкою розвитку сфери туризму є територіальні туристичні центри та комплекси, які мають характерні особливості та проблеми розвитку; природні, культурні, історичні, економічні та демографічні фактори визначають розвиток туризму в кожному регіоні, відображаючи характерні особливості розвитку окремих територій.

Уряд України, використовуючи свій фінансово-економічний потенціал, повинен:

- реалізувати прийняту ООН Концепцію сталого розвитку туризму як екологічно безпечної форми використання природних і культурних ресурсів;
- розвивати індустрію туризму в країні в цілому та в окремих туристичних зонах, зокрема, шляхом підтримки туроператорів, приватних підприємців, представників малого та середнього бізнесу, громадських організацій та раціонального використання природних територій та об’єктів історичної спадщини і культурне значення;
- встановити загальний порядок використання туристичних ресурсів і відшкодування збитків;
- визначити порядок сертифікації туристичного продукту;
- створити державну систему підготовки та перепідготовки кадрів для туризму та наукового забезпечення сталого розвитку туристичної сфери;
- виділяти бюджетні кошти на розробку та реалізацію пілотних проектів, пов’язаних із розвитком туристичної сфери;
- спільно з країнами-донорами, міжнародними організаціями та фондами, що діють в Україні, активізувати процеси залучення іноземних інвестицій у розвиток туризму в країні.

Виконавча влада окремих регіонів України на основі програмних та нормативно-правових документів повинна [46]:

- розробити та реалізувати конкретну політику держави щодо розвитку сфери туризму;

- обґрунтовувати основні напрямки розвитку туризму в Україні в цілому та її регіонах, визначаючи реальні можливості на місцевості, виходячи з природних умов;
- встановити правові та екологічно обґрунтовані стандарти туристичної діяльності на регіональних природних територіях, що особливо охороняються;
- координувати роботу регіональних органів влади у сфері планування їх діяльності з розвитку туризму; збирати, узагальнювати, аналізувати та поширювати інформацію про існуючі природні та історико-культурні цінності, охорону навколишнього природного середовища, території, а також туристичну діяльність у цілому;
- організовує та фінансує соціальні, біологічні, етнографічні, археологічні та інші культурні дослідження в регіонах; здійснюють роботу з інтеграції туристичної діяльності в державні та регіональні стратегії, плани розвитку територій;
- брати участь у процесі узгодження та надання дозволів з усіма зацікавленими сторонами з питань землекористування, води, лісокористування тощо при провадженні туристичної діяльності;
- включити туризм до генерального плану економічного розвитку країни та її регіонів з урахуванням державних програм; брати участь у прийнятті рішень про ліцензування або видачу спеціальних дозволів на здійснення діяльності у визначеній сфері;
- брати участь у вирішенні питань, пов’язаних із розвитком галузей інфраструктури (транспорт, зв’язок, розміщення, харчування).

Сьогодні в Україні розвиватимуть локальні туристичні локації, створюватимуть карту маршрутів пам’ятних місць, залучатимуть іноземних партнерів для відновлення туризму. Про такі плани на 2024 рік повідомило Державне агентство розвитку туризму (ДРТУ). Одне з головних завдань – допомогти місцевим громадам по всій країні знайти власний, унікальний шлях розвитку туризму. Кожен регіон, кожна місцевість в Україні унікальна. STDA працює над тим, щоб громади зрозуміли, що вони вже мають усе необхідне для

розвитку свого туристичного потенціалу – неймовірну природу, історичну та культурну спадщину та гастрономічні особливості. Треба тільки все це правильно «упакувати». І вони не лише зароблятимуть на тому, що у них під ногами, а й зможуть розвивати інфраструктуру та покращувати послуги [47].

В Одеській області діє ряд інвестиційних програм і проектів, спрямованих на розвиток туристичної галузі. Ці програми охоплюють модернізацію існуючих об’єктів, створення нових туристичних об’єктів та покращення інфраструктури. Важливою складовою є залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону. Ключовими складовими туристичної інфраструктури є транспортні мережі, готельні комплекси, ресторани, культурно-розважальні заклади та інформаційні центри. Їх розвиток і взаємодія критично важливі для забезпечення комфортного перебування туристів і їх залучення в регіон. Аналіз наявних об’єктів показав, що Одеська область має значний потенціал у сфері туризму, зокрема завдяки своїм природним ресурсам, культурно-історичній спадщині та сучасній туристичній базі.

Проте існує потреба в оновленні та модернізації багатьох об’єктів, а також у розширенні спектру послуг для задоволення зростаючих потреб туристів. Сучасні тенденції, такі як зростання екологічного туризму, використання цифрових технологій та персоналізація туристичних послуг, суттєво впливають на розвиток туристичної інфраструктури. Одеська область має адаптуватися до цих тенденцій, щоб залишатися конкурентоспроможною та туристично привабливою. Основними проблемами є недостатнє фінансування, відсутність сучасної інфраструктури та кваліфікованого персоналу, а також низький рівень координації між державним і приватним секторами. Вирішення цих проблем є ключовим для сталого розвитку індустрії туризму

Серед можливостей розвитку — покращення інфраструктури, підвищення якості послуг, розширення асортименту туристичних продуктів, а також активне використання цифрових технологій для маркетингу та управління туристичними потоками. Стратегічні цілі включають підвищення якості туристичних послуг, створення нових туристичних продуктів, покращення

інфраструктури та залучення інвестицій. Реалізація цих цілей потребує чіткої стратегії, яка передбачає координацію дій державних органів, бізнесу та громади.

Основними напрямками стимулювання є створення сприятливих умов для інвесторів, забезпечення прозорих та ефективних механізмів інвестиційної підтримки, а також активне залучення приватного капіталу до розвитку туристичної інфраструктури.

Реалізація запропонованих інвестиційних програм має призвести до збільшення туристичних потоків, збільшення доходів від туризму, створення нових робочих місць та покращення якості життя місцевого населення. Це сприятиме сталому розвитку Одеської області та посилить її позиції на туристичному ринку.

Таким чином, з огляду на поточні економічні диспропорції та довготривалі кризові умови в Україні, важливо проводити активну державну інвестиційну політику. Залучення інвестицій вимагає низки заходів, включаючи забезпечення стабільності політичної та законодавчої систем, боротьбу з корупцією з максимальною суворістю та рішучістю та надання громадськості інформації про результати боротьби з метою заохочення потенційних інвесторів. Згідно з цією лінією дослідження, більш привабливим є будівництво інвестиційних проектів, які залучають нових інвесторів, ніж традиційні країни-інвестори. Це допоможе прискорити соціально-економічне та технологічне зростання нашої країни, а також підніме інвестиційний сектор на нові висоти.

Прийняття політики сприяння високій інвестиційній активності має бути підкріплено дослідженнями, інтегрованими з іншими аспектами економічної політики держави та зосередженими на концепціях сталого розвитку, на додаток до покращення інвестиційного клімату на державному та місцевому рівнях.

3.2. Стратегії та перспективи розвитку сталого туризму

Зважаючи на те, що у 21 столітті продовжується подальше зростання туристичного обороту, а взаємозв’язок між навколишнім середовищем і туризмом стає дедалі складнішим, очевидно, що використання та охорона туристичної території, як основного туристичного ресурсу в контексті сталого економічного розвитку, набуває все більшого значення. Щоб реалізувати цілі сталого туризму та забезпечити їх реалізацію в більш широкому масштабі, необхідно дотримуватися основних принципів, які є основою та практичним керівництвом для практичної реалізації.

Сучасна концепція стійкості враховує не лише традиційний економічний аспект, а й деякі кількісні показники, які вимірюють соціальний (соціокультурний) і екологічний вплив. Зазвичай наголошується на трьох основних принципах, що базуються на трьох стовпах стійкості: економічній, екологічній та соціально-культурній стійкості. Зокрема, стійкий туризм передбачає рівень туристичної діяльності, який можна підтримувати в довгостроковій перспективі, оскільки він спирається на переваги соціально-культурного, економічного та природного середовища території, в якій вона відбувається. Таким чином, сталий туризм визначається як форма туризму, яка «знаходить баланс між економічним процвітанням, захистом навколишнього середовища та соціальною справедливістю». Окрім цих трьох стовпів, принципів стійкості, у літературі також виділяється поперечний стовп, який підтримує економічні, соціально-культурні та екологічні стовпи через управління, інфраструктуру тощо.

З появою процесу глобалізації, окрім безпосереднього екологічного, економічного та соціального -культурні переваги, геополітичний вимір сталого туризму все більше включається, що сприяє миру у всьому світі та взаєморозумінню між людей.

Туризм відіграє значну роль у сталому розвитку навколишнього середовища з двох причин. Перша полягає в тому, що туризм, як галузь з найбільш динамічним розвитком, має значний вплив на економіку багатьох країн і напрямків у світі. Друга пов'язана з туристичною діяльністю, яка

створює особливі відносини між споживачами (відвідувачами), навколишнім середовищем і місцевою громадою.

На початку 90-х років дискусія про сталий туризм стала більш повною, охоплюючи не лише екологічну проблему, а й соціально-культурні, економічні та геополітичні аспекти цієї проблеми.

У сучасній літературі все частіше акцентуються проблеми, пов'язані з визначенням сталого розвитку та сталого туризму. Зокрема, існує велика різниця між сталим туризмом, де наголос робиться на споживача та ринкові умови з метою підтримки індустрії туризму, та сталим розвитком, де наголос робиться на розвитку туризму як засобу досягнення ширшого соціальні та екологічні цілі.

Тому цілі сталого туризму не завжди будуть збігатися з цілями сталого розвитку. Сталий туризм повинен передбачати баланс між екологічними, соціальними та економічними аспектами туризму та необхідністю підтримувати стійкість у всіх сегментах туризму. Відповідно до СОТ, принципи сталого розвитку туризму застосовні до всіх форм туризму, включаючи масовий туризм і окремі сегменти туризму, а також до всіх типів туристичних напрямків. Зі сказаного вище випливає, що сталий туризм не є окремою формою туризму; Навпаки, всі форми туризму можуть прагнути до сталого розвитку.

Сталий туризм стосується «туризму, який повністю враховує поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки, які не загрожуватимуть навколишньому середовищу, потребам відвідувачів, економіці та місцевій громаді». Сталий туризм має задовольняти потреби сучасних учасників туризму, водночас зберігаючи та збільшуючи потенціал використання туристичних ресурсів у майбутньому, не порушуючи їхніх прав майбутніх поколінь на задоволення їхніх потреб [48].

Можна сказати, що сталий розвиток туристичної дестинації передбачає право на туризм і свободу туристичних потоків, задоволення економічних, соціальних та естетичних потреб при збереженні характеристик природного,

соціального середовища та культурно-історичної спадщини. Відповідно, сталий туризм повинен:

- забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, які є ключовим елементом розвитку туризму, підтримання важливих екологічних процесів і сприяння збереженню природної спадщини та біорізноманіття;
- поважати соціокультурну автентичність туристичних напрямків, захищати їх сучасну культурну спадщину та традиційні цінності та сприяти розумінню та толерантності між культурами;
- забезпечення сталого довгострокового бізнесу шляхом створення соціально-економічних переваг, які справедливо розподіляються між усіма зацікавленими сторонами, включаючи стабільну роботу, отримання доходу та соціальне житло для приймаючої громади, сприяючи зменшенню бідності серед постійного населення.

Основними цілями розвитку сталого туризму є:

- розвиток більшої обізнаності та розуміння впливу туризму на навколишнє середовище та економіку;
- сприяння рівності та розвитку;
- підвищення рівня життя місцевих громад;
- підвищення якості досвіду для відвідувачів;
- підтримання якості навколишнього середовища, від якого залежать вищезазначені цілі.

Сталий туризм повинен дозволити людям насолоджуватися природними, історичними та культурними цінностями певної території та здобувати знання про них, зберігаючи при цьому цілісність місця призначення та сприяючи економічному розвитку та добробуту місцевої громади. Іншими словами, стійкий туризм має на меті не перешкодити розвитку туризму, а забезпечити його розвиток таким чином, щоб туристи відвідували пам’ятки та задовольняли туристичні потреби, не руйнуючи атрибутів, які їх привабили [49].

Відносини між навколишнім середовищем і туризмом стають дедалі складнішими, а стале використання та захист простору, як основного

туристичного ресурсу, стає все більш важливим. Щоб запобігти конфліктам у зв'язку з туризмом – туристичною територією, необхідно інтегрувати планування захисту навколишнього середовища та управління туризмом в унікальний процес просторового планування для розвитку туризму. Адекватне планування та управління сталим розвитком туризму в туристичних дестинаціях передбачає використання різноманітних методів і технік. Окрім інструментів туристичної політики, планування та інших стимулів, більш радикальних змін і поведінки щодо навколишнього середовища можна досягти за допомогою репресивних заходів, таких як податки, збори тощо.

Існує широкий спектр інструментів, які можна використовувати для досягнення сталого розвитку в туризмі. Звичайно, законодавство є і буде незамінним у визначенні правової бази, в якій можуть працювати суб'єкти туристичної діяльності, а також у встановленні основних стандартів і процедур для сталого розвитку. Уряди та державна адміністрація все частіше використовують екологічні інструменти, щоб підкреслити важливість збереження навколишнього середовища. Проте добровільні проактивні підходи, безумовно, є найкращим способом забезпечення довгострокових зобов'язань та покращення сталого розвитку туризму. Сьогодні використовуються різні засоби та методи для оцінки та вимірювання різних аспектів сталого розвитку туризму. Перш за все, до них відносяться:

- створення природоохоронних територій (національних парків, зон дикої природи, біосферних заповідників тощо);
- регулювання туристичної економіки (законодавство держав, положення і норми професійних асоціацій і т.д.);
- техніка управління відвідувачами (розподіл туристів у просторі, спрямування потоків відвідувачів тощо);
- оцінка впливу на навколишнє середовище (збалансоване планування розвитку туризму, математичні моделі, геоінформаційні системи тощо);
- визначення несучої здатності;
- техніка зустрічі-участі (зустрічі, огляд громадських настроїв тощо);

- етичні кодекси (для туристів, для туристського господарства, для місцевого самоврядування та ін.);
- індикатори сталого розвитку.

Ці кількісні та якісні показники мають на меті обмежити використання туристичних ресурсів свідомо та виправдано та обмежити розвиток туризму межею (порогом), яка не загрожує навколишньому середовищу та оптимальному розвитку туризму.

Формування заповідних територій означає визначення певних територій, що охороняються природними ресурсами. Створення заповідних територій дозволяє зберегти тип біофізичного процесу або стану. Регулювання індустрії туризму є важливим інструментом реалізації концепції сталого туризму та керується правовими заходами, нормами, правилами, соціальною відповідальністю тощо. Визначення спроможності носія означає аналіз фізичного, екологічного, соціального опору. місткість, екологічна місткість тощо. Індикатори сталого туризму включають використання ресурсів, ступінь забруднення, відходи, місцеву участь, туристичні об’єкти, різноманітність природного та культурного життя тощо. Крім того, захист навколишнього середовища та інструменти сталого розвитку включають методи управління відвідувачами, етичні кодекси, пов’язані з туристами, місцеве господарство, постійне населення тощо.

Європейська система індикаторів туризму визначила 43 основні індикатори, що охоплюють основні аспекти моніторингу стійкості та забезпечують основу для ефективного управління дестинацією. Базові показники дають змогу здійснювати моніторинг розвитку сталого туризму за певний період часу, а також порівнювати ступінь стійкості туризму між дестинаціями. Ці індикатори класифікуються за чотирма розділами індикаторів (тематичними областями).

Ці тематичні сфери включають індикатори, які найкраще відображають стійкість розвиток туризму в дестинації [49]:

- індикатори управління підкреслюють роль державної політики та бізнесу, а також задоволеності споживачів у сталому розвитку туристичних напрямків;
- економічні показники вказують на економічні наслідки бізнесу в туризмі, продуктивність туристичної компанії, кількість і якість працівників, ланцюги поставок (відсоток участі місцевих компаній у виробництві їжі, напоїв та інших продуктів і послуги тощо);
- -. соціальні та культурні показники відображають соціальний вплив туризму, здоров'я та безпеку в пункті призначення, гендерну рівність, доступність туристичних об'єктів для людей з обмеженими можливостями, збереження та захист культурної спадщини та місцевої самобутності;
- індикатори впливу на навколишнє середовище зосереджуються на елементах, які є вирішальними для стійкості навколишнього середовища в пункті призначення: вплив транспорту, зміна клімату, управління твердими відходами, споживання води та метод очищення стічних вод, використання енергії, захист ландшафту та біорізноманіття.

Застосування концепції сталого розвитку в туризмі передбачає використання широкого спектру заходів, ресурсів та інструментів. Крім законодавства, яке визначає правові рамки, в яких можуть працювати суб'єкти туристичної діяльності, існують інші засоби та інструменти, які визначають верхню межу навантаження/використання туристичної території.

Найбільш значущими кількісними та якісними показниками, які свідомо та виправдано обмежують використання туристичних ресурсів та обмежують розвиток туризму межею (порогом), що не загрожує навколишньому середовищу та оптимальному розвитку туризму, є різні показники сталого розвитку. Вибір і оцінка відповідних індикаторів сталого розвитку в туризмі є дуже складним процесом.

Враховуючи те, що туризм є складною системою, існують численні показники, які визначають можливості та обмеження розвитку туризму в конкретному туристичному напрямку.

Слід зазначити, що при оцінці можливостей розвитку туризму в дестинаціях можна використовувати найрізноманітніші показники. Ці показники можна поділити на чотири групи:

- управлінські;
- економічні;
- соціально-культурні;
- екологічні.

Індикатори сталого розвитку мають на меті визначити умови, в яких можна розвивати сталий туризм і гармонійний соціальний та економічний розвиток у межах наявних можливостей підтримки екосистеми та соціокультурних порогів. Пропускна спроможність являє собою свідоме обмеження рівня експлуатації простору, тобто туристичного потенціалу, межею, що забезпечує мінімальні негативні екологічні, соціальні, економічні, психологічні та інші наслідки для туристичної дестинації. З цих причин розумне обмеження використання туристичного потенціалу є найефективнішим способом активної охорони туристичної території. Хоча теоретична концепція зрозуміла, через різні підходи до визначення середнього стандарту поверхні, що належить користувачеві простору, розрахунок оптимальної несучої здатності конкретної просторової одиниці є значно складнішим.

Крім того, розрахунок несучої здатності простору повинен бути результатом або сумою окремих несучих можливостей просторових одиниць нижчого ієрархічного рангу. Іншими словами, при розрахунку пропускної спроможності пункту призначення необхідно враховувати характеристики, призначення та інтенсивність використання його менших частин. Також слід враховувати, що просторовий розподіл туристів і туристичних потоків є нерівномірним, але туристи здебільшого концентруються на певних привабливих точках. Іншими словами, при визначенні пропускної спроможності слід не спиратися на єдині критерії, а створювати їх для окремих ділянок призначення [50].

Отже, У третьому розділі було зроблено акцент на стратегіях сталого розвитку та покращенні інфраструктури, що є ключовими чинниками для

досягнення балансу між економічною вигодою, культурним обміном та мінімізацією екологічного впливу. Одним із важливих висновків є те, що для забезпечення довгострокового розвитку масового туризму необхідно приділяти особливу увагу сталим практикам. Це включає інтеграцію екологічно чистих технологій, збереження природних та культурних ресурсів, а також підтримку місцевих громад.

Успішні приклади із країн, які активно впроваджують сталі туристичні ініціативи, демонструють важливість дотримання принципів відповідального управління туристичними потоками. Розвиток інфраструктури був визначений як один із головних напрямів, який сприяє підвищенню привабливості туристичних дестинацій та забезпечує якісне обслуговування туристів. Це стосується не лише модернізації транспортної мережі, але й інвестицій у готельний бізнес, створення нових розважальних об'єктів і забезпечення безпеки подорожуючих. Ефективне використання цифрових технологій, таких як мобільні додатки для планування подорожей, також сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

Ще однією перспективою є орієнтація на індивідуальні потреби туристів, яка передбачає розвиток нішевих напрямів туризму, таких як еко-, пригодницький, культурний чи гастрономічний туризм. Це дозволяє залучити ширшу аудиторію туристів, знижуючи навантаження на популярність. Загалом, у розділі доведено, що масовий туризм може стати потужним інструментом економічного розвитку, але його успіх залежить від здатності мінімізувати негативний вплив на довкілля та суспільство. Впровадження принципів сталого розвитку, інноваційних підходів та ефективного управління дозволить забезпечити процвітання цієї галузі в майбутньому. ні масові маршрути.

Крім того, ключовим викликом залишається необхідність гармонійного співіснування між туристами та місцевим населенням. Для цього важливо впроваджувати ініціативи, які сприятимуть соціально-культурному обміну, зменшуючи конфлікти та підтримуючи місцеву економіку.

ВИСНОВКИ

Масовий туризм у сучасному світі є важливою складовою глобальної економіки, яка впливає на соціальні, культурні, економічні та екологічні аспекти життя багатьох країн. Виходячи з аналізу, представленого в дипломній роботі, можна стверджувати, що масовий туризм має двоїстий характер, оскільки, з одного боку, сприяє економічному зростанню, а з іншого – створює виклики, які потребують особливого управлінського підходу.

Одна із головних цілей масового туризму забезпечити мільйони людей по всьому світу роботою, сприяти розвитку інфраструктури та створювати передумови для економічної стабільності регіонів. Завдяки туризму відбувається обмін культурними цінностями, підвищується обізнаність про різні культури, що сприяє міжнародному діалогу та зменшенню соціальної напруги. Туризм, таким чином, виконує не лише економічну, а й соціокультурну місію, сприяючи зміцненню культурних зв’язків між народами.

В соціально-економічному стані масовий туризм є ключовим джерелом доходу для багатьох країн, особливо для тих, що розвиваються. Завдяки доходам від туризму фінансуються соціальні програми, модернізується інфраструктура, створюються нові робочі місця. Крім того, туризм стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, особливо в сегменті обслуговування – готелів, ресторанів, екскурсійних агентств тощо. Він також дозволяє місцевим громадам капіталізувати свої природні ресурси та культурну спадщину, створюючи унікальні туристичні пропозиції. Соціальні переваги масового туризму включають посилення зв'язків між культурами, розширення світогляду як туристів, так і місцевого населення. Туризм стимулює гордість місцевих громад за свою спадщину, мотивуючи їх до збереження природних та культурних ресурсів.

Однак поряд із позитивним впливом масовий туризм створює значні виклики та проблеми. Однією з головних проблем є екологічна деградація, зокрема забруднення водних ресурсів, ерозія ґрунтів, пошкодження природних територій через перевантаження туристичних потоків. Дестинації, які є

популярними серед туристів, часто страждають від перенасичення, що негативно впливає як на довкілля, так і на якість життя місцевого населення.

Соціокультурний вплив також має свої негативні сторони: у багатьох регіонах зростання туристичних потоків призводить до комерціалізації культури, втрати її автентичності. Туристи, не завжди усвідомлюючи наслідки своєї поведінки, можуть руйнувати історичні пам'ятки, порушувати місцеві традиції та звичаї.

Сталий розвиток є як одне із рішень цих викликів можливе через впровадження принципів сталого розвитку туризму. Це включає:

- оптимізацію використання ресурсів:

Зменшення екологічного навантаження шляхом використання альтернативних джерел енергії, організації еко-турів та створення інфраструктури з мінімальним впливом на природу;

- підтримку місцевих громад:

Інвестування частини прибутків у розвиток місцевої інфраструктури, медичної допомоги, освіти;

- управління туристичними потоками:

Планування маршрутів та локацій таким чином, щоб уникнути перенасичення туристами;

- освітні ініціативи:

інформування туристів про важливість дбайливого ставлення до культурних та природних об'єктів.

Сталий туризм має на меті забезпечити баланс між задоволенням потреб сучасних туристів та збереженням можливостей для майбутніх поколінь. Важливим аспектом сталого розвитку є інтеграція екологічних, економічних та соціокультурних компонентів у довгострокові стратегії управління.

Масовий туризм у XXI столітті потребує нового підходу, що базується на сталому розвитку. Це передбачає не лише збереження природного середовища та культурної спадщини, але й активне залучення місцевих громад до управління туристичною діяльністю. Майбутнє туризму залежить від того, наскільки ефективно будуть вирішені екологічні проблеми, збережена

автентичність культурних об’єктів та створені умови для інклюзивного економічного зростання.

Таким чином, масовий туризм, за умов належного управління, може стати потужним інструментом не лише для економічного зростання, але й для збереження культурного багатства та природного середовища. Головне завдання майбутнього – перетворити виклики у можливості, забезпечуючи гармонійний розвиток туризму на глобальному рівні.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми науки та освіти», Том 2, 2020. Черкаський державний технологічний університет URL: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3796/1/Матеріали%2011%20конференції%20Том_2_2020.pdf

2. Паньків, Х. М. *Історія розвитку туризму в Україні*. Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, Географічний факультет – 2020. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/history-tour-development-Pankiv.pdf

3. Дем'яненко, С. Г., Поліщук, Т. М. *Історія туризму.*: конспект лекцій Одеський державний екологічний університет. – 2019. URL: http://eprints.library.odeku.edu.ua/id/eprint/6410/1/DemyanenkoSG_PolishchukTM_Istoriya_tourismu_KL_2019.pdf

4. *Економіка туристичного бізнесу*. URL: https://buklib.net/books/22443/ (Дата звернення: 10.10.2024)

5. Якименко-Терещенко Н. В. Туризм і рекреація : бакалаврський курс: навч. посібн. для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація» першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання. Частина 1. Харків: Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. інт». 2023. – 573 с. URL: https://web.kpi.kharkov.ua/tourism/wp-content/uploads/sites/78/2024/01/Navchalnyj_posibnyk_Turyzm_i_rekreatsiya_Bakalavrskyj_kurs.pdf

6. Nordli, A. J., Rønningen, M.Tracking hidden innovations in tourism. Creativity and Innovation Management, -2021 30(2), 303–319.

7. Bell, C., Ruhanen, L. The diffusion and adoption of eco-innovations amongst tourism businesses: the role of the social system. Tourism Recreation Research, 41(3), 291–301.

8. *Лекції з історії туризму та туристичної діяльності* Рівненський державний гуманітарний університет. - 2020 URL: https://kegt.rshu.edu.ua/images/dustan/2020/l_st_l_01.pdf

9. Пуцентейло, П. Р. *Рекреаційно-туристичні ресурси України*.- 2020 URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo34.htm

10. Смутчак З. В. «Вплив розвитку туризму на соціальноекономічний стан в україні» 2020

11. Інна Поворознюк. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Журнал «Економіка та суспільство» - 2021 https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/552

12. *The Impact of Tourism on Local Communities: A Literature Review of Socio-Economic Factors* (2023). URL: https://www.researchgate.net/publication/373644263_The_Impact_of_Tourism_on_Local_Communities_A_Literature_Review_of_Socio-_Economic_Factors

13. Бубенко, П., & Сень, Й. Економічні та соціальні аспекти розвитку туризму в Україні. *Economy and Society*, (51).- 2021 URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4570/4513

14. Семенова, О. А., & Іванова, І. М. Розвиток туризму в Україні: економічний аспект. *Економіка: реалії часу*, (3). URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499

15. *Україна: Туризм і його роль у економіці країни* (2020). URL: https://ukraine.ureport.in/story/402/

16. Александрова А. Ю. Міжнародний туризм Підручник. М: Аспект Прес 470 с.

17. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. К.: “Центр учбової літератури”554 с.

18. . Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Світове господарство і міжнародні економічні відносини, Вип. 3 (26), С. 3–7. - 2020 DOI https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-1

19. UNWTO. International tourism to end 2023 close to 90% of pre-pandemic levels. [Електронний ресурс] – URL: https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels (дата звернення: 13.10.2024)

20. World Travel & Tourism Council. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact 2024: Global Factsheet*. Retrieved from URL: https://cdn.prod.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/66d869ff84129afb2ea48678_EIR2024-Global-Factsheet-040924.pdf

21. *Світовий туризм відновився на 80% від допандемійного рівня*. (2023). URL: https://dip.org.ua/turizm/svitovyy-turyzm-vidnovyvsya-na-80-vid-dopandemiynoho-rivnya/

22. Impact of Overtourism on Urban Life [Електронний ресурс]. — URL: https://typeset.io/pdf/impact-of-overtourism-on-urban-life-4ccyzmzzye.pdf. (дата звернення: 14.10.2024)

23. Milićević, S., & Štetić, S. Economic and socio-cultural effects of tourism development in tourism destinations. *ResearchGate*. URL: https://www.resear.n/publ/33595-cultural_effects_of_tourism_development_in_tourism_destinations.

24. UNWTO.. *Tourism Barometer: November 2023 edition*. United Nations World Tourism Organization. – 2023 URL:https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/unwto_barometer_november_2023.pdf

25. Jakopec, Mateo. "Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma na primjeru Republike Hrvatske." *Diplomski rad*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2023. URL:https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:506749

26. U.S. Bureau of Economic Analysis.. "Travel and Tourism Satellite Account for 2017–2021." U.S. Department of Commerce. February 2023. URL:https://apps.bea.gov/scb/issues/2023/02-february/0223-travel-tourism-satellite-account.htm.

27. Ministarstvo ekonomskog razvoja. 2021. "Strateška procjena uticaja - Strategija razvoja turizma do 2025." Vlada Crne Gore. December 1, 2021. URL:https://www.gov.me/dokumenta/12a002fb-3194-4135-9118-cac4fccec941.

28. "Protected Areas of Madagascar." Wikipedia. Accessed November 15, 2024. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Protected_areas_of_Madagascar.

29. Monterrubio, J. C., & Mendoza-Ontiveros, M. M. Tourism and the demonstration effect: Empirical evidence. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 97-103. -2024 URL: https://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/653.

30. Божидарник Т. Міжнародний туризм / Т. Божидарник: підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2019. — 312 с.

31. UNWTO, "UNWTO Tourism Highlights, Edition", -2019 URL: https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152 (дата звернення: 17.10.2024).

32. World Tourism Organization (UNWTO). *International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024*. -2023 URL: https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024. (дата звернення: 17.10.2024)

33. Sustainable Travel. (n.d.). *What is Overtourism and Why is It a Problem?* Sustainable Travel. Retrieved from URL: https://sustainabletravel.org/what-is-overtourism/

34. Benner, Maximilian. "The Decline of Tourist Destinations: An Evolutionary Perspective on Overtourism." *Sustainability* 16, no. 12 2024: 5253. URL: https://doi.org/10.3390/su16125253.

35. Hernández-Martín, Raúl, José D. Martín-Santana, and José A. Medina. "Tourism, Seasonality, and Economic Growth in Mediterranean Coastal Regions: A Panel Data Approach." *PLOS ONE* 17, no. 8 2022: e0274386. URL: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274386.

36. "Environmental Sustainability and Justice: Sustainable Tourism Chapter 9." *Environmental Sustainability and Justice Blog*, November. URL: https://environmentalsustainbilityandjustice.blogspot.com/2016/11/sustainable-tourism-chapter-9.html.

37. Pjanić, Miloš. “Economic Effects of Tourism on the World Economy.” In *4th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era*, 291-305. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans URL: https://typeset.io/pdf/economic-effects-of-tourism-on-the-world-economy-39ph7u7mis.pdf.

38. Elton, E.J. – Gruber, M.J. Modern Portfolio Theory and Investment Analysis. 7-th ed. New York: New York University 728 p.

39. WORLD ECONOMIC FORUM. (n.a.): The Global Competitivness Report. [Online.] In: World Economic Forum, n.a. (дата звернення 19.10.2024.) URL: https://www.weforum.org/publications/the-global-competitiveness-report-2020/

40. Bouton, L. Trends in Private Investments in Developing Countries. International Finance Corporation. –2020 URL: https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/13986/multi0page.pdf

41. Karpenko, L., Izha, M, Rachynskyi, A. Structural and Wave Analysis Energy Policy of Ukraine in the Context of European Integration. In Lidiia Karpenko, Mykola Izha, Anatoliy Rachynskyi (eds.). Proceedings of the 5 th International Conference on European Integration 2020. Ostrava: VSB-Technical University of Ostrava, 2020, pp. 391-405.

42. Kyivstar. “Smart City: Розумні технології сучасного міста.” *Kyivstar Business Hub*, URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/smart-city-rozumni-tehnologiyi-suchasnogo-mista.

43. Karpenko, L. − Pashko P. Formation of the system of fair businesspractice of the company under conditions of corporate responsibility. Academy of Strategic Management Journal, London, 2019, V.18 (2), pp.1-8.

44. Navratil, B. Ever-Coser or Multi-Speed Union”. In Kovarova, E., L.Melecky and M.Stanickova (ed). Proceeding of the 3st International Conference on European Intergration. Ostrava: VSB-Technical University of Ostrava, pp. 649-655.

45. TURNBULL, S. M. : Capital Allocation in Decentralized Businesses. In: Journal of Risk and Financial Management, 11, 82. URL: https://doi.org/10.3390/jrfm11040082

46. Lavruhina, H. V. “Naukove Pidgruntya Rozvytku Turystychnoyi Deyatel′nosti v Ukrayini.” URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lavruhina.htm.

47. Державне агентство розвитку туризму України. “Основні результати діяльності Державного агентства розвитку туризму в 2023 році.” *Укрінформ*. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3821292-osnovni-rezultati-dialnosti-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-v-2023-roci.html. (дата звернення 26.10.2024)

48. Tourism Notes. “Sustainable Tourism - Definition, Principles, and Dimensions of Sustainable Tourism.” Tourism Notes. URL: https://tourismnotes.com/sustainable-tourism/.(дата звернення 29.10.2024)

49. Author(s). *Some Aspects of Sustainable Development of Tourism*. URL: https://typeset.io/pdf/some-aspects-of-sustainable-development-of-tourism-geyfruzaee.pdf.

50. University of Calgary. A Manual for Sustainable Tourism Destination Management. 2024. URL: https://www.ucalgary.ca/ev/designresearch/projects/2000/cuc/tp/outreach/destination%20manual.pdf. (дата звернення 02.11.2024)

51. Звіт «ITB World Travel Trends Report 2020», березень 2020. URL: https://bw.tourismusnetzwerk.info/wp-content/uploads/2020/03/ITB_World_Travel_Trends_Report_2020.pdf

52. «World Travel Trends Report: ITB Berlin and IPK International – Upturn in international tourism», лютий 2024. URL: https://www.itb.com/en/press/press-releases/news_15168.html

53. Стаття Travel Daily News, «ITB Berlin and IPK International: Upturn in international tourism», 2022. URL: https://www.traveldailynews.com/regional-news/itb-berlin-and-ipk-international-upturn-in-international-tourism/

54. Звіт *UNWTO Tourism Barometer, November 2023*. URL: https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/unwto_barometer_november_2023.pdf

ДОДАТОК А

Таблиця А - Розширена видова класифікація масового міжнародного туризму.

Критерій класифікації	Види масового туризму	Характеристика
За метою подорожі	Рекреаційний, Культурний, Релігійний, Подієвий, Пригодницький, Екотуризм	Туристи можуть подорожувати з метою відпочинку (пляжні курорти), ознайомлення з історичною та культурною спадщиною (музеї, архітектурні пам'ятки), релігійні подорожі (паломництва до святих місць), відвідування великих заходів (концерти, фестивалі, спортивні події) або для участі в пригодницьких заходах (трекінг, альпінізм). Екотуризм зосереджений на збереженні природи та культурних об'єктів.
За способом організації	Організований туризм, Самостійний туризм	Організований туризм передбачає використання туристичних агентств, які надають повний набір послуг (транспорт, проживання, екскурсії). Самостійні туристи планують і бронюють свої поїздки самостійно, часто використовуючи онлайн-ресурси для створення індивідуальних маршрутів.
За тривалістю подорожей	Короткостроковий туризм, Довготривалий туризм	Короткостроковий туризм зазвичай триває до 7-10 днів і часто охоплює подорожі на популярні туристичні напрямки. Довготривалий туризм може включати сезонні поїздки (наприклад, для зимового або літнього відпочинку) і триває від кількох тижнів до кількох місяців.

Продовження Таблиці А - Розширена видова класифікація масового міжнародного туризму.

За географічним напрямком	Внутрішній туризм, Міжнародний туризм	Внутрішній туризм охоплює подорожі всередині країни, що дозволяє туристам вивчати місцеві культурні та природні особливості. Міжнародний туризм передбачає подорожі до інших країн, які можуть бути мотивовані бажанням дізнатися про нові культури або відвідати екзотичні місця.
За типом туристичного середовища	Міський, Пляжний, Гірський, Сільський туризм	Міський туризм включає подорожі до великих міст з метою ознайомлення з їх культурною та історичною спадщиною. Пляжний туризм поширений у прибережних районах і передбачає відпочинок на пляжах. Гірський туризм привертає любителів активного відпочинку та природи, а сільський туризм передбачає відвідування агротуристичних об'єктів або малих сільських громад.
За соціальними групами туристів	Сімейний, Молодіжний, Старший туризм	Сімейний туризм орієнтований на подорожі з дітьми, що вимагає відповідної інфраструктури та послуг. Молодіжний туризм характеризується доступними цінами та активними формами відпочинку (наприклад, кемпінги, музичні фестивалі). Туризм для старших людей зазвичай пропонує комфортні умови, круїзи або санаторії для оздоровлення і відпочинку.
За сезонністю	Літній туризм, Зимовий туризм	Літній туризм включає подорожі до теплих регіонів, таких як пляжні курорти, а зимовий туризм переважно стосується гірськолижних курортів, що пропонують активний відпочинок в холодну пору року.

ДОДАТОК Б

Таблиця Б - Вплив туризму на окремі елементи місцевої культури

Зона впливу	Результат
Спадок	Звичаїв підвищення якості всіх закладів культури Зосередження уваги на захисті місцевої громади та всього державного сектору
Мова	Є великий інтерес до захисту традицій таких як місцева мова, якщо вона приваблива для іноземних туристів
Релігія	Збільшення поваги до місцевої релігії з боку туристів і Навпаки
Народна творчість	Інтенсивне освоєння нових ринків збуту домашніх промислів і художніх форм
Митниця	Збільшення перенесення митниці в інші частини світу
Домашнє господарство	Населення збільшується з прибуттям людей жити або працювати в певному місці У туристично освоєних районах будь-яка депопуляція виключена

ДОДАТОК В

Таблиця В - Міжсекторальні відносини між туризмом та іншими галузями

Витрати - Випуск	Туризм
Сільське господарство	– сільськогосподарська продукція для приготування їжі; – непродуктивні площі для будівництва туристичних потужностей, туристичної інфраструктури та надбудов; – декоративні рослини та композиції для оформлення туристичних об’єктів – цілі туристичні рецепти і надлишок робочої сили.
Промисловість	– продукція для будівництва та облаштування туристичних об’єктів інфраструктури та надбудови; – продукція масового споживання, як прямого, так і позабортного обслуговування; – надлишок наявних інвестиційних коштів для розвитку туризму, як споживачів, так і промислової продукції та – методи та обладнання туристичного продукту.
Торгівля	– товари народного споживання для поза пансіонних потреб туристів; – постачання туристичних торгових центрів (товари народних промислів, ремесла, сувеніри тощо); – поповнення фонду вільного часу на канікулах – обмін кадрами та фінансовими ресурсами, як мотивація загального розвитку туризму.
Трафік	– транспортні термінали (аеропорти, порти, причали, залізничні та автобусні станції, паркувальні місця, гаражі тощо); – транспортні засоби; – непряма модернізація туризму та скорочення часу подорожі – постійне зростання кількості пасажирів, тобто туристів.
Будівництво	– повна експлуатація будівництва; – інвестиції; – швидке будівництво туристичних потужностей – постійна модернізація стилів забудови, використання натуральних матеріалів, різних хімічних речовин, які не впливають негативно на туристичні об’єкти.

Продовження Таблиці В - Міжсекторальні відносини між туризмом та іншими галузями

Туризм	– постійне зростання обсягів, структури та якості туристів; – диверсифікація туристичного ринку; – відкриття нових напрямків і нових регіонів – постійне зростання доходів, зайнятості, обмін товарами та пасажирами, взаєморозуміння між народами тощо.
Кейтеринг	– розширення туристичної пропозиції в основних закладах розміщення та харчування туристів; – кількісне та якісне зростання позапансійного споживання; – презентація етно-гастрономічних та інших особливостей с людей у пункті призначення, країні чи більш широкому макрорегіоні – загальний розвиток туризму шляхом різноманітних капіталовкладень, зайнятості місцевого населення, використання продуктів дестинації тощо.
Ремесла	– виробниче ремесло забезпечує утримання та постійне функціонування туристичних об'єктів інфраструктури та надбудови, а також виготовлення необхідних для постійного користування предметів ремесел; – сфери обслуговування з виробництвом товарів народного споживання, особливо в позапансіонній частині туризму; – домашні вироби, сувеніри, етно вироби тощо і – вписування в загальний туристичний продукт, тобто. розвиток без затримки.
Комунальна діяльність	– прибирання туристичних центрів та виконання екологічних вимог; – вся інформація про доступні послуги, які сприяють безпеці, здоров'ю та загальній стабільності туристів; – постійна наявність служб паркування, щоб захистити навколишнє середовище, а також щоб не витрачати час на прибуття та розміщення туристів та – турбота про облаштування туристичного місця, а також про всі туристичні коридори, зміна ландшафтної архітектури та створення досвіду добре організованого рецепту.

ДОДАТОК Г

Таблиця Г - Градації країн за кількістю туристичних прибутків (у мільйонах) за 2020–2023 роки

Країна	2020(млн)	2021(млн)	2022(млн)	2023(млн)
Франція	25	30	50	65
США	22	30	60	75
Іспанія	19	31	48	70
Китай	8	10	20	30
Італія	17	26	40	50
Велика Британія	10	15	35	50
Німеччина	12	18	30	45
Туреччина	15	20	45	60
Мексика	20	25	50	70
Таїланд	6	8	30	50

ДОДАТОК Д

Таблиця Д – Цінності туристичного бренду Одеси

Значення	Характеристика
Міська архітектура	Включає такі архітектурні перлини, як театр опери та балету, історичні будівлі та пам’ятники.
Чорне море і пляж	Унікальність і краса Чорного моря, пляжів і моря курорти.
Природа та тематичні парки	Зелені зони для відпочинку, парки розваг і тематичні парки для різноманітність інтересів.
Мистецтво та місцеві пам’ятки	Сучасне мистецтво, виставки, музеї, галереї та артефакти відображення культурної спадщини.
Розваги та нічне життя	Ресторани, клуби, кінотеатри, концертні зали та інші місця для вечірні розваги.
Фестивалі та культурні заходи	Різноманітні фестивалі, концерти, виставки, театральні вистави та інші культурні заходи.
Культурно-історичні об’єкти	Історичні пам'ятки, які уособлюють самобутність та унікальність міста.
Заповідники та парки	Унікальні природні об’єкти та ландшафти для екологічного туризму та відпочинку.
Садово-паркове мистецтво	Ботанічні сади і туристичні парки з різноманітними рослинами і ландшафтний дизайн.
Культурна спадщина	Різноманітність культурно-історичних об'єктів, що відображають багату історію міста.
Гастрономічне середовище	Ресторани та кафе з національною та місцевою кухнею, яка відображає культурну спадщину.

Джерело: [43,44]

ДОДАТОК Е

Таблиця Е - Сутність туристичного бренду міста Одеси для конкретних аудиторій

Цільова аудиторія	Зміст концепції бренду
Місцеві жителі	Передача унікальної культурно-історичної спадщини міста, висвітлення місцевих традицій і фольклору.
Туристи	Підкреслення краси та різноманітності архітектури міста, унікального природного середовища та культурних подій.
Інвестори	Відображення потенціалу розвитку туристичної інфраструктури та інвестиційних можливостей міста.
Любителі історії	Підкреслення багатої історії міста через показ історичних пам’яток і архітектурних перлин.
Активні туристи	Пропонуючи різноманітні розважальні та спортивні можливості, а також активний відпочинок на морі.
Гастрономічні туристи	Презентація багатства місцевої кухні та гастрономічного розмаїття, зокрема в ресторанах та кафе міста.
Екотуристи	Визначення заповідників, парків та екологічних маршрутів для відпочинку та екологічного туризму.
Культурні туристи	Акцент на сучасне мистецтво, виставки, фестивалі та інші культурні заходи в місті.

Джерело: [45]

Декларація
академічної доброчесності
здобувача вищої освіти ЗНУ

Я, Губарев Ярослав Дмитрович, студент 2 курсу магістратури, денної форми навчання, факультету економічного, спеціальності 051 «Економіка» освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка», адреса електронної пошти yarik.gubarev.com@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему: «Соціально-економічні вигоди та проблеми масового туризму в світі» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ *Підпис*_____ *Губарев Я. Д.*

Дата _____ *Підпис*_____ *Дугієнко Н.О.*