

УДК 339.9

Ю. В. Гук

ПРОСТОРОВА РЕФЛЕКСІЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

У статті досліджено аспекти просторової організації економічного освоєння міжнародних туристичних потоків, проаналізовано актуальний стан світового туристичного ринку та вплив на нього пандемії COVID-19, відстежено сучасні світові тренди попиту на туристичні продукти також зафіксовані уподобання вітчизняних туристів в умовах війни та відповідь на їх зміну зацікавленими сторонами реалізації проектів туристичних дестинацій, встановлено чинники надмірного туризму та відстежено механізми, які йому запобігають. Встановлена дуальна роль інформаційних технологій (ІТ), які з одного боку протидіють надмірному туризму, а з іншого полегшують туристам доступ до дестинацій.

Зроблено висновок щодо поширення явища просторової поляризації надання туристичних послуг в ринкових країнах та виділено три її складові, а саме подорожчання нерухомості та її оренди, надмірний гамір (антропогенний тиск), «перехоплення» онлайн-туристичними агентствами (ОТА) клієнтів закладів тимчасового поселення.

Ключові слова: *Світова Організація Туризму ООН, зацікавлені сторони, туристичний продукт, світовий туристичний ринок, міжнародний туризм, надмірний туризм, глемпінг, туристична дестинація, сталий розвиток.*

DOI 10.34079/2518-1394-2025-15-29-36-47

Постановка проблеми. Основними характеристиками та аспектами просторової рефлексії міжнародних туристичних потоків є географічна концентрація у регіонах і країнах, які володіють високим туристичним потенціалом, дорожно-транспортна інфраструктура, що сприяє формуванню певних напрямків, рівень доходів, цінова доступність, наявність туристичних сервісів, які й визначають обсяг міжнародних туристичних прибуттів. Так регіони, стейкхолдери яких активно розвивають туризм, приваблюють більше туристів і створюють нові потоки, інтенсивність яких сприяє економічному зростанню приймаючих країн та регіонів. Загалом, ідентифікація просторової рефлексії допомагає планувати туристичну політику, розвивати інфраструктуру і стимулювати сталий туризм на глобальному та регіональному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Просторову різноманітність туризму в країнах Європейського Союзу досліджували А. Неджолка, М. Роман, М. Роман (Roman, Roman and Niedziółka, 2020), вітчизняна вчена Г. Горіна (Горіна, 2017) розглядає поляризацію в туризмі, як скупчення доцільної діяльності з надання туристичних послуг на рекреаційно-туристичних територіях, проте питання просторової організації освоєння туристичних потоків не увійшли до кола їх наукових інтересів.

Постановка завдання. Аналізування і осмислення просторових та економічних аспектів поширення туристичних рухів між країнами та регіонами дозволяє зрозуміти, як територіальні фактори, інфраструктура, культурні зв'язки та економічний розвиток впливають на розподіл туристичного трафіку світом.

Виклад основного матеріалу дослідження. У січні 2021 р. у Світовій Організації Туризму констатували, що криза в сфері туризму через пандемію COVID-19 стала найсильнішою за всю історію. Згідно Світовому Барометру Туризму ООНСОТ (WTB UNWTO), падіння міжнародних подорожей означало втрату експорту в розмірі 1,3 трл.

дол. США, що більш ніж 11 разів перевищує втрати під час глобальної економічної кризи 2009 р. Пандемія поставила під загрозу 100-120 млн. робочих місць у сфері туризму, більшість з яких були на малих та середніх підприємствах (UN Tourism, 2021).

Л. Бартон (Barton, 1993, с. 2) вважає кризу «широкомасштабною, непередбаченою подією, яка веде до потенційно негативних результатів». Водночас не всі системні кризи є руйнівними, більше того, їх можуть створювати штучно з метою стимулювання урядів держав до прояву позитивних ініціатив. Також часто криза це короткострокове «вікно можливостей» для революційних змін (Юркова, 2008), що власне є квінтесенцією розвитку.

Так Г. Ортіна (Ортіна, 2015) глобальну економічну кризу 2008-09 рр. трактує, як перебудову відносин між фінансовим капіталом, товарним виробництвом і сферою послуг, зміну пріоритетів у виборі засобів виробництва, яка змінила структуру світової економіки, де сфера послуг стала переважаючою. Ця наукова позиція важлива для нашого дослідження з аспекту провідної ролі та чільного місця туристичної індустрії у сфері послуг, а власне туристичний продукт є комплексом послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для туристичного споживання, що реалізуються на ринку туристичних послуг (Любіцева, 2003).

По при усталене бачення туристичної індустрії як середовища робочих місць, що не потребують високої кваліфікації, її розвиток забезпечується інкорпорацією інформаційних технологій (ІТ), які, як і у разі матеріального виробництва, значно підвищують ефективність всієї системи. Зокрема ІТ-платформи надають туристам інформацію про ціни, умови, можливості тощо під час подорожі, що суттєво збільшує прозорість функціонування сфери міжнародного туризму.

Так внесок індустрії туризму до світового ВВП у 2019 р. становив 10,4 %, проте через пандемію коронавірусу в 2020 р. він скоротився до 5,5 %. Звіт Світової ради з туризму та подорожей (WTTC), підготовлений спільно з Oxford Economics охоплює вплив пандемії на туризм у 185 країнах і 25 географічних або економічних регіонах світу. У 2019 р. внесок туризму у світову економіку становив 9,2 трлн дол. проте в 2020 р. сектор втратив майже 4,5 трлн. дол., а його внесок у світовий ВВП скоротився на 49 %. При цьому загальне уповільнення світової економіки склало 3,7 %, – йдеться у звіті. Як зазначають у WTTC, до пандемії на міжнародний туризм, включно з його прямим і непрямим впливом, припадало кожне четверте нове робоче місце в світі і 10,6 % усіх робочих місць (334 млн). «У 2020 р. в сфері туризму було скорочено майже 62 млн або 18,5 % робочих місць. Загроза втрати ще більшої кількості робочих місць зберігається і без повного відновлення міжнародних подорожей їх навряд чи вдасться зберегти», – наголошується в звіті WTTC.

У 2019 р. під час поїздок мандрівники витратили 1,7 трлн. дол., що становило майже 7 % загального експорту і 27,4 % експорту послуг. У 2020 р. витрати туристів на подорожі у своїх країнах, за даними WTTC, скоротилися на 45 %, а витрати під час зарубіжних поїздок – майже на 70 % (Інтерфакс-Україна, 2021).

Проте у 2023 р. країни світу відкрили свої кордони та зняли обмеження на подорожі у відповідь на офіційне завершення пандемії COVID-19. Водночас з початку 2022 р. в географічному центрі Європи триває збройна агресія РФ проти України, що серйозно пригальмувало розвиток міжнародного туризму не лише в країнах чорноморського басейну, але й в тих, де бізнес активно залучав громадян України до надання туристичних послуг.

У звіті Світового Економічного Форуму 2023 р. йдеться, що ризик зростання вартості життя домінуватиме над іншими викликами в найближчі два роки, проте зміна клімату залишається найбільш довгостроковою проблемою. Власне криза вартості життя, спровокована пандемією COVID-19 і війною Росії в Україні, полягає в зростанні цін на продовольство та енергоносії по всьому світу.

Так у дворічній перспективі експерти СЕФ виділили як основний ризик подорожчання вартості життя, на другому місці – природні катастрофи, зокрема пов'язані з екстремальними температурами. Загалом у п'ятірці основних ризиків – зростання геоекономічної конфронтації, провал спроб пом'якшити зміни клімату, поляризація суспільства. Водночас у 10-річній перспективі ризик подорожчання вартості життя перестане входити в десятку, найбільша загроза буде виходити від провалу спроб пом'якшити зміну клімату (Фінансовий клуб, 2023).

Так пандемія COVID-19 призвела до змін у вподобаннях туристів і моделях подорожей, які пропонує бізнес. Питання здоров'я та безпеки стали першочерговими для мандрівників, що призвело до підвищеного попиту на активний відпочинок на природі, екотуризму та інших ековаріантів подорожей. Через обмеження на міжнародні подорожі набули популярності внутрішній та регіональний туризм, які до пандемії значно поступалися в темпах розвитку міжнародному туризму.

Сталий розвиток нині став ключовим напрямком у туристичній індустрії. Туристи все частіше шукають еко та соціально відповідальні варіанти подорожей. Туристичні дестинації та постачальники послуг гостинності впроваджують екопрактики, щоб зменшити антропогенний вплив на навколишнє середовище, захистити природні та культурні ресурси від надмірного виснаження, а також підтримати економічні ініціативи територіальних громад.

Проте в 2024 р. згідно світовому туристичному барометру ООН з туризму в світі вже було зареєстровано 1,4 млрд міжнародних туристських прибуттів, що вказує на фактичне відновлення (99 %) допандемічного рівня. Таким чином міжнародний туризм вийшов із найгіршої кризи в історії сектора (табл. 1).

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття, світ і регіони*

	2021	2022	2023	Чер.2024
Світ	-69 %	-34 %	-11 %	-4 %
Європа	-59 %	-20 %	-5 %	-1 %
Азія і Тихоокеанський регіон	-93 %	-75 %	-35 %	-18 %
Америка	-63 %	-29 %	-9 %	-3 %
Африка	-72 %	-31 %	-4 %	7 %
Близький Схід	-58 %	-5 %	31 %	26 %

*складено автором на основі даних (UN Tourism, 2025)

У 2024 р. глобальні дестинації прийняли більше міжнародних туристів, ніж до пандемії, а витрати туристів стрімко зростали. Це означає збільшення на 11 % порівняно з 2023 р., або на 140 млн більше міжнародних туристичних прибуттів. Результати зумовлені сильним попитом після пандемії, надійними показниками великих вихідних ринків і постійним відновленням напрямків в Азії та Тихоокеанському регіоні. Близький Схід, Європа та Африка у 2024 р. показують найкращі результати порівняно з 2019 р. Очікується, що зростання триватиме протягом 2025 р. завдяки високому туристичному попиту, що сприяє соціально-економічному розвитку як зрілих, так і нових туристичних напрямків. Це вказує на величезну відповідальність туристичного сектору за прискорення трансформації, ставлячи людей і планету в центр розвитку туризму.

У 2024 р. більшість напрямків, які повідомляють щомісячні результати, перевищили рівень до пандемії. Доступні дані показують, що кілька напрямків показують двозначне зростання порівняно з 2019 р. Так Сальвадор (+81 %), Саудівська Аравія (+69 %), Ефіопія (+40 %), Марокко (+35 %), Гватемала (+33 %) і Домініканська Республіка (+32 %) значно перевищили допандемічний рівень за повні дванадцять

місяців 2024 р. Катар (+137 %), Албанія (+80 %), Колумбія (+37 %), Андорра (+35 %), Мальта та Сербія (обидві +29 %) отримали значне зростання протягом жовтня або листопада 2024 р. порівняно з тими самими десятима-одинадцятьма місяцями 2019 р.

Повне відновлення міжнародного туризму у 2024 р. також відображається на інших галузевих показниках. За даними UN Tourism Tracker, міжнародні повітряні пропуски можливості та авіасполучення практично відновилися допандемічного рівня до жовтня 2024 р. (IATA). Глобальні показники заповнюваності житла досягли 66 % у листопаді, трохи нижче 69 % у листопаді 2023 р. (на основі даних STR). Надходження від міжнародного туризму значно зросли в 2024 р. після того, як у 2023 р. практично вже досягли попандемічного рівня в реальному вираженні (з поправкою на інфляцію та коливання обмінного курсу). У 2024 р. надходження досягли 1,6 трлн. доларів США, що приблизно на 3 % більше, ніж у 2023 р., і на 4 % більше, ніж у 2019 р. (реальний вираз), за попередніми оцінками.

У міру стабілізації зростання середні витрати поступово повертаються до допандемічних значень, від майже 1,4 тис. дол США на кожне міжнародне прибуття у 2020-21 рр. до приблизно 1,1 тис. дол США у 2024 р., що все ще вище середнього показника в 1 тис. дол США до пандемії. Загальний експорт від туризму (включаючи пасажирські перевезення) досяг рекордних 1,9 трлн. доларів США у 2024 р., за попередніми оцінками, приблизно на 3 % більше, ніж до пандемії (у реальному вимірі).

Декілька напрямків повідомили про значне зростання надходжень від міжнародного туризму протягом перших дев'яти-одинадцяти місяців 2024 р. Серед них Кувейт (+232 %), Сальвадор (+206 %), Саудівська Аравія (+148 %), Албанія (+136 %), Сербія (+98 %), Республіка Молдова (+86 %) і Канада (+70 %), усе в місцевих валютах. Ці країни також отримали двозначне зростання надходжень у 2024 р. порівняно з 2023 р. Серед п'ятірки найбільших світових прибутків від туризму Сполучене Королівство (+40 %), Іспанія (+36 %), Франція (+27 %) та Італія (+23 %) зафіксували значне зростання за перші дев'ять-одинадцять місяців 2024 р. порівняно з 2019 р..

Дані про витрати на закордонні туристичні поїздки відображають ту саму тенденцію, так Німеччина, Велика Британія (обидві +36 % порівняно з 2019 р.), Сполучені Штати (+34 %), Італія (+25 %) та Франція (+11 %). Витрати з Індії залишалися високими в першій половині 2024 р. (+81 % порівняно з рівнями 2019 р.) після надзвичайного зростання в 2023 р. В UN Tourism очікують, що у 2025 р. кількість міжнародних туристів зросте на 3–5 % порівняно з 2024 р., якщо припустити, що в Азії та Тихоокеанському регіоні триватимуть відновлення та стабільне зростання як і в більшості інших регіонів. Це передбачає, що глобальні економічні умови залишаться сприятливими, інфляція продовжить знижуватися, а геополітичні конфлікти не загостряться. Прогноз відображає стабілізацію темпів зростання після значного відновлення міжнародних прибуттів у 2023 р. (+33 % порівняно з 2022 р.) та 2024 р. (+11 % порівняно з 2023 р.).

Останній Індекс впевненості в туризмі UN Tourism підтверджує ці позитивні очікування. Близько 64 % членів Групи експертів UN Tourism бачать «кращі» або «набагато кращі» перспективи на 2025 р. порівняно з 2024 р. Приблизно 26 % очікують подібних показників у своєму напрямку, тоді як лише 9 % вважають, що 2025 р. буде «гіршим» або «набагато гіршим», ніж минулого року.

Однак економічні та геополітичні труднощі продовжують створювати значні ризики. Більше половини респондентів вказують на високі витрати на транспорт і проживання та нестабільність цін на нафту, як основні виклики, з якими зіткнеться міжнародний туризм у 2025 р. На цьому тлі очікується, що туристи продовжуватимуть шукати прийнятне співвідношення ціни та якості.

Водночас геополітичні ризики (крім триваючих конфліктів) викликають дедалі більше занепокоєння у Групі експертів, які поставили їх на третє місце після економічних. Екстремальні погодні явища та нестача персоналу також є критичними проблемами, займаючи четверте та п'яте місце серед факторів, визначених Групою експертів. У 2025 р. критично важливим буде баланс між зростанням і стійкістю, що відображено у двох основних тенденціях, визначених Групою експертів: використання екометодів у звичних турах та пошук менш завантажених напрямків (UN Tourism, 2025).

Таким чином до «світової кризи вартості життя», додалися нові виклики, що може потягнути зменшення обсягів глобальних витрат на в'їзний туризм. Туристичні оператори, рефлексуючи ситуацію, намагаються створювати продукти, які ґрунтуються на цінностях туристів та можуть максимально їх зацікавити. Все частіше вибір подорожі відображає інтереси та переконання туриста, а не модний тренд. Зокрема активно зростає популярність системи міксподорожей (або «bleisure» які поєднують бізнес та відпочинок). Такий мікс значно ускладнить ідентифікацію туриста, оскільки складно визначити, яку частку поїздки він використає для оплачуваної роботи, а яку для власне туризму, що зайвий раз доводить потребу трансформації організації та обліку туристської діяльності.

Експерти сфери гостинності прогнозують у 2023–2027 рр. зростання привабливості туристичних маршрутів, які базуються на спорті, екотуризмі та здоровому способі життя. Пляжний відпочинок, пригодницький та зелений туризм й надалі матиме попит (понад 50 % подорожей), адже після пандемії продовжує зростати привабливість відпочинку на природі. Так 57,3 % міжнародних туристів відзначили, що під час подорожі готові платити більше за екопродукти або постачання місцевих продуктів харчування та напоїв, використання альтернативних джерел енергії, компенсацію викидів вуглецю та справедливую оплату праці робітників сфери гостинності (Visit World Today, 2023).

Тут потрібно зазначити, що така готовність не більше ніж декларація про наміри, оскільки ніщо не заважає іноземним туристам це зробити, а не вести мову про несправедливу оплату праці чи брак місцевих продуктів харчування в меню. Саме не відповідність якості місцевих продуктів харчування та напоїв стандартам розвинених країн змушують туроператорів завозити їх, а питання безпеки – винаймати охорону, що суттєво збільшує витрати на туристичну поїздку до екзотичних країн.

Також в опитуванні близько 24 тис. туристів проведеному популярним сервісом з бронювання житла Booking.com. більшість віддали перевагу «здоровим» подорожам ближче до природи та сімейному відпочинку. Так основними туристичними трендами на 2023 р. за версією Booking.com. були:

1. Off-grid (поза мережею) подорож. Нині багато мандрівників готові відключити свої девайси від інтернету і залишитися на одинці з природою. Майже 60 % опитаних туристів вказали, що прагнуть відпочити в режимі «оф-грід». Приблизно стільки ж опитаних зацікавлені в отриманні навичок виживання в дикій природі, таких як розведення багаття, облаштування житла, пошук їжі тощо. Очевидно, популярність кемпінгу, а також екотурів з гідом і комфортабельних «глемпінгів» буде продовжувати зростати.

Нині категорія туристів, яка любить розкіш, часто уникає готелів із їх переповненими лобі проте, звикши до комфорту, вони не бажають від нього відмовлятися. Натомість, туристичний ринок запропонував альтернативу, яка поєднує в собі сервіс і зручності висококласного курорту з усамітненням і спокоєм кемпінгу. Термін «глемпінг» був введений у 2005 р. і є портманто слів «гламурний» і «кемпінг», означаючи проживання в певному закладі тимчасового поселення на відкритому просторі (намети, юрти, будиночки на деревах тощо) і можливість користуватися додатковими послугами, зручностями, схожими на курортні, та займатися різними видами рекреаційної діяльності (Pavlenko, M., 2022).

2. Культурний досвід. В 2023 р. майже 75 % туристів у своїй наступній поїздці бажають вийти із зони комфорту, щоб ближче познайомитися з новими культурами, гастрономією, мовами, а також подорожувати недооціненими туристичними напрямками по всьому світу. Постійний розвиток технологій продовжує формувати та трансформувати індустрію подорожей, пропонуючи нові можливості та покращуючи загальний досвід подорожей як для туристичних компаній, так і для туристів. Впровадження цифрових технологій у міжнародний туризм справило значний вплив на індустрію, революціонізувавши спосіб планування, бронювання та отримання досвіду мандрівниками. Зокрема такі онлайн-туристичні агентства (OTA), як Expedia, Booking.com, Airbnb тощо змінили те, як люди бронюють житло, авіаквитки та інші туристичні послуги. Мандрівники можуть порівнювати ціни, читати відгуки та зручно бронювати зі своїх комп'ютерів або мобільних пристроїв.

Так Airbnb порушив традиційний стан справ в готельній індустрії, запропонувавши власникам житла платформу для здачі вільної частки нерухомості мандрівникам. Це надало туристам більше варіантів тимчасового поселення за доступнішими, ніж в готелі цінами. Також, це дозволило туристам ознайомитися з дестинаціями з точки зору місцевих громад та сприяло зростанню пізнавальних подорожей.

Airbnb, і, певною мірою, Booking.com (розділ про альтернативне житло) заохочували культуру однорангового обміну, за якої відвідувачі можуть безпосередньо взаємодіяти з власниками житлової нерухомості. Ця зміна створила більш персоналізований та автентичний досвід подорожі, оскільки туристи можуть отримувати від місцевих жителів гострономічні та шопінгові рекомендації, а також більш повну інформацію (місцеві легенди) про визначні пам'ятки.

3. Близько 90 % опитаних туристів вказали, що зацікавлені у відпочинку в дестинаціях, з якими їх пов'язують спогади.

4. Оздоровчі подорожі – це ніша в туристичній індустрії, яка нині переживає бурхливе зростання.

5. Поїздки за списком побажань, оскільки туристи усвідомили, що життя занадто коротке, щоб відкладати свої мрії на потім. Майже 50 % мандрівників зізналися, що готові витратити більше, щоб отримати від своєї відпустки максимум (Travel Off Path, 2022).

В умовах тривалої війни громадянам України потрібні місця для відпочинку, відновлення сил і ретриту. Дослідження компанії Gradus на кінець 2023 р. показало, що більшість опитаних брали відпустку впродовж останніх трьох років з них 49 % відпочивали лише в Україні, а 46 % – як в Україні, так і за кордоном.

Проте перед початком пандемії COVID-19, щороку лише від 300 до 400 тис. українців купували тури через туристичні агентства або онлайн-сервіси. Окрім того, значна кількість українців нині здебільшого користуються альтернативними способами бронювання та подорожей, що ускладнює точний підрахунок, проте це все одно значно менше 46 %. Конкретних офіційних даних про кількість куплених путівок за кордон за останні роки у відкритих джерелах немає, але виходячи із економічних показників (ВВП на особу, єдиної тарифної сітки заробітної плати) можна з високою мірою ймовірності вважати цю кількість об'єктивною. Так посадовий оклад найвищого 25-го тарифного розряду в 2025 р. становить 14 тис. 409 грн., що за курсом НБУ близько 300 євро (Онищенко, 2025). Тобто попит на послуги внутрішнього туризму в Україні, ціни на які за ринковою логікою є вищими ніж у більш розвинених країнах становлення ринку є дуже низьким.

І коли нині ведуть мову про те, що українці віддають перевагу відпочити в Закарпатській, Львівській чи Івано-Франківській областях та зростання попиту на заміські рекреаційно-туристичні комплекси не лише Заходу України, але й у Київській

області, то це рефлексує їх переорієнтацію на внутрішній туризм в умовах ускладнення паспортних формальностей. В девелоперсько-інвестиційній компанії Arha Group вважають, що у форматі відпочинку вихідного дня українці надають перевагу готельним комплексам, які розташовані за кілька годин їзди до місця призначення.

Так в групі компаній Ribas Hotels Group виділили кілька напрямів, які зараз набувають популярності серед українських туристів. Там зазначають, що все більше туристів піклуються про оздоровлення та підтримку організму. Однак попри активний попит можливостей для такого відпочинку не так багато, зокрема через високу вартість, що описує стан ринку продавця де більш активними агентами ринку мають бути туристи.

Саме пропозиція глемпінгу певною мірою поліпшила ситуацію на ринку туристичних послуг. У 2023 р. в Івано-Франківській області розпочалось будівництво комплексу – ROTAУ від Arha Group, як місця для відновлення, внутрішнього перезавантаження та єднання з природою. Експерти турбізнесу вважають, що головними критеріями для рекреаційної нерухомості нині є вдала геолокація, наявність необхідної інфраструктури в межах того чи іншого продукту (чи це гірськолижна інфраструктура, літня, бізнес-інфраструктура тощо). Так поблизу курорту Буковель будується готельний комплекс AMA Family Resort, який пропонує відпочивальникам проживання в котеджах та апартаменти, ресторан, SPA-зону, терасу, видові майданчики тощо. Також готель пропонує інвестиційні можливості для українців. Так, з початковим внеском від 29,8 тис. дол. можна отримувати дохідність до 17 % річних. Фахівці готельного бізнесу вважають, що український турист стає все більш вибагливим і вибирає для відпочинку місце, які поєднують цікаву концепцію та якісний сервіс за адекватну ціну. Також вони вказують на необхідність зважати на ціну, яку інвестори готові заплатити, взаємодію з місцевою громадою та вирішенні проблем у взаємодії з місцевою владою на основі чітких і прозорих правил гри (Економічна правда, 2025). Тобто представники бізнесу, який у демократичних суспільствах влада має підтримувати за ознакою, вказують на наявність проблем, які потрібно вирішувати з органами місцевої влади на основі «чітких і прозорих правил».

Дестинації України перебувають на перших трьох стадіях моделі життєвого циклу туристичної території Butler's TALC (Tourism Area Life Cycle) (Butler, 1980), і в цій ситуації сфера гостинності підпадає під дію зростаючої віддачі від масштабу і цілком об'єктивно відсутні справжні протести місцевих жителів проти надмірного туризму, швидкими темпами зростають туристичні потоки. Триває активна забудова вільних ділянок об'єктами готельно-ресторанної інфраструктури та збільшуються інвестиції в туристську діяльність. Зростає роль зовнішніх туроператорів, на ринку турпослуг домінує комерціалізація, починається втрата автентичності місцевих традицій.

Натомість такі глобальні дестинації, як Венеція, Амстердам, Париж тощо, вразив овертуризм, а їх постійні жителі мають проблеми із стрімким зростанням цін на оренду житлової нерухомості, що провокує масові протести. Так у Барселоні протестувальники узгоджують свої виступи з італійськими та португальськими групами, стверджуючи, що неконтрольований туризм призводить до стрімкого зростання цін на житло і змушує людей залишати свої райони. Подібні демонстрації відбулися в інших регіонах Іспанії, зокрема на Ібіці, в Малазі, Пальма-де-Майорці, Сан-Себастьяні та Гранаді. Протести в Італії відбулися в таких містах, як Генуя, Неаполь, Палермо, Мілан і Венеція (Martinez, Cantero and Piovacari, 2025).

Так уряд Іспанії заявив, що більше не може ігнорувати проблеми, які для жителів країни створює надмірний туризм. Проте туризм є ключовим сектором іспанської економіки, яка торік зростала найшвидше за всі великі розвинені ринкові економіки – на 3,2 %, а цього року, за прогнозами Банку Іспанії, зростатиме на 2,4 %, що значно випереджає середній показник по Єврозоні в 0,9 %. Майже 100 млн. туристів, яких Іспанія планує прийняти цього року ілюструє привабливість країни, але це також є

викликом, який стоїть перед відповідними державними структурами з аспекту роботи з туристами та забезпечення хорошого досвіду для них та водночас припинення зростання цін на послуги та оренду житла для місцевих жителів. Так уряд Іспанії планує запровадити податок на додану вартість за короткострокової оренди житлової нерухомості туристами у розмірі 21 %, аби стримати їх наплив (Naishadham, 2025).

Проте незаконну оренду квартир важко ідентифікувати, оскільки вони можуть бути вказані на кількох веб-сайтах або використовувати справжній номер ліцензії на іншу нерухомість. У Барселоні Airbnb неодноразово штрафували за розміщення на сайті неліцензійної оренди. Подібна ситуація повсякчас трапляється в популярних туристичних напрямках Європи. Органи місцевого самоврядування виявляють, що використання звичайних методів недостатньо для вирішення цієї складної проблеми. Проте використовуючи передові технології, міста мають під рукою цінний ресурс, який допомагає швидко й ефективно боротися з незаконною задачею в оренду квартир туристам.

Так Bismart запропонувала абсолютно нове інтелектуальне рішення, розроблене спеціально для ситуації виявлення фактів оренди квартир для подальшої неліцензованої здачі туристам. Цей інструмент збирає дані з багатьох джерел, і незалежно від того, на якому сайті вказано незаконну оренду її можна відстежити та ідентифікувати. Ця зручна платформа скорочує час, який витрачається на тривалі офісні перевірки, і безпосередньо надає відповідним службам потрібну інформацію (Bismart, 2025).

Водночас у відповідь на критику з боку місцевих регулювальних органів та мешканців, що послуги платформи з короткострокової оренди житла Airbnb призводять до переповненості та житлової кризи в популярних туристичних місцях вона звинуватила в надмірному туризмі в Європі готельну індустрію. Видання Financial Times зазначає, що останніми роками платформи, які дають змогу здавати житло туристам у короткострокову оренду, як-от Airbnb, Vrbo і Booking.com, зазнавали критики за те, що житло стало менше доступним для місцевих жителів та за виснаження запасів води. Так статистика ЄС показує, що у 2024 р. 63 % іноземних туристів зупинилися в готелях. В Airbnb зазначили, що урядові заходи щодо обмеження короткострокової оренди не вирішують проблеми, які спричиняє надмірний туризм, а короткострокова оренда навпаки допомагає зменшити переповненість атрактивних районів, спрямовуючи туристів у менш відвідувані місця.

Проте це на думку дослідників Вестмінстерського університету призводить до поширення галасливого нічного життя, зростання цін на житло і переповненого громадського транспорту в житлових районах. Інші гравці ринку короткострокової оренди житла скаржаться, що лобістський підхід Airbnb ризикує загострити напруженість із регулюючими органами та місцевими громадами для всієї галузі. В лобістській групі європейської готельної індустрії HOTREC заявили, що для Airbnb настав час «грати за спільними правилами» з готельним сектором, який працює в рамках суворого планування, ліцензування та оподаткування, що відповідають міським стратегіям і місцевому туристичному потенціалу. В компанії бачать проблему не в туризмі як такому, а в незбалансованому туризмі.

Найбільшого тиску громадськості платформа Airbnb зазнає в Іспанії, де у 2024–25 рр. у різних містах від Барселони до Майорки, регулярно спалахують протести проти масового туризму. Також обмеження на короткострокову оренду останніми роками анонсували в Греції, Італії, Португалії, Угорщині та низці інших країн. Водночас національна економіка цих країн значною мірою залежить від міжнародного туризму, тому відмовитися від нього практично неможливо (The Financial Times Ltd, 2025).

Зазначена ситуація свідчить про брак комунікації між стейкхолдерами глобальних туристичних DESTINAЦІЙ, оскільки з одного боку всі ринкові агенти зацікавлені у збільшенні обсягів господарської діяльності, зростанні кількості робочих

місць (саме в Іспанії, Греції, Італії, Португалії, Угорщині найвищий рівень безробіття в ЄС), а з іншого такого збільшенню чиниться громадський опір.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином проблема просторової рефлексії міжнародних туристичних потоків проявляється у просторовій поляризації, яку умовно можна розкласти щонайменше на три складові: подорожчання нерухомості та її оренди, надмірний гамір, «перехоплення» клієнтів закладів тимчасового поселення. Подорожчання нерухомості це ринкова реакція на зростання попиту за незмінної пропозиції, або її відстаючого зростання. Проблема надмірного галасу вирішується у правовий спосіб, в країнах південної Європи вона стоїть більш гостро через кліматичні особливості (традиція сієсти та триваліше нічне життя), а в північній Європі її практично немає.

Боротьба за клієнтів, як видається, є основним джерелом напруги, коли опоненти вдаються до тиску на громадськість використовуючи опортуністичну поведінку. Так якщо вивести з ринку туристичної дестинації 40 % нічлігів, це одразу підніме на них ціну в готелях та призведе до зменшення кількості туристів. Сфера послуг також втратить не лише туристичні витрати, але й витрати тих, хто їх обслуговує значно зменшаться. Місцеві жителі, які здають зайву площу у своїх квартирах також зазнають збитків. В результаті у виграші опиняться крупні готельні мережі, а дестинація отримає заможного туриста, який переважно із розумінням та повагою ставитиметься до традицій та образу життя місцевого населення. Тобто щонайменше третину місцевого населення дестинації таке вирішення проблеми не влаштує.

Все це ставить перед органами місцевого самоврядування дестинацій потребу асиметричного згладжування просторової поляризації туристичної активності, переспрямовуючи туристичні потоки на рекреаційні території поблизу, що потребує розробку інвестиційного проекту розвитку туризму на маргіналізованих територіях. Ми вжили термін «маргінальний» щодо регіону інтерпритувавши значення, вкладене в нього Р.Парком, маючи на увазі регіон, який втратив своє первісне призначення і щодо якого стейкхолдери дійшли консенсусу зробити туристичним напрямком, але який ще ним не став.

Бібліографічний список джерел.

- Горіна, Г. О., 2017. *Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації*. Доктор наук. Дисертація. Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля».
- Економічна правда, 2025. *Дозволити собі відпочинок. Як змінюється готельна нерухомість та який відпочинок обирають українці* [онлайн] Доступно: <<https://pravda.com.ua/projects/dozvoliti-sobi-806011/>> [Дата звернення 15 червня 2025].
- Інтерфакс-Україна, 2021. *Частка туризму у світовому ВВП за рік знизилася вдвічі* [онлайн] Доступно: <<https://interfax.com.ua/news/economic/739849.html>> [Дата звернення 5 грудня 2024].
- Любіцева, О. О., 2003. *Методика розробки турів* [онлайн] Доступно: <https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt1.htm> [Дата звернення 25 грудня 2024].
- Онищенко, В., 2025. Посадові оклади за ЄТС – тарифна сітка на 2025 рік *Бухгалтерія для бюджету та ОМС* [онлайн] Доступно: <<https://oblikbudget.com.ua/article/16484-posadovi-okladi-za-ets-2024-tarifna-sitka>> [Дата звернення 5 червня 2025].
- Ортіна, Г. В., 2015. Причини виникнення і наслідки економічних криз в ринковій економіці як об'єкти державного впливу. *Державне управління: удосконалення та розвиток* [онлайн] 2. Доступно: <<http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1101>> [Дата звернення 13 квітня 2025].
- Фінансовий клуб, 2023. *Кризу вартості життя назвали найбільшим глобальним ризиком* [онлайн] Доступно: <<https://finclub.net/ua/news/kryzu-vartosti-zhytla-nazvaly-naibilshym-hlobalnym-ryzykom.html>> [Дата звернення 12 грудня 2024]

- Юркова, О. В., 2008. КРИЗИ, основні концептуальні підходи до аналізування суспільних криз (з досвіду міжнародної політології). В: *Енциклопедія історії України*: Т. 5: Кон – Кю. / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. К.: В-во «Наукова думка», [онлайн] Доступно: <<http://www.history.org.ua/?termin=Krizi>> [Дата звернення 12 травня 2025].
- Visit World Today, 2023. *Тренди світового туризму у 2023 році* [онлайн] Доступно: <https://visitworld.today/uk/blog/1349/trends-in-global-tourism-in-2023> [Дата звернення 17 листопада 2024].
- Barton, L., 1993. *Crisis in organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. Cincinnati, Ohio: South-Western.
- Bismart, 2025. *How Smart City Initiatives Can Help Fight Overtourism* [online] Available at: <<https://blog.bismart.com/en/smart-city-initiatives-for-overtourism>> [Accessed 6 February 2025].
- Butler, R. W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution and implications for management of resources. *The Canadian Geographer* 24 (1).
- Martinez, G., Cantero, A. and Piovaccari, G., 2025. *Protesters against overtourism take to the streets of southern Europe* [online] Available at: <<https://www.reuters.com/world/protesters-against-overtourism-take-streets-southern-europe-2025-06-15/>> [Accessed 25 April 2025].
- Naishadham, S. 2025. Spain's economy minister says 'overtourism' challenges need to be addressed [online] Available at: <<https://apnews.com/article/spain-economy-minister-tourism-housing-crisis-96cb58d6870ea349e8e5ffdedbaef200>> [Accessed 5 May 2025].
- Pavlenko, M., 2022. Glamping As a Trend: Business and Technological Perspective *AltexSoft* [online] Available at: <<https://www.altexsoft.com/blog/glamping/>> [Accessed 15 April 2025].
- Roman, M., Roman, M. and Niedziółka, A., 2020. Spatial Diversity of Tourism in the Countries of the European Union. *Sustainability*. 12(7), 2713.
- The Financial Times Ltd, 2025. Blame hotels for 'overtourism' in Europe, says Airbnb [онлайн] Available at: <<https://www.ft.com/content/b23dc478-1f12-4529-985f-358759e706fd>> [Accessed 8 May 2025].
- Travel Off Path, 2022. *Top 5 Travel Trends For 2023 And How They Will Change Your Next Trip* [online] Available at: <<https://www.traveloffpath.com/top-5-travel-trends-for-2023-and-how-they-will-change-your-next-trip/>> [Accessed 15 Decembre 2024].
- UN Tourism, 2021. *2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals* [онлайн] Available at: <<https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>> [Accessed 07.05.2025].
- UN Tourism, 2025. *International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024* [онлайн] Available at: <<https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024>> [Accessed 6 February 2025].

References

- Barton, L., 1993. *Crisis in organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. Cincinnati, Ohio: South-Western.
- Bismart, 2025. *How Smart City Initiatives Can Help Fight Overtourism* [online] Available at: <<https://blog.bismart.com/en/smart-city-initiatives-for-overtourism>> [Accessed 6 February 2025].
- Butler, R. W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution and implications for management of resources. *The Canadian Geographer* 24 (1).
- Ekonomichna pravda, 2025. *Dozvolty sobi vidpochynok. Yak zminiuietsia hotelna nerukhomist ta yakyi vidpochynok obyraiut ukraintsi* [Allow yourself a vacation. How hotel real

- estate is changing and what kind of vacation do Ukrainians choose?*] [online] Available at: <https://epravda.com.ua/projects/dozvoliti-sobi-806011/> [Accessed 15 June 2025].
- Finansovyi klub, 2023. *Kryzu vartosti zhyttia nazvaly naibilshym hlobalnym ryzykom* [Cost of living crisis named biggest global risk] [online] Available at: <https://finclub.net/ua/news/kryzu-vartosti-zhytla-nazvaly-naibilshym-hlobalnym-ryzykom.html> [Accessed 12 December 2024]
- Horina, H. O., 2017. *Rozvytok rynku turystychnykh posluh Ukrainy v umovakh prostorovoi poliaryzatsii* [Development of the Ukrainian tourism market in conditions of spatial polarization]. Doktor nauk. Dysertatsiia. Vyshchyi navchalnyi zaklad «Universytet imeni Alfreda Nobelia».
- Interfaks-Ukraina, 2021. *Chastka turyzmu u svitovomu VVP za rik znyzylasia vdvichi* [The share of tourism in global GDP has halved in a year] [online] Available at: <https://interfax.com.ua/news/economic/739849.html> [Accessed 5 December 2024].
- Liubitseva, O.O., 2025. *Metodyka rozrobky turiv* [Tour development methodology] [online] Available at: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt1.htm [Accessed 25 December 2024].
- Martinez, G., Cantero, A. and Piovaccari, G., 2025. *Protesters against overtourism take to the streets of southern Europe* [online] Available at: <https://www.reuters.com/world/protesters-against-overtourism-take-streets-southern-europe-2025-06-15/> [Accessed 25 April 2025].
- Naishadham, S. 2025. Spain's economy minister says 'overtourism' challenges need to be addressed [online] Available at: <https://apnews.com/article/spain-economy-minister-tourism-housing-crisis-96cb58d6870ea349e8e5ffdedbaef200> [Accessed 5 May 2025].
- Onyshchenko, V., 2025. Posadovi oklady za YeTS – taryfna sitka na 2025 rik [Job salaries for the Unified State Examination System - salary scale for 2025] *Bukhhalteriia dlia biudzhetu ta OMS* [online] Available at: <https://oblikbudget.com.ua/article/16484-posadovi-okladi-za-ets-2024-tarifna-sitka> [Accessed 5 June 2025].
- Ortina, H. V., 2015. Prychyny vynyknennia i naslidky ekonomichnykh kryz v rynkovii ekonomitsi yak obiekty derzhavnoho vplyvu [Causes and consequences of economic crises in a market economy as objects of state influence] *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok* [online] 2 Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1101> [Accessed 13 April 2025].
- Pavlenko, M., 2022. Glamping As a Trend: Business and Technological Perspective *AltexSoft* [online] Available at: <https://www.altexsoft.com/blog/glamping/> [Accessed 15 April 2025].
- Roman, M., Roman, M. and Niedziółka, A., 2020. Spatial Diversity of Tourism in the Countries of the European Union. *Sustainability*. 12(7), 2713.
- The Financial Times Ltd, 2025. Blame hotels for 'overtourism' in Europe, says Airbnb [онлайн] Available at: <https://www.ft.com/content/b23dc478-1f12-4529-985f-358759e706fd> [Accessed 8 May 2025].
- Travel Off Path, 2022. *Top 5 Travel Trends For 2023 And How They Will Change Your Next Trip* [online] Available at: <https://www.traveloffpath.com/top-5-travel-trends-for-2023-and-how-they-will-change-your-next-trip/> [Accessed 15 December 2024].
- UN Tourism, 2021. *2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals* [онлайн] Available at: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> [Accessed 07.05.2025].
- UN Tourism, 2025. *International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024* [онлайн] Available at: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> [Accessed 6 February 2025].

Visit World Today, 2023. Trendy svitovoho turizmu u 2023 rotsi [Global tourism trends in 2023] [onlain] Available at: <<https://visitworld.today/uk/blog/1349/trends-in-global-tourism-in-2023>> [Accessed 17 November 2024].

Yurkova, O.V., 2008. KRYZY, osnovni kontseptualni pidkhody do analizuvannia suspilnykh kryz (z dosvidu mizhnarodnoi politolohii) [CRISES, basic conceptual approaches to analyzing social crises (from the experience of international political science)]. In: *Entsyklopediia istorii Ukrainy*: T. 5: Kon - Kiu / Redkol.: V. A. Smolii (holova) ta in. NAN Ukrainy. Instytut istorii Ukrainy. K.: V-vo "Naukova dumka", [onlain] Available at: <<http://www.history.org.ua/?termin=Krizi>> [Accessed 12 May 2025].

Стаття надійшла до редакції 23.05.2025

Guk Y. V.

SPATIAL REFLECTION OF INTERNATIONAL TOURIST FLOWS

The article examines the aspects of spatial organization of economic development of international tourist flows, analyzes the current state of the world tourism market and the impact of the COVID-19 pandemic on it, tracks current global trends in demand for tourist products, also records the preferences of domestic tourists in war conditions and the response to their change by stakeholders in the implementation of tourist destination projects, identifies the factors of excessive tourism and tracks the mechanisms that prevent it. The dual role of information technologies (IT) is established, which, on the one hand, counteract excessive tourism, and on the other hand, facilitate tourists' access to destinations, which leads to an increase in their number. It is noted that excessive tourism can level the unique identity of a destination, turning it into an ordinary tourist center. Large corporate organizations that cater to mass tourism are crowding out traditional businesses and local artisans. The loss of local businesses and the homogenization of the local economy can lead to a loss of authenticity and charisma that originally attracted tourists. In addition, the charm and tranquility of a destination can be reduced when it becomes overcrowded with tourists, affecting the overall satisfaction of visitors.

The paper concludes that the phenomenon of spatial polarization of tourism services in market countries is widespread and three of its components are identified, namely the increase in real estate prices and their rental costs, excessive noise (anthropogenic pressure), and the "capture" of temporary accommodation establishments by online travel agencies (OTAs). Addressing these problems includes measures such as the introduction of visitor limits, territorial diversification of tourism offerings, promotion of eco-friendly tourism practices, investment in sustainable infrastructure, involvement of local communities in decision-making processes, and raising awareness among tourists about the importance of eco-travel. By managing tourism flows and preserving the unique characteristics of a destination, the negative impacts of overtourism can be mitigated and a more sustainable and enjoyable travel experience can be provided for all participants in the tourism process.

Keywords: UN World Tourism Organization, stakeholders, tourism product, global tourism market, international tourism, overtourism, glamping, tourist destination, sustainable development.