

Цепенда Микола Михайлович,
кандидат географічних наук, доцент
Наконечний Костянтин Петрович,
кандидат географічних наук, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна, e-mail: m.tsependa@chnu.edu.ua
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна, e-mail: nakonechn.kos.nk@gmail.com

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ОВЕРТУРИЗМУ

Мета дослідження – здійснити огляд сучасних дефініцій поняття овертуризму (надмірного туризму); описати основні напрями збалансованого управління туристичною діяльністю; розкрити найбільш поширені підходи до менеджменту овертуризму у DESTИНАЦІЯХ; розробити комплекс заходів, спрямований на розв'язання проблем овертуризму.

Методика. Для розв'язання основних завдань дослідження було здійснено аналіз наявних літературних джерел (у першу чергу, наукової періодики у відкритому доступі) вітчизняних та зарубіжних авторів, які вивчали дану проблематику. На основі проаналізованих даних з використанням методів порівняння та узагальнення окреслено ключові заходи щодо запобігання овертуризму та боротьби з його наслідками у DESTИНАЦІЯХ. Виконано синтез згаданих заходів та окреслено коло сучасних стратегій менеджменту овертуризму.

Результати. Описано сутність та основні визначення поняття "овертуризм" (надмірний туризм) вітчизняними та зарубіжними науковцями; проаналізовано еволюцію управлінського впливу на туристичну індустрію; узагальнено основні заходи у галузі менеджменту туризму та овертуризму, які здійснюються центральними і місцевими органами влади; описано ключові стратегії збалансованого управління туризмом у DESTИНАЦІЯХ.

Наукова новизна. Здійснено огляд сучасних трактувань поняття "овертуризм". Узагальнено основні адміністративно-управлінські заходи, які здійснюються центральними і місцевими органами влади з метою ефективного управління туризмом і запобігання негативним наслідкам овертуризму. Подано у вигляді низки стратегій закордонний досвід управління овертуризмом у найбільш перевантажених туристами DESTИНАЦІЯХ. Розкрито ключові риси кожної із стратегій та інструменти їхньої реалізації.

Практична значущість. У статті здійснено конкретизацію сутності поняття овертуризму, а також наведено спектр інструментів, які можна застосовувати для ефективного запобігання виникненню надмірного туризму та боротьби з його наслідками. Оптимізація менеджменту туризму на засадах збалансованого розвитку дозволить раціоналізувати туристичне споживання у перевантажених туристами DESTИНАЦІЯХ, здійснити перехід від овертуризму до сталого туризму. Результати дослідження можуть бути використані туристичними адміністраціями органів державної влади, суб'єктами підприємницької діяльності, іншими зацікавленими у розвитку туризму сторонами.

Ключові слова: збалансований (сталий) туризм, овертуризм, менеджмент туризму, управління овертуризмом, контроль туристичних потоків, просторове розпорощення туристів.

Tsependa Mykola Mykhailovych,
candidate of geographical sciences, associate professor
Nakonechnyi Kostyantyn Petrovych,
Candidate Of Geographical Sciences, Associate Professor

Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine,
e-mail: m.tsependa@chnu.edu.ua
Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine,
e-mail: nakonechn.kos.nk@gmail.com

ANALYSIS OF MODERN OVERTOURISM MANAGEMENT STRATEGIES

The purpose of the research is to carry out an overview of modern definitions of the concept of overtourism (excessive tourism); describe the main areas of balanced management of tourist activities; reveal the most common approaches to the management of overtourism in destinations; to develop a set of measures aimed at solving the problems of overtourism.

Method. To solve the main tasks of the research, an analysis of available literary sources (first of all, scientific periodicals in open access) of domestic and foreign authors who studied this issue was carried out. Based on the analyzed data using methods of comparison and generalization, key measures to prevent overtourism and combat its consequences in destinations are outlined. A synthesis of the mentioned measures was carried out and a circle of modern strategies of overtourism management was outlined.

The results. The essence and main definitions of the concept of "overtourism" (excessive tourism) by domestic and foreign scientists are described; the evolution of managerial influence on the tourism industry is analyzed; the main measures in the field of tourism management and overtourism implemented by central and local authorities are summarized; key strategies for balanced tourism management in destinations are described.

Scientific novelty. An overview of modern interpretations of the concept of "overtourism" was carried out. The main administrative and management measures implemented by central and local authorities in order to effectively manage tourism and prevent the negative consequences of overtourism are summarized. The foreign

experience of overtourism management in the most overcrowded destinations with tourists is presented in the form of a number of strategies. The key features of each of the strategies and the tools for their implementation are revealed.

Practical significance. The article specifies the essence of the concept of overtourism, and also provides a range of tools that can be used to effectively prevent the occurrence of excessive tourism and combat its consequences. Optimization of tourism management on the basis of balanced development will allow to rationalize tourist consumption in destinations overloaded with tourists, to make the transition from overtourism to sustainable tourism. The results of the research can be used by tourism administrations of state authorities, business entities, and other parties interested in the development of tourism.

Key words: balanced (sustainable) tourism, overtourism, tourism management, overtourism management, control of tourist flows, spatial dispersion of tourists.

Постановка проблеми. Овертуризм – це стрімкий розвиток туризму та зростання обсягів в'їзних туристичних потоків, що призводять до низки негативних трансформацій у навколишньому середовищі, соціально-культурній сфері дестинацій, зумовлюють екологічні та інфраструктурні проблеми, знижують якість життя місцевих жителів тощо.

Поняття овертуризму з'явилося у науці відносно нещодавно, однак швидко увійшло у повсякденний вжиток, що стало відображенням гостроти критичного перевищення місткості найбільш популярних туристичних центрів у зв'язку із здешевленням, зростанням доступності туризму, розвитком транспорту, сфери послуг та гостинності.

Для багатьох стало очевидним, що вихід із ситуації, що склалася, можливий лише на основі застосування концепції збалансованого туризму, яка максимально враховує соціальні, екологічні та економічні наслідки його розвитку. Головний інструмент впровадження принципів збалансованого туризму – ефективне управління овертуризмом на засадах збереження природного середовища, історико-культурних цінностей та послідовно підвищення якості життя місцевих спільнот.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам овертуризму та управління ним присвячено праці Наропенко Н.І., Vasylenko A.V., 2020; Okhrimenko A.H., Oranasiuk N.A., 2020; Milano, C., 2018; Clancy, M., 2018; Koens, K. 2018; Pearce, P.L., 2018 та інших науковців.

Цілі дослідження: описати сутність поняття "овертуризм"; проаналізувати основні сучасні стратегії управління овертуризмом; розкрити особливості та проблеми управління овертуризмом в межах виокремлених стратегій.

Виклад основного матеріалу. Термін "овертуризм" поєднує у собі англійські слова "over" (понад) та "tourism" (туризм) і сьогодні в українській мові має уже декілька синонімів: надмірний туризм, понадтуризм, перетуризм тощо. Незважаючи на очевидну ясність його основи, визначення овертуризму все ще не є однозначним, не має уніфікованого формулювання і нині знаходиться в процесі уточнення.

Термін "овертуризм" було вперше використано засновником компанії "Skift" Рафатом Алі у 2016 році. Цей термін він використав для опису негативних наслідків масового туризму, які зазвичай виникають через раптове збільшення популярності окремих місць у світі, приваблюючи велику кількість туристів (Okhrimenko A.H., Oranasiuk N.A., 2020).

Відповідно до підходів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), овертуризм – це негативний вплив надмірного розвитку туризму на якість життя місцевого населення, також й враження відвідувачів. В документах UNWTO овертуризм визначається як результат швидкої урбанізації та зростання туристичного сектора, що виникає внаслідок економічного розвитку, зниження витрат на транспорт, розширенням середнього класу як у країнах з розвинутою економікою, так і в країнах, що розвиваються. Все це призводить до зростання популярності певних місць як напрямків для подорожей як ділових осіб, так і туристів (UNWTO, 2018).

Основна ідея, яка відзначається в доповіді UNWTO, полягає в тому, що неефективне управління туризмом та його неконтрольований розвиток є основними факторами, що спричиняють феномен овертуризму (UNWTO, 2018).

На думку (Koens, K., 2018; Koens, K., Postma, A. & Papp, B., 2018), явище овертуризму – це комплексна проблема розвитку суспільства, яка має досить тривалу історію, оскільки інформація про негативні наслідки розвитку туризму, зокрема про перенаселення, забруднення довкілля, втрату автентичності місцевої культурної спадщини, почала висвітлюватися ще з 1960-х років у зв'язку із значним зростанням обсягів внутрішніх та міжнародних туристичних потоків.

Автори вважають, що овертуризм не можна ототожнювати із масовим туризмом, оскільки його вплив, як правило, обмежується конкретними локаціями дестинації, які стають переповненими туристами. Не існує універсальних рішень технічного чи організаційного характеру здатних розв'язати проблему овертуризму: кожна дестинація може потребувати індивідуального підходу.

(Maitland, R., 2006; Maitland, R., 2015) відзначає, що зростання уваги науковців та громадськості до проблем та наслідків овертуризму останнім часом пов'язане не з новизною цього явища, а зі спрощенням доступу до інформації про нього і його прояви у DESTИНАЦІЯХ.

Отже, на основі нашого огляду можна зробити висновок, що хоча й існує різне розуміння терміну "овертуризм", більшість дослідників вважають, що це явище має негативний характер та пов'язане зі збільшенням туристичного навантаження на природне та соціально-культурне середовище.

У 90-х роках уряди багатьох розвинутих постіндустріальних країн поступово знижували свій управлінський вплив на галузь туризму. Функції туристичного менеджменту, маркетингу та просування національного туристичного продукту все частіше почали передаватися приватним компаніям, а держава й органи місцевої влади та муніципалітети стали здійснювати роль стимулятора інвестицій.

Проте зростання незадоволеності серед місцевих мешканців внаслідок загострення проблем, що зумовлені перенасиченням DESTИНАЦІЙ туристами, стимулювало пряме втручання у дану проблематику держави, місцевої влади та інших суб'єктів туристичного ринку.

Дослідники (Koens, K., Postma, A. & Papp, B., 2018) проаналізували досвід управління туризмом у низці європейських міст та виокремили основні політичних заходи, які здійснюються центральними та місцевими органами влади з метою ефективного управління туризмом і запобігання негативним наслідкам овертуризму. Вказані заходи можна узагальнити в одинадцять стратегій управління овертуризмом, які пропонують різні підходи до розв'язання проблеми овертуризму на довгострокову перспективу (табл. 1).

Таблиця 1

Стратегії управління овертуризмом (Weber F., 2017)

№	Основне завдання	Мета	Відповідальні за реалізацію
1	Підтримка розподілу відвідувачів як у межах DESTИНАЦІЇ, так і за її межами	Збільшення туристичної місткості та пропускної здатності DESTИНАЦІЇ	Туристична індустрія
2	Сприяння перерозподілу відвідувачів у часі	Збільшення туристичної місткості та пропускної здатності DESTИНАЦІЇ і більш ефективне її використання	Туристична індустрія, туристи
3	Заохочення розвитку нових маршрутів та туристичних атракцій	Збільшення туристичної місткості та пропускної здатності DESTИНАЦІЇ і більш ефективне її використання	Туристична індустрія, туристи
4	Перегляд та адаптація правил та обмежень для забезпечення ефективного управління потоками туристів	Обмеження незручностей, які створюються відвідувачами, а також контроль туристичної діяльності в певних частинах DESTИНАЦІЇ	Уряд
5	Посилення сегментації аудиторії відвідувачів для більш ефективного управління потоками	Обмеження незручностей, які створюються відвідувачами	Туристична індустрія, уряд
6	Забезпечення максимальної вигоди для місцевих громад від розвитку туризму	Максимізація економічного ефекту від розвитку туризму для місцевих жителів	Туристична індустрія, туристи
7	Створення позитивного враження про місто як для мешканців, так і для гостей	Поглиблення взаєморозуміння між місцевими жителями і туристами	Туристична індустрія
8	Поліпшення міської інфраструктури для зручності та комфорту відвідувачів	Збільшення туристичної місткості та пропускної здатності DESTИНАЦІЇ і більш ефективне її використання	Уряд
9	Посилення ефективності комунікації з зацікавленими у розвитку туризму сторонами у межах DESTИНАЦІЇ	Поглиблення взаєморозуміння між місцевими жителями і туристами	Туристична індустрія, уряд
10	Покращення комунікації з відвідувачами DESTИНАЦІЇ для забезпечення їхньої задоволеності та інформованості	Обмеження незручностей, спричинених відвідувачами	Туристична індустрія, місцеві жителі
11	Впровадження системи моніторингу та реагування на зміни для ефективного управління туристичними потоками	Ефективне та своєчасне інформування про негативні зміни та адекватна реакція на них	Уряд

Більшість перелічених вище стратегій зосереджуються на збільшенні туристичної місткості DESTИНАЦІЇ шляхом адаптації туристичної діяльності до унікальних особливостей DESTИНАЦІЇ, розширення потужностей та пропускної здатності існуючих систем, а також на поліпшення

сприйняття туризму місцевим населенням, включаючи застосування "розумних" технологічних рішень. На жаль, переважна більшість із них спрямовані на наслідки овертуризму, а на його першопричини.

Аналіз таблиці 1 показує, що найбільш поширеним підходом менеджменту овертуризму виступає **контроль інтенсивності туристичних потоків**. Такий контроль орієнтований на те, щоб розподіляти потоки відвідувачів у просторі (в межах конкретної дестинації, міста або його окремих районів) і в часі (впродовж доби, тижня, сезону, року).

Цей підхід також включає в себе розробку та впровадження стратегій, спрямованих на створення і активне використання нових маршрутів, що дозволяє здійснити більш ефективний контроль за туристичними потоками. Прикладом реалізації цього підходу є проект "Відвідати Амстердам, побачити Голландію", який реалізовується у Нідерландах. Однак його ефективність оцінюється неоднозначно, оскільки туристичне навантаження на ключові туристичні атракції залишається практично незмінним. До того ж активне впровадження альтернативних туристичних маршрутів часто призводить до того, що проблеми овертуризму виникають у нових місцях, викликаючи соціальні та екологічні проблеми.

Часовий перерозподіл туристичних потоків, як правило, має обмежений вплив і, ймовірно, практично не зменшує туристичне навантаження на природне і соціальне середовище у пік сезону. Ця концепція має й інший недолік: місцеві жителі не можуть повністю уникнути впливу туризму на їхній спосіб життя, оскільки туристи постійно знаходяться у дестинації, хоча, можливо, їхня кількість в певні періоди дещо зменшується.

Фахівці у галузі туризму вважають, що значні перспективи щодо збалансування розвитку туризму мають **сучасні інноваційні технології**. Сьогодні вже використовуються технології, які дозволяють структурувати туристичні потоки та заздалегідь забронювати часові інтервали для відвідування основних визначних місць через електронні системи. Також використовується гнучка цінова політика, при якій вартість вхідного квитка залежить від інтенсивності потоку туристів: у часи меншого навантаження ціна може бути нижчою, а в періоди пікового навантаження – вищою.

Також з'являється можливість отримувати дані з проїзних карток та електронних пристроїв туристів, на основі яких формуються розуміння конкретних моделей відвідування туристами дестинації.

Можна впроваджувати мобільні застосунки, через які туристи мають змогу ділитися позитивними та негативними враженнями від дестинації. На їхній основі місцева влада може розробляти стратегію та тактику розвитку туристичної індустрії на засадах збалансованого розвитку та передбачати ймовірність розвитку овертуризму.

Незважаючи на високий ступінь розвиненості інформаційно-телекомунікаційних технологій, впровадження багатьох технічних і програмних нововведень має обмежений характер. Зокрема це пов'язано із суворими правилами конфіденційності та обробки персональних даних, що діють у більшості країн Європи. Законодавчо встановлені обмеження на тип та обсяг інформації, що може бути зібрана про туристів та екскурсантів. Крім того, навіть у випадку збору достатньої кількості даних, їх використання для прийняття обґрунтованих рішень може бути надзвичайно складним.

Залишається актуальною проблема розбіжності у поглядах фахівців на питання овертуризму, зокрема на шляхи його подолання. Ця проблема переважно має соціальний характер, а не технічний. Іншими словами, в основі стоїть розбіжність в уявленнях про те, як вирішувати дану проблему, враховуючи різноманітні соціокультурні та економічні чинники, що впливають на туристичну діяльність.

У багатьох дестинаціях та туристичних містах влада зосереджується на необхідності **сегментації відвідувачів** з метою приваблення категорій туристів, схильних до витрачання значних коштів, дотримання соціальних правил та норм поведінки у поєднанні із стримуванням малобюджетних груп туристів, що можуть викликати проблеми у соціальному відношенні.

Хоча такі стратегії мають потенційну користь, виникає проблема визначення того, які саме групи вважати "хорошими" туристами, а які – ні. Хоча існують відносно легкі методи визначення небажаних груп (наприклад, молоді компанії), чітка ідентифікація тих, хто є бажаним, може бути вельми складним завданням. Зазвичай перевагу надають тим туристам, які подорожують з діловими та культурно-пізнавальними цілями.

Однак такий підхід обмежує притік молоді до дестинації, що може негативно позначитися на її суспільному житті та зумовити суттєве "старіння" пересічного туриста.

Нині у низці дестинацій практикується свідоме **обмеження розвитку туристичної індустрії та туристичних потоків**. Інструментами такого обмеження можуть виступати:

- 1) заборона комерційного використання Booking, Airbnb та подібних платформ;
- 2) заборона або обмеження руху туристичних транспортних засобів для зменшення заторів та покращення якості атмосферного повітря з одночасним стимулюванням використання екологічних засобів транспорту;
- 3) перенесення човнових пристаней і круїзних терміналів за межі населених пунктів;
- 4) розробка кодексу поведінки для туристичних груп у дестинації тощо.

Вказані вище заходи у більшій мірі застосовуються у тих дестинаціях, які зіткнулися із проблемами овертуризму, оскільки усі зацікавлені сторони (місцеві жителі, місцеві адміністрації, політики) мають чітке розуміння його сутності і необхідності активного впливу на нього.

Активна взаємодія з туристами, місцевими жителями та іншими зацікавленими сторонами може бути критично важливою для успішного розвитку туристичної галузі. Тому концепція управління туристичною індустрією із залученням громадськості отримує все більшого поширення. Соціальна напруга, яка виникає внаслідок перенасичення дестинації туристами, може бути частково або повністю знижена шляхом активної комунікації відвідувачів із уповноваженими представниками місцевої громади.

Важливим напрямом зниження протестних настроїв місцевих жителів виступає можливість громади бачити пряму залежність між зростанням інтенсивності туристичного потоку і зростанням власних доходів домогосподарств.

Нині проблеми потенційного негативного впливу розвитку туризму стають предметом обговорення різних груп зацікавлених сторін у туристичних дестинаціях, навіть якщо ці дестинації ще не стикалися з проявами овертуризму або зацікавлені сторони не мають відповідного негативного досвіду.

Це відображає зростаючу увагу до проблем сталості розвитку туризму та забезпечення його збалансованого впливу на природне та соціокультурне середовище. Навіть на етапі попереднього планування розвитку туризму, сторони починають розглядати можливі наслідки та шляхи їх уникнення чи зменшення.

Вказане вище свідчить про зростання усвідомленості щодо важливості превентивних заходів та попередження проблем, що можуть виникнути в майбутньому. Такий підхід спрямований на створення більш сталого та відповідального розвитку туризму, який би враховував потреби всіх зацікавлених сторін та забезпечував збереження природних та культурних ресурсів для майбутніх поколінь.

Сторони, які зацікавлені у розвитку туристичної індустрії досить часто виражають сумніви щодо ефективності сучасних підходів до менеджменту овертуризму. Зокрема:

1. Представники туристичного бізнесу висловлюють обурення тим, що туризм стає "крайнім", і зауважують, що багато проблем, пов'язаних з овертуризмом, виникають не лише через розвиток власне туризму. На їхню думку, необхідно здійснювати аналіз туристичного ринку та розвитку туризму в ширшому контексті і звертаються до представників муніципалітетів та політиків із закликом виконувати провідну роль у розробці механізмів розв'язання проблем овертуризму.
2. Представники місцевих адміністрацій вказують на обмеженість своїх повноважень та необхідність узгодження своїх дій з центральними органами влади, що ускладнює успішну реалізацію ефективних заходів в галузі туризму. Туризм часто розглядається окремо від загальної економіки дестинації, тому важливі рішення, які визначають особливості його розвитку, приймаються за межами туристичних адміністрацій.

Підсумовуючи, можна сказати, що у сучасній світовій практиці склалися такі основні напрями розв'язання проблем овертуризму:

- 1) розробка стратегій управління туристичною сферою, що включає в себе розробку стратегічних планів та визначення шляхів сталого розвитку туризму в кожній країні, регіоні та окремій туристичній локації;
- 2) створення дорожньої карти для забезпечення збалансованого розвитку туризму на рівні кожної країни, регіону та конкретної туристичної дестинації;
- 3) здійснення безперервного статистичного обліку туристичної діяльності та туристичних прибуттів з метою виявлення та коригування нерівномірності розподілу туристичних потоків;
- 4) запровадження обмеження туристичних потоків у дестинації;

- 5) розробка нових туристичних брендів та просування на туристичному ринку маловідомих територій;
- 6) навчання туристів відповідальній поведінці стосовно природи, місцевого населення, їхнього способу життя, традицій та звичаїв, з метою мінімізації конфліктів між мешканцями та відвідувачами;
- 7) регулярне тимчасове закриття туристичних об'єктів, які зазнали найбільшого впливу овертуризму, на профілактичне обслуговування, спрямовуючи туристичні потоки до менш відомих пам'яток за допомогою маркетингових заходів;
- 8) використання цифрових технологій, таких як онлайн-екскурсії, віртуальні подорожі, штучний інтелект та нейромережі для оптимізації навантаження на найбільш популярні туристичні місця та привертання уваги до нових, менш відомих серед туристів.

Список використаних джерел

- Clancy, M. (2018). The dynamics of anti-tourism. Presented at Overtourism: How can tourism be managed for the benefit of locals? Bolzano: EURAC.
- Haponenko H.I., Vasylenko A.V. Over- та under-tourism як взаємозалежні явища сучасного глобалізованого світу. [Over- and Under-tourism as Interconnected Phenomena of the Modern Globalizing World]. *Problemy ekonomiky*. 2020. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-6-12>. (in Ukrainian).
- Koens, K. (2018). Local stakeholders and urban development. In UNWTO (Ed.), *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- Koens, K., Postma, A. & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. URL: <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Maitland, R. (2006). How can we manage the tourist-historic city? *Tourism strategy in Cambridge, UK, 1978-2003*. *Tourism Management*, 27(6), 1262-1273. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.006>
- Maitland, R. (Ed.) (2015). *Tourism in National Capitals and Global Change*. London: Routledge.
- Milano, C. (2018). Overtourism, social unrest and tourismphobia. A controversial debate. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564.
- Okhrimenko A.H., Opanasiuk N.A. Overturyzm як trend rozvytku destynatsii [Overtourism as a trend of destination development]. *Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes: svitovyi dosvid ta perspektyvy rozvytku dlia Ukrainy: Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta vchenykh, 15 kvitnia 2020 r.: u 3-kh tomakh.* – Т. 1. – Odesa: Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. – 513 s. URL: https://reposit.uni-sport.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/2763/Опанасюк_Овертуризм2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y. (in Ukrainian).
- Overtourism? Under standing and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. UNWTO Library, 2018. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>.
- Pearce, P.L. (2018). Limiting overtourism; the desirable new behaviours of the smart tourist. In *Tourism Intelligence Forum (t-Forum) Global Exchange Conference 2018*, Palma de Mallorca.
- Weber F. *Tourism Destinations under Pressure*. WorkingPaper, Institute of Tourism ITW, Lucerne University of Applied Sciences and Arts. 2017. p. 193-194. URL: https://world-tourism.squarespace.com/s/WTFL_study-2017_full-version.pdf.

Надійшла до редколегії 15.03.2024

Прийнята до друку 30.03.2024