

УДК 338.48-6

JEL Classification: F20, M31

КРУПЕННА І. А.¹

НАПРЯМИ МОДИФІКАЦІЇ ТРАДИЦІЙНИХ ТА РОЗВИТОК НОВИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ

DOI: <https://doi.org/10.32620/cher.2025.1.17>

Постановка проблеми. Сучасний туристичний ринок зазнає значних трансформацій під впливом глобалізації, технологічного прогресу, цифровізації економіки та зростаючої уваги до сталого розвитку. Актуальність розробки нових видів туризму обґрунтована необхідністю адаптації туристичної сфери до глобальних викликів і трансформацій, пов'язаних із кліматичними змінами, урбанізацією, зростанням антропогенного навантаження, збереженням природного середовища та забезпеченням сталого соціально-економічного розвитку туристичних дестинацій. *Метою статті* є наукове обґрунтування напрямів модифікації традиційних та розвитку нових видів туризму, які відповідають принципам сталого розвитку, створюють передумови для формування відповідального та свідомого туристичного середовища. *Об'єктом дослідження* є нові види туризму, що виникають у відповідь на зміни в суспільстві, технологічні інновації та потребу в екологічно відповідальному подорожуванні. *Методи дослідження.* У роботі використано методи системного аналізу, порівняльного дослідження, аналізу туристичних тенденцій, а також контент-аналіз наукових і аналітичних джерел. *Гіпотеза дослідження.* Передбачається, що модифікація традиційних та поява нових видів туризму є закономірною відповіддю на виклики сучасності, а їхній подальший розвиток сприятиме гармонізації економічного зростання туристичної сфери з екологічними та соціокультурними аспектами. *Виклад основного матеріалу.* Досліджені сучасні тенденції розвитку нових видів туризму відповідно до концепції сталого розвитку, які демонструють відродження туристичного сектору після пандемії COVID-19, зростання кількості міжнародних туристів та доходів учасників ринку подорожей і туризму. Відзначено, що економічні та геополітичні виклики продовжують створювати значні ризики для сектора у 2025 році. У роботі проаналізовано основні чинники, що впливають на трансформацію традиційних туристичних практик та появу нових форм подорожей, спрямованих на мінімізацію негативного впливу на довкілля, підтримку місцевих громад та збереження культурної спадщини, сприяють модифікації традиційних туристичних продуктів і виникненню нових видів туризму, зокрема цифрового, екологічного, емоційного, індивідуалізованого та інтегрованого туризму. Сформовано орієнтовний перелік модифікованих та новітніх видів туризму відповідно до концепції сталого туризму. Визначені напрями модифікації традиційних та розвитку нових видів туризму, які відповідають принципам сталого розвитку, створюють передумови для формування відповідального та свідомого туристичного середовища. Автор обґрунтовує важливість розширення туристичних можливостей із врахуванням сталого розвитку, адаптації до змін клімату, цифровізації та нових потреб туристів. Запропоновані підходи сприяють гармонійному розвитку галузі та інтеграції туризму в систему глобальної економіки. *Оригінальність та практична значимість.* Дослідження розширює наукове розуміння сучасних туристичних тенденцій, що є корисним для формування політики в галузі туризму, розробки нових туристичних продуктів як об'єктів маркетингу та адаптації бізнес-моделей до змін ринку. *Висновки та перспективи подальших досліджень.* Результати дослідження підтверджують необхідність адаптації туристичної індустрії до нових викликів та змін у споживчих уподобаннях. Узагальнено, що модифікація традиційних видів туризму передбачає інтеграцію нових технологій, орієнтацію на сталий розвиток і адаптацію до швидко змінюваних умов (екологічних, економічних, соціальних). Ці зміни дозволяють не тільки зберігати популярність класичних видів туризму, але й підвищувати їхню ефективність і адаптивність у нових умовах. Нові види туризму відповідають змінам в економіці та соціумі, що відбуваються на фоні технологічних інновацій, змін в екологічній ситуації, нових соціальних трендів і бажання людей шукати нові можливості для самореалізації та відпочинку. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення та розробку маркетингового забезпечення важливих для сучасної України видів туризму: ветеранський туризм, волонтерський туризм, темний туризм, креативний туризм, культурний спадковий туризм та інші.

¹ Крупенна Інга Анатолівна, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна.

Krupenna Inha, Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Marketing, Innovation and Regional Development, Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4374-6350>

e-mail: i.krupenna@chnu.edu.ua



Ключові слова:

туризм, сталий туризм, сталий розвиток, чинники маркетингового середовища, цифровізація економіки, модифіковані види туризму, новітні види туризму, екотуризм.

DIRECTIONS FOR THE MODIFICATION OF TRADITIONAL AND THE DEVELOPMENT OF NEW TYPES OF TOURISM WITHIN THE CONCEPT OF SUSTAINABLE TOURISM

Problem Statement. The modern tourism market is undergoing significant transformations under the influence of globalization, technological progress, digitalization of the economy, and the growing focus on sustainable development. The relevance of developing new types of tourism is justified by the need to adapt the tourism sector to global challenges and transformations related to climate change, urbanization, increasing anthropogenic pressure, environmental preservation, and ensuring the sustainable socio-economic development of tourism destinations. *Purpose of the Study.* The aim of the article is to provide a scientific justification for the modification of traditional and the development of new types of tourism that align with the principles of sustainable development and create prerequisites for forming a responsible and conscious tourism environment. *Object of the Study.* The research focuses on emerging types of tourism that arise in response to societal changes, technological innovations, and the need for environmentally responsible travel. *Research Methods.* The study employs methods of system analysis, comparative research, analysis of tourism trends, and content analysis of scientific and analytical sources. *Research Hypothesis.* It is assumed that modifying traditional and emerging new types of tourism is a natural response to contemporary challenges, and their further development will contribute to harmonizing the economic growth of the tourism sector with environmental and socio-cultural aspects. *Main Findings.* The study examines current trends in the development of new types of tourism in line with the concept of sustainable development. These trends demonstrate the recovery of the tourism sector after the COVID-19 pandemic, an increase in international tourist flows, and rising revenues for travel and tourism market participants. However, economic and geopolitical challenges continue to pose significant risks to the sector in 2025. The paper analyzes key factors influencing the transformation of traditional tourism practices and the emergence of new travel formats aimed at minimizing negative environmental impacts, supporting local communities, and preserving cultural heritage. The study identifies and categorizes modified and newly emerging types of tourism, including digital, ecological, emotional, individualized, and integrated tourism, according to the principles of sustainable tourism. The research highlights the importance of expanding tourism opportunities considering sustainable development, climate change adaptation, digitalization, and evolving tourist needs. The proposed approaches contribute to the harmonious development of the industry and the integration of tourism into the global economy. *Originality and Practical Significance.* The study expands the scientific understanding of contemporary tourism trends, which is useful for shaping tourism policies, developing new tourism products as marketing objects, and adapting business models to market changes. *Conclusions and Prospects for Further Research.* The findings confirm the necessity for the tourism industry to adapt to new challenges and shifts in consumer preferences. It is summarized that modifying traditional types of tourism involves integrating new technologies, focusing on sustainable development, and adapting to rapidly changing conditions (environmental, economic, social). These transformations not only help maintain the popularity of classical tourism forms but also enhance their efficiency and adaptability in new realities. The newly emerging types of tourism reflect economic and societal changes driven by technological innovations, environmental shifts, new social trends, and individuals' desire for new opportunities for self-realization and recreation. Further research may focus on the study and development of marketing strategies for tourism types relevant to modern Ukraine, such as veteran tourism, volunteer tourism, dark tourism, creative tourism, cultural heritage tourism, and others.

Keywords:

tourism, sustainable tourism, sustainable development, factors of the marketing environment, digitalization of the economy, modified types of tourism, new types of tourism, ecotourism.

Постановка проблеми. Після серйозних наслідків пандемії COVID-19 сектор подорожей і туризму в даний час демонструє серйозні ознаки відродження. За даними офіційного видання UNWTO «Всесвітній туристичний барометр» [23] у 2024 році міжнародний туризм досяг 99% від допандемійного рівня, при цьому більшість напрямків перевищили показники 2019 року. У 2024 році світовий туристичний ринок надав послуги 1,4 млрд міжнародних туристів (відвідувачі,

які зупинилися на ночівлі), що 140 мільйонів (на 11%) більше ніж у 2023 році. Відкладений попит, зумовлений карантинними заходами, відновлення основних туристичних напрямів, покращення візової політики, бажання та готовність дестинацій приймати внутрішніх та міжнародних туристів забезпечили у 2024 році: \$1,6 трлн надходжень, що приблизно на 3% більше, ніж у 2023 році, і на 4% більше, ніж у 2019 році (у реальному вираженні); зростання загального експортного доходу від





туризму приблизно на 3% вище ніж у 2019 році, що оцінюється в рекордні \$1,9 трлн в 2024 році [23]. За прогнозами, у 2025 році кількість міжнародних туристів зросте на 3-5% порівняно з 2024 роком. Також позитивний прогноз для сектора відображено в останньому Індексі довіри до туризму ООН, який отримав 130 балів за 2025 рік (за шкалою від 0 до 200, де 100 означає аналогічні очікувані результати). Попередні оцінки економічного вкладу туризму, що вимірюється у прямому валовому внутрішньому продукті туризму (TDGDP), вказують на 3% світового ВВП та зростання кількості відвідувачів на 3-5% [24]. За даними Statista [21], очікується, що найближчими роками ринок подорожей і туризму зазнає значного зростання доходів у всьому світі. Очікується, що до 2025 року дохід сягне \$955,94 млрд та щорічно зростатиме на 3,91%, у результаті чого до 2029 року обсяг ринку становитиме \$1,11 трлн. Очікується, що онлайн-продажі становитимуть 75% загального доходу на ринку подорожей і туризму до 2029 року [21].

У 2024 році Європа залишалася найпопулярнішим туристичним напрямком, прийнявши 747 млн мандрівників. Аналітики ООН [24] відзначили, що ця цифра є особливо вражаючою, враховуючи вплив війни в Україні, яка відлякує туристів від деяких регіонів. Серед країн лідерами за кількістю туристів стали Франція та Іспанія (прийняли 100 і 98 мільйонів відвідувачів відповідно), а за динамікою зростання прибуттів лідерами є Албанія (+80%), Андорра (+36%), Мальта та Сербія (по 29%). Популярність Франції як визначного туристичного напрямку зросла завдяки проведенню літніх Олімпійських ігор, відкриттю відреставрованого собору Паризької Богоматері та відзначенню 80-ї річниці висадки союзників у Нормандії. Неочікувані зміни зафіксували в Катарі (африканський регіон), де кількість туристів збільшилася на 137% за рік. Аналітики пояснюють це значними інвестиціями в інфраструктуру: авіакомпанія Qatar Airways і аеропорт Hamad були визнані найкращими у світі [24].

Деякі країни вже перевищили доковідний рівень за показниками прибутковості. Темпами зростання виділяється Грузія, сектор туризму якої заробив у 2019 році \$3,3 млрд, а за підсумками 2024 року надходження вже перевищили \$4,4 млрд (збільшення на 7,3% у річному показнику). 2023 року кількість візитів до цієї країни збільшилася на

30% порівняно з 2022-м, до 7,1 млн, а у 2024 році у Грузії зареєстровано понад 7,4 млн візитів міжнародних подорожей (з туристичними цілями – 5,1 млн), що на 4,2% більше, ніж у 2023-му [16]. Продовжують збільшуватись і пасажиропотік, і кількість польотних програм між містами Грузії та Європи, Туреччини, ОАЕ та інших країн.

Однак економічні та геополітичні виклики продовжують створювати значні ризики для сектора у 2025 році. За опитуванням UNWTO до таких викликів віднесено: зростання витрат на транспорт і проживання (58% респондентів), інші економічні фактори – інфляція, високі відсоткові ставки, нестабільні ціни на нафту і перебої в торгівлі (51%), інші геополітичні ризики (31%), екстремальні погодні явища (28%), нестача кадрів (22%), низька довіра споживачів (20%), регуляторні вимоги (19%), перевантаження DESTINATION відвідувачами (17%), завантаженість аеропорту, затримки та скасування рейсів (12%), конфлікт ХАМАС/Ізраїль (10%), агресія Росії проти України (10%). Проблеми пов'язані з Covid-19 не були відзначені респондентами [22].

Всесвітня туристська організація наголошує на стійкості туризму та швидкому відновленні, що значно впливає на економіку, робочі місця, економічне зростання та можливості для спільнот у всьому світі, на необхідності розвитку відповідального туризму та усунення негативних наслідків для природи та суспільства [17]. Стійкий туризм поєднує людей з природою, формує екологічну культуру, стимулює екологічну відповідальність та дбайливе використання природних ресурсів, прискорює перехід до більш раціональних моделей споживання та виробництва, згладжує соціальні дисбаланси, орієнтується на збереження культурної спадщини, на підтримку місцевих громад та місцевих економік [18]. Зазначене актуалізує модифікацію традиційних видів туризму, впровадження нових форм туристичної діяльності та розвиток нових видів туризму.

Актуальність розробки нових видів туризму полягає в необхідності адаптації туристичної сфери до глобальних викликів і трансформацій пов'язаних із кліматичними змінами, урбанізацією, зростанням антропогенного навантаження, збереженням природного середовища та забезпеченням сталого соціально-економічного розвитку туристичних DESTINATION. Розвиток нових видів туризму є

важливим інструментом досягнення Цілей сталого розвитку ООН, оскільки він стимулює відповідальне споживання, сприяє розвитку місцевих економік і підтримці культурного різноманіття. Крім того, нові туристичні практики створюють можливості для зміцнення зв'язків між людьми та природою, формують усвідомлене ставлення до навколишнього середовища та сприяють розвитку місцевих громад через створення нових робочих місць, підтримку локальних традицій, культури, гастрономії та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику еволюції та розвитку туризму в концепції сталості та видів туризму досліджували Р. Батлер, М. Гізольф, Г. Данн, Н. Друрі, П. Бьорн та М. Новеллі, П. Суттон, Дж. Саарінен, С. Саранайємі, Дж. Форрестер та інші. Вчені України також активно долучилися до теоретичних дослідження та розробки практичних рекомендацій розвитку нових видів туризму у контексті

Стратегії сталого розвитку (А. Алієва [12], І. Буднікевич, Д. Баранюк [1], І. Вахович [2], О. Кифяк [4], О. Любіцева [5], Р. Лозинський, І. Кучинська [6], Н. Моїсєєва [7], Т. Ткаченко [8], Н. Савицька [9], Н. Павліха, І. Цимбалюк та А. Савчук [10], Л. Чепурда [14] та ін).

Метою статі є наукове обґрунтування напрямів модифікації традиційних та розвитку нових видів туризму, які відповідають принципам сталого розвитку, створюють передумови для формування відповідального та свідомого туристичного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція сталого розвитку зумовлює розробку нових видів туризму, частина з яких є модифікацією існуючих видів, а частина є новітніми, зумовленими появою нових поколінь споживачів, розвитком цифрової економіки, зміною темпу, формату та стилю життя генераційних туристів, які вже мають тривалий досвід подорожей (рисунок 1).



Рисунок 1 – Орієнтовний перелік модифікованих та новітніх видів туризму відповідно до концепції сталого туризму

Джерело: складено автором

Широкий перелік видів туризму та неможливість сформувати єдиний перелік зумовлений тим, що туризм гнучко та оперативно реагує на зміни у суспільстві, катаклізми, політичні негаразди, війни, технічні досяг-

нення та індивідуальні запити, що робить його надзвичайно багатогранним і динамічним. В якості чинників маркетингового середовища, які впливають на розширення номенклатури видів туризму можна розглянути:





- Зміну соціальних та культурних уподобання людей, їхніх мотивів, інтересів, цілей та поглядів на місце, формат, тривалість відпочинку. Багато традиційних видів туризму адаптуються до сучасних реалій і змінюють свої характеристики, щоб задовольнити нові запити.

- Інновації та прогрес у технологіях, які дають можливість створювати нові форми туризму та нові способи подорожей. Наприклад, з появою віртуального туризму (за допомогою VR і AR технологій), люди можуть подорожувати не лише фізично, а й віртуально, відвідуючи місця, до яких неможливо потрапити реальним шляхом. Розвиток цифрової економіки зумовив появу мета-туризму, турів для цифрових кочівників, турів цифрового детоксу та ін.

- Зміну в екологічній ситуації та економічні виклики, які призводять до того, що люди стають більш усвідомленими у виборі подорожей, віддають перевагу сталому туризму.

- Індивідуалізацію туризму, прагнення сучасного туриста до персоналізованого досвіду, що мотивує маркетинг туристичних компаній та дестинацій створювати абсолютно нові маршрути, формати відпочинку та досвідів, орієнтуючись на індивідуальні смаки і потреби.

- Легку логістику (переміщення) та глобалізацію, які сприяють виникненню нових видів туризму орієнтованих на конкретні регіони, спільноти, інтереси.

- Зростання попиту на нові враження, що зумовлює появу нових й незвичних форм відпочинку на противагу банальному відвідуванню популярних туристичних місць (темний туризм з відвідування місць катастроф і трагедій, космічний туризм або підводний туризм). Ці форми туризму залучають людей, які хочуть вийти за межі традиційних уявлень про подорожі.

- Емоційні і психологічні потреби, які формують пропозицію турів орієнтованих не тільки на відпочинок, а й психологічне розвантаження, особистісне зростання, терапевтичні практики або спілкування з природою.

- Інтеграцію та взаємодію туризму з іншими галузями (освіта, медицина, спорт, гастрономія), що створює мікс форматів та комплекс можливостей для мандрівників.

- Стирання меж між видами туризму, коли поєднуються елементи різних видів тури-

зму. Наприклад, екологічний туризм може поєднувати в собі аспекти культурного та пригосподницького туризму, гастрономічний туризм може бути частиною культурного або навіть медичного туризму. З таким перетином різних інтересів стає важко визначити чіткі межі між окремими видами.

Загалом, різноманітність видів туризму є наслідком багатьох факторів –культурних, соціальних, економічних, технологічних і екологічних. Це неможливо об'єднати в єдиний перелік, оскільки кожен вид туризму має свою унікальну мету, спрямовану на задоволення різноманітних потреб і інтересів сучасних людей.

У нових умовах, зумовлених розвитком цифрових технологій, змінами в соціальних трендах, екологічними вимогами та постійними змінами в глобальних умовах, традиційні види туризму зазнають значних модифікацій. Ось кілька прикладів, як традиційні види туризму адаптуються до сучасних вимог.

Культурний туризм вважається традиційним видом, оскільки люди давно в якості тригера до відвідування визначали певні музеї, пам'ятки історії, театри, фестивалі тощо. Міжнародний науковий комітет з культурного туризму трактує культурний туризм як «діяльність, яка дозволяє туристам випробувати різні способи життя інших спільнот і, таким чином, отримати безпосереднє уявлення про їх звичаї, традиції, ідеї, фізичне оточення. Культурний туризм відрізняється від розважального туризму тим, що він спрямований на розуміння чи оцінку культурних особливостей відвідуваного місця» [19]. Культурний туризм, у свою чергу, пропонує нішові види туризму: тематичний туризм, музейний туризм, митецький туризм (арт-туризм), туризм культурної спадщини, креативний туризм, подієвий туризм, туризм вражень та інші. Сьогодні, з розвитком цифрових технологій, з'являються також нові формати турів, такі як віртуальні екскурсії або доповнена реальність (AR), що дозволяє переживати культурні події на відстані. Крім того, акцент ставиться на сталий розвиток і туризм стає більш орієнтованим на підтримку місцевих громад, збереження культурної спадщини та уникнення масового туризму. Глобалізація та легкість пересування розвивають міжкультурний туризм, який робить акцент на вивченні різних культур та взаємодії з ними (участь у різноманітних культурних обмі-

нах, фестивалях, місцевих подіях), інтеграції подорожуючих в місцеві традиції.

В концепції сталого туризму безперечно важливим є екотуризм, який традиційно фокусувався на відвідуванні регіонів з природними ландшафтами та об'єктами з метою їх вивчення, збереження природних екосистем та підтримки місцевих громад. Сучасний екотуризм зазнає трансформацій під впливом технологій, урбанізації та зростаючого попиту на комфорт. Сьогодні екотуризм розвивається в напрямку екологічно відповідального туризму, підвищенні екологічної свідомості туристів, використання нових технологій (smart-екосистеми, цифрові карти та додатки). Серед модифікацій можна відзначити тури класу «еко-люкс» в яких пропонується поєднання екологічних практик із комфортними умовами проживання (еко-готелі, глемпінги), цифровий екотуризм з віртуальними турами по заповідниках для зменшення туристичного навантаження, волонтерський екотуризм в якому туристи приймають активну участь у проектах з охорони природи (посадка лісів, захист тварин), карбоно-нейтральні подорожі, частина вартості яких спрямовується на фінансування екопроектів компенсації викидів CO₂. Загалом, екотуризм змінюється, щоб бути більш стійким, доступним і технологічно розвиненим, зберігаючи свою головну мету – гармонійне співіснування людини та природи.

Декілька абсолютно нових видів туризму виникли в останні роки під впливом зміни технологій, поколінь споживачів, суспільних тенденцій та попиту на нові незвичні формати подорожей. Туризм для цифрових кочівників (Digital Nomad Tourism, Digital Nomadism) пропонує напрямки для тих, хто працює віддалено і подорожує по світу проживаючи в різних країнах чи містах тривалий час. «Особливість такого статусу полягає в тому, що працівник фізично перебуває в одній країні, але надає послуги компаніям чи клієнтам з інших держав. Залучення цифрових кочівників має стратегічне значення для багатьох держав. Такі фахівці зазвичай мають високий рівень доходу, який вони витрачають у країні перебування, стимулюючи місцеву економіку. Крім того, вони сприяють формуванню професійних спільнот, розвитку цифрової інфраструктури та обміну досвідом. Для багатьох країн це також можливість залучити висококваліфікованих спеціалістів без витрат на їхню підготовку» [3]. Туристичні

дестинації створюють інфраструктуру для підтримки робочих місць для таких мандрівників (ІТ-хаби, кампуси з високим рівнем побутового та технологічного комфорту, кафе, коворкінг зони тощо). Візу цифрового кочівника (Digital Nomad Visa) сьогодні видають більше 40 країн, що дозволяє програмістам, фрілансерам, маркетологам, стартаперам, репетиторам та іншим отримати тимчасовий дозвіл на проживання на декілька років і працювати віддалено. Ще одним новим видом туризму є мета-туризм (Meta Tourism) орієнтований на відвідування віртуальних світів і метавсесвітів (мета-світів) для пошуку нового досвіду, який неможливого отримати в реальному житті. Туристи можуть подорожувати в межах віртуальної реальності через VR-гарнітури, відвідуючи існуючі (відомі музеї, історичні місця) та неіснуючі футуристичні локації або заходи.

Водночас, цифрове перевантаження зумовило появу цифрового детокс-туризму спрямованого на відпочинок від скролінгу новин, постійного використання цифрових технологій і соціальних мереж, для збільшення часу проведення з сім'єю. Дослідження Brain Waves вчених Оксфордського університету виявило «сильну кореляцію між часом, проведеним на сайтах соціальних мереж, і зростанням рівня тривожності та депресії серед молоді» [20]. Мандрівникам пропонується перебування у комфортних цікавих локаціях без гаджетів, Wi-Fi або мобільного зв'язку. Це може включати ретрити на природі, спа-курорти або місця з мінімальними технологічними зручностями. Наприклад, готель-музей «Замок Радомисль» в Житомирській області пропонує «Digital detox week» для емоційного відновлення та усунення стресу від цифрового навантаження.

В сучасному маркетинговому середовищі важливими видами туризму, породженими поведінковими чинниками, є емоційний та інстаграмний туризм. Емоційний туризм (Emotional Tourism) орієнтується на емоційні переживання (натхнення, адреналін, ностальгія або духовне збагачення), враження та психологічне зцілення. Емоційний туризм з точки зору маркетингу – це не просто подорож, а створення незабутнього або унікального досвіду, що викликає сильні почуття та спонукає туристів ділитися цим у соцмережах і повертатися знову. Інстаграмний туризм (Instagram Tourism) включає пропозицію турів мотивованих бажанням людей від-





відати та сфотографувати популярні або візуально привабливі локації для публікацій у соціальних мережах. Цей тренд впливає на вибір маршрутів, популяризацію маловідомих місць та розвиток туристичної інфраструктури, але також може спричиняти проблеми, як-от перенавантаження локацій і шкоду довкіллю. Дослідження платформи інфлюенс-маркетингу Heersy проаналізувало дані про 43 європейські столиці, щоб знайти 10 найдосконаліших із них на основі їх популярності в Instagram, серед яких Лондон, Велика Британія (167 мільйонів хештегів), Париж, Франція (145 мільйонів хештегів), Берлін Німеччина (54 мільйони хештегів) та інші [11; 15]. Ключовими чинниками дослідження були кількість хештегів Instagram (основа рейтингу), середньорічна кількість відвідувачів, середня кількість сонячних днів на рік, найпопулярніші місця для Instagram у кожному пункті призначення

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, туризм є динамічною, гнучкою та мультифункціональною сферою, яка постійно розширюється та змінюється відповідно до зовнішніх та внутрішніх факторів. Нові тенденції потребують модифікація традиційних видів туризму та створення нових категорій, які не підпадають під традиційні види туризму. Модифікація традиційних видів туризму передбачає інтеграцію нових технологій, орієнтацію на сталий розвиток і адаптацію до швидко змінюваних умов (екологічних, економічних, соціальних). Ці зміни дозволяють не тільки зберігати популярність класичних видів туризму, але й підвищувати їхню ефективність і адаптивність у нових умовах. Новітні види туризму відповідають змінам в економіці та соціумі, що відбуваються на фоні появи нових поколінь споживачів, технологічних інновацій, змін в екологічній ситуації, нових соціальних трендів і бажання людей шукати нові можливості для самореалізації та відпочинку.

Розвиток видів туризму відповідно до концепції сталого розвитку є важливою складовою сучасної туристичної галузі. Такий підхід не лише сприяє економічному зростанню, а й забезпечує збереження природного середовища, культурної спадщини та соціальної стабільності. Розвиток нових видів туризму та модифікація традиційних в контексті сталого розвитку має такі переваги: економічна ефективність – підтримка місцевих економік, створення робочих місць і розвиток інфраструкту-

ри; екологічна доцільність – зменшення негативного впливу на довкілля та збереження біорізноманіття; соціальна цінність – сприяння соціальній згуртованості та культурному обміну між туристами і місцевими громадами. Впровадження нових видів туризму з урахуванням принципів сталого розвитку створює передумови для формування відповідального та свідомого туристичного середовища.

Свої наступні дослідження ми спрямуємо на вивчення важливих для сучасної України видів туризму: ветеранський туризм – подорожі, організовані для ветеранів війни та військової служби з метою реабілітації, соціальної адаптації, відпочинку та вшанування історичних місць, волонтерський туризм – це форма подорожей, де туристи беруть участь у благодійних або екологічних проєктах, темний туризм – відвідування місць трагічних подій, креативний туризм – передбачає активну взаємодію туристів із місцевими громадами, культурний спадковий туризм – орієнтований на збереження історико-культурної спадщини, розвиток культурної самобутності та економічне зростання за рахунок культурних ініціатив.

Перелік використаних джерел

1. Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. *Економіка та право*. 2023. №4 (71). С.68-78.
2. Вахович І. М. Фактори розвитку регіонального ринку медичного туризму у розвинених країнах світу. *Фінансовий простір*. 2012. № 3 (7). С. 38-46.
3. Віза цифрового кочівника: найкращі країни для віддалених працівників у 2025 році. URL: <https://surl.li/oaxsky> (дата звернення 5 січня 2025 р.)
4. Кифяк О. В. *Теоретико-методологічний базис формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах*. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 332 с.
5. Любіцева О.О., Романчук С.П. *Паломництво та релігійний туризм: навчальний посібник*. Київ : Альтерпрес, 2011. 415 с
6. Лозинський Р., Кучинська І. Спеціалізований (нішевий) туризм: розвиток концепції в українській і зарубіжній науковій літературі. *Вісник Львівського університету*. 2018. Вип. 52. С. 170-182.
7. Моїсєєва Н. І. *Інноваційний розвиток*

туристичної сфери регіону: теорія, методологія, практика: монографія. Миколаїв: ФОП Швець В. М. 2018. 330 с

8. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу* : монографія. 2-ге вид., випр. та доповн. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

9. Савіцька О. П., Савіцька Н. В., Погребняк Л. В. Екотуризм як важлива складова стратегії розвитку України. *Глобальні і національні проблеми економіки*. 2017. № 15. С. 122–128.

10. Павліха Н.В., Цимбалюк І.О., Савчук А.Ю. *Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України*: монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 211 с.

11. Універсальна маркетингова платформ Heepsy. URL: <https://www.heepsy.com/> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

12. Alieva A., Pavlikha V. Formation of strategic priorities for sustainable development of tourism and recreation sphere based on inclusive growth. *National interest International Academic Journal*. 2020. Vol. 1. №. 1. P. 74–85.

13. Burns P.M., Novelli M. Tourism and social identities. *Global frameworks and local realities*. Elsevier The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, Oxford OX5 1GB, UK, Amsterdam, The Netherlands. 2006. 221 p.

14. Chepurda, L. M., Chepurda, G. M., Bezugliy I. V. The satisfaction of innovative policy of development of recreational and tourist sphere communities. *Науковий вісник Полісся*. 2018. № 3 (15). С. 59-67.

15. Europe's ten most Instagrammable cities revealed. URL: <https://surl.li/higuzz> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

16. Inbound Tourism Statistics in OF GEORGIA. 2024. URL: <https://www.geostat.ge/media/68121/Inbound-Tourism-Statistics---2024.pdf> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

17. Latest Tourism Data. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

18. Pedersen A. Managing Tourism at World Heritage Sites: a Practical Manual for World Heritage Site Managers, World Heritage Manuals 1, 2002. URL: <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-113-2.pdf> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

19. Richards G., Munsters W. Cultural

Tourism Research Methods. CABI, 2010. 228 p.

20. Teenage social media use strongly linked to anxiety and depression. URL: <https://www.ft.com/content/bced2138-366b-448f-ab12-3c068199145a> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

21. Travel & Tourism - Worldwide. URL: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/worldwide> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

22. UN Tourism conducted a global survey among its UN Tourism Panel of Tourism Experts on the impact of COVID-19 on tourism and the expected time of recovery. Data as collected by UN Tourism, January 2025. Published: 20/01/2025 (дата звернення 5 січня 2025 р.)

23. World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2025. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1.1> (дата звернення 5 січня 2025 р.)

24. World Tourism Barometer. URL: https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2025-01/Barom_PPT_Jan_2025.pdf?VersionId=y_YdR.m6ZbIa2gvfifyN4ACfn_pVNVKh_ (дата звернення 5 січня 2025 р.)

References

1. Budnikevych, I. M., Krupenna, I. A., Baraniuk, D. S. (2023). Experience of Israel in the development of innovations and tourism under military conditions. *Economics and Law*, 4 (71), 68–78.

2. Vakhovych, I. M. (2012). Factors of the development of the regional medical tourism market in developed countries of the world. *Financial Space*, 3 (7), 38–46.

3. Digital Nomad Visa: The Best Countries for Remote Workers in 2025. Retrieved from: <https://surl.li/oaxsky> (Access date : January 5, 2025)

4. Kifyak, O. V. (2021). *Theoretical and methodological basis for the formation of tourist destinations in the western Ukrainian border regions*. Ternopil: West Ukrainian National University, 332.

5. Liubitseva, O. O., Romanchuk, S. P. (2011). *Pilgrimage and Religious Tourism: A Textbook*. Kyiv: Alterpress. 415 p.

6. Lozynskiy, R., Kuchynska, I. (2018). Specialized (niche) tourism: development of the concept in Ukrainian and foreign scientific



literature. *Bulletin of Lviv University*, 52, 170–182.

7. Moiseieva, N. I. (2018). Innovative development of the tourism sector of the region: theory, methodology, practice: monograph. Mykolaiv: FOP Shvets V. M., 330.

8. Tkachenko, T. I. (2009). *Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities*: monograph. 2nd ed., revised and expanded. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics, 463.

9. Savitska, O. P., Savitska, N. V., Pohrebniak, L. V. (2017). Ecotourism as an important component of Ukraine's development strategy. *Global and National Economic Problems*, 15, 122–128.

10. Pavlikha, N., Tsymbaliuk, I. O., Savchuk, A. Yu. (2022). *Sustainable development of tourism and recreation: contemporary challenges and prospects for Ukraine*: monograph. Lutsk: Vezha-Druk, 211.

11. Heepsy: Universal Marketing Platform. Retrieved from: <https://www.heepsy.com/> (Access date : January 5, 2025)

12. Alieva, A., Pavlikha, V. (2020). Formation of strategic priorities for sustainable development of tourism and recreation sphere based on inclusive growth. *National Interest International Academic Journal*, 1, 1, 74–85.

13. Burns, P. M., Novelli, M. (2006). Tourism and Social Identities. *Global Frameworks and Local Realities*. Elsevier, Oxford, 221.

14. Chepurda, L. M., Chepurda, G. M., Bezugliy, I. V. (2018). The satisfaction of innovative policy of development of recreational and tourist sphere communities. *Scientific Bulletin of Polissya*, 3 (15), 59–67.

15. Europe's Ten Most Instagrammable Cities Revealed. Retrieved from: <https://surl.li/higuzz> (Access date : January 5, 2025)

Стаття надійшла

до редакції : 05.01.2025 р.

16. Inbound Tourism Statistics in Georgia. (2024). Retrieved from: <https://www.geostat.ge/media/68121/Inbound-Tourism-Statistics---2024.pdf> (Access date : January 5, 2025)

17. Latest Tourism Data. Retrieved from: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (Access date : January 5, 2025)

18. Pedersen, A. (2002). Managing Tourism at World Heritage Sites: A Practical Manual for World Heritage Site Managers. World Heritage Manuals. Retrieved from: <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-113-2.pdf> (Access date : January 5, 2025)

19. Richards, G., Munsters, W. (2010). *Cultural Tourism Research Methods*. CABI, 228.

20. Teenage Social Media Use Strongly Linked to Anxiety and Depression. Retrieved from: <https://www.ft.com/content/bced2138-366b-448f-ab12-3c068199145a> (Access date : January 5, 2025)

21. Travel & Tourism – Worldwide. Retrieved from: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/worldwide> (Access date : January 5, 2025)

22. UN Tourism Conducted a Global Survey Among its UN Tourism Panel of Tourism Experts on the Impact of COVID-19 on Tourism and the Expected Time of Recovery. Data collected by UN Tourism, January 2025. Published: 20/01/2025.

23. World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2025. Retrieved from: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1.1> (Access date : January 5, 2025)

24. World Tourism Barometer. Retrieved from: <https://surl.li/faximn> (Access date : January 5, 2025)

Стаття прийнята

до друку: 30.03.2025 р.

Бібліографічний опис для цитування :

Крупенна І. А. Напрями модифікації традиційних та розвиток нових видів туризму в концепції сталого туризму. *Часопис економічних реформ*. 2025. № 1(57). С. 148–156.

