

Overtourism as a Prerequisite for the Sustainability of Tourist Destinations

Tihomir Patarinski - PhD student
University of Economics - Varna, Varna, Bulgaria
tihomir.patarinski@ue-varna.bg

Abstract

This article defines the development of travel and tourism and provides the historical context that give rise to the use of tourism as a development tool. The impacts of tourism are discussed, and sustainability is introduced as a method for minimizing the negative impacts. As a contemporary phenomenon overtourism is a new vision to understand what is happening in traditional touristic destinations because of increasing of tourism and its impact on infrastructures and facilities. It reflects challenges of managing growing tourism flows into destinations and the impact of tourism on cities and its residents. This study provides a systematic literature review about how the travel and tourism industry are changing and developing in the world and how overtourism impacts sustainability in the destinations.

Keywords: Tourism History, Overtourism, Carrying Capacity, Impacts, Sustainability, Tourism and Growth

JEL Code: Z320

Въведение

В следствие на активното взаимодействие между човека и природата и засилената стопанска дейност на антропогенния фактор, през 80-те години на XX век се наблюдават множество отрицателни въздействия върху общото състояние на ресурсите и заобикалящата ни среда. Развитието на туризма в глобален аспект не прави изключение от общите тенденции. Утвърждаването му като глобален феномен с многомерно влияние в социалната, културната, политическата и най-вече в икономическата сфера засилва интереса на редица автори в изучаването на неговата еволюция и взаимовръзки със заобикалящата го среда. Експоненциалното количествено нарастване на броя на туристическите пътувания в световен мащаб води до качествени изменения в редица сфери.

По данни на Световната организация по туризъм (СОТ) секторът е най-бързо развиващата се индустрия, осигуряващ 10,3% от всички работни места и 11% от глобалния БВП. През 50-те години той масовизира своя характер като средните годишни темпове на развитие до 2019 г. са съответно 13% на туристическите посещения и 21% на приходите от международен туризъм. Спрямо базисната 1950 г. (1950 = 100) индексът на увеличение е съответно 5786.6 при броя на туристите и 74150.0 при приходите, т.е. за последните 70 години броят на международните туристи се е увеличил 57 пъти, а приходите над 74 пъти. Посочените данни не включват резултатите от вътрешния туризъм, които по данни на СОТ надвишават международните в съотношение 6:1.

Всичко това поставя множество предизвикателства пред бъдещото развитие на туристическите дестинации, привличащи туристи както с уникални и екзотични характеристики, така и от уязвими и податливи на външни и вътрешни въздействия особености. Това налага потребност от приложение на устойчив подход за направляване на туристическото развитие в дестинациите (Kazandzhieva et al., 2022), където търсенето и предлагането се срещат и сблъсъкът на интереси, а оттам и концентрацията на конфликти, е най-силно изразен. На дневен ред е съвместимостта между развитието и устойчивостта, имащи диаметрално противоположни същностни характеристики – от една страна ограничените и намаляващи ресурси, а от друга – неограничените потребителски нужди.

Прекомерното туристическо развитие и свързаните с него последствия от свръхтуризма по отношение на икономическите, екологичните и социокултурни влияния допълнително обуславят **актуалността на темата** като за все повече дестинации по света

прекомерното му развитие не само ограничава растежа, но и представлява екзистенциален риск за тяхното последващо съществуване.

Обект на изследване е *еволюцията на мотивите за пътуване в социален, културен и икономически контекст*, а **предметът** се фокусира върху *свърхтуризма, в следствие на масовизация на явлението като предпоставка за неговото устойчиво развитие*.

Целта на настоящата статия е *на основата на анализ на структурните изменения и процеси на движещите сили в туризма в исторически контекст да се очертаят и синтезират проблемите от прекомерното му развитие като предпоставка за устойчиво планиране и развитие*. За постигането ѝ в по-нататъшното изложение се решават следните **изследователски задачи**: първо, прави се преглед на еволюция на мотивите за туристически пътувания; второ, очертават се проблемите и предизвикателствата, породени от масовизацията на туристическите пътувания; трето, анализира се същността на свърхтуризма в контекста на устойчивото туристическо развитие.

1. Еволюция на мотивите за туристически пътувания

От най-дълбока древност до наши дни хората пътуват, водени от различни мотиви и ценности. В исторически контекст *туризмът* надгражда еволюционното развитие на утвърдените в човешката йерархична структура дейности на *пътуване* и *гостоприемство* и е в пряка връзка с отраслите транспорт, култура, изкуство, образование и здравеопазване, неразривно свързани с развитието на човешката цивилизация. „Всяко нещо (процес, явление) в природата или обществото се появява и развива, ако има нужда от него“ (Neshkov et al., 2014). Еволюционната промяна в човешките потребности води и до надграждането на явлението от индивидуална в групова, а от там и в масова необходимост.

За да разберем същността и движещите сили на потребността от туризъм в контекста на съвременния свят, ще проследим неговото развитие и еволюция във времето и открием онези фактори, които са допринесли за неговото утвърждаване и масовизация като *икономически*, а от там и като *социален* и *културен* феномен. Проследяването на този динамичен процес означава, да се направи опит да се даде обоснован отговор на следните въпроси: как и защо този процес е станал възможен; кое или какво го е породило и съществува ли връзка между масовизацията на потребността от туризъм и други, успоредно протичащи социални, икономически и културни процеси?

Отговорите на тези въпроси търсим назад във времето, основно в развитието и еволюцията на най-тясно свързаните с туризма дейности: *пътуване* и *гостоприемство* и пораждащите ги мотиви: „търговия, лечение, религия, спорт и развлечения“ (Neshkov et al., 2014). Следователно в основата на движението е *мотивацията*, етимологията на която произлиза от латинския глагол "movere" (да се движа) и съществителното "motio" (движение). „В това отношение мотивацията има дотолкова общо с движението, доколкото ни кара да правим определени неща и да се движим. [...] Липсата на мотивация, от друга страна, означава да не правим нищо“ (Rudolph, 2003).

Според Харалд Фрийдъл „*туризмът*, чиито основен съставен компонент е *пътуването*, като форма на култивиране на непознатото, далечното и любопитното, е възможен само при наличие на определени структурни условия за това: в социално отношение - ниво на просперитет над базисното и средно равнище; развита инфра- и суперструктура; политическа, лична сигурност и др“ (Friedl, 2002).

В. Фрайер систематизира 4 фази в развитието на туризма в Европа: подготвителна фаза (Vorphase) – до 1850 г., начална фаза (Anfangsphase) – 1859-1914, фаза на развитие (Entwicklungsphase) – 1915-1945 и висша фаза (Hochphase) – след 1945 г. Като основни отличителни характеристики, водещи до обособяване на отделните периоди се извеждат: *транспортните средства* (пеша – езда – парен локомотив, параход – автомобил - самолети); *мотивацията за пътуване* (образование, лечение, почивка, рекреация); *броят на*

пътуващите и техният статус (от елита през следната класа на индустриалната епоха, до масовата публика през втората половина на XX в.) (Freyer, 2011). В исторически контекст става ясно, че организационните и социалните форми на пътуване са динамични, променливи и варират в зависимост от технологичните и демографски изменения и растящия просперитет. За разлика от тях обаче „мотивите за пътуване се оказват до голяма степен постоянни“ (Günter, 1982).

Съществен тласък в развитието и еволюцията на мотивите за пътуване имат **античните цивилизации** Вавилон, Египет, Гъция и Рим. Като движещи сили на този процес могат да се приемат земеделието и търговията в Месопотамия, както и религията и организираните спортни събития в Елада. През V век пр. Хр. „културният пътешественик на античния свят“ (Edgell, 2020) Херодот очертава нова насока в мотивите за пътуване чрез описания и репортажи на непознати истории и култури, митове и легенди и свързаните с тях места.

Военният, икономически и социален подем в **римската античност** води до огромен ръст на пътуванията, благодарение на добре развитата пътна и селищна мрежа, поща, страноприемници, станции за смяна на коне и охрана на главните пътища. Широкото използване на латински и гръцки език допълнително улеснява пътешествениците. Край минералните извори се изграждат множество балнеологични центрове и здравето се превръща в допълнителен мотив за пътуване. В следствие на християнизацията през IV в. сл. Хр. започва ерата на религиозните пътувания до Светите земи.

През **Средновековието**, след разпада на Римската империя, пътуванията намаляват значително и стават все по-трудни, несигурни и скъпи. В този период преобладават поклонническите пътувания, благодарение на разрастващата се мрежа от манастири.

Периодът на европейския **Ренесанс** създава основа за възраждане на пътуванията с цел образование, търговия, почивка и забавления. Въз основа на хуманистичния модел „*uomo universale*“¹ се развива „*Гранд тур на Европа*“ между XVII и XVIII в., при който младите аристократи надграждат своето образование и придобиват практически опит и контакти. Затова с основание някои автори отбелязват, че „аристократите са пионерите на съвременния туризъм“ (Friedl, 2002). Успоредно с образователния мотив се развива и нов ентузиазъм към дивата „романтична“ природа, отражение на който е и призивът на Жан-Жак Русо „*Retourmons a la nature!*“. Интерпретирането на цивилизацията като „денатурация“ на човека стои в основата на безпокойството в следствие на стандартизирания градски начин на живот, решение на което се търси в новооткритите сили на природата (Kaschuba, 1991).

Авторите, изследващи историческото развитие на туризма като социален, културен и стопански феномен, консенсусно приемат, че по съдържание и форма той се обособява в контекста на развитието на буржоазното общество в следствие на **индустриалната революция** около средата на XVIII и XIX век в Западна и Централна Европа. До този момент явлението има предимно „индивидуален, случаен, инцидентен и елитарен характер“. В страните от Алпийския район възникват и първите съвременни масови видове туризъм – балнеолечебния и планинския (Neshkov, 2012). Докато в най-ранната подготвителна фаза („*Vorphase*“ на В. Фрейер) първоначалните туристически пътувания са били привилегия за малцинство от богати аристократи, водени от мотиви като възпитание и образование, то в следващия етап те отстъпват място на стремежа към удоволствие и възприемане на аристократичните навици от висшата класа. През XIX в. фокусът се измества върху социалния живот (престиж, пари, свободно време), приеми, балове, конни надбягвания и хазарт (Баден-Баден, Карлсбад, Виши и др.), а по-късно и от ваканция в морските курорти на Лазурния бряг (Gyr, 2010).

¹ Универсалното човешко същество (лат.: *uomo universale*) се базира на модели от гръко-римската античност, с широко образование и е освободено от църковните догми. Човекът е креативен и в идеалния случай живее в хармония с природата.

2. Масовизация на туристическите пътувания

Съвременният туризъм като явление се обособява в следствие на индустриализацията и настъпилите социални промени в обществото през XIX и XX век, когато се формират и основните три предпоставки за масовизация на туристическите пътувания, а именно:

- *научно-техническия прогрес*, посредством поява на нови транспортни средства става възможно преодоляването на все по-дълги разстояния за все по-кратко време. Усвояването на по-отдалечените райони от железницата играе ключова роля за по-нататъшния растеж на туризма². Техническите иновации „освобождават“ пътуването от основните му ограничители: пространство и време и то придобива нов смисъл: бързо и безпрепятствено преодоляване на разстояние и максимално дълъг престой в дестинацията³.

- регламентиране на работното време и въвеждане на *платения годишен отпуск*. Правото на отпуск, както е предвидено днес в стандартните трудови договори, е постижение на XX век и масово се въвежда в редица държави в периода между двете световни войни.

- икономически подем и *формиране на средната класа* - след Втората световна война доходите на повечето работници надвишават разходите за живот, което прави възможно да бъдат изразходвани за свободно време, отдих и ваканции.

Характерно за периода между двете световни войни е, че *„на клиента се гледа като на гост, а не като на потребител, заведенията са „дом“ за туристите, а не временно безлично убежище. На първо място са качеството на обслужване, комфорт и персонална репутация. Печалбата е по-скоро косвен резултат. Успехът се измерва не с печалба, а с реноме. Рекламата е устна, клиентелата е позната и стабилна със сравнително дълъг среден престой. [...] Променя се профила на клиентелата и особено популярни стават организираните пътувания, при това на обща цена. [...] Започва нова ера в хотелиерството – базата се разширява и се разпространяват средните по стандарт заведения.“* (Dabeva et al., 2014) Като следствие на всичко това се стига за първи път до появата на свръхкапацитет и дисбаланс на предлагането спрямо търсенето. Неконтролираното развитие на този процес поражда на по-късен етап необходимостта от регулиране на дейността и обособяване на концепцията за *устойчиво туристическо развитие*.

До средата на XX век туризмът е предимно национален и обхваща малка част от населението. Същинската „туристическа експлозия“ (Krippendorf, 1975) в Европа и света започва след **1950 г.** и се свързва главно с „развитието на въздушния транспорт, роботиката и новите информационно-комуникационни технологии“ (Neshkov et al., 2014). Ключова роля в този процес играят туроператорите и пътническите агенции, чието „истинско развитие започва от началото на 60-те години на XX в., като пряк резултат от количествените изменения в търсенето на организирани туристически пътувания и масовото навлизане и използване на въздушния транспорт (в лицето на утвърдилите се след Втората световна война нови чартърни авиопревозвачи) в системата на туристическото обслужване“ (Neshkov et al., 2013). Пионер в това отношение несъмнено е Йозеф Некерман, който навлиза в авиационния бизнес през 1963 г. и с принципа „*голям обем продажби на ниски цени*“ и рекламния слоган „*Некерман го прави възможно*“ (Korper, 2007) е първият, който прехвърля утвърдените до този момент индустриални и търговски модели в туристическия сектор.

² Безспорен принос в масовизацията на туристическите пътувания има евангелистският проповедник и предприемач Томас Кук, останал в историята като „баща“ на организирания туризъм, който през 1841 г. използва предимствата на обществения железопътен транспорт и провежда първото организирано групово пътуване с обща цена, а през 1865 г. регистрира и първата пътническа агенция в Лондон.

³ Променя се философията на пътуването, формулирано до тогава от китайския философ, основател на даоизма Лао Дзъ, който през V век пр.Хр. формулира, че „*Не целта е цел, а Пътят*“. Формирането на туризма като социално-икономическо явление обаче променя този императив и му придава нов смисъл: целта става цел, а пътят е средство за нейното достигане.

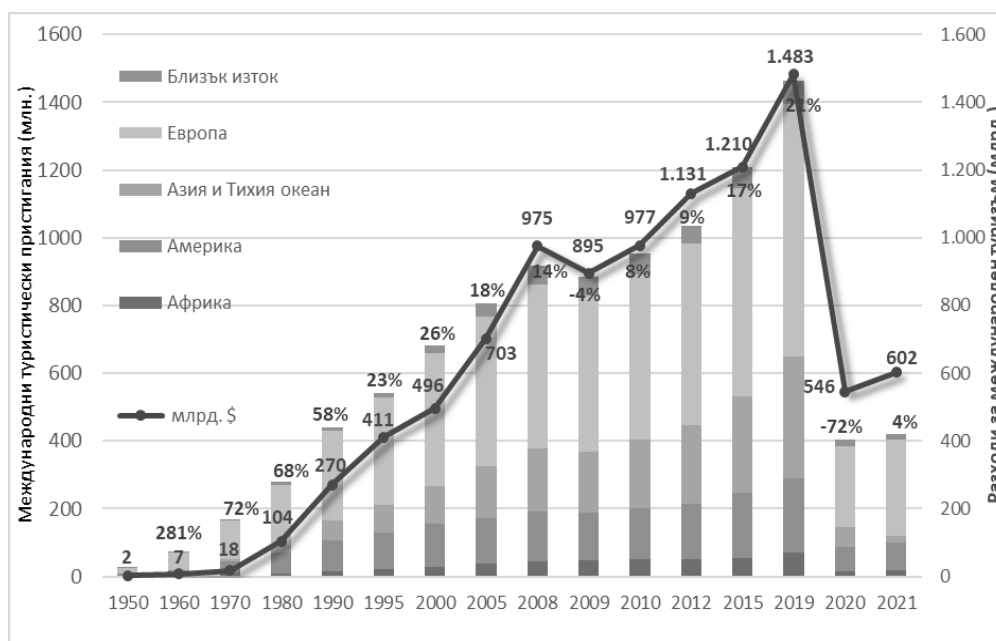
През втората половина на ХХ в. хората не само пътуват все по-често, но и все по-напред, достигайки до най-отдалечените райони на света. През 1958 г. започват организираните туристически посещения на Антарктида (Umwelt Bundesamt, 2016), а през 2000 г. американецът Денис Тито става първият космически турист, който лети до космическата станция „Мир“ в околоземна орбита за осем дни (Francesca Street, 2021).

3. Същност на свръхтуризма и ефекти от развитието му

Конкуренцията в сектора както по отношение на качеството на продукта, така и по отношение на количеството туристи чрез все по-изгодни предложения за почивка, допълнително стимулират организираните форми на туризъм и все по-осезаема става необходимостта от „откриването“ на нови дестинации. Туризмът постепенно масовизира своя характер и се утвърждава като „динамично, сложно, многозначно, интегрално и комплексно явление“ (Neshkov, 2012).

В следствие на това обективно възниква необходимостта от неговото регулиране и целенасочено управление, базирани на проучвания и анализи. Постепенно се приема пакет от дефиниции за: „международен турист“ през 1937 г., „международен посетител“ (international visitor) през 1950 и 1953 г., „посетител“ (visitor) „турист“ (tourist), „екскурзиант“ (excursionist) през 1968 г. и др. от Статистическата комисия към ООН (UNWTO - International Recommendations for Tourism Statistics, 2008), чрез които става възможно да бъдат измерени количествените изменения на явлението *туризъм*⁴.

По данни на СOT средният годишен темп на нарастване на международните туристически пристигания и реализираните постъпления от международен туризъм за последните 70 години е 11%.



Фиг. 1 Динамика на международните туристически пристигания и разходите за международен туризъм по региони.

⁴ Дефиницията от Световната организация по туризъм широк обхват на „туризма“ като „(...) всички дейности на посетителите, които пътуват до места извън обичайната си среда и остават там за не повече от една година с цел (бизнес, развлечения или др.), различна от работа в дестинацията (...)“ обхваща вътрешния, входящия и изходящия туристопоток, който се състои от (1) *туристи (нощувачи)* и (2) *еднодневни посетители (екскурзианти)*.

Само за 25 години от 1950 до 1975 г. броят на международните туристически пътувания се увеличава десетократно - от 25 до 225 млн., като през 2012 г. техният броят преминава бариерата от 1 млрд. туристи, а през 2019 г. доближава рекорда от 1,5 млрд. Приходите от международен туризъм нарастват успоредно и през 2019 г. те възлизат на 1,48 млрд. долара (фиг. 1).

Тези данни не включват резултатите от вътрешния туризъм, които по данни на COT са в съотношение 6:1 (за 2019 г.) спрямо международния (UNWTO – International Tourism Highlights, 2020). Като икономически фактор туризмът расте по-бързо от останалата част от световната икономика по отношение на износ, продукция, добавена стойност, капиталови инвестиции и заетост. Експортната му насоченост е от решаващо значение както за индустриалните, така и за развиващите се страни (Edgell, 2020).

Представените данни ясно очертават експоненциалното нарастване на туризма и превръщането му от индивидуална в масова потребност, като прогнозите на Световната туристическа организация и Световния съвет по пътуване и туризъм са, че растежът му ще продължи (до 3 млрд. международни пътувания през 2050 г.), въпреки цикличността и кризите, които повлияват неговата динамика⁵. За всеки икономически сектор въпросите за „границите на растежа“ играят второстепенна роля (Kagermeier, 2021), но при туризма те се намират в симбиоза и са функция на природната и социо-културната среда. Прекомерният ръст на посетителите в дадена дестинация води до пренаселеност в туристическите райони и свързаните с нея екологични проблеми, както и до промяна в начина на живот на местните общности. В този смисъл все по-актуален става въпросът: коя е границата, отвъд която ръстът се определя като „прекомерен“?

През август 2012 г. в социалната мрежа *twitter* за първи път се използва терминът „свръхтуризъм“ (*overtourism*), който се отнася до „дестинации, чиито туристи и местно население считат, че има твърде много посетители и, че качеството на живот в района или на изживяването са се влошили до неприемливо ниво“ (Goodwin, 2017). В следствие на липсата на устойчиво управление се допуска неконтролирано развитие чрез увеличаване на броя на туристите в дадена дестинация, което понижава ефекта от туризма както за туристите, така и за приемащите общности.

Туристическото свръхразвитие не се свързва единствено с броя на посетителите в дадена дестинация, а преди всичко с начина на управление на нейния носещ капацитет. В свой доклад от м. декември 2017 г. Световният съвет по пътуване и туризъм и института McKinsey & Company формулират пет предизвикателства, свързани със свръхтуризма:

- (1) отчуждени местни жители;
- (2) влошено туристическо изживяване;
- (3) претоварена инфраструктура;
- (4) вреда за природата;
- (5) заплахи за културата и културното наследство.

Бързо разрастващите се масови пътувания са реална заплаха за природните и културните богатства на дестинациите, което от една страна притеснява местните жители, а от друга, туристите получават занижено качество на обслужване и недобри преживявания при престоя. Натискът и призивите за промяна са инициирани не толкова от туристите, колкото от резидентите и защитниците на природните и културните ценности. (Kazandzhieva et al., 2022) През 2018 г. Европейският парламент дефинира свръхтуризма като „цялостно въздействие на туристическата индустрия в определено време и място, което надхвърля

⁵ В.т.ч. петролните кризи от началото и края на 70-те; войната в Персийския залив от 1990/1991 за Близкия Изток; пандемията от SARS 2002/2003 за азиатския пазар; терористични атаки от 11 септември 2001 г. и след това; световната икономическа и банкова криза 2008/2009 г.; различни въоръжени конфликти, както и кризата с COVID-19, която е с най-голямо отражение върху туристическата индустрия през последните 70 години.

допустимите граници на физическата, екологичната, социалната, икономическата, психологическата и/или политическата среда в дадена туристическа дестинация. “

Сврхтуризмът е в противовес на концептуализацията на Й. Крипендорф относно съвременното развитие на туристическата индустрия, която трябва да „удовлетворява интересите на всички заинтересовани страни – посетители, приемащо население и туристическия бизнес, без да причинява непоправими екологични и социални вреди“ (Krippendorff, 1996). В основата на този процес стоят нуждите на домакините и гостите. Целта е дестинацията да се „възползва, а не да бъде експлоатирана от туризма. Сврхтуризмът в своята същност е антитезата на отговорния туризъм и е възможен тогава, когато частните туристически приоритети надделят над интересите на местната общност.“ (Goodwin, 2017)

Опитът на редица световни туристически дестинации показва, че сврхтуризмът може да причини хаос на локално ниво, но въпреки това феноменът следва някои предсказуеми модели на развитие: дестинацията става популярна, привлича масов туристопоток, на определен етап се правят опити за овладяване на проблемите чрез съответни решения с различна степен на ефективност. (Kazandzhieva et al., 2022) Всичко това води до негативно въздействие върху туристите и върху населението в посещаваното място и до отрицателни икономически ефекти в дългосрочен план. Инструментът за противодействие се съдържа в управленските стратегии за предотвратяване на проблемите на сврхтуризма и ефективното им прилагане съгласно индивидуалните специфики на отделните дестинации, за да се избегнат грешките от сврхразвитието на туристическата дейност в миналото.

Заклучение

Развитието на явлениято *туризъм* и утвърждаването му от индивидуална в групова, а оттам и в масова потребност поражда необходимостта от преосмисляне на неговото управление и структуриране от гледна точка на комплексния му характер и взаимовръзката с и влиянието върху останалите сектори и сфери на живот. Търсенето на конкретни решения за преодоляване на негативните последици от сврхтуризма на глобално ниво се свързват с идеята за устойчивост. Водещо е постигането на баланс и хармония между интересите на посетителите, нуждите на посещащата общност и автентичността и притегателната сила на дестинацията.

Както глобалната туристическа индустрия, така и науката за туризма досега са били в голяма степен движени от и ориентирани към растеж. Настоящият дискурс, фокусиран в принципите на устойчиво развитие и ограничаване негативните последици от сврхтуризма, може да се разбира като индикация за предстояща фундаментална промяна на парадигмата в туризма.

References

1. Dabeva, T., Lukanova, G. (2017) *Hotelierstvo*. Varna: Univ. izd. Nauka i ikonomika.
2. Edgell, D. (2020) *Managing Sustainable Tourism. A Legacy for the Future*. Third Edition, Oxon/New York: Routledge.
3. Freyer, W. (2011) *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 10. überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: Oldenburg Verlag.
4. Friedl, H. (2002) *Tourismusethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens*. München und Wien: Profil Verlag GmbH.
5. Goodwin, H. (2017) *The challenge of overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4*.
6. Günter, W. (2003) *Allgemeine Didaktik und Methodik der Studienreise*. Handbuch für Studienreiseleiter. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH. pp. 144-169.
7. Kagermeier, A. (2021) *Overtourism*. München: UVK Verlag.

8. Kaschuba, W. (1991) Die Fußreise - Von der Arbeitswanderung zur bürgerlichen Bildungsbewegung. *Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus*. München Verlag C.H.Beck. pp. 165-173.
9. Kopper, C. (2007) Die Reise als Ware. Die Bedeutung der Pauschalreise für den westdeutschen Massentourismus nach 1945. *Zeithistorische Forschungen / Studies in Contemporary History*. 4. pp. 62-83.
10. Krippendorf, J. (1975) *Die Landschaftsfresser: Tourismus und Erholungslandschaft, Verderben oder Segen*. Stuttgart: Hallwag Verlag.
11. Marinov, S. Kazandzhieva, V. Yancheva, K. i dr. (2022) *Monitoring na ustoychivoto razvitie na morskata turisticheska destinatsiya*. Varna: Univ. izd. Nauka i ikonomika.
12. Neshkov, M. (2012) *Turisticheska politika*. Varna: Univ. izd. Nauka i ikonomika.
13. Neshkov, M., Kazandzhieva, V. (2013) *Patnicheski agentsii i transport v turizma*. Varna: Univ. izd. Nauka i ikonomika.
14. Neshkov, M., Marinov, S., Kazandzhieva, V. (2014) *Vavedenie v turizma*. Varna: Univ. izd. Nauka i ikonomika.
15. Rudolph, U. (2003) *Motivationspsychologie*. 1. Aufl. Weinheim: Beltz.
16. Gyr, U. (2010) *Geschichte des Tourismus: Strukturen auf dem Weg zur Moderne*. [Online] Available from: http://ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus?set_language=de&-C=#InsertNoteID_18 [Accessed 07/10/2022].
17. Street, F. (2021) *First space tourist Dennis Tito: 'It was the greatest moment of my life'*. [Online] Available from: <https://edition.cnn.com/travel/article/space-tourism-20-year-anniversary-scn/index.html> [Accessed 07/10/2022].
18. TRAN Committee. (2018) *Overtourism: impact and possible policy responses. Policy Department for Structural and Cohesion Policies Directorate-General for Internal Policies*. [Online] Available from: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU\(2018\)629184_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf) [Accessed 07/10/2022].
19. Umwelt Bundesamt. (2016) *Tourists in Antarctica*. [Online] Available from: <https://www.umweltbundesamt.de/en/tourists-in-antarctica#possibilities-and-limits-of-antarctic-travel> [Accessed 07/10/2022].
20. UNWTO. (2008) *International Recommendations for Tourism Statistics. Department of Economic and Social Affairs*. [Online] Available from: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf [Accessed 07/10/2022].
21. UNWTO. (2020) *International Tourism Highlights*. [Online] Available from: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> [Accessed 07/10/2022].