

Обзор
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-4-0-2

Климова Т. Б.

**К проблематике чрезмерного туризма:
поиск путей решения**

ФГАОУ «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»,
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия

e-mail: tklimova@bsu.edu.ru

*Статья поступила 30 августа 2022 г.; принята 03 октября 2022 г.;
опубликована 31 декабря 2022 г.*

Аннотация. Активизация массового туризма привела к неспособности государственных институтов управлять большими туристскими потоками, невозможности отслеживания направлений движения туристского потока, в результате чего, одни туристские дестинации испытывают огромный наплыв туристов, в то время как другие – напротив, не могут реализовать свой туристский потенциал. Придерживаясь гипотезы о том, что чрезмерный туризм возникает на массовых туристических направлениях, в статье проанализированы статистические данные, отражающие популярные туристические регионы и страны мира, на территорию которых направлен основной туристский поток. Учитывая, что стимулирование создания новых туристских направлений, маршрутов, достопримечательностей – одна из стратегий и мер, отмеченных экспертами ЮНВТО для решения проблемы роста числа туристов, в научной статье рассмотрены новые направления туризма, возникающие как ответная реакция на массовый туризм и, его следствие, чрезмерный туризм. В исследовании представлен новый вид туризма – андеграундный туризм, дана его классификация. В ходе исследования сделан вывод, что формирование качественно новых андеграундных направлений, объектов для посещения туристами, а также использование эффективных маркетинговых инструментов для новых турпродуктов позволят перераспределить туристский поток, что минимизирует уровень нагрузки на туристские дестинации, которые страдают от большого объема путешественников.

Ключевые слова: туристский поток; управление туристскими потоками; массовый туризм; чрезмерный туризм; овертуризм; андеграунд; андертуризм; андеграундный туризм; туристская дестинация

Для цитирования: Климова Т. Б. К проблематике чрезмерного туризма: поиск путей решения // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (4). С. 15-26. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-4-0-2

UDC 338.48

Tatyana B. Klimova

**The problem of overtourism:
the search for solutions**

Belgorod State National Research University,
85, Pobedy St., Belgorod 308015, Russia

e-mail: tklimova@bsu.edu.ru

Abstract. The intensification of mass tourism has led to the inability of state institutions to manage large tourist flows, the inability to track the directions of the tourist flow, as a result of which, some tourist destinations are experiencing a huge influx of tourists, while others, on the contrary, cannot realize their tourist potential. Adhering to the hypothesis that excessive tourism occurs in mass tourist destinations, the article analyzes statistical data reflecting popular tourist regions and countries of the world, on the territory of which the main tourist flow is directed. Taking into account that stimulating the creation of new tourist destinations, routes, attractions is one of the strategies and measures noted by UNWTO experts to solve the problem of increasing the number of tourists, the scientific article considers new tourism directions that arise as a response to mass tourism and, as a consequence, excessive tourism. The study presents a new type of tourism – underground tourism, its classification is given. In the course of the study, it was concluded that the formation of qualitatively new underground destinations, objects for tourists to visit, as well as effective marketing strategies of new tourist destinations will allow to redistribute the tourist flow and minimize the level of load on tourist destinations suffering from a large volume of tourists.

Keywords: tourist flow; tourist flow management; mass tourism; excessive tourism; overtourism; underground; undertourism; underground tourism; tourist destination

For citation: Klimova, T. B. (2022), “The problem of overtourism: the search for solutions”, *Research Result. Business and Service Technologies*, 8 (4), pp. 15-26. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-4-0-2

Введение (Introduction). Развитие туристской индустрии в мировом пространстве ознаменовано различными факторами, способными оказывать существенное влияние на качественные и количественные характеристики туризма. Нарастание объема туристических прибытий в страны мира вызывает большой объем формируемого туристского потока, при этом, если количество туристов превышает предельную пропускную возможность размещения и обслуживания туристов, формируется так называемый «чрезмерный туризм»/«сверхтуризм» или «овертуризм», который имеет негативное влияние на экономику страны, окружающую среду, инфраструктуры и т.д. ЮНВТО характери-

зует данное явление как «ситуацию в дестинации, когда туризм оказывает чрезмерно негативное влияние на воспринимаемое качество жизни граждан и/или качество впечатлений посетителей» (UNWTO, 2018).

При рассмотрении популярных туристских направлений, на долю которых приходится большой объем турпотока, возникает необходимость в изучении массового туризма, являющегося, на наш взгляд, предпосылкой для формирования чрезмерного туризма или овертуризма, и изучении новых видов туризма, способствующих перераспределению существующих туристских потоков в контексте решения проблем чрезмерного туризма.

Стимулирование создания новых туристских направлений, маршрутов, достопримечательностей – одна из стратегических мер, отмеченных экспертами ЮНВТО для решения проблемы роста числа туристов (UNWTO, 2018).

Цель исследования (The aim of the work). Цель исследования заключается в поиске путей решения проблем чрезмерного туризма, изучении новых направлений и видов туризма, выступающих в качестве альтернативных и противопоставленных массовому туризму.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Основными источниками для написания данной статьи послужили итоги исследований Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), статистические данные Федерального агентства по туризму, экспертные и аналитические исследования, теоретические обзоры отечественных и зарубежных авторов по проблематике чрезмерного туризма. Работа основывается на общетеоретических и научных методах исследования, в частности, методах синтеза и анализа информации, выделении отдельных сторон проблематики исследования, структурировании информации, графической интерпретации статистических данных.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Под туристским потоком понимается определенное количество туристов, которые совершают путешествие в те или иные туристские регионы в определенный период времени. Туристские потоки рассматриваются как управляемая категория. Управление туристскими потоками подразумевает «управление процессами, включающими формирование и качественное развитие основных туристских потоков с целью развития туристических дестинаций, минимизации негативного влияния туризма на окружающую среду, а также с целью перенаправления туристских потоков в менее популярные туристические дестинации» (Пустовойтенко, 2019).

Исходя из определения сущности туристского потока и управления данными потоками, вытекает необходимость обозначения понятия «массовый туризм», который рассматривается как современное направление организации туристических путешествий, доступных для туристов с любым уровнем дохода, формой занятости и пр. Поскольку массовый туризм обладает чертами доступности для туристов, это порождает высокий туристический спрос со стороны туристов, желающих с наименьшими затратами провести отдых за пределами постоянного места жительства. Анализируя эффекты развития массового туризма, можно выделить следующие его положительные воздействия (Оборин, 2020):

1. Увеличение уровня занятости граждан страны в оказании услуг при развитии массового туризма;
2. Увеличение уровня развития сопутствующих отраслей экономики, связанных с туризмом;
3. Развитие инфраструктуры территории;
4. Рост инвестиционных вложений и уровня доходности, следовательно, уровня и объема получаемых налоговых отчислений в бюджет страны через развитие туризма;
5. Увеличение уровня доходов местного населения;
6. Рост количества поставщиков туристических услуг и продуктов, развитие предпринимательства в туристической отрасли;
7. Повышение культурного и образовательного уровня населения.

Несмотря на ряд значимых положительных следствий развития массового туризма, выделяют также ряд негативных факторов, оказывающих влияние на принимающий регион, среди которых:

1. Увеличение уровня негативного воздействия на окружающую среду, водные ресурсы, биологические, животные и растительные объекты природы;
2. Увеличение нагрузки на транспортную инфраструктуру;

3. Перевод плодородных земель под нужды туристической индустрии;

4. Усложнение государственного контроля и надзора за правомерностью осуществления туристской деятельности, безопасностью, объемом налоговых поступлений в бюджет и пр.

Исследования показывают, что массовый поток туристов приводит к экспоненциальному росту уровня нагрузки на туристскую местность, экономику и инфраструктуру принимающей дестинации, что негативно сказывается на всех сферах жизнедеятельности общества (Наумова, Савельев, 2019). Кроме того, на первый план выходят проблемы неспособности государственных институтов управлять большими туристскими потоками, невозможности отслеживания направлений движения туристского потока, в результате чего одни туристические дестинации испытывают огромный наплыв туристов, в то время как другие туристические направления и дестинации, напротив, не могут реализовать свой туристический потенциал, имея при этом достаточно ресурсов и возможностей для качественного обслуживания туристов.

Дискуссия о воздействии туристской деятельности на принимающие сообщества в научном поле продолжается уже много лет. Негативные последствия туризма обсуждались еще в 1960-х годах, задолго до появления терминов «чрезмерный туризм», «овертуризм». Не обозначая задачу изучения подходов к понятию «овертуризм», отметим, что единого мнения относительно его сущности нет, как и не существует стандартизированной формулировки.

Академический вклад в определение чрезмерного туризма относится к «чрезмерному росту посетителей, приводящему к перенаселенности в районах, где жители страдают от последствий временных и сезонных пиков туризма, которые вызвали необратимые изменения в их образе жизни,

лишили доступа к удобствам и нанесли ущерб их общему состоянию благополучия» (Milano, Cheer, Novelli, 2019).

Очевидно, что овертуризм возникает, когда большое количество туристов прибывает в определенное место в одно и то же время. Отметим, что массовый туризм и чрезмерный/сверхтуризм/овертуризм понятия различные. Но, именно массовый туризм приводит к сверхтуризму на территории тех дестинаций, которые не справляются с массовыми потоками туристов.

Выводы, сделанные в работах Р. В. Батлер и Р. Доддс, показывают, что существует ряд глобальных тенденций, которые способствуют возникновению и сохранению чрезмерного туризма и которые на сегодняшний день не поддаются смягчению и разрешению по конкретным причинам. К ним относится отсутствие готовности принять проблему количества туристов и сократить или эффективно управлять им на всех уровнях, от местного до международного (Butler, Dodds, 2022).

А. Бохач, Е. Драпела в своих исследованиях рассматривают причины, которые приводят к чрезмерному туризму в сельской местности и объясняют концепцию трех векторов чрезмерного туризма: объективного, субъективного и временного. Основываясь на опыте районов, пострадавших от чрезмерного туризма в Чехии, авторы описывают, как определить, может ли объект быть положительным центром развития туризма или, наоборот, представляет опасность для данного региона (Boháč, Drápela, 2022).

Придерживаясь гипотезы о том, что чрезмерный туризм возникает на массовых туристических направлениях, рассмотрим основные туристские потоки по различным регионам мира. Данные статистики Всемирной туристской организации, представленные на рисунке 1, отражают актуальные направления формирования туристских потоков в мире за период 2017-2021 гг. (UNWTO, 2022).



Рис. 1. Направления формирования туристского потока за период 2017-2021 гг. по данным Всемирной туристской организации, млн туристских прибытий
Fig. 1. Directions of tourist flow formation for the period 2017-2021, according to the World Tourism Organization, million tourist arrivals

Анализируя данные, представленные на рисунке 1, можно сделать вывод, что направлениями формирования туристского потока являются такие мировые регионы, как: страны Европы, страны Азии и Океании, страны Америки. За пятилетний период 2017-2021 гг. в страны Европейского континента в общей сложности спланировали путешествие большое количество туристов, составив за период 2017-2021 гг. в общей сложности порядка 2 659 млн туристических прибытий. Вторым по популярности туристическим направлением являются страны Азии и Океании, на долю которых за период 2017-2021 гг. в общей сложности приходится порядка 1 110 млн туристических прибытий. Третьим популярным направлением на мировой туристической арене выступает континент Северной и Южной Америки, на страны которого приходилось за 2017-2021 гг. порядка 807 млн туристических прибытий.

Статистика популярных массовых туристских направлений в страны Европейского континента, Азии и Океании, страны Южной и Северной Америки обусловлена несколькими факторами:

1. Близость расположения популярных стран по отношению друг к другу,

из которых и формируется большой по объему туристский поток;

2. Относительная простота организации транспортного трансфера;

3. Высокий уровень обеспечения безопасности в туристических регионах в сравнении с другими странами (экономическая, социальная, инфраструктурная безопасность);

4. Высокий уровень развитости объектов транспортной, социальной, информационной и иных видов инфраструктуры принимающей страны;

5. Культурная, историческая ценность туристических направлений, возможность прикоснуться к многовековой истории, насладиться природой и т.д.

Менее популярными туристическими направлениями признаны страны, которые относятся к Африканскому континенту. По данным, представленным на рисунке 1, за период 2017-2021 гг. в странах Африки было зарегистрировано в общей сложности порядка 232 млн туристских прибытий. Страны Среднего Востока за период 2017-2021 гг. отразили более лучшую статистику в сравнении со странами Африки, общий объем туристских прибытий составил порядка 245 млн за период 2017-2021 гг.

Статистика непопулярных направлений организации туризма в страны Африки

и Среднего Востока обусловлена несколькими факторами:

1. Дороговизна перелетов, передвижений внутри стран;
2. Низкий уровень безопасности в туристических регионах, в т. ч. неразвитость системы безопасности, неразвитость транспортной и социальной инфраструктур;
3. Низкий уровень культурной, социальной и экономической развитости стран;
4. Отсутствие элементарных сервисов и обслуживающей инфраструктуры для туристов.

Анализ статистики региональных направлений распространения туристского потока за период 2019-2021 гг. показывает значительный спад в количестве туристических

прибытий по всем странам регионов мира без исключения, вызванный кризисом COVID-19. Больше всего снизилось количество туристских прибытий в следующих странах: страны Европейского континента (снижение на 510 млн туристов в 2020 году в сравнении с 2019 годом); страны Азии и Океании (количество туристических прибытий в 2020 году по сравнению с 2019 годом сократилось на 301 млн); страны Южной и Северной Америки (минус 140 млн туристических прибытий в 2020 году по сравнению с допандемийным 2019 годом).

Для анализа популярных регионов на рисунке 2 представим страны, которые формируют наибольший поток массового туризма за период 2017-2021 гг.

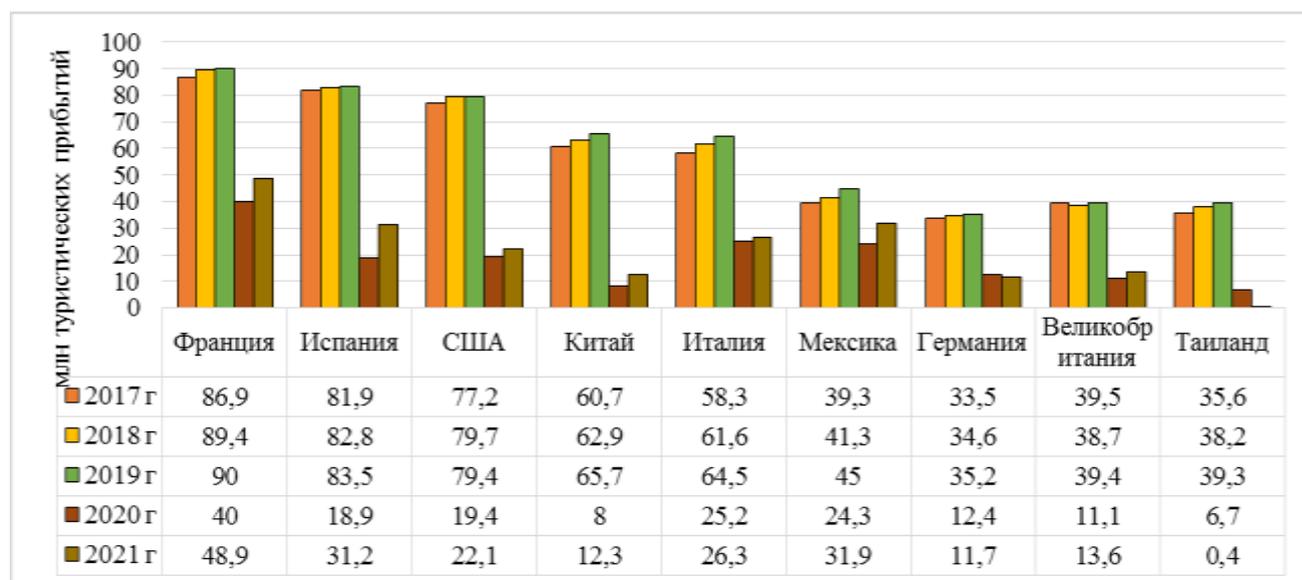


Рис. 2. Страны, формирующие туристский поток за период 2017-2021 гг. по данным Всемирной туристской организации, млн туристских прибытий
Fig. 2. Countries forming the tourist flow for the period 2017-2021, according to the World Tourism Organization, million tourist arrivals

Анализ статистических данных по популярным направлениям (рис.2) за 2017-2021 гг. позволил выделить 9 ключевых стран, по которым сформирован наибольший туристский поток, в пятерке первых: Франция (355,2 млн туристических прибытий); Испания (298,3 млн туристических прибытий); США (277,8 млн туристических прибытий); Италия (235,9 млн туристических

прибытий); Китай (209,6 млн туристических прибытий).

За период 2019-2020 гг. все страны, отраженные на рисунке 2, без исключения продемонстрировали отрицательную динамику в части объема туристических прибытий. Больше других объем туристических прибытий сократился в таких странах, как: Испания (– 646 млн туристических

ских прибытий); США (– 50 млн туристических прибытий); Китай (– 57,7 млн туристических прибытий); Франция (– 50 млн туристических прибытий).

При этом стоит обозначить тот факт, что несмотря на периодически возникающие ограничения в связи с распространением различных штаммов новой коронавирусной инфекции COVID-19, мировая туристическая индустрия постепенно восстанавливается, о чем свидетельствует значительное увеличение количества туристических прибытий 2020-2021 гг. в странах Европейского континента (+ 44 млн туристических прибытий), странах Северной и Южной Америки (+ 3 млн туристических прибытий), странах Среднего Востока (+ 2 млн туристических прибытий).

Положительную динамику туристических прибытий в период 2020-2021 гг. (рис. 2), имели следующие страны: Испания (+ 12,3 млн туристических прибытий); Франция (+ 8,9 млн туристических прибытий); Мексика (+ 7,6 млн туристических прибытий); Китай (+ 4,3 млн туристических прибытий).

Среди ярких примеров популярных городов, испытывающих проблемы овертуризма, в научных исследованиях упоминаются: Амстердам, Рим, Париж, Милан, Венеция, Барселона, Нью-Йорк, Дубровник, Брюгге (Новичкова, Новичков, 2019; Бегиликова, 2021; Стрельникова, Бакурова, 2019; Гапоненко, Василенко, 2020; García-Buades, García-Sastre, Alemany-Normaeche, 2022; Pérez Garrido, Sebrek, Semenova, Bal, Michalkó, 2022).

Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) опубликовал отчет, в котором представлены 50 городов, наиболее подверженных риску овертуризма в ближайшие 10 лет (The Authority on World travel..., 2019). Первые 10 позиций занимают:

1. Куала-Лумпур, Малайзия;
2. Стамбул, Турция;
3. Манила, Филиппины;
4. Джакарта, Индонезия;
5. Каир, Египет;
6. Дели, Индия;

7. Бангкок, Таиланд;
8. Богота, Колумбия;
9. Мумбаи, Индия;
10. Москва, Россия.

Несмотря на то, что проблема овертуризма носит комплексный характер, развитие новых видов туризма, альтернативных вариантов отдыха, создание и продвижение новых маршрутов, достопримечательностей является одним из путей решения данной проблемы и рассматривается в качестве рекомендательных мер экспертами отрасли и учеными-исследователями, занимающимися данной проблематикой, наряду с защитой популярных направлений, ограничительной политикой, грамотным менеджментом и пр.

Совсем недавно в научной литературе и экспертных обзорах появился новый термин «андертуризм» (undertourism), который характеризуется как путешествие в менее известное или необычное место взамен посещения всемирно известных локаций, традиционно переполненных туристам. Андертуризм – некая ответная реакция на массовый туризм и решение вопросов овертуризма. Известный журналист Дж. Бакли характеризует его как тактику маркетологов, используемую для привлечения туристов в менее посещаемые направления (Undertourism..., 2019). Точного описания данному направлению в туризме ученые-исследователи еще не дали, но маркетологи, учитывая ситуацию в массовых (мейнстрим) направлениях, активно взяли за его развитие, проводя аналогии с андеграундом, т.е. противоположным массовым направлениям, непопулярным в определенном временном интервале.

Если обратиться к словарю терминов, «андеграунд, или андерграунд, – совокупность творческих направлений в современном искусстве, противопоставленных массовой культуре, мейнстриму и официальному искусству» (Информационные технологии..., 2020).

Таким образом, переходя от понятия «андертуризм» как тактического решения маркетологов к андеграундному туризму, следует рассматривать его как особую

форму туризма, сущность которой выражается в развитии нестандартных культурных мест и видов туризма, организованных для ознакомления с новыми направлениями искусства, культуры, музыки, творчества и т.д.

На наш взгляд, интерес к новому направлению туризма вызван последствиями пандемии, которые стимулировали изменение сознания в отношении потребительских ценностей путешественников в сторону устойчивого и зеленого туризма. Трэвел-эксперты предполагают, что это станет современным трендом и поможет получать не только больше уникальных впечатлений, развивать новые направления, но и решать проблемы, связанные с овертуризмом.

На наш взгляд, андеграундный туризм является новой формой туризма как

для самих туристов, так и для поставщиков туристических услуг, где триггером выступает нестандартность туристского предложения. Андеграундный туризм позволяет развивать новые туристические направления и дестинации, открывать новые объекты и достопримечательности.

В результате изучения научной, статистической информации, экспертных мнений о развитии новых направлений туризма, представлена классификация типов андеграундного туризма, определены три классификационных признака, которые характеризуют основные направления андеграундного туризма (таблица): по посещаемым объектам, по индустриализации туризма, по аномальному принципу развития туризма.

Таблица

Классификация типов андеграундного туризма

Table

Classification of underground tourism types

Наименование классификационного признака	Типы андеграундного туризма	Краткая характеристика типов андеграундного туризма
По посещаемым объектам	Культурный	Посещение объектов культуры, различных творческих выставок, ярмарок, музыкальных фестивалей, рок-концертов, художественных авангардных выставок, литературных кружков, кинофестивалей, объектов уличного искусства (граффити), перфомансов
	Исторический	Посещение объектов истории прошлого, бомбоубежищ старого типа, религиозных мест, катакомб, подземных древних тоннелей
По индустриализации туризма	Диггерство	Посещение объектов, незаконных для пребывания людей в целях проведения экскурсий, перфомансов (старые подвалы, заброшенные станции метро, заброшенные старые тоннели)
	Руфинг	Посещение объектов, легализованных к посещению в целях проведения экскурсий и культурного познания (посещение крыш известных исторических и культурных зданий и сооружений)
	Инфильтрация	Посещение объектов, которые незаконны для пребывания людей, закрыты для официального посещения (заброшенные промышленные здания, заводы)
По аномальному	Мистический	Посещение объектов, которые обладают са-

Наименование классификационного признака	Типы андеграундного туризма	Краткая характеристика типов андеграундного туризма
принципу развития туризма		кральным смыслом, мистическими историями, преданиями
	Катастрофический	Посещение объектов, подвергшихся негативному воздействию окружающей среды или промышленного сектора экономики, повлекшему человеческие трагедии
	Некропольный	Посещение объектов, связанных с массовым и индивидуальным захоронением людей

В соответствии с исследованием, представленным Lonely Planet, отражающим информацию о развитии туризма и популярных туристических направлениях, определен ряд стран, которые становятся интересными для туристов (Направления, которые..., 2019). Среди них выделены такие страны, как:

1. Филиппины;
2. Южная Корея;
3. Саудовская Аравия;
4. Казахстан;
5. Нидерланды.

Помимо обозначенных стран, которые набирают актуальность среди туристов по мнению исследований Lonely Planet, с точки зрения развития андеграундного туризма также стоит выделить несколько ключевых стран мира по версии Всемирной туристской организации, которые за последние 6 лет стали актуальными в части андеграундных туристических направлений:

1. Исландия (богатая природа: ландшафт, ледники, фьорды, гейзеры, вулканы, скалы и горы, озера, реки и водопады, геотермальные источники, для выезда на которые организуются нестандартные частные и групповые туристические поездки);

2. Япония (нестандартная еда, аниме, карикатуры, музеи инноваций, комиксы и т.д.);

3. Оман (нестандартные для посещения заброшенные исторические объекты, корабли, древние крепости);

4. Армения (колоритная культура, история, перфомансы, уличная культура и искусство, музыка);

5. Азербайджан (колоритная культура и искусство, история, перфомансы, уличная культура и искусство, музыка);

6. Монголия (колоритная культура и искусство, история, перфомансы, уличная культура и искусство, музыка);

7. Уругвай (колоритная культура и искусство, история, перфомансы, уличная культура и искусство, музыка).

Заключение (Conclusions). Андеграундный туризм – явление относительно новое в структуре современного туризма и не до конца изученное. Учитывая, что это одно из набирающих популярность направлений, нужно понимать, что границы между андеграундом и мейнстримом всегда размыты. Как многие виды и произведения искусства, которые начинались как андеграунд, со временем становились известными и массовыми, такая же ситуация может быть и в туризме. Поэтому использование грамотных маркетинговых стратегий в управлении спросом и формировании новых интересных продуктов андеграундного туризма должно стать распространенной практикой в решении проблем чрезмерного туризма. Маркетинг «вливания» и цифровые медиа уже используются как инструменты, способные влиять на устойчивые действия по смягчению перегруженных чрезмерно посещаемых территорий для сохранения их природной и культурной среды, и наоборот, оживлению менее известных и популярных территорий (Богомазова, Климова, 2021; Cooke, Nunes, Oliva & Lazzaratti, 2022).

Несмотря на то, что решение проблем сверхтуризма носит комплексный характер

(от правовых мер по ограничению туризма в загруженных дестинациях и снижению воздействия на местные сообщества до внедрения технологий, помогающих контролировать туристские потоки), очевидно, что разработка новых направлений, таких как андеграундный туризм, смягчит проблему чрезмерного туризма для отдельных территорий. Но только комплексное решение и понимание проблемы сверттуризма на всех уровнях позволит выстроить эффективную всеобъемлющую стратегию управления туристскими потоками и, в конечном итоге, изменить глобальный ландшафт путешествий.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

- Бегиликова А. Н. Климова Т.Б. Мейнстрим vs андеграунд: новые тренды в туризме // Туризм и гостеприимство: новые концепции, возможности и инструменты развития: Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. – Белгород: Издательский дом «Белгород», 2021. С. 19-23.
- Богомазова И. В., Климова Т. Б. Туризм в эпоху социальных сетей: картинка или реальность? // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021, Т. 8. № 3. С. 3-14. DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-3-0-1.
- Гапоненко А.И., Василенко А.В. Over- и under-tourism как взаимосвязанные явления современного глобализирующегося мира // Проблемы экономики. 2020. 1 (43). С. 6-12. DOI: 10.32983/2222-0712-2020-1-6-12.
- Информационные технологии и цветоческие интерпретации живописи в архитектурном пространстве / Министерство науки и высшего образования РФ; Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова. Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. –124 с.
- Направления, которые выросли в популярности за последнее десятилетие. URL: <https://www.lonelyplanet.com/articles/holiday-hotspots-popularity> (дата обращения: 05.06.2022).
- Наумова И.В., Савельев И.И. Овертуризм: сущность и пути решения проблемы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 4. С. 27-35. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10403.
- Новичкова А.В., Новичков Н.В. Овертуризм: локальные проблемы и глобальные решения // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 4. С. 36-45. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10404.
- Оборин М. С. Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий // Сервис plus. 2020. Т.14. № 1. С. 18-26. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10103.
- Пустовойтенко С. И. Общие факторы трансформации туристских потоков в условиях современного развития туризма // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2019. № 10. С. 12-26.
- Стрельникова М.А., Бакурова Е.Н. Овертуризм в научном и публицистическом дискурсе: теоретический обзор // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 4. С. 46-54. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10405.
- Boháč A., Drápela E. Overtourism Hotspots: Both a Threat and Opportunity for Rural Tourism // European Countryside, Sciendo. 2022. 14 (1), pp. 157 – 179. DOI 10.2478/euco-2022-0009.
- Butler R.W. Dodds Rachel Overcoming overtourism: a review of failure // Tourism Review. 2022. 77 (1), pp. 35-53. DOI 10.1108/TR-04-2021-0215.
- Cooke P., Nunes S., Oliva S., Lazzeretti L. Open Innovation, Soft Branding and Green Influencers: Critiquing «Fast Fashion» and «Overtourism» // Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2022. 8 (1). 52 p. DOI 10.3390/joitmc8010052.
- García-Buades M.E., García-Sastre M.A., Alemany-Hormaeche M. Effects of overtourism, local government, and tourist behavior on residents' perceptions in Alcúdia (Majorca, Spain) // Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 2022. Т. 39 DOI 10.1016/j.jort.2022.100499.
- Milano C., Cheer J.M., Novelli M. (Eds.), Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism // Journal of Tourism Futures. 2019. 5(3). Pp. 295-296. DOI 10.1108/JTF-09-2019-088.
- Pérez Garrido B., Sebrek S.S., Semenova V., Bal D., Michalkó G. Addressing the Phenomenon of Overtourism in Budapest from Multiple Angles Using Unconventional Methodologies and Data // Sustainability 2022. 14 (4). P 2268. DOI 10.3390/su14042268.

The Authority on World travel & tourism.
URL:

<https://www.wttc.org/publications/2019/destination-2030> (дата обращения: 08.07.2022).

Undertourism – National Geographic Search. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/undertourism-overtourism-sustainable-destinations> (дата обращения: 08.07.2022).

Undertourism: These destinations want your attention. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/undertourism-overtourism-sustainable-destinations> (дата обращения: 07.07.2022).

UNWTO. World tourism barometer and statistical annex, March/april 2018. World Tourism Barometer. 16 (2). 2018. Pp. 1-60. 10.18111/WTOBAROMETERENG.2018.16.1.2/

UNWTO. Tourism statistics database. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (дата обращения: 07.06.2022).

References

Begilikova, A. N. and Klimova, T.B. (2021), “Meinstrim vs andegraund: novye trendy v turizme”, Turizm i gostepriimstvo: novye konceptsii, vozmozhnosti i instrumenty razvitiya, Sbornik statej po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii, Belgorod, Izdatel'skij dom «Belgorod», 2021, pp. 19-23.

Bogomazova, I.V. and Klimova, T.B. (2021), “Tourism in the era of social media: picture or reality”, Research Result. Technologies of Business and Service, 8 (3), pp. 3-14, DOI:10.18413/2408-9346-2021-7-3-0-1.

Haponenko, A. I. and Vasylenko, A.V. (2020), “Over- and Under-tourism as Interconnected Phenomena of the Modern Globalizing World”, The problems of economy, 1 (43), pp. 6-12, DOI: 10.32983/2222-0712-2020-1-6-12.

Informatsionnye tekhnologii i tsvetograficheskie interpretatsii zhivopisi v arkhitekturnom prostranstve (2020), Ministerstvo nauki i vysshego obrazovaniya RF, Altajskij gosudarstvennyj tekhnicheskij universitet im. I.I. Polzunova, Barnaul, Altai State University, 124 p.

Napravleniya, kotorye vyrosli v populyarnosti za poslednee desyatiletie [Online], available at: <https://www.lonelyplanet.com/articles/holiday-hotspots-popularity> (Accessed 5 July 2022).

Naumova, I.V. and Savel'ev, I.I. (2019), “Overturizm: sushchnost' i puti resheniya problem”, Sovremennye problemy servisa i turizma, T. 13, 4, pp. 27-35, DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10403.

Novichkova, A.V. and Novichkov, N.V. (2019), “Overturizm: lokal'nye problemy i global'nye resheniya”, Sovremennye problemy servisa i turizma, T. 13, 4, pp. 36-45. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10404.

Oborin, M. S. (2020), “Otritsatel'nye posledstviya massovogo turizma dlya primayushchih territorij”, Servis plus, T. 14, 1, pp. 18-26. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10103.

Pustovojtenko, S. I. (2019), “Obshchie faktory transformatsii turistskih potokov v usloviyah sovremennoy razvitiya turizma”, Nauka i turizm: strategii vzaimodeistviya, 2019, 10, pp. 12-26.

Strel'nikova, M.A. and Bakurova, E.N. (2019), “Overturizm v nauchnom i publitsisticheskom diskurse: teoreticheskij obzor”, Sovremennye problemy servisa i turizma, T. 13, 4, pp. 46-54, DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10405.

Boháč A. and Drápela, E. (2022), “Overtourism Hotspots: Both a Threat and Opportunity for Rural Tourism”, European Countryside, Sciendo, 14 (1), pp. 157- 179, DOI 10.2478/euco-2022-0009.

Butler, R.W. and Dodds, R. (2022), “Overcoming overtourism: a review of failure”, Tourism Review, 77 (1), pp. 35-53, DOI 10.1108/TR-04-2021-0215.

Cooke, P., Nunes S., Oliva S. and Lazzeretti L. (2022), “Open Innovation, Soft Branding and Green Influencers: Critiquing «Fast Fashion» and «Overtourism»”, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8 (1), 52 p., DOI 10.3390/joitmc8010052.

García-Buades, M.E., García-Sastre, M.A. and Alemany-Hormaeche, M. (2022), “Effects of overtourism, local government, and tourist behavior on residents' perceptions in Alcúdia (Majorca, Spain)”, Journal of Outdoor Recreation and Tourism, T. 39, DOI 10.1016/j.jort.2022.100499.

Milano, C., Cheer, J.M. and Novelli, M. (2019), “Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism”, Journal of Tourism Futures, 5 (3), pp. 295-296, DOI 10.1108/JTF-09-2019-088.

Pérez, Garrido B., Sebrek, S.S., Semenova, V., Bal, D. and Michalkó, G. (2022), “Addressing the Phenomenon of Overtourism in Budapest from Multiple Angles Using Unconventional Methodologies and Data”, Sustainability, 14 (4), p. 2268, DOI 10.3390/su14042268.

The Authority on World travel & tourism, [Online], available at: <https://www.wttc.org/publications/2019/destination-2030> (Accessed 5 July 2022).

Undertourism – National Geographic Search, [Online], available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/undertourism-overtourism-sustainable-destinations> (Accessed 5 July 2022).

Undertourism: These destinations want your attention, [Online], available at: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/undertourism-overtourism-sustainable-destinations> (Accessed 5 July 2022).

UNWTO, (2018), World tourism barometer and statistical annex, March/april 2018, World Tourism Barometer, 16 (2), pp. 1-60. 10.18111/WTOBAROMETERENG.2018.16.1.2.

UNWTO, Tourism statistics database, [Online], available at: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (Accessed 5 July 2022).

Данные об авторе

Климова Татьяна Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the author

Tatyana B. Klimova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of International Tourism and Hotel Business