

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.484.6
JEL Classification: Z32

OVER- ТА UNDER-TOURISM ЯК ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІ ЯВИЩА СУЧАСНОГО ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

© 2020 ГАПОНЕНКО Г. І., ВАСИЛЕНКО А. В.

УДК 338.484.6
JEL Classification: Z32

Гапоненко Г. І., Василенко А. В.

Over- та under-tourism як взаємозалежні явища сучасного глобалізованого світу

На сьогодні міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації набуває динамічного розвитку та стає одним із найвпливовіших чинників розвитку країн. Можливість подорожувати є виразною ознакою сучасного суспільства, тому туристичні подорожі стають частиною життя людей, тим самим формуючи багато соціально-економічних, екологічних, культурних та інших проблем. Тому питання, пов'язані з перенасиченням дестинацій і нестачею туристів у менш популярних місцях, наразі є досить актуальними та потребують дослідження й розв'язання. Предметом дослідження статті є співіснування овертуризму та андертуризму в світі та Україні зокрема. Мета – дослідження тенденцій розвитку овертуризму та андертуризму в світі, визначення шляхів їхнього розвитку. Завдання: висвітлення основних проблем (перенасичення дестинацій) та перспектив (подорожі туристів до менш популярних місць відпочинку) розвитку сучасних туристичних трендів; формулювання стратегії використання зарубіжного досвіду як засобу сприяння поїздкам до місць, які є альтернативним варіантом відомим туристичним дестинаціям. У статті було використано аналітичний, порівняльний та інші науково-дослідні методи. Результати дослідження: виявлено основні напрямки явищ перенасичення дестинацій та андертуризму в світі та Україні зокрема, їх вплив на економіку держави та шляхи залучення більшої кількості туристів до нашої країни. Висновок: завдяки вивченню досвіду різних країн світу визначено шляхи, які можуть використовуватися для вирішення проблем овертуризму та роповсюдження андертуризму як його альтернативи.

Ключові слова: перенасичення дестинацій, андертуризм, овертуризм, туристична перенапряга, сталий туризм, Covid-19.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-6-12>

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 14.

Гапоненко Ганна Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/3014481/hanna-haponenko/>

SPIN: https://elibrary.ru/author_info.asp?isold=1

Василенко Анастасія Володимирівна – студент, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: asya27679@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

УДК 338.484.6
JEL Classification: Z32

UDC 338.484.6
JEL Classification: Z32

Гапоненко А. И., Василенко А. В.

Over- и under-tourism как взаимосвязанные явления современного глобализирующегося мира

На сегодняшний день международный туризм под влиянием процессов глобализации приобретает темпы динамического развития и становится одним из самых существенных факторов развития стран. Возможность путешествовать является признаком современного общества, поэтому туристические путешествия становятся частью жизни людей, тем самым формируя множество социально-экономических, экологических, культурных и других проблем. Поэтому вопросы, связанные с перенасыщением дестинаций и нехваткой туристов в менее популярных местах, являются весьма актуальными и требуют исследования и решения. Предметом исследования статьи является сосуществование овертуризма и андертуризма в мире и Украине в частности. Цель – исследование тенденций развития

Haponenko H. I., Vasylenko A. V.

Over- and Under-tourism as Interconnected Phenomena of the Modern Globalizing World

Today, international tourism, under the influence of globalization, demonstrates dynamic pace of development and is becoming one of the most significant factors in the advancement of countries. The ability to travel is one of the features of modern society. Thus, tourism becomes part of people's lives, thereby forming many socio-economic, environmental, cultural and other problems. Therefore, issues related to over-saturation of destinations and lack of tourists in less popular places are of high relevance and require studying and solving. The subject of this article is the coexistence of over-tourism and under-tourism in the world and, in particular, in Ukraine. The aim of the study is to consider the trends in the development of over-tourism and under-tourism in the world and to determine the ways of their development. Tasks: covering the main problems (over-saturation of destinations) and pros-

овертуризму и андертуризму в мире, определение путей их развития. Задачи: освещение основных проблем (перенасыщение дестинаций) и перспектив (путешествия туристов в менее популярные места отдыха) развития современных туристических трендов; формулирование стратегии использования зарубежного опыта как средства содействия поездкам к местам, которые являются альтернативным вариантом известным туристическим дестинациям. В статье были использованы аналитический, сравнительный и другие научно-исследовательские методы. Результаты исследования: выявлены основные тенденции развития явлений перенасыщения дестинаций и андертуризма в мире и Украине в частности, их влияние на экономику государства и пути привлечения большего количества туристов в нашу страну. Вывод: благодаря изучению опыта различных стран мира, обозначены направления, которые могут использоваться для решения проблем овертуризма и распространения андертуризма как его альтернативы.

Ключевые слова: перенасыщение дестинаций, андертуризм, овертуризм, туристическое перенапряжение, устойчивый туризм, Covid-19.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Библ.:** 14.

Гапоненко Анна Игоревна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра туристического бизнеса и страноведения, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/3014481/hanna-haponenko/>
SPIN: https://elibrary.ru/author_info.asp?isold=1

Василенко Анастасия Владимировна – студент, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: asya27679@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

pects (attracting tourists to less popular holiday destinations) of the development of modern tourist trends; formulating a strategy for using international experience to promote trips to places that are an alternative to well-known tourist destinations. The article uses analytical, comparative and other research methods. Results of the study: the main trends in the development of the phenomena of over-saturation of destinations and under-tourism in the world and, in particular, in Ukraine, their impact on the national economy and ways to attract more tourists to our country are identified. Conclusion: due to the study of the experience of various countries of the world, the directions that can be used to solve the problems of over-tourism and the spread of under-tourism as its alternative are outlined.

Keywords: over-saturation of destinations, under-tourism, over-tourism, tourist overload, sustainable tourism, Covid-19.

Fig.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 14.

Haponenko Hanna I. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Tourism and Country Studies, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/3014481/hanna-haponenko/>
SPIN: https://elibrary.ru/author_info.asp?isold=1

Vasylenko Anastasiia V. – Student, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: asya27679@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

Постановка проблеми. На Конференції ООН зі сталого розвитку (Ріо + 20) в червні 2012 р. світовою спільнотою було визнано факт того, що «ретельно спланована і регульована діяльність в сфері туризму» може робити вагомий внесок у рамках усіх компонентів сталого розвитку, забезпечувати створення робочих місць і відкривати можливості в галузі торгівлі. На сьогодні міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації набуває найдинамічнішого розвитку та стає одним із впливових чинників розвитку країн. Можливість подорожувати є виразною ознакою сучасного суспільства, тому туристичні подорожі стають частиною життя людей, тим самим формуючи багато соціально-економічних, екологічних, культурних та інших проблем.

Тому питання, пов'язані з перенасиченням дестинацій і нестачею туристів у менш популярних місцях, наразі є досить актуальними та потребують ґрунтового аналізу й розв'язання.

Аналіз останніх наукових досліджень. Овер- та андертуризм, як нові напрями дослідження, лише нещодавно почали цікавити науковий світ, хоча практичне вирішення пов'язаних з ними проблем проводиться окремими локальними методами ще із середини ХХ століття. Всесвітньою туристичною організацією в 2017 р. було проведено дослідження «Overtourism? Understanding and managing

urban tourism growth beyond perceptions» [1], в результаті якого було запропоновано комплекс стратегій та заходів, направлених на зменшення та подальше попередження надмірного туризму в європейських містах.

Дослідження з цієї теми проводили М. Мартінс, А. Гонсалес, Г. Пліхта, М. Беннер. Але в зв'язку з тим, що явища андер- та овертуризму в наш час ще недостатньо вивчені та висвітлені вітчизняними і закордонними вченими, та згідно з цьогочасними загальносвітовими туристичними тенденціями обрана нами тема дослідження є надзвичайно актуальною.

Мета статті – дослідження сутності та визначення векторів розвитку овертуризму й андертуризму в сучасному глобалізованому світі.

Виклад основного матеріалу. Серед найважливіших показників місткості ринку міжнародного туризму є «кількість прибуттів», що визначається чисельністю тих, хто здійснив подорож протягом року й зареєстрований як особа, що прибула в певну країну з метою туризму. Кількість прибуттів іноземних гостей у різних країнах фіксується за єдиною методикою, розробленою Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO). Згідно зі світовою статистикою у 2019 р. було зроблено на 4 % більше міжнародних туристичних поїздок, ніж роком раніше. Ця цифра сягнула 1,5 млрд.

За даними ООН, кількість міжнародних прибуттів у світі з січня по червень 2019 р. склала 671 млн. Це на 30 млн більше, ніж в аналогічний період у 2018 р. На 8 % виріс турпотік до країн Близького Сходу, на 6 % – до країн Азії та Тихоокеанського регіону. У європейські країни за перші

шість місяців цього року прибуло туристів на 4 % більше, ніж за аналогічний період у 2018 р. [2].

За прогнозами UNWTO, ця тенденція продовжуватиметься в найближчі роки з темпами 4–5 %, що перевищує середнє зростання світового ВВП (рис. 1).

Global tourist per year

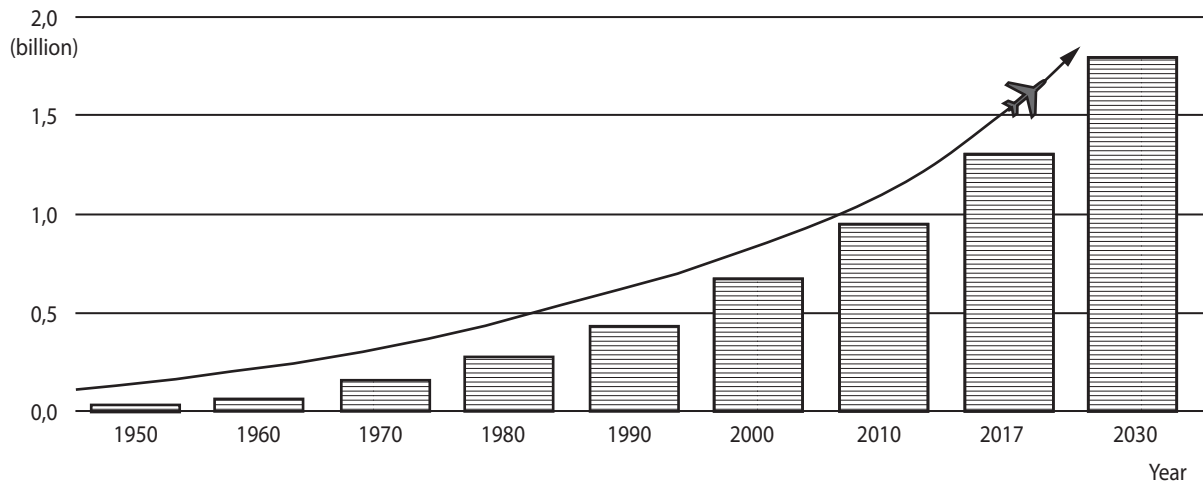


Рис. 1. Зростання світового туризму в 1950–2030 рр. [2]

Овертуризм (англ. Overtourism) – це новий термін, який використовується для описання негативних наслідків масового туризму, які пов'язані з вибуховим зростанням популярності певних місць у світі, що привертають до себе все більшу увагу як з боку звичайних туристів, так і користувачів соціальних мереж. Актуальність цієї теми підтверджується дослідженням «Овертуризм? Розуміння і управління зростанням міського туризму поза межами сприйняття», проведеним на замовлення UNWTO на основі аналізу даних восьми європейських міст (Амстердаму, Барселони, Берліну, Копенгагену, Лісабону, Мюнхену, Зальцбургу, Таллінну) [1]. Експертами Центру Експертизи в галузі відпочинку, туризму та гостинності Університету Бреда (Нідерланди), Європейського інституту туризму майбутнього Університету Стендена (Нідерланди), за підтримки Європейської туристичної асоціації та відповідних міських властей було проведено оцінку і розроблено Програму стратегій і заходів з метою запобігання надмірній концентрації туристичних потоків в європейських містах.

Отже, зростанню доступності і спрощенню туристичних поїздок активно сприяють нові технології, такі як:

- використання послуг низьковартісних авіаперевізників;
- подальший розвиток круїзних маршрутів;
- використання можливостей економіки спільного споживання, в першу чергу, Airbnb, сервісів каршерінгу й ін.;
- можливості самостійної організації поїздок за допомогою онлайн-сервісів;
- розширення доступу до здобуття практично будь-якої інформації з обраного напрямку через пошукові системи і соціальні медіа.

Особливо варто зазначити зміну поведінки споживачів туристичних послуг, пов'язану з використанням со-

ціальних мереж (Facebook, Instagram та інші). Всі вони є домінуючими гравцями туристичного ринку, що визначають сучасну споживчу поведінку. З'явилося навіть нове поняття «Instagrammable», яке характеризує критерій вибору поїздки, виходячи з того, наскільки велику увагу фотографії відвідуючої місцини можуть залучити в соціальних мережах. Особливе значення також має діяльність тревел-блогерів, знаменитостей та інших осіб, що справляють через свої акаунти вплив не тільки на вибір напрямків поїздок, але і на поведінку своїх підписників, яка не завжди відповідає нормам здорового глузду.

Під тиском соціальних медіа і маркетингових кампаній формуються численні «листи бажань», тобто перелік місць, які обов'язково треба відвідати, оскільки це роблять всі. Перші пункти цих списків найчастіше представлені саме тими дестинаціями, які відчувають максимальні проблеми зі значним числом туристів і їх негативним впливом на місцеві спільноти [3].

Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTTC) опублікувала звіт, де перераховано 50 міст, які найбільш схильні до ризику овертуризму в найближчі 10 років [4]. Перші позиції серед міст, які найбільш схильні до ризику овертуризму, виглядають таким чином:

1. Куала-Лумпур, Малайзія.
2. Стамбул, Туреччина.
3. Маніла, Філіппіни.
4. Джакарта, Індонезія.
5. Каїр, Єгипет.
6. Делі, Індія.
7. Бангкок, Таїланд.
8. Богота, Колумбія.
9. Мумбаї, Індія.
10. Москва, Росія.
11. Хошимін, В'єтнам.

Ситуація з овертуризмом посилюється зростаючою популярністю дешевих авіаквитків на рейси авіакомпаній-лоукостерів і скороченням візових бар'єрів. Після появи бюджетних авіаперевізників ціни квитків на літак стали більш доступними для тих, хто звик планувати свій відпочинок заздалегідь. Мандрівники стали користуватися можливістю дешево відвідати якомога більше країн і стали літати набагато частіше.

Можливість заощадити на готелі, винайняти дешеве комфортне житло в приватному секторі і всього на кілька днів також призводить до розповсюдження явища овертуризму. З появою Airbnb зростає кількість мандрівників, які воліють перебувати в домашній обстановці навіть у подорожах. Невиблагливі молоді туристи часто живуть в деше-

вих хостелах, а найекономніші селяться взагалі безкоштовно, користуючись коучсерфінгом.

Загалом овертуризм – це негативне явище, адже від нього потерпають місцеві мешканці та погіршується враження від подорожей у мандрівників.

Водночас потрібно розуміти, що овертуризм з'являється не через доступність та розвиток подорожей, а через несвідоме ставлення до них.

Щодо України, то вона володіє унікальними природними ресурсами, сприятливим кліматом, неповторним комплексом історико-культурних та архітектурних пам'яток, об'єктів рекреаційного призначення й має всі передумови для розвитку внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму (рис. 2).

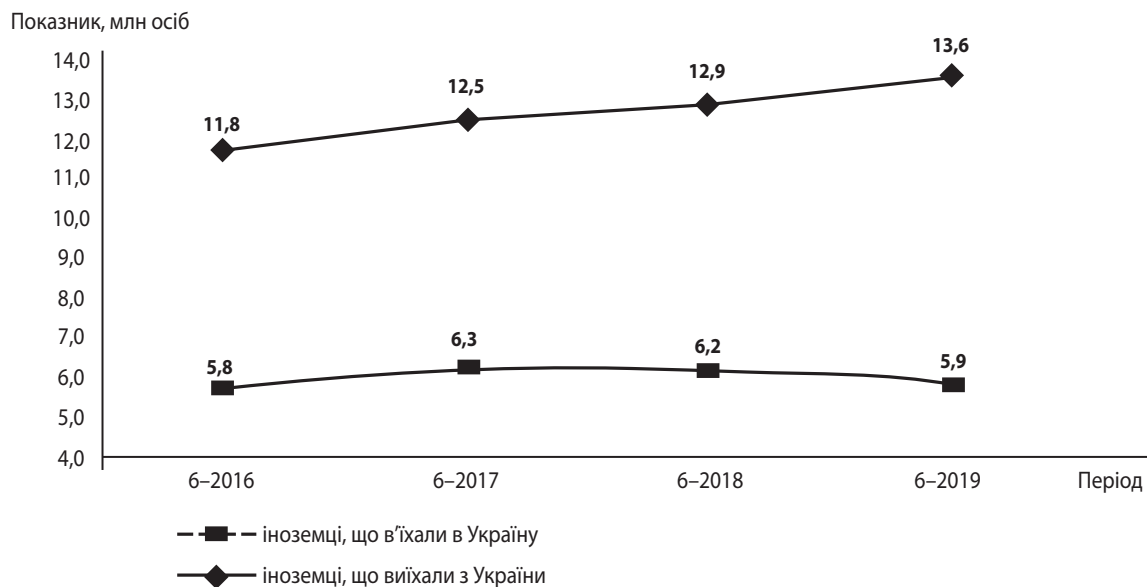


Рис. 2. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон у I півріччі 2016–2019 рр. [5]

Туристичний потенціал України на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5–2 % частки туристичної галузі в структурі ВВП країни. З табл. 1 можна побачити зменшення кількості в'їзних туристів до України у I півріччі 2019 року порівняно з аналогічним періодом минулого року (-5,6 %). Це зумовлено, насамперед, зменшенням туристичного потоку з прикордонних країн. Але

потрібно зазначити, що лідерами за кількістю в'їздів іноземців до України історично є саме прикордонні країни, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 85,5 % до 80,7 %.

На фоні зменшення прикордонного обміну спостерігаються якісні зміни в структурі в'їзного туристичного потоку з неприкордонних країн.

Таблиця 1

Кількість іноземних громадян, що перетинали державний кордон України, тис. осіб

	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Приріст, %		
					17/16	18/17	19/18
I квартал	2 427,3	2 631,5	2 547,7	2 357,8	8,4	-3,2	-7,5
II квартал	3 392,7	3 697,1	3 673,4	3 513,8	9,0	-0,6	-4,3
III квартал	4 559,5	4 769,5	4 935,7	-	4,6	3,5	-
IV квартал	3 226,3	3 323,1	3 050,1	-	3,0	-8,2	-
Усього	13 606,0	14 421,2	14 207,0	-	6,0	-1,5	-

Джерело: [5]

Так, досягнуто суттєвого зростання потоків з: Литви – на 32,0 %, Латвії – 18,1 %, Німеччини – 17,5 %, Канади – 11,4 %, Китаю – 11,1 %, а також продовжується тенденція зростання потоків туристів з: Франції – 6,0 %, США – 5,6 %, Чехії – 5,6 %, Італії – 3,9 %, Великої Британії – 2,7 %, Болгарії – 2,4 % та відновився потік туристів з Грузії – 4,5 % [6].

Україні явище овертуризму поки що не загрожує, але туристи стають все більш активними та вибагливими до різноманітності подорожей країною. Наприклад, згідно з даними Управління туризму та промоцій КМДА, Київ, який називають «найсхіднішим містом Західної Європи», протягом 2019 р. відвідало 1,5 млн іноземних туристів та 2,2 млн українських відвідувачів [7].

Управління туризму м. Львова щороку проводить опитування серед туристів, які його відвідують, і визначає, з яких країн найчастіше вони приїжджають та скільки коштів витрачають. Загалом у 2019 р. м. Львів відвідало близько 2,5 млн туристів, що дещо більше, ніж у 2018 р. (2,2 млн) [8]. Місто пропонує придбати Lviv City Card, куди включено безкоштовні пішохідні та автобусні екскурсійні маршрути, вхід у понад двадцять музеїв та галерей, безкоштовний проїзд у міських трамваях. Картка доступна на 24, 48 або 72 години та має додаток англійською мовою, який допомагає іноземцям краще орієнтуватися в місті.

За останні роки дуже популярною дестинацією стало м. Одеса. Цьому сприяв ряд причин:

- закриття кордонів до Криму;
- поліпшення інфраструктури міста;
- велика кількість культурних пам'яток;
- Одеса – перше місто-мільйонник, яке увійшло до Національної мережі інтеркультурних міст України (ICC-UA);
- перше і наразі єдине місто України, яке створило туристичний сайт китайською мовою, а також сторінки на китайських інтернет-ресурсах;
- проведення фестивалю Odessa Classics, Міжнародний кінофестиваль, джазовий фестиваль, фестиваль «Хочу в Одесу» та ін. [7].

Кожного року відвідувачі нашої країни зазвичай поєднують два-три міста за час подорожі. Найчастішим є поєднання столиці та Львова: міст, що мають велику кількість пам'яток ЮНЕСКО. Серед них Ансамбль історичного центру Львова, що має такий же автентичний центральноевропейський шарм, як і Прага до початку розвитку туризму; Софійський собор та Києво-Печерська Лавра – уцілілі споруди часів Русі та святині країни. Безумовно, цьому сприяє дешевизна послуг, квитків, засобів розміщення та харчування. Так, наприклад, Національна оперна зала України в Києві продає місця на оркестр приблизно за 15 доларів, а номер в готелі «Україна» – 80 дол. Для туристів, які приїздять з-за кордону, буде легко сплатити за будь-яку послугу або товар.

За динамікою поширення компаній-лоукостерів Україна випереджає середні показники по Європі. Впродовж січня – червня 2019 р. ринок пасажирських перевезень обслуговували 19 українських аеропортів та аеродромів. Значне збільшення кількості обслугованих пасажирів мало місце в основних аеропортах: Львів – на 45,8 %, Запо-

ріжжя – на 30,1 %, Харків – на 25,5 %, Бориспіль – на 20,2 %, Київ (Жуляни) – на 16 %, Одеса – на 11,1 % та Дніпро – на 8,7 %. Таке зростання свідчить про те, що авіаційна галузь у 2019 р. продовжує користуватися великим попитом і має тенденцію до подальшого зростання в майбутньому, що призводить до залучення туристів у нашу державу [6]. За прогнозами вчених Українського інституту майбутнього, до 2030 р. пасажиропотік українських аеропортів зросте вдвічі (рис. 3). Але в контексті мети нашого дослідження в Україні ми поки що повинні мати за мету залучення туристів, а не створення умов для подолання великої кількості подорожуючих.

Щодо міжнародного досвіду, то на рівні дестинації можливі такі способи вирішення проблем овертуризму. У деяких країнах вводять обмеження турпотоків, наприклад, на кількість туристів або кількість житла, що здається, прибуття круїзних суден і лоукостерів [10].

Так, в Барселоні проживає 1,6 млн осіб. Але коли в 2016 р. місто прийняло 32 млн туристів, очільниця міста почала послідовно впроваджувати заходи щодо обмеження туристичного потоку: ввела річний мораторій на будівництво нових готелів в центрі міста, обмежила використання сегвейів і скутерів у популярних частинах міста, збільшила податки на нерухомість, яка здається в короткострокову оренду [11].

Урядами інших популярних у туристів країн також було прийнято рішення про підвищення вартості напрямків. Як правило, це роблять за рахунок введення додаткового податку на діяльність підприємств туристичної або збільшення цін на напрям в періоди високого попиту, що робить подорожі дорожче і відштовхує бюджетних туристів. В Ісландії, наприклад, зробили ставку на створення лакшері пропозицій для туристів, а за допомогою динамічних цін почали керувати попитом. У Діснейуорлд плата за квитки зростає в пікові періоди [10].

Деякі дестинації «допомагають туристам ставати відповідальними», а саме поважати уклад життя місцевого населення. Це стає можливим завдяки введенню різноманітних заборон і штрафів. У Тадж-Махалі підняли ціни, щоб обмежити число відвідувачів, на Мачу-Пікчу ввели години відвідування, на Галапагоських островах і в Антарктиді є ліміт для круїзних суден. У Римі ввели численні штрафи за порушення громадського порядку на кшталт купання у фонтанах, а у Венеції ввели туристичний податок від 2,5 до 10 євро за перебування в місті і штрафи до 500 євро за купання в каналах, засмічення і катання на велосипеді [12].

Отже, для мирного вирішення конфліктів між туристами і місцевим населенням потрібно вибудовувати діалог між жителями, професійними туристичними організаціями та органами влади та розповсюджувати туризм за межі перевантажених районів у райони, що потребують туристичних надходжень до бюджетів. Таким чином, на зміну овертуризму приходить андертуризм (англ. Undertourism) – подорожі в менш популярні місця, альтернативні відомим туристичним дестинаціям. Багато країн в наш час прагнуть розповсюдити туризм з перевантажених районів в місця, які дійсно потребують туристичних витрат [13].

Наприклад, альтернативою переповненому туристами Парижу може стати друге за величиною місто Фран-



Рис. 3. Пасажиропотоки найбільших аеропортів України у 2030 р. [9]

ції – Ліон, який не поступається столиці за кількістю ресторанів, але вже точно обігнав за якістю кухні. Найбільшим попитом серед центрів андертуризму стануть австрійський Зальцбург і британський Едінбург. А в Італії в якості нового напрямку фахівці з Lonely Planet рекомендують побувати в регіоні Марке. Він сподобається тим, хто вже знайомий з італійською Тосканою, – Марке має ті ж принади, але менш розкручений, а отже, поки тут ще не так багато туристів. Нідерланди більше не просувають Амстердам як туристичний напрямок, пропонуючи різні альтернативи. Замість того, щоб штовхатися серед мільйона людей, що приїжджають до Японії на цвітіння сакур, такі ж сади можна побачити в Південній Кореї. Альтернативою популярної Чехії може бути Словаччина, Естонія може розглядатися як міні-копія Скандинавії [2].

Але потрібно особливо зазначити те, що наразі у всьому світі туристи, налякані загрозою нового коронавірусу Covid-19, скасували або відтермінували свої поїздки. Популярні туристичні місця з уже майже звичним надмірним антропогенним навантаженням позбавлені відвідувачів. Поширення коронавірусу провокує кризу у сфері туризму і міжнародних перевезень. Багато авіакомпаній вже змушені здійснювати «рейси-примари», тобто польоти, що здійснюються практично без пасажирів. Вся справа в тому, що авіакомпанії ризикують втратити тимчасові слоти на виліт і посадку в найбільших авіаційних хабах, якщо перестануть здійснювати регулярні рейси. Водночас кількість бажаючих здійснювати подорожі в умовах епідемії різко

скоротилася, що вилилося в масове скасування бронювання квитків.

За оцінками Всесвітньої ради з подорожей і туризму (World Travel & Tourism Council, WTTC), до 50 млн робочих місць у туристичному бізнесі знаходяться під загрозою через пандемію [14].

У таких умовах Китай прискорює розвиток цифрових індустрій культури і туризму для зменшення впливу пандемії. Начальник департаменту з розвитку індустрій Міністерства культури і туризму КНР Гао Чжен заявив, що офлайн заходи зазнали впливу спалаху епідемії, а нові форми споживання безперервно зростають на основі нових технологій, таких як 5G і штучний інтелект. Відомство оприлюднило інструкції або рекомендації щодо поетапного відновлення роботи туристичних визначних пам'яток, бібліотек, будинків культури та музеїв з метою надання безпечних споживчих продуктів і місць. На наш погляд, досвід Китаю є показовим у плані відновлення туризму як у популярних дестинаціях, так і таких, що не відомі масовому туризму.

Висновки. Таким чином, вивчення світового досвіду дозволило виявити такі шляхи, які можуть використовуватися для вирішення проблем овертуризму та розповсюдження андертуризму як його альтернативи:

- 1) стратегічне управління туристичною діяльністю, тобто розробка стратегії і дорожньої карти сталого розвитку туризму в кожній країні, регіоні та конкретній дестинації;

- 2) ведення статистичного обліку туристичної діяльності та прибуття туристів, що дозволить виявляти та коригувати нерівномірність розподілу турпотоків;
- 3) введення обмеження турпотоків на рівні дестинації: підвищення вартості напрямків за рахунок введення додаткового податку на діяльність підприємств туризму або збільшення цін в періоди високого попиту, заборона на будівництво нових засобів розміщення тощо, що дозволить скоротити число бюджетних туристів;
- 4) створення нових туристичних брендів, розвиток і просування маловідомих територій, що сприятиме розподілу турпотоків по всій країні;
- 5) навчання туристів відповідальної поведінки щодо природи і місцевого населення, до їх укладу життя, звичаїв і традицій, що дозволить звести до мінімуму конфлікти, які виникають між мешканцями та туристами;
- 6) періодичне закриття на профілактику найбільш постраждалих від овертуризму об'єктів, перенаправляючи туристичні потоки до менш відомих пам'яток за допомогою реклами;
- 7) використання цифрових технологій (онлайн-екскурсії, віртуальні тури, штучний інтелект і нейромережі для планування подорожей та ін.) для розвантаження найбільш популярних туристичних дестинацій та привертання уваги до нових, менш затребуваних, серед туристів.

ЛІТЕРАТУРА

1. «Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions». URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>
2. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>
3. Офіційний сайт туристичної компанії «PlacePass». URL: <https://www.placepass.com/blog/ultimate-travel-bucket-list>
4. The Authority on World Travel & Tourism. URL: <https://www.wttc.org/publications/2019/destination-2030/>
5. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>
6. Гапоненко Г. І., Василенко А. В. Тенденції розвитку лоукост-авіакомпаній в Україні та їх вплив на вітчизняний туристичний ринок. *Бізнес Інформ*. 2020. № 1. С. 183–187.
7. Мультимедійна платформа іномовлення України «УКРІНФОРМ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2836761-u-kiivradi-nazvali-kilkist-turistiv-aki-vidvidali-stolicu-cogoric.html>
8. Інформаційно-аналітичний ресурс м. Львова «ZAXID.NET». URL: https://zaxid.net/zvidki_priyizhdzhali_ta_skilki_vitrachali_turisti_u_lvovi_v_2019_rotsi_n1495198
9. Офіційний сайт Українського інституту майбутнього. URL: <https://www.uifuture.org/>
10. 5 способів боротьби с овертуризмом. URL: <https://samokatus.ru/2018/04/overtourism>
11. Барселона начала войну с туристами: их стало слишком много. URL: <https://meduza.io/feature/2017/03/01/barcelona-nachala-voynu-s-turistami-ih-stalo-slishkommnogo>
12. «Овертуризм», или города, где туристам не рады. URL: <https://www.tourprom.ru/news/39564>
13. National Geographic Channel. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/undertourism-overtourism-sustainable-destinations>
14. World travel and tourism council (WTTTC). URL: <https://www.wttc.org/>

REFERENCES

- “Barcelona nachala voynu s turistami: ikh stalo slishkom mnogo” [Barcelona Started a war with Tourists: There are too Many of Them]. <https://meduza.io/feature/2017/03/01/barcelona-nachala-voynu-s-turistami-ih-stalo-slishkommnogo>
- Haponenko, H. I., and Vasylenko, A. V. “Tendentsii rozvytku loukost-aviakompanii v Ukraini ta yikh vplyv na vitchyznianiyni turystychnyi rynek” [The Development Tendencies of Low-Cost Airlines in Ukraine and Their Impact on the National Tourism Market]. *Biznes Inform*, no. 1 (2020): 183-187.
- Informatsiino-analitychnyi resurs m. Lvova «ZAXID.NET». https://zaxid.net/zvidki_priyizhdzhali_ta_skilki_vitrachali_turisti_u_lvovi_v_2019_rotsi_n1495198
- Multymediina platforma inomovlennia Ukrainy «UKRINFORM». <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2836761-u-kiivradi-nazvali-kilkist-turistiv-aki-vidvidali-stolicu-cogoric.html>
- National Geographic Channel. <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/undertourism-overtourism-sustainable-destinations>
- “Overturizm», ili goroda, gde turistam ne rady” [“Overtourism”, or Cities Where Tourists are not Welcome]. <https://www.tourprom.ru/news/39564>
- «Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions». <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>
- Ofitsiyni sait Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. <https://dpsu.gov.ua>
- Ofitsiyni sait turystychnoi kompanii «PlacePass». <https://www.placepass.com/blog/ultimate-travel-bucket-list>
- Ofitsiyni sait Ukrainskoho instytutu maibutnyoho. <https://www.uifuture.org/>
- The Authority on World Travel & Tourism. <https://www.wttc.org/publications/2019/destination-2030/>
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/>
- “5 sposobov borby s overturizmom” [5 Ways to Deal with Overtourism]. <https://samokatus.ru/2018/04/overtourism>
- World travel and tourism council (WTTTC). <https://www.wttc.org/>

Стаття надійшла до редакції 27.01.2020 р.