

2. Джі Б. Імідж фірми: планування, формування, просування / Б. Джі. - М: Академія, 2008. - 180 с.
3. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова - М.: ИНФРА-М, 2011. - 214 с.
4. Мельник Д.К., Буреніна Н.Б. Формування позитивного іміджу туристичного підприємства / Культура народів Причорномор'я. - 2012. - №201. - С.152-154.
5. Замятина Н. В. Формирование позитивного имиджа как фактор обеспечения конкурентоспособности туристического предприятия / Економіка та управління підприємствами. - Випуск IV (68), 2017. – 99 – 105.

ПРОБЛЕМА ОВЕРТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Леоненко А. В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – к.е.н., доцент Зеленська О.О.
Чернігівський національний технологічний університет (Україна)

Туризм у сучасному світі створює 10% ВВП, забезпечує робочими місцями 10% зайнятого населення, формує 1,4 млрд. туристичних прибуттів, забезпечує функціонування 2 млн. рейсів. Окрім потужного економічного ефекту, галузь має велике соціальне значення. Вона забезпечує людям оздоровлення і відпочинок, сприяє відтворенню робочої сили, виконує важливу просвітницьку і розвиваючу роль, формує емоційний капітал людства, дозволяє швидше та ефективніше вивчати іноземні мови, налагоджувати соціальну комунікацію тощо.

Незважаючи на беззаперечні позитивні сторони функціонування, туристична сфера має і негативні наслідки свого розвитку. Як і економічні сектори, туризм споживає природні ресурси, створює відходи, загострює не тільки екологічні, але й культурні та соціальні проблеми. Однією з глобальних та «невідкладних» проблем є явище овертуризму.

Овертуризм — це новий термін, який використовується для опису негативних наслідків масового туризму. Як правило, вони пов'язані з вибуховим зростанням популярності певних місць у світі, що привертають до себе все більше і більше уваги як з боку звичайних туристів, так і користувачів соціальних мереж.

Негативні наслідки овертуризму відчувають і подорожуючі, і корінні мешканці міст. Головними аспектами такого впливу є:

1. Соціальний аспект. Великі черги (доводиться відчувати незручності, щоб своїми очима побачити предмет туристичного інтересу, наочний приклад - Лувр у Парижі), тривалі очікування і перенаселеність стомлюють, а постійний шум створює емоційну напруженість.
2. Економічний аспект. Підвищення цін не тільки в закладах ресторанного господарства, дорожчі послуги та вищі тарифи (ніж у менш популярних містах), висока ціна за оренду житла, зниження якості життя резидентів туристичних місць призначення і культурна та фізична деградація міст.
3. Екологічний аспект. Нанесення шкоди навколишньому середовищу, сміття.
4. Стан інфраструктури. Чим із більшою інтенсивністю вона експлуатується, тим швидше її стан погіршиться.

Збільшується злочинність, міста орієнтуються на потреби туристів, руйнуються значущі місця і погіршується ситуація на дорогах: велика кількість екскурсійних автобусів призводить до підвищеної завантаженості доріг. Від великого напливу туристів стомлюються не тільки мешканці, а й самі міста, адже дуже важко «працювати» у експрес-режимі без відпочинку. У 2017 році кількість туристичних

поїздок у світі склала 1,3 мільярда. З них половина припала всього на 100 міст планети.

На сьогодні трьома найбільш «стомленими» містами є Венеція (Італія), Барселона (Іспанія) та Амстердам (Нідерланди): через наплив туристів місцеві жителі регулярно влаштовують масові протести, а також не завжди доброзичливо ставляться до самих мандрівників. Багато туристів зустрічає Лондон (Англія), Париж (Франція), Рим (Італія), Стамбул (Туреччина), Бангкок (Таїланд) тощо (рис. 1). У деяких містах кількість туристів перевищує кількість населення у 5-10 разів!

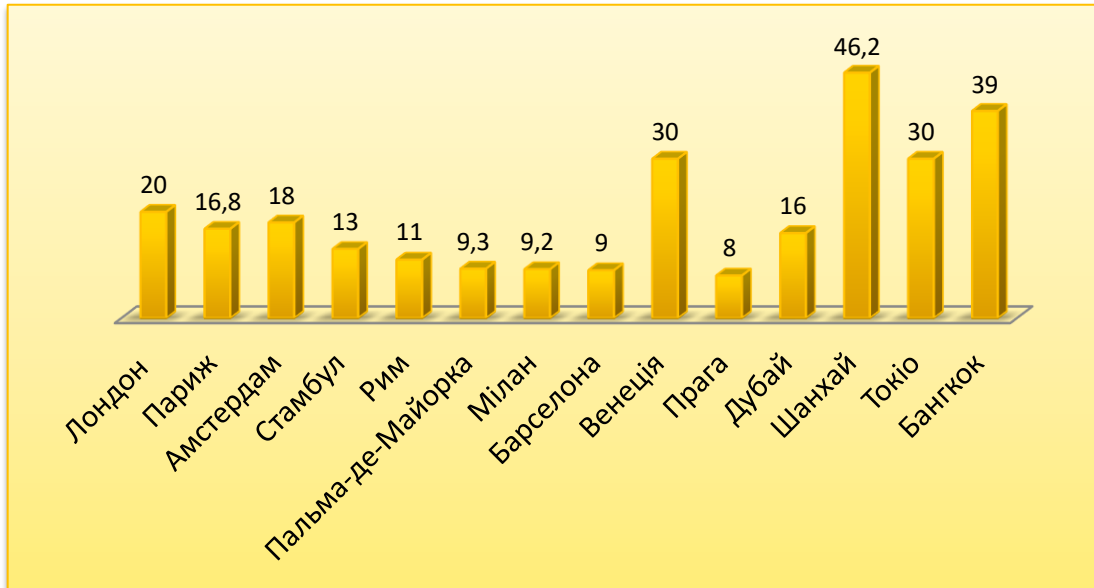


Рисунок 1. Кількість туристичних прибуттів у 2018 р, млн. чол.

Таку ситуацію не можна залишати без контролю, саме тому місцева влада вдається до певних дій, заборон та стягнень.

Так, наприклад:

✓ У *Нідерландах* туристи всім набридли настільки, що уряд вирішив припинити просування туризму в Амстердамі;

✓ в *Ісландії* довелося закрити для відвідування цілий каньйон: після того, як Джастін Бібер зняв кліп у каньйоні Фьядрарглюфур, кількість відвідувачів зросла вдвічі, і це стало небезпечним для екології;

✓ у *Венеції* придумали нові обмеження для гостей міста, щоб хоч якось контролювати їх поведінку. Влада вирішила, що натовпи туристів псують вигляд площ і стародавні пам'ятки, тому їм заборонили сидіти на сходах перед палацами, соборами та іншими архітектурними будівлями, муніципалітет запровадив штрафи до 500 євро за викид сміття, купання в каналах і їзду на велосипеді, а також встановили турнікети на дорогах для регулювання руху. Незабаром збираються ще й обмежити кількість туристичних лайнерів, що заходять у лагуну;

✓ у *Амстердамі* місцева влада заборонила будувати нові готелі, а також збільшила туристичний податок до 6% за кожну ніч перебування в готелі.

✓ Туристів не люблять і грецькі ослики. Через огрядних приїжджих тварини страждають, і тепер ослики піднімати туристів на гори не будуть.

Такі заходи свідчать про те, що овертуризм – не вигадка й не жарт, який дає час для розваг. Навпаки, це явище залишає мало часу, щоб урегулювати туристичні потоки, бо бездіяльність призведе до страшних наслідків.

На нашу думку, проблему овертуризму в сучасному світі можна вирішити шляхом:

1. Законодавчого обмеження розміру орендної плати за житло.