**Ветитнев А.М. [1], Чигарев Д.В. [1]**
[1] Сочинский государственный университет, Сочи, Россия

# Некоторые аспекты оценки экономического влияния овертуризма на принимающую дестинацию

**ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:**

Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Некоторые аспекты оценки экономического влияния овертуризма на принимающую дестинацию // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 7. – С. 2729–2742. doi: 10.18334/ce.16.7.114870

**АННОТАЦИЯ:**

Статья посвящена оценке экономического влияния овертуризма на зрелую принимающую дестинацию. Представлены собственные материалы об оценке проявлений овертуризма в 2015–2019 гг. в условиях курорта на примере города Сочи с определением интегрального индекса овертуризма. Применение корреляционно-регрессионного анализа позволило выявить обратную корреляцию этого индекса с величиной дохода в бюджет региона от одного туриста. Показано, что повышение интегрального индекса овертуризма на 3,3 пункта ведет к уменьшению дохода от одного туриста на 1 пункт. Оценка влияния овертуризма на экономику принимающих территорий может быть полезна региональным туристским администрациям для принятия управленческих решений.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** овертуризм, туризмофобия, туристские дестинации, оценка экономического влияния, курорт Сочи

**ОБ АВТОРАХ**

**Ветитнев Александр Михайлович,** ведущий научный сотрудник, доктор экономических наук, профессор (polina@sochi.com)
**Чигарев Дмитрий Валерьевич,** аспирант (dvchigarev@gmail.com)

издательство КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

**Vetitnev A.M.** [1], **Chigarev D.V.** [1]
[1] Sochi State University, Russia

# Assessing the economic impact of overtourism on the host destination

**CITE AS:**

Vetitnev A.M., Chigarev D.V. (2022) Nekotorye aspekty otsenki ekonomicheskogo vliyaniya overturizma na prinimayuschuyu destinatsiyu [Assessing the economic impact of overtourism on the host destination]. *Kreativnaya ekonomika. 16*. (7). – 2729–2742. doi: 10.18334/ce.16.7.114870

**ABSTRACT:**

The article is devoted to the assessment of the economic impact of overtourism on a mature host destination. The authors present their own materials on the assessment of overturism in 2015–2019 on the example of the City of Sochi with the determination of the integral index of overturism. The use of correlation and regression analysis revealed the inverse correlation of this index with the amount of income from one tourist to the regional budget. It is shown that an increase in the integral index of overturism by 3.3 points leads to a decrease in income from one tourist by 1 point. Assessment of the impact of overturism on the economy of the host territories can be useful for regional tourism administrations to make management decisions.

**KEYWORDS:** overturism, turismophobia, tourist destinations, economic impact assessment, Sochi resort

**JEL Classification:** Z31, Z32, L83

**Received:** 01.06.2022 / **Published:** 30.07.2022
© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
**For correspondence:** Vetitnev A.M. (polina@sochi.com)

## Введение

Общеизвестно, что туризм является одним из самых динамичных и быстро развивающихся секторов мировой экономики. На его долю до пандемии коронавируса приходилось более 30% мирового экспорта услуг и около 10% вклада в мировой ВВП [28, 29]. В докризисный период число туристских прибытий росло очень быстрыми темпами: если в 2000 году путешествовали 650 млн человек, то в 2019-м насчитывалось уже более 1,5 млрд туристов [30].

В то же время рост туристских прибытий в традиционных местах посещения стал сопровождаться рядом негативных проявлений: ухудшением санитарно-эпидемиологической и экологической обстановки, автомобильными пробками, избыточным скоплением людей в общественных местах, выраженным ростом цен, обострением криминальной ситуации, разрушением инфраструктуры и объектов природного и культурного наследия, что не могло не отразиться на качестве жизни резидентов и спровоцировало массовые протесты местного населения. Особенно остро такие протесты имели место в Барселоне, Венеции, Париже, Дубровнике и ряде других городов Европы [13, 14, 16, 18, 19, 25] *(Egresi, 2018; García-Hernández, Calle-Vaquero, Yubero, 2018; Huete, Mantecón, 2018; Martins, 2018; Milano, 2017; Seraphin, Sheeran, Pilato, 2018)*. Эти протесты против избыточного количества туристов получили в СМИ название «туризмофобия».

В научной литературе более часто употребляется термин «овертуризм», под которым Всемирная туристская организация (UNWTO) понимает ситуацию, складывающуюся в туристских дестинациях или их частях из-за давления избыточного туризма, которое чрезмерно негативно влияет на воспринимаемое качество жизни населения и/или качество впечатлений посетителей [11, 21, 24] *(Dickinson, 2018; Seraphin, Gowreesunkar, Zaman, Lorey, 2019)*. В 2018–2019 годах в профессиональных изданиях было опубликовано значительное число работ, посвященных этой проблематике [15, 17, 20, 22, 26] *(Gössling, McCabe, Chen, 2020; Jacobsen, Iversen, Hem, 2019; Namberger, Jackisch, Schmude, Karl, 2019; Goodwin, 2019; Singh, 2018)*. В то же время вопросы проявления овертуризма в российских дестинациях изучены явно недостаточно. Имеется только несколько публикаций, посвященных эффектам овертуризма на принимающих территориях России [1–4, 9] *(Aigina, 2018; Aigina, 2019; Aleksandrova, 2018; Zhukov, 2019)*, тогда как доступная статистика и отзывы в социальных сетях свидетельствуют о накопившихся проблемах в этой сфере [2] *(Aigina, 2018)*. Ранее нами были опубликованы результаты собственных исследований наличия овертуризма в зрелых туристских дестинациях России

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

[5–8, 27] *(Vetitnev, Chigarev, 2019; Vetitnev, Chigarev, 2021; Vetitnev, Chigarev, Bobina, 2021; Vetitnev, Chigarev, 2022; Vetitnev, Chigarev, Afanasiev, 2021)*. Было показано на примере курорта Сочи, что, по отзывам резидентов и туристов в 2018–2019 гг., проявления овертуризма еще не имеют выраженного характера. В то же время в доступной литературе практически не рассмотрен вопрос о влиянии овертуризма на экономику принимающих территорий. Применительно к российским дестинациям такие публикации вообще отсутствуют. Можно предположить, что избыточное число гостей негативно сказывается на их возможности потребления регионального турпродукта и снижает величину дохода, получаемого в принимающей дестинации от одного туриста. Поэтому целью данной работы была проверка указанной гипотезы путем оценки экономического эффекта от развития овертуризма на принимающую территорию (на примере курорта Сочи). Для достижения указанной цели была использована предложенная нами ранее методика [8] *(Vetitnev, Chigarev, 2022)*, позволившая рассчитать основные показатели и интегральный индекс овертуризма и сопоставить его с величиной доходов от туризма на курорте Сочи. Для исключения влияния пандемии на туристские потоки использовался предшествующий ей период 2015–2019 гг.

## Результаты исследования и их обсуждение

Сочи заслуженно пользуется славой «летней столицы России», так как по внутреннему туристскому потоку занимает уверенное первое место среди курортов страны. Число туристских прибытий в годы, предшествовавшие пандемии, неуклонно росло *(рис. 1)*.

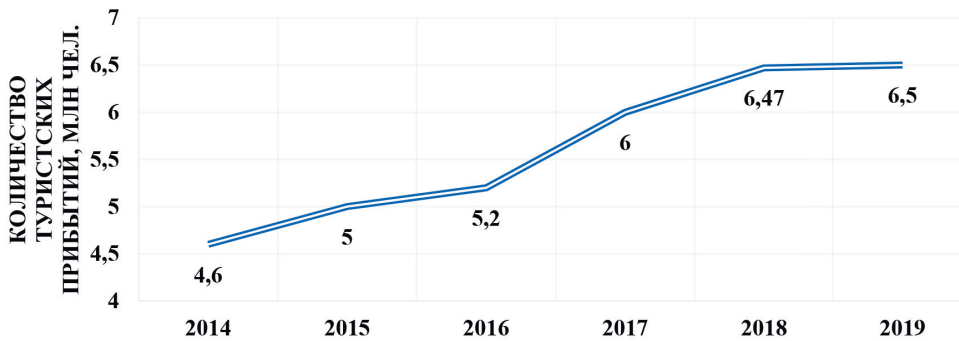



**Рисунок 1.** Число туристских прибытий на курорт Сочи

*Источник:* составлено авторами по данным Сочинской городской администрации.

В период пандемии численность туристов в Сочи хотя и снизилась, но в пик сезона все равно оставалась высокой по сравнению с другими курортами. Снятие антиковидных ограничений вызвало эффект отложенного спроса, и плотность туристских прибытий в сезон 2020–2021 гг. возросла.

Рост числа туристов сопровождался появлением и прогрессированием ряда негативных эффектов. Резиденты и гости все чаще стали отмечать грязь и антисанитарию в общественных местах, на дорогах, пляжах, шум и некомфортность в зонах проживания, высокие цены на продукты питания, промышленные товары и недвижимость, скопления людей и очереди, переполненный общественный транспорт и вырастающее в разы количество пробок в сезон. Местные жители все чаще высказываются негативно по отношению к приезжим, между ними регистрируются конфликты и столкновения. Наличие указанных проблем свидетельствует о проявлениях овертуризма, выраженность которых требует соответствующей оценки и разработки мер по их предотвращению и предупреждению.

Предлагаемая нами диагностика овертуризма в принимающей дестинации включает в себя ряд показателей, предлагаемых международными экспертами (в частности, WTTC и McKinsey & Company) и рекомендуемых нами по результатам собственных исследований *(табл. 1)*.

*Таблица 1*

**Диагностика овертуризма на примере Сочинской дестинации**

| Показатели овертуризма по годам | | | Годы | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 | Интенсивность туризма | число туристов на 1 местного жителя | 10,69 | 10,83 | 12,18 | 12,75 | 12,40 |
| 2 | Плотность туристской территории | число туристов на кв. км | 1427,76 | 1483,59 | 1711,35 | 1845,41 | 1853,96 |
| 3 | Доля негативных («плохо» + «ужасно») отзывов на TripAdvisor | % | 7,80 | 6,90 | 7,75 | 7,90 | 6,80 |

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

*Окончание табл. 1*

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | Доля отзывов на TripAdvisor, ограниченных 5 лучшими достопримечательностями | % | 40,00 | 37,00 | 39,00 | 43,00 | 36,00 |
| 5 | Доля 20 лучших достопримечательностей TripAdvisor, являющихся историческим наследием | % | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 23,00 |
| 6 | Соотношение между самым высоким и самым низким ежемесячным прибытием по воздуху | | 2,41 | 2,26 | 2,35 | 2,47 | 2,20 |
| 7 | Негативное восприятие воздействия туризма местными жителями | % | 6,60 | 5,20 | 5,80 | 6,80 | 4,30 |
| 8 | Доля резидентов, когда-либо конфликтовавших с туристами | % | 49,00 | 46,00 | 48,00 | 51,00 | 45,00 |
| 9 | Уровень восприятия переполненности дестинации посетителями | % | 81,00 | 76,50 | 80,10 | 83,30 | 74,50 |
| 10 | Доля туристов, когда-либо конфликтовавших с резидентами | % | 20,10 | 18,10 | 19,30 | 21,00 | 16,00 |
| 11 | Доля туристов, отмечавших признаки ксенофобии | % | 5,00 | 4,20 | 5,20 | 5,40 | 2,00 |
| 12 | Изменение (ухудшение) тональности отзывов на TripAdvisor за последние 5 лет | %/год | 9,00 | 8,80 | 8,80 | 9,40 | 8,40 |
| | Интегральный индекс овертуризма | | | -0,097 | 0,067 | 0,060 | -0,349 |

*Источник:* составлено авторами на основании рекомендаций WTTC, McKinsey & Company [12] и результатов собственного исследования [8] *(Vetitnev, Chigarev, 2022)*.

Значения некоторых показателей свидетельствуют о наличии достаточных условий для риска возникновения проблем овертуризма в Сочинской туристской дестинации:

– высокое число туристов на местного жителя (12,4);

– большая доля негативных отзывов о 10 самых популярных сочинских достопримечательностях на TripAdvisor (6,8%);

– большая доля отзывов о 5 лучших достопримечательностях в общем числе отзывов (36%);

– соотношение между самым высоким и самым низким ежемесячным прибытием по воздуху – 2,2;

– высокая воспринимаемая переполненность города посетителями – 74,5%.

Наличие значительного числа оцениваемых индикаторов ставит вопрос об определении какого-либо суммарного индекса. С этой целью нами был предложен интегральный индекс овертуризма [8] *(Vetitnev, Chigarev, 2022)*, для чего использовались подходы, разработанные Осиповым Б.А. и соавт. (2011) при сравнении разноразмерных индикаторов [10] *(Osipov, Sokolenko, Shmidt, 2011)*. В этом случае для расчета интегрального показателя используются доли прироста/уменьшения каждого индикатора по сравнению с предыдущим периодом. Полученные таким образом значения далее корректируются на важность каждого индикатора на основе сумм величин парных корреляций, для чего формируется соответствующая матрица. Откорректированные таким образом значения отдельных индикаторов суммируются в виде интегрального индекса овертуризма. Как видно из *таблицы 1*, этот индекс является непостоянной величиной и подвержен колебаниям под действием различных факторов. Повышение индекса по сравнению с предшествующим периодом свидетельствует о нарастании проявлений овертуризма, понижение – об уменьшении напряженности, связанной с избыточным туризмом.

Возникает вопрос об экономическом значении индекса овертуризма: насколько этот индикатор связан с экономическими показателями и каково его экономическое содержание? Здесь имеет место своеобразный парадокс: с одной стороны, увеличение числа туристов приводит к повышению наполняемости местных бюджетов и увеличению доходов резидентов; с другой стороны, увеличение туристских потоков сопровождается различными негативными эффектами, имеющими отрицательное экономическое значение (затраты на экологию, санитарию, коммуникации и т.д.). Кроме того, переполнение принимающей территории может уменьшать объемы потребления регионального туристского продукта в расчете на одного туриста из-за

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

уменьшения доступа гостя к предлагаемым продуктам. Поэтому туристским администрациям при планировании своей деятельности следует в большей степени ориентироваться на интенсивные показатели, такие как, например, доходы от одного туриста. Тогда можно ожидать корреляцию интегрального индекса овертуризма с показателем дохода от одного туриста. Сравнив эти два индикатора за 4 года на примере курорта Сочи, мы действительно получили отрицательную корреляцию высокой степени *(рис. 2)*.




**Рисунок 2.** Интегральный индекс овертуризма и доход от одного туриста по годам
*Источник:* составлено авторами.

Эта зависимость описывается следующей формулой (формула 1):

$$y = -3{,}3888x + 4{,}8714, \quad (1)$$

$$R^2 = 0{,}981,$$

где x – интегральный индекс овертуризма;

y – доходы от одного туриста;

$R^2$ – коэффициент детерминации.

Видно, что возрастание индекса овертуризма на 3,3 пункта ведет к снижению дохода от одного туриста на один пункт. Таким образом, подтверждается высказанная нами гипотеза об уменьшении доходов от одного туриста с возрастанием уровня переполнения принимающей дестинации.

## Заключение

Представленные данные свидетельствуют о том, что курорт Сочи, являющийся зрелой туристской дестинацией, еще не испытывает в полной мере последствия овертуризма. В то же время превышение некоторых показателей, рекомендованных международным сообществом для диагностики избыточного туризма, свидетельствует об определенных рисках его развития. При использовании предложенной нами ранее методики расчета интегрального индекса овертуризма была выявлена обратная корреляция этого показателя с величиной дохода от одного туриста, поступающего в бюджет дестинации, что может быть использовано региональными туристскими администрациями при планировании свой деятельности.

creativeconomy.ru

## ИСТОЧНИКИ:


1. 200 гостей на одного жителя. Рейтинг самых туристических городов России. Сайт сетевого издания «РИА Новости». [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20180503/1519836078.html (дата обращения: 08.04.2019).
2. Аигина Е.В. Сверхтуризм и туризмофобия: новые явления или старые проблемы? // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – № 4. – с. 41–55. – doi: 10.24411/1995–0411–2018–10404.
3. Аигина Е.В. Управление дестинациями в контексте сверхтуризма // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – № 4. – с. 7–16. – doi: 10.24411/1995–0411–2019–10401.
4. Александрова А.Ю. Сверхтуризм и туризмофобия в европейских городах-дестинациях (кейс Барселоны) // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – № 4. – с. 56–68. – doi: 10.24411/1995–0411–2018–10405.
5. Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Отношение жителей к туристам как показатель проблем овертуризма и туризмофобии для туристских дестинаций (на примере города-курорта Сочи) // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – № 4. – с. 112–121. – doi: 10.24411/1995–0411–2019–10411.
6. Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Предупреждение риска овертуризма в Сочинской туристской дестинации // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 3(44). – с. 58–64. – doi: 10.24412/2304–6139–2021–11213.
7. Ветитнев А.М., Чигарев Д.В., Бобина Н.В. Риск овертуризма в Сочинской туристской дестинации в послековидный период // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2021. – № 2(66).
8. Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Разработка механизма предотвращения овертуризма в условиях курортов. / Материалы конференции ««Экономическое

ISSN 1994-6929

развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего». – Краснодар: КубГУ, 2022.
9. Жуков П.В. Проблемы и решения влияния овертуризма на туррынок Санкт-Петербурга // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – № 4. – с. 132–139. – doi: 10.24411/1995–0411–2019–10413.
10. Осипов Б.А., Соколенко В.В., Шмидт Ю.Д. Методика оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. – 2011. – № 3(59). – с. 3–11.
11. Dickinson G. «Overtourism» shortlisted as Word of the Year following Telegraph Travel campaign. The Telegraph. [Электронный ресурс]. URL: https://www.telegraph.co.uk/travel/news/overtourism-word-of-the-year-oxford (дата обращения: 03.04.2019).
12. Coping with success: managing overcrowding in tourism destinations. McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council Report, December 2017
13. Egresi I. «Tourists go home!» – Tourism overcrowding and «tourismophobia» in European cities (Can tourists and residents still co-habitate in the city?) // In Pedata L., Porfido E., Rossi L. (eds). Proceedings of the TAW2018 International Scientific Conference. Albania, 2018. – p. 701–714.
14. García-Hernández M., Calle-Vaquero M., Yubero C. Cultural heritage and urban tourism: historic city centres under pressure // Sustainability. – 2018. – № 8. – p. 1346. – doi: 10.3390/su9081346.
15. Gössling S., McCabe S., Chen N.(S). A socio-psychological conceptualisation of overtourism // Annals of Tourism Research. – 2020. – p. 102976. – doi: 10.1016/j.annals.2020.102976.
16. Huete R., Mantecón A. El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? // Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. – 2018. – № 1. – p. 9–19. – doi: 10.25145/j.pasos.2018.16.001.
17. Jacobsen J.Kr.S., Iversen N.M., Hem L.E. Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness // Annals of Tourism Research. – 2019. – p. 53–66. – doi: 10.1016/j.annals.2019.02.011.
18. Martins M. Tourism Planning and Tourismphobia: An Analysis of the Strategic Tourism Plan of Barcelona 2010–2015 // Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing. – 2018. – № 1. – p. 3–7. – doi: 0.5281/zenodo.1247519.
19. Milano C. Overtourism and Tourismphobia: Global Trends and Local Contexts. – Barcelona, Spain: Ostelea School of Tourism and Hospitality, 2017. – 45 p.
20. Namberger F., Jackisch Sh., Schmude J., Karl M. Overcrowding, Overtourism and Local Level Disturbance: How Much Can Munich Handle? // Tourism Planning and Development. – 2019. – № 4. – p. 452–472. – doi: 10.1080/21568316.2019.1595706.
21. «Overtourism»? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary. Сайт Всемирной туристской организации.

[Электронный ресурс]. URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419999 (дата обращения: 01.05.2019).
22. Goodwin H. Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment. Responsibletourismpartnership.org. [Электронный ресурс]. URL: https://responsibletourismpartnership.org/wp-content/uploads/2019/06/TWG16-Goodwin.pdf (дата обращения: 09.10.2019).
23. Papathanassis A. Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion // "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series. – 2017. – № 2. – p. 288–293.
24. Seraphin H., Gowreesunkar V., Zaman M., Lorey T. Limitations of Trexit (tourism exit) as a solution to overtourism // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. – 2019. – № 5. – p. 566–581. – doi: 10.1108/WHATT-06–2019–0037.
25. Seraphin H., Sheeran P., Pilato M. Over-tourism and the fall of Venice as a destination // Journal of Destination Marketing and Management. – 2018. – № 9. – p. 374–376. – doi: 10.1016/j.jdmm.2018.01.011.
26. Singh T. Is over-tourism the downside of mass tourism? // Tourism Recreation Research. – 2018. – № 4. – p. 415–416. – doi: 10.1080/02508281.2018.1513890.
27. Vetitnev A.M., Chigarev D.V., Afanasiev O.E. Overtourism and Tourismphobia at a Russian resort // European Journal of Tourism Research. – 2021. – p. 2812.
28. UNWTO tourism highlights 2015 edition. – Madrid: UNWTO World Tourism Organization, 2015.
29. Economic Impact Reports. Сайт Всемирного совета по туризму и путешествиям. [Электронный ресурс]. URL: https://wttc.org/Research/Economic-Impact (дата обращения: 21.04.2020).
30. UNWTO World Tourism Barometer. Unwto. [Электронный ресурс]. URL: https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng.

## REFERENCES:

*UNWTO tourism highlights 2015 edition* (2015). Madrid: UNWTO World Tourism Organization.

Aigina E.V. (2018). *Sverkhturizm i turizmofobiya: novye yavleniya ili starye problemy?* [Overtourism and tourismophobia: new phenomena or old problems?]. *Service and Tourism: Current Challenges*. *12* (4). 41–55. (in Russian). doi: 10.24411/1995–0411–2018–10404.

Aigina E.V. (2019). *Upravlenie destinatsiyami v kontekste sverkhturizma* [Destination management in overtourism]. *Service and Tourism: Current Challenges*. *13* (4). 7–16. (in Russian). doi: 10.24411/1995–0411–2019–10401.



creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Aleksandrova A.Yu. (2018). *Sverkhturizm i turizmofobiya v evropeyskikh gorodakh-destinatsiyakh (keys Barselony)* [Overtourism and tourismofobia in European cities-destinations (the case of Barcelona)]. *Service and Tourism: Current Challenges. 12* (4). 56–68. (in Russian). doi: 10.24411/1995–0411–2018–10405.

Dickinson G. «Overtourism» shortlisted as Word of the Year following Telegraph Travel campaignThe Telegraph. Retrieved April 03, 2019, from https://www.telegraph.co.uk/travel/news/overtourism-word-of-the-year-oxford

Egresi I. (2018). *«Tourists go home!» – Tourism overcrowding and «tourismophobia» in European cities (Can tourists and residents still co-habitate in the city?) In Pedata L., Porfido E., Rossi L. (eds). Proceedings of the TAW2018 International Scientific Conference*. 701–714.

García-Hernández M., Calle-Vaquero M., Yubero C. (2018). *Cultural heritage and urban tourism: historic city centres under pressure Sustainability. 9* (8). 1346. doi: 10.3390/su9081346.

Goodwin H. Overtourism: Causes, Symptoms and TreatmentResponsibletourismpartnership.org. Retrieved October 09, 2019, from https://responsibletourismpartnership.org/wp-content/uploads/2019/06/TWG16-Goodwin.pdf

Gössling S., McCabe S., Chen N.(S). (2020). *A socio-psychological conceptualisation of overtourism Annals of Tourism Research. 84* 102976. doi: 10.1016/j.annals.2020.102976.

Huete R., Mantecón A. (2018). *El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 16* (1). 9–19. doi: 10.25145/j.pasos.2018.16.001.

Jacobsen J.Kr.S., Iversen N.M., Hem L.E. (2019). *Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness Annals of Tourism Research, Elsevier. 76* 53–66. doi: 10.1016/j.annals.2019.02.011.

Martins M. (2018). *Tourism Planning and Tourismphobia: An Analysis of the Strategic Tourism Plan of Barcelona 2010–2015 Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing. 4* (1). 3–7. doi: 0.5281/zenodo.1247519.

Milano C. (2017). *Overtourism and Tourismphobia: Global Trends and Local Contexts* Barcelona, Spain: Ostelea School of Tourism and Hospitality.

Namberger F., Jackisch Sh., Schmude J., Karl M. (2019). *Overcrowding, Overtourism and Local Level Disturbance: How Much Can Munich Handle? Tourism Planning and Development*. *16* (4). 452–472. doi: 10.1080/21568316.2019.1595706.

Osipov B.A., Sokolenko V.V., Shmidt Yu.D. (2011). *Metodika otsenki sotsialno-ekonomicheskoy effektivnosti vnutrennego turizma* [Estimation procedure of social-economic efficiency of domestic tourism]. *Vestnik Tikhookeanskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. (3(59)). 3–11. (in Russian).

Papathanassis A. (2017). *Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series*. *17* (2). 288–293.

Seraphin H., Gowreesunkar V., Zaman M., Lorey T. (2019). *Limitations of Trexit (tourism exit) as a solution to overtourism Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. *11* (5). 566–581. doi: 10.1108/WHATT-06–2019–0037.

Seraphin H., Sheeran P., Pilato M. (2018). *Over-tourism and the fall of Venice as a destination Journal of Destination Marketing & Management*. (9). 374–376. doi: 10.1016/j.jdmm.2018.01.011.

Singh T. (2018). *Is over-tourism the downside of mass tourism? Tourism Recreation Research*. *43* (4). 415–416. doi: 10.1080/02508281.2018.1513890.

UNWTO World Tourism BarometerUnwto. Retrieved from https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng

Vetitnev A.M., Chigarev D.V. (2019). *Otnoshenie zhiteley k turistam kak pokazatel problem overturizma i turizmofobii dlya turistskikh destinatsiy (na primere goroda-kurorta Sochi)* [The attitude of host destination residents towards tourists as the indicator of problems of overtourism and tourismphobia (the case of the city resort of Sochi)]. *Service and Tourism: Current Challenges*. *13* (4). 112–121. (in Russian). doi: 10.24411/1995–0411–2019–10411.

Vetitnev A.M., Chigarev D.V. (2021). *Preduprezhdenie riska overturizma v Sochinskoy turistskoy destinatsii* [Preventing the risk of overtourism in a sochi tourist destination]. *Vestnik Akademii znaniy*. (3(44)). 58–64. (in Russian). doi: 10.24412/2304–6139–2021–11213.

Vetitnev A.M., Chigarev D.V. (2022). *Razrabotka mekhanizma predotvrashcheniya overturizma v usloviyakh kurortov* [Development of a mechanism to prevent over tourism in resorts] Krasnodar: KubGU. (in Russian).

ISSN 1994-6929

Vetitnev A.M., Chigarev D.V., Afanasiev O.E. (2021). *Overtourism and Tourism-phobia at a Russian resort European Journal of Tourism Research*. *28* 2812.

Vetitnev A.M., Chigarev D.V., Bobina N.V. (2021). *Risk overturizma v Sochinskoy turistskoy destinatsii v poslekovidnyy period* [The risk of overtourism in the sochi tourist destination in the post-pandemic period]. *Regional economics and management: electronic scientific journal*. (2(66)). (in Russian).

Zhukov P.V. (2019). *Problemy i resheniya vliyaniya overturizma na turrynok Sankt-Peterburga* [Problems and solutions of the impact of overtourism on the tourism market of Saint Petersburg]. *Service and Tourism: Current Challenges*. *13* (4). 132–139. (in Russian). doi: 10.24411/1995–0411–2019–10413.