

электрон. науч. журн. — 2023. — № 7(112). — URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (дата обращения: 26.07.2023).

2. Шаховалов, Н. Н. Интернет-технологии в туризме : учеб. пособие / Н. Н. Шаховалов. — Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2007. — 251 с.

Д. Е. Смягликова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **К. Н. Сонич**, канд. социол. наук

ОВЕРТУРИЗМ КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ XXI В.

В XXI в. туризм является экономическим двигателем. В то же время он создает проблемы, связанные с экологическими вопросами, разрушением исторического наследия и сохранением культурной идентичности.

Овертуризм — избыточный туристический поток, ухудшающий социально-экономические условия локальных сообществ и разрушающий культурную уникальность территорий. Проблема овертуризма наблюдается во многих странах, включая Хорватию, Грецию, Италию и другие страны. Италия занимает одно из ведущих мест в мировом туристическом секторе благодаря своему уникальному географическому положению, богатому культурному наследию и разнообразным природным условиям. Италия является популярным направлением для множества туристов. Страна занимает 1-е место по количеству объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО (55 объектов) [1].

Наиболее посещаемыми и узнаваемыми объектами Италии являются Колизей, Пизанская башня, Площадь Святого Петра, Гранд-канал Венеции, вулкан Этна, Долина Храмов Сицилии, Римский Пантеон, дом Джульетты в Вероне, Миланский кафедральный собор и город Помпеи. Туризм в Италии активно развивался после Второй мировой войны и стал важной отраслью экономики, обеспечивая значительные доходы и создавая рабочие места. Италия является одним из самых привлекательных и популярных туристических направлений в мире, что подтверждается впечатляющими статистическими данными, опубликованными Всемирной туристской организацией. В 2023 г. страна приняла более 57,25 млн туристов. С начала 2024 г. Италия продолжает удерживать свою популярность, приняв 48,93 млн иностранных туристов [2].

В ответ на проблему овертуризма итальянские власти принимают меры, такие как сокращение числа круизных лайнеров, введение лимитов на количество туристов на популярных объектах и регулирование краткосрочной аренды, перераспределение потоков к менее известным достопримечательностям. Таким образом, чтобы решить

проблему овертуризма, организации по управлению дестинациями и местные власти должны инвестировать в модернизацию инфраструктуры, чтобы удовлетворить потребности массового туризма.

Сохранение местных традиций требует активного участия со стороны сообщества, образовательных инициатив и сотрудничества. Формируя чувство гордости и принадлежности среди местных жителей, внедряя принципы устойчивого туризма и организуя культурные мероприятия, сообщества могут защитить свое наследие для будущих поколений.

Чтобы справиться с перенаселенностью туристических направлений, следует ввести ограничения на количество посетителей, содействовать поездкам в непиковые часы и развитию практики устойчивого туризма. Также важно повышать осведомленность путешественников о значении сохранения культурного и природного наследия, а местным властям — активно вовлекать сообщества в управление туристическими потоками.

Только таким образом можно сохранить уникальность и красоту итальянских регионов, одновременно обеспечивая экономическую выгоду от туризма. Эти подходы направлены на то, чтобы сбалансировать рост туризма с охраной окружающей среды и благополучием местного населения.

Источники

1. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО в Италии // ITALY4.ME. — URL: <https://italy4.me/unesco/> (дата обращения: 14.11.2024).
2. Italy Tourism Statistics // Road Genius. — URL: <https://roadgenius.com/statistics/tourism/italy> (date of access: 15.11.2024).

С. С. Соболева

*Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва)
Научный руководитель — М. Е. Беломестнова, канд. пед. наук, доцент*

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО АДАПТАЦИИ РОССИЙСКИХ ТУРПРОДУКТОВ ПОД ПОТРЕБНОСТИ ТУРИСТОВ ИЗ КИТАЯ

В настоящее время кросс-культурные взаимоотношения имеют большое значение в разных сферах, особенно в туризме. При этом важную роль играет специальная подготовка персонала туристских организаций, занимающихся приемом иностранных гостей, в частности китайских путешественников [2].

Туристское или гостиничное предприятие может создать особую команду, включающую специалистов по работе с китайскими турист-