

Смирнов Ігор Георгійович,  
доктор географічних наук, професор

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
м. Київ, Україна, e-mail: smyrnov\_ig@ukr.net

### ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ГЕОГРАФІЧНОГО ТА ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УРБОТУРИЗМУ В УМОВАХ ОВЕРТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ «КОНЦЕПЦІЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ» м. ЛЬВОВА)

*Мета дослідження.* Теоретичне обґрунтування та практичне застосування географічного та логістичного забезпечення урботуризму в умовах овертуризму на прикладі м. Львова та відповідної «Концепції децентралізації туризму».

*Методика дослідження.* Базується на географічних та логістичних категоріях по відношенню до урботуризму в умовах овертуризму, зокрема це показники пропускної спроможності туристичної дестинації, її ресурсного потенціалу та потенціалу готельно-туристичної та транспортної інфраструктури, а також відображення регіональних (географічних) особливостей туристичних процесів, що розглядаються, зокрема туристичної децентралізації, концентрації та дисперсії.

*Результати дослідження.* Теоретична концепція, викладена у статті, була практично апробована на туристичній практиці м. Львова, зокрема на прикладі «Концепції децентралізації туризму». Пропозиції з оптимізації та вдосконалення геопросторової організації туризму у м. Львові включили: а) вертикальну та горизонтальну диверсифікацію туристичних потоків у середмісті, вирішення проблеми туристичних відходів, обмеження випадків інтим-туризму на користь конференц та блогер-туризму, нарешті посилення вимог безпеки туристів, зокрема у сферах їхнього розміщення, проживання та розваг. Деякі з цих пропозицій вже враховані в управлінні туризмом м. Львова, так, у 2019 р. запроваджено посаду заступника мера з питань безпеки.

*Наукова новизна.* Вперше в Україні розглянуто явище овертуризму та його вплив на урботуризм із застосуванням логістичного та географічного підходів. Вперше виділено проблеми овертуризму в умовах міст та розглянуто шляхи вирішення цієї проблеми на прикладі м. Львова.

*Практична значимість.* Теоретичні положення було прикладено до вирішення практичних проблем розвитку туристичної галузі великого міста в умовах різкого зростання числа туристів, як, наприклад, у м. Львові, і запропоновано низку практичних заходів для зменшення негативних наслідків овертуризму, зокрема надмірної концентрації туристів у центральній частині міста, збільшенні обсягів відходів, появи випадків інтим-туризму, загострення проблем безпеки туристів тощо. Відповідно пропонується розширити туристичну територію міста за рахунок вертикальної та горизонтальної диверсифікації туристичних потоків, диверсифікований підхід до визначення податку для бізнесу залежно від його розміщення у центрі міста або на периферії («сміттового податку»), розвиток конференц та блогер-туризму, посилена увага та контроль проблем безпеки туристичного харчування, проживання, транспортування, розваг тощо.

*Ключові слова:* овертуризм, урботуризм, туристична концентрація, туристична дисперсія, логістичний аспект, географічний аспект.

Смирнов Игорь Георгиевич,  
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев,  
Украина, e-mail: smyrnov\_ig@ukr.net

### ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ГЕОГРАФИЧЕСКОГО И ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УРБОТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ОВЕРТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ «КОНЦЕПЦИИ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ ТУРИЗМА» Г. ЛЬВОВА)

*Цель исследования.* Теоретическое обоснование и практическое применение географического и логистического обеспечения урботуризма в условиях овертуризма на примере г. Львова и соответствующей «Концепции децентрализации туризма».

*Методика исследования.* Базируется на географических и логистических категориях по отношению к урботуризму в условиях овертуризма, в частности это показатели пропускной способности туристической дестинации, ее ресурсного потенциала и потенциала гостинично-туристической и транспортной инфраструктуры, а также отображение региональных (географических) особенностей туристических процессов, в частности туристической децентрализации, концентрации и дисперсии.

*Результаты исследования.* Теоретическая концепция, изложенная в статье, была практически апробирована в туристической практике г. Львова, в частности на примере «Концепции децентрализации туризма». Предложения по оптимизации и совершенствованию геопространственной организации туризма в г. Львове включили: а) вертикальную и горизонтальную диверсификацию туристических потоков в центре, решение проблемы туристических отходов, ограничения случаев интим-туризма в пользу конференц и блогер-туризма, наконец, ужесточение требований безопасности туристов, в том числе, в сферах их

размещения, проживания и развлечения. Некоторые из этих предложений уже учтены в управлении туризмом г. Львова, так, в 2019 году введена должность заместителя мэра по вопросам безопасности.

*Научная новизна.* Впервые в Украине рассмотрено и охарактеризовано явление овертуризма и его влияние на урботуризм с применением логистического и географического подходов. Впервые выделены проблемы овертуризму в условиях городов и рассмотрены пути решения этой проблемы на примере г. Львова.

*Практическая значимость.* Теоретические положения были приложены к решению практических проблем развития туристической отрасли большого города в условиях резкого роста числа туристов, как, например, в г. Львове, и предложено ряд практических мер для уменьшения негативных последствий овертуризма, в частности, чрезмерной концентрации туристов в центральной части города, увеличении объемов отходов, появления случаев интим-туризма, обострение проблем безопасности туристов и тому подобное. Соответственно предлагается расширить туристическую территорию города за счет вертикальной и горизонтальной диверсификации туристических потоков, диверсифицированный подход к определению налога для бизнеса в зависимости от его размещения в центре города или на периферии («мусорного налога»), развитие конференц и блогер-туризма, усиленное внимание и контроль проблем безопасности туристического питания, проживания, транспортировки, развлечений и тому подобное.

*Ключевые слова:* овертуризм, урботуризм, туристическая концентрация, туристическая дисперсия, логистический аспект, географический аспект.

UDC 911.3

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.54.69-78>

*Smyrnov Igor Georgiyovych,*  
Doctor of Geography Sciences, Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: [smyrnov\\_ig@ukr.net](mailto:smyrnov_ig@ukr.net)

### *THE THEORY AND PRACTICE OF GEOGRAPHICAL AND LOGISTICAL PROVISION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF URBOTOURISM IN THE CONDITIONS OF OVERTURISM (ON EXAMPLE OF THE "CONCEPT OF TOURISM DECENTRALIZATION " IN CITY OF LVIV)*

*The aim of the study.* Theoretical substantiation and practical application of geographical and logistical support of urban tourism in the conditions of overtourism on the example of Lviv and the corresponding "Concept of tourism decentralization".

*Research methodology.* It is based on geographical and logistical categories in relation to urban tourism in the conditions of overtourism, in particular these are indicators of capacity of tourist destination, its resource potential and potential of hotel-restaurant and transport infrastructure, as well as reflection of regional (geographical) features of tourism processes, in particular tourist decentralization, concentration and dispersion.

*Results of the research.* The theoretical concept presented in the article has been practically tested in the practice of tourism in Lviv, in particular on the example of "Concepts of tourism decentralization". Proposals for optimization and improvement of geospatial organization of tourism in Lviv included: a) vertical and horizontal diversification of tourist flows in the city center, solving the problem of tourist waste, limiting the cases of intimate tourism in favor of conference and blogger tourism, finally strengthening the requirements of tourists safety in particular in the areas of their accommodation, food and entertainment. Some of these proposals have already been taken into account in the tourism management of Lviv, so, in 2019, the post of Deputy Mayor for Security was introduced.

*Scientific novelty.* For the first time in Ukraine the phenomenon of overtourism and its impact on urban tourism with the use of logistic and geographical approaches is considered. For the first time the problems of overtourism in the conditions of cities have been identified and the ways of solving this problem on example of Lviv are considered.

*Practical importance.* Theoretical provisions have been applied to solve practical problems of development of tourism industry of big city in conditions of sharp increase of tourists number, as, for example, in Lviv, and a number of practical measures have been proposed to reduce the negative effects of overtourism, in particular the excessive concentration of tourists in the central part of the city, increasing volume of waste, occurrence of intimate tourism, exacerbation of tourist safety problems, etc. Accordingly, it is proposed to expand the tourist territory of the city due to the vertical and horizontal diversification of tourist flows, a diversified approach to determining business tax depending on its location in the city center or on the periphery ("garbage tax"), the development of conference and blogger tourism, increased attention and control of tourist security problems especially in spheres of food, accommodation, transportation, entertainment and more.

*Keywords:* overtourism, urban tourism, tourist concentration, tourist dispersion, logistic aspect, geographical aspect.

*Постановка проблеми.* Туристична галузь нині у світі динамічно розвивається, зростає чисельність туристів, при цьому щільність туристів – не однакова, оскільки туристичні потоки концентруються у найбільш популярних дестинаціях. До таких місць з підвищеною густиною туристів відносяться, насамперед, найбільші міста – столичні та історичні. Культурно-

пізнавальний, архітектурний, розважальний та інші різновиди туризму притягують до таких міст мільйони туристів. Відповідно виникає явище овертуризму, якому у сучасному світі приділяється все більше уваги. Особливо це актуальне у зв'язку з необхідністю забезпечити сталість розвитку туристичної діяльності в містах та сталість самих міст. Про це свідчать документи ООН, ЮНЕСКО та ЮНВТО, де проблема сталості міст та урботуризму розцінюється, як одна з найбільш актуальних.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій* з теми дослідження показав, що в Україні ця тематика є розробленою недостатньо. Натомість проблеми сталого розвитку урботуризму у світі та в Україні присвячено декілька праць автора [2;3;4;5 та ін.]. Також про актуальність статті свідчить дослідження, виконане на замовлення ЮНВТО у 2017 р. «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions»(англ. «Овертуризм? Розуміння і управління зростанням урботуризму» [1].

*Постановка завдання* – розкрити сутність, суспільно-географічні та логістичні особливості урботуризму в умовах овертуризму на прикладах свідової та української туристичної практики, зокрема м.Львова.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Недавно у туристичній літературі з'явився новітній термін - «overtourism» (англ. - надлишковий туризм) [1], що відображає гостроту проблеми управління зростаючими туристичними потоками, зокрема у міських (урбо) дестинаціях. Нині більше половини населення планети вже живе у містах, до 2050 р. цей показник сягне 70%. Зростаюча чисельність урботуристів збільшує споживання природних та туристичних ресурсів міст, здійснює соціокультурний вплив та зростаючий тиск на міську інфраструктуру. Тому для урботуризму нині важливим завданням є ефективне управління потоками туристів у містах з метою забезпечення сталості комплексного розвитку міст. На необхідність узгодження розвитку урботуризму з розвитком міст вказує «Нова програма ООН з розвитку міст», у якій наводяться 17 цілей їх сталого розвитку [1]. Актуальність теми, що розглядається, підтверджується дослідженням «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (англ. - Овертуризм? Розуміння та управління зростанням урботуризму), що було виконано на замовлення ЮНВТО на підставі аналізу даних 8 європейських міст (Амстердама, Барселони, Берліна, Копенгагена, Лісабона, Мюнхена, Зальцбурга та Таллінна) науковцями Центру експертизи рекреації, туризму та гостинності Університету Бреда (Нідерланди), Європейського інституту туризму майбутнього Університету Стенден (Нідерланди), за підтримки Європейської туристичної асоціації та міських влад відповідних міст. Здійснено оцінку сприйняття туризму і туристів мешканцями європейських міст та розроблено програму стратегій (11) і заходів (68) з метою попередження надмірної концентрації туристичних потоків у містах Європи [1].

До цих стратегій і заходів належать [2]: 1. *Просторове розосередження (дисперсія) потоків туристів по території міста та його околиць*, зокрема: проведення заходів не в центральних дільницях; розміщення там же нових туристичних атракцій та об'єктів; збільшення потужності та часу праці туристичних об'єктів; створення спільної ідентичності міста та його околиць; запровадження картки туриста для пересувань містом без обмежень; стимулювання відвідування периферійних дільниць міста. 2. *Часове розосередження (дисперсія) потоків туристів у місті* шляхом: стимулювання туристичних відвідин у несезон; застосування динамічного ціноутворення (сезонних знижок); проведення спеціальних заходів у несезон; розроблення календаря туристичних подій у місті з визначенням часу і місць проведення; застосування новітніх технологій (мобільних додатків). 3. *Популяризація нових туристичних маршрутів та атракцій у місті*, зокрема: розроблення нових маршрутів та їхня реклама; запровадження знижок для нових туристичних маршрутів та атракцій; видання туристичних путівників та рекламних матеріалів з нових туристичних маршрутів та атракцій; використання віртуальних екскурсій новими туристичними маршрутами. 4. *Аналіз та необхідні зміни туристичних регуляцій (правил)*, зокрема: часу праці туристичних об'єктів; можливостей їхнього відвідування для великих груп туристів; правил транспортного руху у центральних частинах міста; заохочення паркування транспортних засобів на в'їзді до міста; створення спеціальних стоянок для туристичних автобусів; запровадження пішохідних зон; створення нових інформаційних платформ туристичного сервісу; регуляція та оподаткування діяльності готелів та інших засобів розміщення туристів; визначення туристичної ємності міста взагалі і критичних дільниць (центральных, історичних) зокрема. 5. *Сегментація потоків туристів*, зокрема: регулярні дослідження кількості, географії, мотивації та розподілу туристопотоків у місті;

визначення найбільш та найменш вигідних сегментів туристів для міста; визначення сегменту туристів з повторним відвідуванням; визначення та обмеження промоції візитів небажаних сегментів туристів. 6. *Збільшення корисності туризму для місцевої громади*, зокрема: збільшення зайнятості у туристичній галузі; промоція позитивного впливу туризму; залучення місцевої громади у розробку туристичних продуктів; аналіз туристичного потенціалу місцевої громади та інтегрування його в туристичний ланцюг доданої вартості; поліпшення якості туристичної інфраструктури з урахуванням потреб місцевих мешканців та туристів; стимулювання розвитку занедбаних околиць міста через туризм. 7. *Забезпечення розвитку міста, зручного для його мешканців та туристів*, зокрема: розвиток міста з урахуванням потреб та бажань його постійних мешканців та туристів; максимальне залучення місцевого населення у сферу туризму; об'єднання туристичних фестивалів та подій з місцевими святами; використання артистично-культурних ініціатив (наприклад, стріт-арту) у нових туристичних дільницях; подовження часу праці туристичних об'єктів. 8. *Розвиток та вдосконалення туристичної інфраструктури міста*, зокрема: збалансований сталий розвиток транспортної галузі міста та околиць; можливість руху туристів на головних магістралях у час пік; поліпшення культурної інфраструктури міста; вдосконалення інформаційної забезпеченості транспортної інфраструктури та транспортних засобів, у т.ч. англійською мовою; поліпшення зручності громадського транспорту для туристів; забезпечення можливостей подальшого розвитку туристичної інфраструктури; створення безпечних велосипедних маршрутів та можливість оренди велосипедів; створення безпечних та атрактивних пішохідних маршрутів; створення спеціальних маршрутів для людей з особливими потребами та похилого віку відповідно до засад інклюзивного туризму; збереженість об'єктів культурної спадщини та туристичних атракцій; необхідність прибирання туристичних об'єктів та маршрутів з вивезенням сміття до пунктів переробки. 9. *Співпраця з місцевими стейк-холдерами*, у т.ч.: створення громадського органу управління туризмом (за участю усіх зацікавлених громад міста); підготовка програми фахового розвитку для партнерів; запровадження локальних дискусійних платформ для мешканців; проведення досліджень серед мешканців міста та інших зацікавлених суб'єктів; обговорення туристичних проблем міста у соціальних мережах. 10. *Співпраця з туристами*, у т.ч.: забезпечення усвідомленості впливу туризму на розвиток міста серед туристів; ознайомлення туристів з місцевими цінностями, традиціями та правилами поведінки; надання необхідної інформації туристам з обмежень руху транспорту у місті, можливостей паркування та особливостей оплати, руху автобусів тощо. 11. *Заходи з моніторингу та зворотного зв'язку*, включаючи: моніторинг ключових індикаторів, зокрема сезонних змін попиту, прибуттів та витрат туристів, їхніх сегментів, типів поведінки тощо; застосування новітніх інформаційних технологій для моніторингу, аналізу та оцінки впливу туризму; створення резервних планів для пікових періодів та форс-мажорних ситуацій.

Як видно, кожна стратегія охоплює низку заходів, котрі відображені у табл.1.

Таблиця 1

Стратегії та заходи із зменшення явища овертуризму у містах (за [2])

Стратегії	Заходи
<p><i>Стратегія 1.</i> Сприяти просторовій дисперсії туристичних потоків у місті та його околицях</p>	<p>1.1. Проводити більше подій не у центральних частинах міста, а в периферійних та його околицях. 1.2. Розміщувати туристичні атракції та розвивати інфраструктуру в менш відвідуваних частинах міста та на околицях. 1.3. Збільшити потужність туристичних об'єктів відповідно до величини туристопотоків. 1.4. Створити спільну ідентичність міста і його околиць. 1.5. Запровадити нелімітовані туристичні картки для подорожей містом та околицями. 1.6. Рекламувати усе місто, як цікаве для туристів, з метою стимулювати відвідування менш популярних дільниць.</p>
<p><i>Стратегія 2.</i> Сприяти часовій дисперсії туристичних потоків у містах</p>	<p>2.1. Стимулювати туристичні візити у несезон. 2.2. Запровадити динамічне ціноутворення. 2.3. Урізноманітнити та збільшити кількість туристичних подій у несезон. 2.4. Розробити графік проведення популярних туристичних атракцій та подій з моніторингом чисельності відвідувачів. 2.5. Використовувати новітні технології (app-додатки) з метою стимулювання часової дисперсії туристичних потоків.</p>
<p><i>Стратегія 3.</i> Розробити нові туристичні маршрути з новими атракціями у містах</p>	<p>3.1. Розробити та рекламувати нові туристичні маршрути у містах на пунктах в'їзду та у туристичних інформаційних центрах. 3.2. Запропонувати комплексні знижки нових маршрутів та атракцій. 3.3. Видати путівники та інші рекламні матеріали з промоції «прихованих скарбів» (маловідомих туристичних об'єктів та атракцій) 3.4. Розробити туристичні продукти та маршрути для спеціалізованих турів. 3.5. Запропонувати тури з гідами для менш відвідуваних частин міста. 3.6. Створити мобільні додатки віртуальної реальності стосовно відомих місць та атракцій на</p>

	додаток до традиційних екскурсій.
<i>Стратегія 4.</i> Переглянути та адаптувати регуляції	4.1. Переглянути часи праці туристичних об'єктів. 4.2. Переглянути правила допуску великих груп туристів на популярні атракції. 4.3. Переглянути транспортні регуляції у центральних та історичних частинах міст. 4.4. Стимулювати відвідувачів використовувати паркінги на в'їздах до міст. 4.5. Визначити спеціальні місця для зупинки туристичних автобусів у центральних та історичних частинах міст. 4.6. Запровадити пішохідні зони. 4.7. Переглянути регуляцію та оподаткування нових віртуальних платформ з туристичного сервісу. 4.8. Переглянути регуляцію та оподаткування готелів та інших закладів розміщення туристів. 4.9. Визначити максимальну туристичну місткість міста та його критичних ділянок та атракцій. 4.10. Передбачити можливість моніторингу усіх операцій в системі ліцензування туроператорів. 4.11. Переглянути регуляції з проведення туристичної діяльності в певних частинах міста.
<i>Стратегія 5.</i> Здійснювати сегментацію туристів	5.1. Регулярно здійснювати комплексний аналіз туристопотоків (ідентифікацію та таргетування окремих сегментів туристів та їх потреб тощо). 5.2. Визначити туристів, які приїжджають до міста не вперше. 5.3. Обмежити відвідання міст з боку небажаних сегментів туристів.
<i>Стратегія 6.</i> Збільшити користі від туризму для міської громади	6.1. Збільшити рівень зайнятості в туризмі, зокрема офіційної та пристойної праці. 6.2. Роз'яснювати позитивні впливи туризму, забезпечити знання та свідомість про туристичний сектор у місцевій громаді. 6.3. Залучити місцеві громади в створення нових туристичних продуктів. 6.4. Провести аналіз туристичного потенціалу (попиту та пропозиції) місцевих громад та інтегрувати його в туристичний ланцюг доданої вартості. 6.5. Поліпшити якість інфраструктури та послуг з урахуванням потреб місцевих мешканців та туристів. 6.6. Стимулювати розвиток занедбаних околиць міста через туризм.
<i>Стратегія 7.</i> Сприяти розвитку міста, зручного для його мешканців та туристів	7.1. Розвивати місто з урахуванням потреб та бажань його постійних мешканців та трактувати туристів як тимчасових мешканців. 7.2. Розвивати туризм у місті з максимальною участю місцевого населення. 7.3. Об'єднувати туристичні фестивалі та події з місцевими святами. 7.4. Запровадити «туристичних послів» від міста. 7.5. Впроваджувати артистично-культурні ініціативи (наприклад стріт-арт) у нових туристичних дільницях. 7.6. Збільшити часи праці туристичних об'єктів.
<i>Стратегія 8.</i> Поліпшити туристичну інфраструктуру міста	8.1. Розробити збалансований сталий менеджмент транспортної галузі для міста та околиць. 8.2. Забезпечити можливість руху туристів на головних магістралях та на другорядних (об'їзних) у час пік. 8.3. Поліпшити культурну інфраструктуру міста. 8.4. Поліпшити інформаційну забезпеченість транспортної інфраструктури та транспортних засобів, у т.ч. англ. мовою. 8.5. Зробити громадський транспорт більш зручним для туристів. 8.6. Передбачити додаткові транспортні можливості для туристів у години пік. 8.7. Забезпечити адекватні можливості розвитку туристичної інфраструктури. 8.8. Створити безпечні велосипедні маршрути та забезпечити можливості оренди велосипедів. 8.9. Створити безпечні та атрактивні пішохідні маршрути. 8.10. Забезпечити створення спеціальних маршрутів для людей з особливими потребами та в похилому віці відповідно до засад доступного туризму. 8.11. Забезпечити збереженість об'єктів культурної спадщини та туристичних атракцій. 8.12. Передбачити можливості прибирання туристичних об'єктів та маршрутів, у т.ч. у години пік.
<i>Стратегія 9.</i> Співпраця з місцевими стейкхолдерами	9.1. Створити та регулярно проводити збори громадського органу управління туризмом (за участю усіх зацікавлених громад міста). 9.2. Організувати програми професійного розвитку для партнерів. 9.3. Створити локальні дискусійні платформи для мешканців. 9.4. Здійснювати регулярні дослідження серед мешканців міста та інших зацікавлених сторін. 9.5. Заохочувати обговорення проблем міста у соціальних мережах. 9.6. Спілкуватися з мешканцями з приводу їхньої поведінки. 9.7. Об'єднати розрізнені спільноти.
<i>Стратегія 10.</i> Співпраця з туристами	10.1. Забезпечити усвідомленість впливу туризму на розвиток міста серед туристів. 10.2. Ознайомити туристів з місцевими цінностями, традиціями та правилами. 10.3. Забезпечити необхідну інформацію для туристів щодо обмежень руху транспорту, можливостей паркування, оплати, автобусного руху тощо.
<i>Стратегія 11.</i> Заходи з моніторингу та зворотного зв'язку	11.1. Здійснювати моніторинг ключових індикаторів, зокрема сезонних змін попиту, прибуттів та витрат туристів, їхніх сегментів, типів поведінки тощо. 11.2. Використовувати нові інформаційні технології для моніторингу, аналізу та оцінки впливу та поведінки туристів. 11.3. Розробити резервні плани для пікових періодів та форс-мажорних ситуацій.

Впровадження вищезначених стратегій може допомогти в управлінні сталим розвитком урботуризму, але забезпечення довготермінової сталості залежить від впровадження таких ключових пунктів у туристичну політику:

1. Узгодження політики розвитку урботуризму з порядком денним розвитку міст згідно документів ООН «Новий порядок розвитку міст» та «Цілі сталого розвитку», зокрема Цілі 11 «Зробити міста інклюзивними, безпечними, пружними та сталими» та засад «Глобального кодексу туризму» ЮНВТО.

2. Розроблення стратегічного довготермінового плану сталого розвитку урботуризму, включаючи визначення пропускної спроможності міста та його окремих дільниць та туристичних об'єктів. Це особливо істотно для стратегій, скерованих на дисперсію туристів, їхню сегментацію, і для більш ефективного розвитку нових маршрутів та об'єктів.

3. Визначення оптимального рівня туристичного впливу на місто за участю усіх можливих стейк-холдерів. Це допоможе в отриманні користі від туризму місцевими громадами та більших вражень туристами, а також у полегшенні спілкування туристів з містянами.

4. Створення моделі управління, яка об'єднає адміністрації (туристичні та інші) на всіх рівнях, приватний сектор та місцеві громади. Така співпраця буде особливо корисною для поліпшення туристичної інфраструктури міста, що потребує взаємодії адміністрацій на різних рівнях, у т.ч. за межами туризму.

5. Посилення комунікації і співпраці між усіма можливими стейк-холдерами. Стратегії управління будуть більш ефективними, якщо усі стейк-холдери працюватимуть спільно, ніж у порівнянні з ситуацією їхнього окремого функціонування.

6. Розширення інтеграції місцевих громад у туристичний ланцюг доданої вартості, забезпечуючи таким чином користі для них від розвитку туризму у вигляді зростання доходів та збільшення місць праці. Залучення місцевих громад до розвитку туризму з самого початку означатиме отримання ними доходів, що допоможе в об'єднанні стейк-холдерів.

7. Регулярний моніторинг сприйняття туризму місцевою громадою та інформування містян про переваги розвитку туризму для міста. Це дозволить вчасну ідентифікацію можливих проблем та спільну розробку стратегії з їх подолання.

8. Здійснення теоретичної розробки, регулярний моніторинг та планування таких ключових показників сталості туризму, як пропускна спроможність, мобільність, управління туристичними природними та історико-культурними ресурсами, відношення місцевого населення до туризму.

9. Інвестування в технології, інновації та партнерство з метою перетворення міста у смарт-місто, спрямовуючи ці досягнення до вирішення проблем сталості, доступності та інноваційності його туризму.

10. Розроблення та впровадження інноваційних туристичних продуктів та практик, які дозволять місту диверсифікувати туристичний попит у часі і просторі, та привабити відповідні туристичні сегменти згідно з довготерміновою візією та стратегією розвитку міста.

11. Завчасне, із залученням відповідної методології, планування стратегічних напрямків урботуризму за різними варіантами. Динамічний, нестійкий, непевний, некомплексний характер сучасного глобального розвитку вимагає підходу, який би враховував не тільки особливості минулого розвитку, але й би визначав рушії змін та головні проблеми сьогодення з метою розробки ймовірних сценаріїв (варіантів) розвитку.

12. Трактування туристів, як тимчасових мешканців міст, розроблення туристичної політики із залученням як туристів, так і місцевих мешканців, під гаслом «Розвиток міста для усіх».

13. Розгляд управління туристичними потоками в містах з метою їхньої корисності для туристів і містян, як фундаментальну проблему сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму. Такий підхід повинен об'єднати вирішення завдань збереження ресурсної бази туризму міста із збільшенням числа туристів та позитивного відношення місцевих мешканців до них.

Реалізація запропонованих заходів та рекомендацій сприятиме сталому розвитку урботуризму в умовах овертуризму, що буде вагомим внеском у виконання «Нового порядку денного розвитку міст», «Цілей сталого розвитку» ООН та засад «Глобального кодексу туризму» ЮНВТО. Подібні положення є актуальними і для міст України, де починають спостерігатися ознаки овертуризму, у т.ч. для Львова, Києва, Одеси тощо, що зазначалося у публікаціях автора [3; 4, 210-216].

Зазначимо, що вищенаведені стратегії, заходи та пропозиції із забезпечення сталого розвитку овертуризму та урботуризму передбачають обов'язкове врахування логістичних та суспільно-географічних (регіональних) особливостей (рис.1). Про зв'язок з логістикою (логістичний аспект) свідчить використання у дослідженнях овертуризму та урботуризму таких термінів, як: туристичний потік та його характеристики, зокрема величина, динаміка, ритмічність, щільність, концентрація та дисперсія; ємність та пропускна спроможність туристичної дестинації (одномоментна, денна, місячна, сезонна, річна); ємність готельної бази (число місць розміщення, загалом та за категоріями, ємність сезонна та річна); ємність ресторанної бази (число посадкових місць, загалом та за категоріями, ємність сезонна та річна); транспортно-туристичний потенціал

(протяжність транспортних шляхів, у т.ч. за видами транспорту, якість транспортних шляхів, у т.ч. за категоріями, щільність транспортних шляхів, у т.ч. за видами транспорту, пропускна спроможність транспортної інфраструктури, у т.ч. за видами транспорту). При цьому кожний термін овертуризму має суспільно-географічний (регіональний) вимір, тобто локальні відмінності, які вимагають обов'язкового врахування у зазначених логістичних стратегіях та заходах.



Рис.1. Суспільно-географічні та логістичні аспекти овертуризму (авторська розробка за [2])

Отже, урботуризм сьогодні стає все більш популярним як в Україні, так і в світі. Він має свої особливості, пов'язані з високою концентрацією туристів на обмеженій території міст, особливо в їхніх центральних та історичних частинах. У зв'язку з цим виникає проблема збільшення туристичного навантаження на ресурсну базу туризму в містах (овертуризму), що може призвести до його погіршення та деградації. Вирішити цю проблему можна за допомогою логістичного підходу до сталого розвитку урботуризму [5]. Увага до даної проблеми в науковій літературі поки що недостатня, хоча в практичному управлінні розвитком міського туризму ця проблема вже добре відома і відображена у розробці та прийнятті відповідних документів, наприклад, у м.Львові, де нещодавно було прийнято «Концепцію децентралізації туризму» у межах «Стратегії розвитку туризму міста до 2021р.»[3].

Зокрема ця концепція передбачає використання нематеріальної культурної спадщини у ході туристичного «розвантаження» середмістя Львова (площі Ринок та проспекту Свободи) шляхом: 1) створення «другого центру» міста шляхом активнішого задіяння у туризмі проспекту Шевченка з площею М.Грушевського (цікаві об'єкти серед інших тут – пам'ятник М.Грушевському, старий будинок Львівського університету (тзв. «Університет Габсбургів», нині тут знаходяться геологічний та біологічний факультети ЛНУ імені Івана Франка), кав'ярня «Шкоцька» («Шотландська», нині ресторан), пов'язана з діяльністю в ній у довоєнний період тзв. «Львівської математичної школи» під керівництвом С.Банаха та С.Уляма; 2) розширення туристичної території міста за рахунок периферійних дільниць – Сихова, Майорівки, Левандівки тощо (видано путівник «Туристичний Сихів»); 3) запровадження екскурсії «Львів+» з відвідинами таких близьких до Львова міст, як Жовкви (бувшої королівської резиденції) та Дрогобича (будинку відомого митця Бруно Шульца та найстарішої солеварні в Україні).

Додамо, що увага приділяється розвитку туризму і у центрі міста з використанням нематеріальної культурної спадщини, але при цьому виконується вимога його туристичного розвантаження шляхом: а) розробки підземного туристичного маршруту від вежі Корнякта до площі І.Підкови з створенням підземного музею Львова та ресторану у підземеллях Ратуші; б) відкриття нового туристичного маршруту «Дахами Львова» з відвідинами нещодавно створених ресторанів на останніх поверхах будинків на площі Ринок («Найвища ресторація Галичини» та «Ресторан дуже високої кухні» - ці концептуальні заклади створюють сучасну сторінку розвитку львівської гастрономії і належать відомому ресторанному концерну «!FEST»).

На доповнення до вищевикладеного матеріалу додамо, що у Львові запланували створити ціле підземне містечко для туристів. Місцеві депутати затвердили «Детальний план території», що передбачає перетворення міських підземель у туристичні маршрути. Але перед цим влада Львова хоче з'ясувати усі нюанси прав власності на підземні приміщення та їх придатність до пішохідних прогулянок. Також вже відомо, що частина підземель потребує фінансових вкладень, оскільки їх треба відповідно обладнати та зробити безпечними для туристів. Про ці плани ЗМІ повідомив заступник міського голови А.Москаленко. «Деякі підземні маршрути працюють вже нині –

як екскурсійні. Зараз мова йде про наступний етап, коли будуть відкриті інші маршрути. Але перед цим слід здійснити певні дослідження, наприклад, взяти проби ґрунту з метою визначення його стійкості тощо. Також місто активно працює над створенням підземного музею міста, де буде достатня кількість підвальних приміщень для екскурсій. Також планується проведення підземних екскурсій під найбільш знаковими пам'ятками Львова, такими як: башта Корнякта, Домініканський собор, Італійський дворик, Ратуша, площа Ринок, площа Івана Підкови, церква Св.Петра та Павла. При цьому окремі ділянки підземного маршруту отримають свої назви, не виключено, що для «підземних» туристів буде створений свій інформаційний центр та на цих локаціях працюватимуть екскурсіводи. Будуть здійснені роботи з укріплення туристичних ходів, облаштування вентиляції тощо з тим, щоб туристам було максимально комфортно. На облаштування усього підземного маршруту довжиною 800 м знадобиться біля 5 років, а реалізація першого етапу потребуватиме біля 1 року. Зараз окремі підземні локації є у деяких церквах, під Ратушею на площі Ринок, отже мета полягає у тому, щоб їх усіх об'єднати в один маршрут. За прогнозами попит на підземні екскурсії зашкалюватиме, а самі екскурсії будуть груповими. Кожний екскурсівод зможе взяти на підземну прогулянку з собою до 15 бажаючих. Практика показала, що туристів, бажаючих відвідати міські підземелля є чимало. До речі, свого часу інновацією стали екскурсії дахами львівських будинків (вони коштують від 100 до 600 грн), підземні екскурсії будуть наступною родзинкою для туристів. Місцеві мешканці вважають, що такі екскурсії будуть цікавими і для самих львів'ян.

Принагідно додамо, що відвідання підземних пам'яток широко розповсюджене у світі і користується шаленим успіхом серед туристів. Наприклад, підземні міста Каппадокії в Туреччині включені у Список Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а час їх створення сягає I століття до Р.Х., а у Великобританії є Берлінгтон – підземне місто-бункер, збудоване урядом на випадок атомної війни, де була своя лікарня, церква і навіть один паб. У Портленді (США) туристи можуть відвідати «Шанхайські тунелі» - підземну систему доріг, прокладених під районом цього міста Чайна-таун, при цьому підземні ходи ведуть від порту до готелів та ресторанів, щоб скоріше доставляти товар. Але багато людей там мешкало постійно. Є своє підземне місто і у Франції – це Наур, побудований у XIX ст., у підземеллях якого могло розміститися до 3 тис.осіб. Це місто знаходиться на глибині 33 м, а загальна довжина підземних коридорів – 2 км [6].

Нагальною потребою у Львові є забезпечення повної переробки загального обсягу міських відходів, включаючи туристичні, у т.ч. від ресторанів та кав'ярень. Зазначимо, що добовий обсяг відходів у Львові становить 600 тонн. Недивно, що туристичний рекорд Львова (2,6 млн. туристів у 2017 р. - перше місце серед міст України) збігся з «сміттевою кризою» у цьому місті. Щоб вирішити цю проблему, Львів буде найсучасніший в Україні сміттепереробний комплекс. Одночасно ще у листопаді 2018 р. місцева влада обмежила використання пластикових пакетів, а з 9 квітня 2019 р. у місті стартувала трьохмісячна просвітницька компанія «Без поліетилену», згідно якої магазини Львова відмовились від пластикових пакетів, пропонуючи покупцям альтернативну упаковку. Ресторани та кав'ярні Львова також використовують екологічні підходи у своїй діяльності, зокрема у збиранні, повторному використанні та переробці відходів.

Про ще один проблемний аспект урботуризму в умовах овертуризму попереджали американські експерти, що допомагали у розробці «Туристичної концепції Львова»: як тільки туризм міста набуде динамічного та масового розвитку, серед гостей міста з'являться ті, кого цікавлять інтимні послуги [7]. Який зв'язок з логістикою? Менше буде реклами відповідних закладів (нічних клубів, джентльмен-клубів, шоу-барів, стріп-барів тощо) – зменшаться відповідні туристопотоки. На противагу інтим-туризму Львів уже декілька років активно розвиває конференц-туризм та блогер-туризм. Тільки за 2018 р. у місті було проведено 430 ділових заходів, серед яких були потужні міжнародні конференції, які відвідало біля 100 тис. учасників, з них 11% іноземців і 82% - з України. Конференц-туризм є дуже вигідним для міста, оскільки один учасник витрачає \$ 414 на день, мешкають учасники у чотиризіркових і п'ятизіркових готелях. Львів першим в Україні заснував у 2013 р. конференц-бізнес. За 2018 р. конференц-туристи витратили у Львові майже 900 млн грн., у т.ч. заклади харчування заробили 206 млн грн., на відпочинок і розваги ділові делегати витратили 150 млн грн., на проживання – ще 131 млн. Прямий економічний ефект від цього виду туризму склав 775 млн грн. у 2018 р., податків сплачено 188 млн грн. При цьому у конференц-індустрії Львова працює 5,8 тис. осіб. Чого бракує Львову – це великих конференц-залів на 5 тис. учасників, як, наприклад, у польському Кракові, відповідно є попит на конференц-готелі міжнародного рівня. Тоді б конференц-туризм приніс місту ще більше прибутки та дивіденди.

Ще один новітній напрямок приваблення туристів до Львова, зокрема іноземців, це звертання до послуг туристичних блогерів. «Доступність, настроєвість та чудове співвідношення ціни – якості. Вишукане місто виглядає як традиційна європейська столиця, довершена брукованими вуличками, фестивалями класичної музики та гучними літературними святкуваннями», - так описує туристичні принади міста Лева експерт провідної американської газети «The Washington Post». Вперше про Львів написало таке провідне видання світу. Останніми роками до Львова їдуть туристичні блогери, які рекламують місто. Щороку місто Лева входить у топові позиції рейтингів європейських міст і світу, куди варто поїхати на вікенд чи на свята. За словами начальника управління туризмом Львівської міської ради, саме туристичні блоги дають Львову все більше гостей з усіх куточків світу. Якщо один журналіст написав, то його колеги бачать рейтинг статті і теж приїжджають, щоб ще краще вивчити місто. Коли місто пізнаване, його ім'я капіталізується для інвестицій, сюди приїжджають інвестори, які відкривають бізнес. Тому від туристичних блогерів є чимало переваг. Одна з них – широка міжнародна промоція Львову. Самим містянам теж приємно, що про їхнє місто знають у світі. Так, нещодавно про Львів написав один із польських туристичних сайтів. Польські експерти зробили акцент на емоційних закладах міста – концептуальних ресторанах та кафе. Кажуть, це додає місту родзинок. Кожний ресторан має свою легенду. Також поляки зазначають, що людям поважного віку цікавіше відвідати Личаківський цвинтар, а ось молодь має інші пріоритети – індивідуальні екскурсії центром. Наші сусіди відзначають і «привітні ціни» в магазинах, сувенірних лавках, кафе. Зазначають, що тут можна провести хороший вікенд, бо з Гданська до Львова є прямі авіарейси з цінами квитків від 500 до 1200 грн. Напередодні Великодніх свят 2019 р. до Львова завітав блогер з ірландського Дубліна. Це був менеджер авіакомпанії Ryanair, який пише блоги про усі міста, з якими Дублін має пряме авіасполучення. Він знімав відео про Львів, вивчав його архітектуру та кухню, а ще наші традиції. Він приїхав якраз перед святами і бачив весь процес приготувань, фарбування писанок, гаївки. Відвідав Шевченківський гай, йому сподобались вишиванки і кухня. Відповідно очікується його стаття з відгуками, що є неабияк престижно. При цьому деякі тревел-блогери називають шалені суми у євровалюті за свої послуги. Львів працює за іншою схемою, коли місто домовляється з бізнесом і, відповідно, готельєри безкоштовно поселяють у себе блогерів, ресторатори задурно годують, власники туристичних фірм показують місто. Відтак блогери із захопленням описують туристичні принади міста Лева і це не коштує надто багато. При цьому кожен блогер має свою цільову аудиторію – до міста приїжджають саме його читачі. Наприклад, є ресторани блогери, чи готельні, а є ті, що пишуть про літературу і культуру. Під кожного блогера формується окремий тур. Нарешті, четверта концепція пов'язана з необхідністю застосування підвищених вимог до безпеки туристів в умовах овертуризму. До основних складників цієї концепції відносяться: а) розробка підвищених вимог до безпеки туристів в умовах овертуризму, особливо щодо умов їхнього проживання та харчування; б) постійний і жорсткий контроль безпеки умов проживання туристів, особливо в апартаментах та приватних квартирах; в) жорсткий контроль безпеки сфери туристичного харчування, з особливою увагою до функціонування та справності обладнання точок «вуличної їжі» у популярних туристичних локаціях; г) контроль міського туристичного транспорту, у т.ч. туристичних автобусів, екскурсійних «потягів», туристичних карет тощо. Слід сказати, що львівська влада вже взяла до уваги зазначені пропозиції, так, у мера Львова з 2019 р. з'явиться заступник з питань безпеки, якому буде підпорядковано департамент з питань поведження з відходами, управління з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення та управління безпеки міста.

*Висновки.* Динамічний розвиток урботуризму в умовах овертуризму, що нині спостерігається в Україні та світі, викликає низку проблем, серед яких можна відзначити туристичне перевантаження міст, особливо їх центральних та історичних дільниць; руйнування багатьох історичних і архітектурних об'єктів та пам'ятників; збільшення обсягу міських відходів, у тому числі туристичних; випадки інтим-туризму; недотримання правил безпеки туристів у сферах їхнього проживання та харчування з трагічними наслідками тощо. Рішення більшості з цих проблем можливе на основі застосування комплексної логістичної стратегії, запропонованої авторами. Отже, логістичний підхід, застосований, зокрема у "Концепції туристичної децентралізації м.Львова", має бути поширений на всі інші аспекти туристичного господарства міста, включаючи управління відходами, використання новітніх технологій та залучення національних та міжнародних інвестицій. Ці рекомендації стосуються не тільки Києва та Львова, але й інших міст - значних туристичних центрів України - Харкова, Дніпра, Одеси тощо.

*Список використаних джерел*

1. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. : UNWTO Library, 2018.URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
2. Смирнов І.Г. Концептуальні засади стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму. Економіка, облік, фінанси та право в умовах глобалізації: тенденції та перспективи. *Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції*. У 3 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч.1. С. 65-70.
3. Smyrnov I. Lviv: Lights and Shadows of Overtourism. *Наук.вісник Східно-Європейського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки*.2019. №1 (385). С.117-121.
4. Смирнов І.Г. , Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму. Київ, 2019. 256 с.
5. Смирнов І.Г. Логістика туризму. Київ: Знання, 2009. 354 с.
6. Серов І. Во Львові відкриють все підзем'я. *Сьогодні*. 2019. 23 вересня. С.6.
7. Иванова Е.В. 50 оттенков Львова. *Новое время страны*, 2018. № 19. С.38-41.

*Список использованных источников*

1. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. : UNWTO Library, 2018.URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
2. Смирнов И. Концептуальные основы стратегии устойчивого развития урботуризма в условиях овертуризма. *Экономика, учет, финансы и право в условиях глобализации: тенденции и перспективы*. Сборник тезисов докладов международной научно-практической конференции. В 3 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч.1. С. 65-70.
3. Smyrnov I. Lviv: Lights and Shadows of Overtourism. *Науч.вестник Восточно-Европейского национального университета имени Лесы Украинки. Географические науки*.2019. №1 (385). С.117-121.
4. Смирнов И. , Любитцева А.А. Маркетинг устойчивого туризма. Киев, 2019. 256 с.
5. Смирнов И. Логистика туризма. Киев: Знание, 2009. 354 с.
6. Серов И. Во Львові відкриють все підзем'я. *Сьогодні*. 2019. 23 вересня. С.6.
7. Иванова Е.В. 50 оттенков Львова. *Новое время страны*, 2018. № 19. С.38-41.

*References*

1. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions. : UNWTO Library, 2018.URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
2. Smyrnov I.G Conceptual bases of the strategy of sustainable development of urban tourism in the conditions of overtourism. *Economy, accounting, finance and law in the conditions of globalization: trends and perspectives*. Collection of abstracts of reports of the international scientific-practical conference. V. 3. Poltava: CFEND, 2019. Part 1. Pp. 65-70.
3. Smyrnov I. Lviv: Lights and Shadows of Overtourism. *Scientific herald of Lesya Ukrainka East European National University. Geographical Sciences*.2019. No. 1 (385). P.117-121.
4. Smyrnov I.G , Lyubitseva O.O Marketing of sustainable tourism. Kyiv, 2019. 256 p.
5. Smyrnov I.G Tourism logistics. Kiev: Znannya, 2009. 354 p.
6. Serov I. All dungeons will be opened in Lviv. *Segodnya*. 2019 September 23. P.6.
7. Ivanova E.V 50 shades of Lviv. *New time of the country*, 2018. № 19. P.38-41.