

УДК 338.48

Смирнов Ігор Георгійович,
доктор географічних наук, професор

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

ЛОГІСТИКА УРБОТУРИЗМУ В УМОВАХ «ОВЕРТУРИЗМУ»

Мета. Розкрити сутність явища «овертуризму» та його прояви в логістиці урботуризму.

Методика базується на використанні базової логістичної моделі сталого розвитку туризму та її різновидів: принципової, розгорнутої та стратегічної. Опрацьовано концептуальні основи логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму», зокрема концепцію туристичної децентралізації, концепцію реверсивної логістики, концепцію впливу маркетингу на логістику та концепцію підвищення вимог до проблем безпеки туристів.

Наукова новизна вперше розглянуто застосування логістики урботуризму в умовах «овертуризму» та опрацьовано концептуальні основи відповідної логістичної стратегії.

Результати. 1. Розроблено базову логістичну модель сталого розвитку туризму її різновиди та стратегії сталого туризму. 2. Опрацьовано логістичну стратегію сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму» та її концептуальні основи у вигляді концепції туристичної децентралізації, концепції реверсивної логістики, концепції впливу маркетингу на логістику, концепцію підвищення вимог до проблем безпеки туристів.

Практична значимість. Вище наведені теоретичні положення перевірено на прикладі проблем розвитку туризму в українських містах Києві та Львові, розроблено та запропоновано відповідні рекомендації.

Ключові слова: урботуризм, «овертуризм», комплексна логістична стратегія, децентралізація туризму, зворотна логістика, вплив маркетингу на логістику, підвищення вимог до безпеки туристів.

УДК 338.48

Смирнов Игорь Георгиевич,
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченка, г. Киев,
Украина, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

ЛОГИСТИКА УРБОТУРИЗМА У УСЛОВИЯХ «ОВЕРТУРИЗМА».

Цель раскрыть сущность явления «овертуризма» и его проявления в логистике урботуризма.

Методика базируется на использовании базовой логистической модели устойчивого развития туризма и его разновидностей: принципиальной, развернутой и стратегической. Разработано концептуальные основы логистической стратегии устойчивого развития урботуризма в условиях «овертуризма», в частности, концепцию туристической децентрализации, концепцию реверсивной логистики, концепцию влияния маркетинга на логистику и концепцию повышения требований к безопасности туристов.

Научная новизна впервые рассмотрено применение логистики урботуризма в условиях «овертуризма» и разработано концептуальные основы соответствующей логистической стратегии.

Результаты 1. Разработана базовая логистическую модель устойчивого развития туризма, ее разновидности и стратегии устойчивого туризма.2. Предложено логистическую стратегию устойчивого развития урботуризма в условиях «овертуризма» и ее концептуальные основы в виде концепций туристической децентрализации, реверсивной логистики, влияния маркетинга на логистику, повышения требований к безопасности туристов.

Практическая значимость. Вышеприведенные теоретические положения проверены на примере проблем развития туризма в украинских городах Киеве и Львове, разработаны и предложены соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: урботуризм, «овертуризм», комплексная логистическая стратегия, децентрализация туризма, реверсивная логистика, влияние маркетинга на логистику, повышение требований к безопасности туристов.

UDC 338.48

Smyrnov Igor Georgiyovych,
Doctor of Geography Sciences, Professor

Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail:
smyrnov_ig@ukr.net

URBAN TOURISM LOGISTICS IN CONDITIONS OF "OVERTOURISM"

The purpose To reveal the essence of the phenomenon of "overtourism" and its manifestations in the logistics of urban tourism.

The methodology is based on the use of a basic logistic model of sustainable development of tourism and its varieties: principal, wide-spread and strategic. The conceptual bases of the logistic strategy of sustainable development of urban tourism in the conditions of "overtourism" are worked out, in particular the concept of tourist decentralization, the concept of reversible logistics, the concept of the impact of marketing on logistics and the concept of increasing requirements to the safety of tourists.

Scientific novelty for the first time considered the application of logistics of urban tourism in the conditions of "overtourism" and worked out the conceptual foundations of the corresponding logistic strategy.

Results 1. The basic logistic model of sustainable tourism development and its varieties and strategies of sustainable tourism has been developed. 2.The logistic strategy of sustainable tourism development under the conditions of "overtourism" and its conceptual bases in the form of the concept of tourist decentralization, the concept of reverse logistics, the concept of the impact of marketing on logistics, and the concept of increasing the requirements for security problems of tourism have been worked out.

Practical significance. The above-mentioned theoretical positions were checked on the example of the problems of tourism development in Ukrainian cities like Kyiv and Lviv, and relevant recommendations were developed and proposed.

Key words: urban tourism, "overtourism", complex logistic strategy, decentralization of tourism, reverse logistics, influence of marketing on logistics, increase of safety requirements for urban tourists.

Постановка проблеми. Зовсім недавно, а саме у 2017 р., у фаховій туристичній літературі з'явився такий новий термін, як «overtourism» (у перекладі з англ.— надлишковий туризм) [1]. Цей термін відображає виклики щодо управління зростаючими туристичними потоками у міських (урбо) дестинаціях та вплив урботуризму на міста та їхніх мешканців.

Нині половина населення світу живе в урбанізованих ареалах, а за оцінками, до 2050 р. цей показник сягне 70%. Зростаюча кількість 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 урботуристів з метою забезпечення позитивних наслідків їхнього відвідання міст як для місцевих мешканців, так і для самих туристів. Ще задовго до того, як виник термін «overtourism», ЮНВТО визначила поняття туристичної місткості (пропускної спроможності), «як максимальну кількість людей, що можуть відвідати туристичну дестинацію одночасно без здійснення деструктивного впливу на природне, економічне та соціокультурне середовище та погіршення якості туристичних продуктів, що надаються». Це поняття пов'язане з категорією сталого туризму: туризм тільки тоді вважатиметься сталим, коли враховуватиме інтереси як відвідувачів, так і місцевих громад. Ця мета може бути досягнута через участь громад (місцевих влад) у розвитку туризму, управлінні туристопотоками, зменшенні сезонності туризму, ретельному плануванні туризму в дестинаціях, яке враховує їхню туристичну спеціалізацію та диверсифікацію турпродуктів, а також максимально можливу туристичну місткість. Вирішити проблеми, що стоять перед урботуризмом, сьогодні є набагато складнішим питанням, ніж раніше здавалося. Тому існує нагальна потреба створити дорожню карту сталого розвитку урботуризму та розглядати цей розвиток як складник більш широкої програми комплексного розвитку міст. Нині туризм є одним з небагатьох секторів світового господарства, що постійно зростає, забезпечуючи при цьому соціоекономічний розвиток, зайнятість, розвиток інфраструктури та експортні (валютні) доходи. Тому є важливим, навіть критичним, забезпечити узгодження розвитку урботуризму з розвитком міст у світовому порядку денному. Про це нагадує «Нова програма ООН з розвитку міст», що вказує на 17 цілей їх сталого розвитку, при цьому особливо слід виділити Ціль 11 «Зробити міста інклюзивними, безпечними, пружними та сталими», яка повинна стати обов'язковою для всіх країн світу [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій з теми статті виявив, що в Україні ця тематика є практично невідомою, публікацій практично немає, є тільки згадки про проблему «овертуризму» у світовому туризмі та її зв'язок з динамічним розвитком урботуризму [1]. Натомість, проблемі сталого розвитку урботуризму присвячені праці автора, зокрема [4;5;6]. Про актуальність теми, що розглядається у статті, свідчить дослідження, яке було виконане на замовлення ЮНВТО у 2017 р. «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (пер. з англ. «Овертуризм? Розуміння і управління зростанням урботуризму» [2].

Метою дослідження є розкриття концептуальних основ логістичної моделі сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму».

Виклад основного матеріалу. За декілька останніх десятиріч чисельність міського населення, як і територія міст, динамічно зростали та трансформувалися. Згідно даних ООН у 1990 р. 43% світового населення проживало в урбанізованих ареалах, на 2015 р. цей показник склав 54% та очікується його зростання до 60% у 2030 р. Разом з прискороною урбанізацією у світі спостерігається зростання урботуризму через те, що міста вважаються дуже популярними DESTИНАЦІЯМИ для бізнесового та пізнавально-відпочинкового туризму. Причинами цього явища є економічний розвиток та збільшення доходів населення, зменшення транспортних тарифів, розвиток туристичної інфраструктури та зростання середнього класу як в економічно розвинутих, так і в країнах, що розвиваються. За останні десятиріччя кількість міжнародних туристів зросла з 20 млн у 1950 р. до більше 1,3 млрд осіб у 2017 р. ЮНВТО прогнозує, що світовий туризм буде динамічно розвиватися і далі - з середньорічним темпом 3,3% за рік до 2030 р., коли чисельність туристів у світі досягне 1,8 млрд осіб. Нині дохід, що отримується як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, є важливим чинником соціо-економічного та культурного розвитку багатьох міст та міських агломерацій. Разом з тим, зростання урботуризму призводить до появи різноманітних викликів щодо забезпечення сталого зростання та практик, які б мінімізували від'ємний вплив туризму в містах, зокрема з використання природних ресурсів, соціокультурного впливу, зростаючого навантаження на інфраструктуру та управління мобільністю та концентрацією (скупченнями) туристів. Останніми роками ці виклики також супроводжувались збільшенням пропозиції проживання туристів у містах через нові віртуальні платформи туристичного сервісу. Як результат, число туристів в містах зросло настільки, що з'явилися випадки негативного ставлення місцевого населення до туристів, зокрема через явища надмірного їх зосередження, особливо у центральних дільницях міст, надмірного галасу та засмічення, а також інших незручностей, пов'язаних з туристами. Справа навіть дійшла до протестів місцевого населення проти туристів у деяких містах та до виникнення термінів «овертуризм» та «туризмофобія» та їхнє використання у ЗМІ.

Що ж розуміється під назвою «овертуризм» і коли з'явився цей термін? 2016 р. його вперше запровадила консалтингова компанія "Skift, Inc." та відповідно запатентувала. Ця компанія надає послуги з інформаційно-маркетингового забезпечення глобальної індустрії туризму та гостинності, існує з 2012 р. Компанія одразу орієнтувала цей термін на урботуризм під гаслом: «Майбутнє світу – міста. Майбутнє туризму – в містах. Майбутнє туризму – смарт-міста, які є зручними як для туристів, так і для місцевих мешканців. Розвиток смарт-міст веде до появи ери туристичної смарт-мобільності» [3]. Вже виникло декілька дефініцій цього

терміну. Зокрема, університети – учасники міжнародного проекту «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (про що буде нижче) визначили «овертуризм», як «негативний вплив туризму та DESTИНАЦІЮ або її частини внаслідок надмірної кількості туристів, що відчувають як місцеве населення (через погіршення умов (якості) життя), так і туристи (через погіршення якості турпродукту, що надається)» [2]. Інше визначення «овертуризму» належить Партнерству відповідального туризму: «коли господарі чи гості, місцеві жителі або візитери DESTИНАЦІЇ відчувають, що туристів забагато і через це якість життя у цій DESTИНАЦІЇ чи якість відвідування значно погіршились, при цьому часто господарі та гості відчувають це погіршення одночасно». Отже, «овертуризм» є протилежним поняттям по відношенню до «відповідального туризму», метою якого є розвивати туризм таким чином, щоб зробити DESTИНАЦІЮ найкращим місцем як для життя місцевих мешканців, так і для відвідування туристами. По суті, коли говориться про «овертуризм», то йдеться про відсутність ефективного управління та неконтрольований розвиток туристичних потоків у містах. Між тим із зростанням числа туристів туризм повинен розвиватися та управлятися на засадах сталого розвитку як для відвідувачів, так і для місцевих громад. Це і є ключем до розуміння та управління явищем «овертуризму». Розвиток туризму є шансом для громад та їхніх мешканців отримати доходи від туризму, саме тому відносини між туристичною галуззю та громадами повинні зміцнюватись. Цю мету можна досягти шляхом участі громади у розвитку туризму на її території, зокрема, застосовуючи менеджмент туристичних скупчень, зменшення сезонності туризму, ретельне планування розвитку туризму з врахуванням туристичних можливостей території та туристичної спеціалізації DESTИНАЦІЇ та диверсифікації туристичного продукту. При цьому знову ж таки набуває важливого значення поняття туристичної місткості території (DESTИНАЦІЇ), яка визначається ЮНВТО, як «максимальне число людей, що можуть відвідати туристичну DESTИНАЦІЮ одночасно без нанесення шкоди природному, економічному та соціокультурному середовищу та неприйнятному погіршення якості туристичних послуг та вражень». Правильне визначення кількісних параметрів (показників) туристичної місткості DESTИНАЦІЇ є важливим завданням для туроператорів та місцевих туристичних влад. Визначаючи та створюючи механізми з моніторингу та управління туристичними потоками та скупченнями, туристичними місткостями територій та параметрами необхідних змін, доцільно застосовувати кількісні та якісні індикатори, щоб отримати комплексний вираз туристичного впливу на DESTИНАЦІЮ. При цьому слід врахувати такі особливості явища туристичного перевантаження («овертуризму») у містах:

1. Коли говориться про туристичне перевантаження міста, то йдеться не стільки про чисельність туристів, скільки про туристичні потужності,

щоб їх прийняти. Так, є міста які успішно справляються з великою кількістю туристів, у той час як інші не можуть собі дати раду з значно меншими туристичними потоками. Щоб краще зрозуміти причини туристичного перевантаження, визначимо три головних його причини: 1.1. Надто велика кількість туристів у місті, ще й підсилена явищем сезонності, яке зумовлює різке зростання чисельності туристів у пікові сезони, що часто дратує місцевих мешканців. Ця причина викликає туристичне перевантаження особливо в окремих ділянках міст, коли містяни відчувають, що у місті не залишилось місць відпочинку, де б не було туристів. 1.2. Значний негативний туристичний вплив на функціонування міста, коли перебування туристів створює проблеми для місцевих мешканців, зокрема, це можуть бути автомобільні затори на вулицях через стоянки туристичних автобусів, або незручності при прогулянках містян головними вулицями та площами через юрби туристів. Також сюди відносяться такі явища, як черги в ресторанах та кав'ярнях, надмірний галас, штовханина, дрібні крадіжки та інші проблеми, причинами яких можуть бути як туристи, так і місцеві мешканці. 1.3. Надмірний розвиток тзв. туристичної економіки, тобто надання різноманітних послуг спеціально для туристів, що теж викликає невдоволення містян. Це може бути надмір готелів, ресторанів, розважальних та торгівельних закладів у центрах міст, орієнтованих, головним чином, на туристів.

2. Туристичне перевантаження, як правило, має скоріше локальний, ніж загальноміський вираз. Надмірний туристичний тиск відчувається переважно в центральних, найбільш популярних ділянках міст з високою концентрацією туристичних атракцій. У той же час навіть у найбільш відвідуваних містах можливо знайти місця, де туристів мало або зовсім немає, при цьому ці місця можуть знаходитись буквально біля туристичних атракцій або центральних дільниць. Тому у пошуку рішень проблеми «овертуризму» в містах важливо проаналізувати територіальний розподіл туристопотоку з визначенням місць і причин туристичного перевантаження.

3. Туристичне перевантаження у містах не є проблемою, пов'язаною виключно з туризмом. Туристичне перевантаження особливо відчувається, коли ресурси та інфраструктура міста відчувають надмірний тиск. Однак не тільки туристи користуються цими ресурсами та інфраструктурою, оскільки у цьому з ними конкурують місцеві мешканці та приїжджі. Це явище особливо відчувається у сфері оренди житла, де за найм житла (готелів, апартаментів, хостелів) туристи конкурують з місцевим попитом. Отже, вирішення проблеми туристичного перевантаження міст («овертуризму») вимагає комплексного, всебічного підходу.

4. Використання технологічних та смарт-рішень є важливим у вирішенні проблеми «овертуризму» в містах, але без поєднання з іншими підходами, воно буде неефективним. Так, смарт-технології вважаються найбільш придатними до вирішення проблеми надмірних туристопотоків

у містах, але без врахування викликів, які висуває вимога сталості урботуризму у сенсі тісної кооперації багатьох учасників у довготерміновому аспекті, рішення буде неефективним, особливо коли є конфлікт інтересів учасників.

Про актуальність теми, що розглядається, та необхідність кращого розуміння сутності завдань, що стоять перед управлінням світовим урботуризмом у контексті «овертуризму» та сталого розвитку, свідчить те, що на замовлення ЮНВТО 2017 р. було виконано дослідження під назвою «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (пер. з англ. - Овертуризм? Розуміння та управління зростанням урботуризму понад відчуттями) з аналізом і рекомендаціями на підставі використання даних 8 європейських міст, а саме: Амстердама, Барселони, Берліна, Копенгагена, Лісабона, Мюнхена, Зальцбурга та Таллінна. Дослідження було виконане 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. За результатами дослідження виконана оцінка сприйняття туризму і туристів мешканцями європейських міст та розроблена програма заходів з метою забезпечення дисперсії туристичних потоків у містах [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 їх центральної та історичної частин. У зв'язку з цим виникає проблема надмірного зростання туристичного навантаження на ресурсну базу туризму в містах (овертуризму), що може призвести до його погіршення та деградації. Вирішити цю проблему можна за допомогою інтегрованого логістичного підходу до сталого розвитку урботуризму. 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 місті Львові, де нещодавно було прийнято «Концепцію децентралізації туризму». Метою дослідження є виявлення змісту, сутності та особливостей комплексного логістичного підходу (стратегії) до сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму» на прикладі українських міст.

Слід зазначити, що у цьому контексті постає питання про сутність логістики потоків послуг (включаючи туристичні послуги) та її відмінності в порівнянні з логістикою товарних потоків. В останньому випадку все зрозуміло: є виробники товарів та їх споживачі. Відповідно, товари виробляються, зберігаються, транспортуються і споживаються. Таким чином, товарні потоки стають потоками товарів при їх транспортуванні від виробників до споживачів, відповідно їх можна відчути, виміряти, зберегти, надіслати, отримати, спожити. Якщо це міжнародний потік

товарів, то він включає експорт та імпорт, відповідно, є країна-експортер з пунктом (портом) відправлення, країною-імпортером з пунктом (пунктами) отримання та, можливо, країною-транзитером, через які проходять транзитні товарні потоки. Що стосується потоків послуг, то тут ситуація інша і визначається відомими особливостями послуги, як товару.



Рис. 1. "Револьверний" принцип логістики послуг: ГП - головний потік, ДП - допоміжні (обслуговуючі) потоки [4,32].

Отже, послуга є нематеріальною, її не можна зберігати і складувати, вона невіддільна від виробника і споживача. За цих обставин розмова про потік послуг виглядає, за нашою думкою, нонсенсом. Але вихід з цієї складної ситуації існує - за допомогою «револьверного» принципу логістики послуг, запропонованого автором (рис. 1) [4, 77]. Цей принцип відображає той факт, що у кожному виді послуг можливо обрати один головний потік (ГП) і кілька допоміжних, обслуговуючих потоків (ДП), використовуючи метод якісного аналізу. Наприклад, у туристичних послугах ГП - туристопотік, ДП - інформаційний, фінансовий, кадровий, матеріальний, товарний; в освітніх послугах ГП - потік студентів, ДП - інформаційний, кадровий, фінансовий, матеріальний; у торговельних послугах ГП - потік покупців, ДП - товарний, інформаційний, фінансовий, кадровий, матеріальний; у міжнародній торгівлі ГП -

зовнішньоторговельний потік товарів (експорт, імпорт), ДП - митно-інформаційний, митно-фінансовий, кадровий, матеріально-технічний; у транспортних послугах ГП – потік транспортних засобів, ДП - інформаційний, кадровий, матеріальний тощо. При цьому обсяг додаткових потоків по відношенню до головного визначається за допомогою нормативного методу, коли існують певні нормативи, що стосуються, наприклад, кількості викладачів для певної кількості студентів тощо.

Кожний ГП проходить через відповідну приймаючу інфраструктуру з трьома варіантами логістичної ситуації: а) потужність потоку значно менше, ніж пропускна спроможність інфраструктури; б) потужність потоку дорівнює пропускній спроможності інфраструктури; в) потужність потоку перевищує пропускну спроможність інфраструктури. З цих трьох варіантів тільки перший можна визнати за задовільний: коли головний потік вільно проходить через приймаючу інфраструктуру. Інші два варіанти не є задовільними, оскільки виникають черги через те, що ГП не може вільно проходити через приймаючу інфраструктуру (за варіанта б) така ситуація можлива навіть при незначному збільшенні потужності ГП). В цілому, з точки зору логістики, виникнення черг вказує на виникнення проблем у проходженні ГП, тому одним із завдань логістики у сфері послуг є виявлення і усунення черг. Для туризму, як і для інших галузей сфери послуг, ці положення залишаються актуальними, тобто визначається єдина задовільна ситуація (логістична модель), коли ГП (і це є потік туристів) вільно проходить через туристичну інфраструктуру, або туристичний об'єкт. Але, у той же час, логістична модель, що відноситься до галузей сфери послуг, може мати два різновиди: м'який та жорсткий (рис. 2). Перший означає, що у випадку збільшення ГП існує можливість збільшення пропускної спроможності інфраструктури. Така модель є типовою, наприклад, для торговельних закладів (супермаркетів), коли із збільшенням кількості покупців відкривається більше пунктів оплати, і потік клієнтів вільно проходить через касові вузли. Другий різновид - жорстка модель – означає неможливість збільшення пропускної спроможності інфраструктури за зростання ГП. За цих умов для забезпечення вільного проходження ГП необхідно застосувати заходи з його регулювання (обмеження). Такі заходи можуть бути адміністративними (наприклад, дозвіл на проходження потоку у певних проміжках часу), або фінансовими (встановлення певної ціни "вхідного квитка" для учасника). Саме ця модель притаманна туризму та готельно-ресторанному бізнесу. Зокрема, в туризмі це пояснюється тим, що кожен туристичний об'єкт (ресурс) є унікальним, тому при зростанні туристичного потоку неможливо перевести його на інший такий об'єкт, оскільки, наприклад, єгипетські піраміди не мають аналогів, як і Джомолунгма - найвища гора світу у Непалі. У випадку готельно-ресторанного бізнесу кожен готель і ресторан мають певну кількість місць,

а коли всі вони вже заповнені гостями (туристами), то неможливо прийняти якесь додаткове число клієнтів. Звісно, можна побудувати новий готель або ресторан, але це потребуватиме часу.

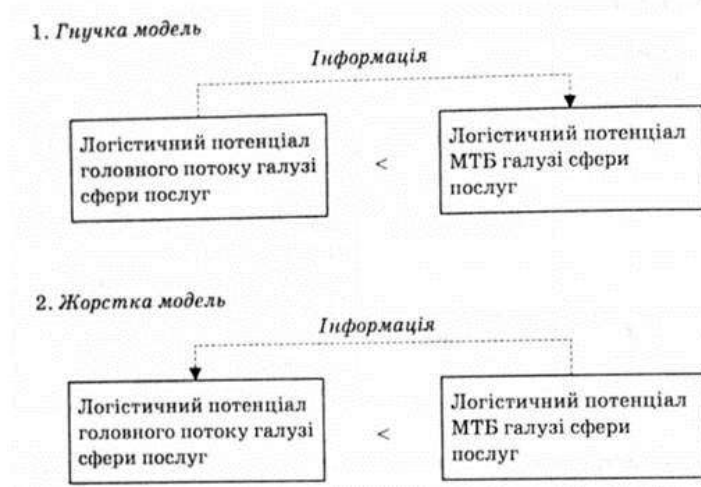


Рис. 2. Логістична модель ефективної діяльності галузей сфери послуг [4,34]

Отже, логістична модель, що використовується в туризмі, повинна мати форму жорсткої логістичної моделі у сфері послуг. Враховуючи специфіку туризму, основою функціонування якого є туристичні ресурси, матеріально-технічна база (або інфраструктура) та вхідні туристичні потоки, можна запропонувати базову логістичну модель сталого розвитку туризму, яка включатиме три варіанти: принципову, розширену та стратегічну моделі [4,122]. Принципова логістична модель сталого туризму (рис. 3) використовує три складники (логістичний потенціал туристичних ресурсів - ЛП ТР, логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму - ЛП МТБ та логістичний потенціал вхідного туристичного потоку - ЛП ТП), які з'єднані між собою згідно формули: $ЛП\ ТР > ЛП\ МТБ \geq ЛП\ ТП$. У ній перше рівняння є запобіжником першого ступеня щодо збереження туристичних ресурсів, а друге, крім того, що служить запобіжником другого ступеня, також має метою забезпечити бізнесову ефективність використання туристичних ресурсів. Також при цьому можливі інформаційні потоки двох типів: 1) від ЛП ТР до ЛП МТБ (інформація про обсяг максимально можливого потоку туристів для конкретного ресурсу (об'єкта), що надається державним органам (на нашу думку, вона обов'язково повинна вказуватися у рекреаційному паспорті ресурсу (об'єкта); 2) від ЛП МТБ до ЛП ТП (це інформація, яку туроператори, які зазвичай володіють матеріально-технічною базою туризму в дестинаціях, надають туристичним агенціям - скільки та які тури пропонуються до продажу). У цій моделі загальним показником сталого (збалансованого) розвитку туризму виступає поняття логістичного потенціалу (ЛП), яке по відношенню до рекреаційних і туристичних

ресурсів означає максимально можливу кількість відвідувачів (туристів) за певний період часу (день, місяць, сезон, рік), яка б не зашкодила стану туристичного ресурсу (об'єкта), екологічній ситуації та забезпечила необхідний рівень комфорту для туристів і не завдала шкоди умовам життя місцевого населення. При цьому слід враховувати, що у разі перевищення логістичного потенціалу туристичних ресурсів виникають різноманітні ризики, зокрема: а) екологічний (погіршення стану природного середовища); б) деструктивний (пошкодження туристичного ресурсу (об'єкта)); в) медичний (погіршення самопочуття і здоров'я туристів); г) безпековий (загострення проблеми безпеки туристів). Логістичний потенціал туристичних ресурсів рекомендується визначати з урахуванням їх поділу на природно-рекреаційні, культурно-історичні, подієві та штучно створені (кожен з них, своєю чергою, має подальший поділ та особливості визначення логістичного потенціалу).



Рис. 3. Принципова логістична модель сталого розвитку туризму [4,66]

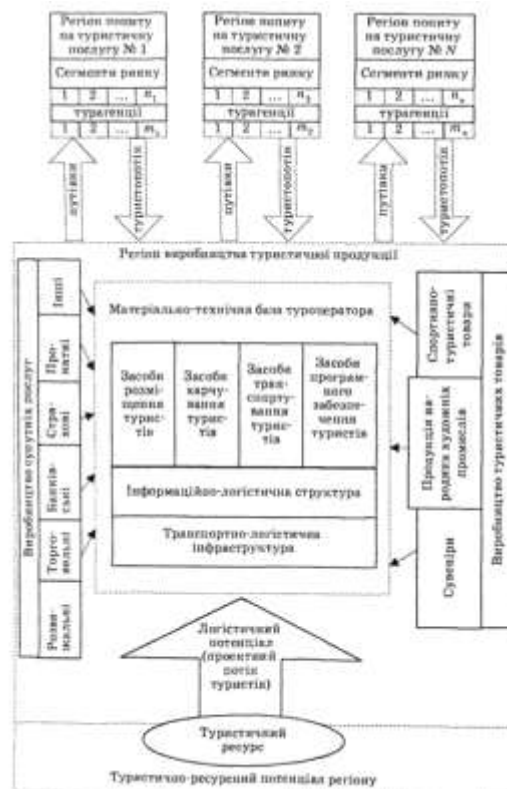


Рис. 4. Розгорнута логістична модель сталого розвитку туризму (авторська розробка за [4,74])

Наступним варіантом логістичної моделі сталого туризму є розширена логістична модель (рис. 4), яка, з одного боку, пов'язує регіони попиту на туристичні послуги з ресурсною базою туризму (вертикальний зв'язок), а з іншого – пов'язує розвиток матеріально-технічної бази туризму з виробництвом супутніх послуг та туристичних товарів у певній дестинації (пункті призначення), через яку проходить певний туристичний потік (горизонтальний зв'язок). Визначальним складником цієї моделі є туристично-ресурсний потенціал дестинації, який проявляється у моделі через логістичний потенціал туристичного ресурсу і визначає чисельність туристів та кількість турів, дані про які направляються в регіони попиту для продажу туристичних послуг. Оптимальний потік туристів у дестинації, визначений таким чином, узгоджується, з одного боку, з обсягом виробництва супутніх послуг (які включають розваги, торгівлю, банківську діяльність, страхування, прокат тощо), а з іншого - з обсягами виробництва туристичних товарів (сувенірів, товарів народних художніх промислів, спортивних та туристичних товарів). Теоретичною основою розширеної логістичної моделі є застосування у туризмі відомого у логістиці «PULL-підходу», який полягає у тому, що величина туристичного потоку в певному туристичному регіоні (дестинації) повинна регулюватися і визначатися логістичним потенціалом ресурсної бази туризму, тобто не перевищувати гранично допустимого рівня, після досягнення якого виникають різноманітні проблеми та ризики, що знижують якість відпочинку та ефективність туризму.

Нарешті, третім і останнім варіантом логістичної моделі сталого туризму є стратегічна модель (рис. 5), метою якої є визначення різновиду логістичної моделі сталого розвитку туризму в дестинації та відповідної стратегії розвитку останньої. Для цього попередньо слід здійснити логістичну оцінку туристичних ресурсів, тобто розрахувати логістичний потенціал ресурсної бази туризму (ЛП РБТ), визначити логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму (ЛП МТБ) та логістичний потенціал вхідного туристопотоку (ЛП ТП). Наступним кроком є складання логістичної моделі сталого розвитку туризму та визначення її різновидів, які можуть включати: а) модель розвитку туризму; б) кризову модель; в) модель розвитку МТБ. Для першого різновиду моделі дотримується наступне рівняння: $ЛП\ РБТ \gg ЛП\ МТБ \approx ЛП\ ТП$; для другого різновиду: $ЛП\ РБТ \ll ЛП\ МТБ \approx ЛП\ ТП$; для третього різновиду: $ЛП\ РБТ > ЛП\ МТБ < ЛП\ ТП$. Отже, модель розвитку туризму відповідає ситуації, за якої логістичний потенціал ресурсної бази туризму суттєво перевищує логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму і відповідного туристичного потоку (ЛП МТБ і ЛП ТП у більшості випадків - близькі величини). За цією моделлю рекомендується стратегія та відповідні заходи, скеровані на розвиток туризму в дестинації, через

розвиток МТБ та посилення маркетингової та рекламної діяльності для більшого залучення туристів тощо. Навпаки, кризовий різновид моделі виникає тоді, коли потенціал ресурсної бази туризму по відношенню до прийому туристів значно менше внаслідок надмірного туристичного навантаження (овертуризму), що стимулюється розвитком матеріально-технічної бази. Ця модель застосовує іншу стратегію, яка включає заходи щодо обмеження туризму шляхом стримування будівництва нових об'єктів МТБ та відповідно зменшення вхідного потоку туристів. Важливими складниками цієї моделі є також екологічні та просвітницькі заходи, спрямовані на збереження та відновлення ресурсної бази туризму та постійний контроль (моніторинг) її стану. Останній компонент є потрібним також у моделі розвитку туризму та у моделі розвитку МТБ (розглянута нижче), у яких також необхідно передбачити заходи зі збереження та підтримки сталого розвитку туризму у довгостроковій перспективі. Третім різновидом стратегічної моделі сталого туризму є модель розвитку матеріально-технічної бази туризму. На даний час вона спостерігається в основному в пострадянських країнах (включаючи Україну), коли є потужна ресурсна база туризму і значні туристичні потоки, але відстає розвиток матеріально-технічної бази туризму (радянський спадок) як за обсягами (потужністю), так і за якістю послуг (особливо у порівнянні з міжнародними стандартами). Логістична стратегія сталого туризму за цим різновидом моделі рекомендує, насамперед, заходи з термінового розширення туристичної МТБ у дестинації, що може принести значний соціально-економічний ефект та бізнесові прибутки за порівняно низьких витрат.

Туризм є одним з найбільш динамічних секторів економіки регіонів та міст. Актуальними проблемами в цьому відношенні є завдання забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії в містах (або урботуризму). Особливо це стосується найпопулярніших напрямків серед туристів, зокрема столичних та історичних міст, які залучають значні туристичні потоки. Останнє означає збільшення туристичного навантаження на ресурсну базу існуючих міст, а також на всю міську економіку, населення, розвиток і природу. У цьому контексті завдання сталого розвитку туризму в містах вимагає консолідації зусиль різних наукових і практичних напрямів, серед яких важливе місце належить логістиці туризму, що вивчає поточкові явища у туристичній галузі, виділяючи туристичний трафік (туристопотік), як головний потік, а фінансовий, інформаційний, товарний, кадровий, матеріальний потоки, як обслуговуючі (додаткові). Завданням логістики туризму в контексті сталого розвитку туристичної індустрії є регулювання головного потоку (туристопотоку), що забезпечить збереження ресурсної бази туризму в містах з метою сталого розвитку туристичної діяльності. Ця проблема зараз досить помітна не тільки в містах - найбільших туристичних центрах світу, але й у багатьох містах України. Це стосується, наприклад, Львова,

Києва, Одеси та інших міст України - популярних туристичних центрів. Проблема туристичного перевантаження Львова останнім часом досить відома, про що йшлося, зокрема, в авторських публікаціях [5; 6]. Тому, за нашою думкою, є на часі розробка комплексної логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах «вертуризму». Ця стратегія, розроблена автором, базується на чотирьох концепціях (рис. 5). Перша - концепція децентралізації туризму, друга - концепція зворотної логістики, третя – концепція впливу маркетингу на логістику, четверта – концепція підвищення вимог до безпеки туристів.

Перша концепція передбачає необхідність ефективної логістичної організації туристичної території міста (ЛО ТТМ). Основними компонентами ЛО ТТМ є: 1) геологістична ідентифікація ресурсної бази туризму; 2) логістичне планування туристичних потоків; 3) логістичне проектування туристичної інфраструктури; 4) логістичне проектування ланцюгів постачання об'єктів туристичної інфраструктури.



Рис. 5. Стратегічна логістична модель сталого розвитку туризму (авторська розробка за [4,77])

Перший компонент охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. Географічна ідентифікація туристичної ресурсної бази означає просторову локалізацію туристичних об'єктів. Вони діють як "туристичні магніти", які притягують туристичні потоки до певної міської території. Тому значна територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає надмірне зосередження (скупчення) туристів. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (музеїв, пам'ятників), які не слід "втискувати" до центральних ділянок міст, які вже і так перевантажені туристичними об'єктами. Отже, замість надмірної просторової концентрації туристичних об'єктів у центрах міст рекомендується їх просторова дисперсія. Логістична ідентифікація туристичних ресурсів означає розрахунок логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкта, тобто максимально можливий туристичний потік, що не вплине на сталий розвиток туризму та стан туристичних ресурсів. При цьому слід розрізняти одночасну кількість туристів на об'єкті, їх чисельність за добу (з урахуванням коефіцієнта ротації), за місяць, за сезон, нарешті, за рік. Геологістична ідентифікація здійснюється з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) на: культурно-історичні (пам'ятки, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру). Другий компонент базується на визначенні розмірів і структури туристичних потоків та їх відповідних потреб, які можна поділити на потреби першого (лавки, сміттеві баки, біотуалети, вулична їжа, обмін валюти тощо) і другого порядків (сувеніри, інформаційні та рекламні матеріали, преса, туристичні товари тощо). Третій компонент передбачає логістичне проектування мереж туристичної інфраструктури для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (об'єкти туристичної інфраструктури, такі як ятки з вуличною їжею, пункти обміну валют тощо), потреб другого порядку (об'єкти туристичної інфраструктури, такі як сувенірні магазини, кіоски преси та інформаційних матеріалів, магазини туристичних товарів тощо), а також відповідної логістичної та транспортної інфраструктури для задоволення потреб мереж інфраструктурних об'єктів першого та другого порядків, а також збирання та вивезення відходів. Четвертий компонент передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення потреб мереж туристичної інфраструктури першого і другого порядків з логістичними та транспортними компонентами у їхньому складі, враховуючи особливості їх розташування в місті та потреби у зборі та вивезенні туристичних відходів.

Ці питання дуже актуальні для Києва, де збільшення туристичного навантаження на ресурсну базу міського туризму вже призвело до випадків фізичного знищення деяких з найбільш відвідуваних туристичних об'єктів. Це стосується не тільки старовинних споруд Києва, але й тих, які

нещодавно були відновлені. Такі випадки включають, наприклад, не тільки фонтан Самсона на Подолі, а й пам'ятник Магдебурзького права, що розташований на Набережному шосе, недалеко від Поштової площі. Що стосується Львова, то тут таких випадків менше (можливо, через якісне історичне австрійське будівництво), але вони все ж таки теж є.

У Львові є багато інших проблем, серед яких головною є видалення сміття. Після пожежі на полігоні Великі Грибовичі влітку 2016 р. Львів не знав, куди вивозити свої відходи, обсяг яких природно зріс із збільшенням чисельності туристів. Не дивно, що туристичний рекорд Львова (2,6 млн. туристів у 2017 р. - перше місце серед міст України) співпав з «сміттєвою кризою» у цьому місті. Таким чином, використання *другої концепції, тобто концепції зворотної логістики*, має метою забезпечити повну переробку загальної кількості міських відходів, зокрема твердих побутових відходів. Зауважимо, що слід виокремлювати міські комунальні відходи та такі, що є результатом перебування туристів. Доказом того, що туристичні відходи займають значну частку в загальноміському обсязі відходів, є їхнє пікове збільшення, особливо у центральних районах міст, після будь-яких свят (мінімум на третину). Наприклад, з центру Києва після фінального матчу Ліги чемпіонів 26 травня 2018 р. за один день було вивезено більше 212 тонн сміття! Слід зазначити, що існує певна специфіка проблеми збирання сміття у місті, його вивезення та переробки. Так, збирання сміття має свої особливості залежно від відстані від центру міста (у центрі його більше); вивезення відходів з міста може здійснюватися або на звалища (сміттєві полігони), або на підприємства для спалювання та утилізації відходів; розташування підприємств з переробки відходів може бути у межах міста чи за його межами, нарешті ці підприємства можуть відноситися до спеціалізованих закладів або закладів інших галузей, таких як целюлозно-паперова (целюлозно-паперові - ЦПК та картонажно-паперові комбінати - КПК). Знання з географії целюлозно-паперової та скляної промисловості можуть допомогти у вирішенні проблеми вивезення відходів з міст та їхньої подальшої переробки. Так, біля Львова розташований Жидачівський ЦПК, а біля Києва - Обухівський КПК і Гостомельський скляний завод, які купують значну частину сировини (до третини) за кордоном. І це у той час, коли у Львові, як і у Києві існують великі проблеми з вивезенням та переробкою твердих побутових (включаючи макулатуру) та інших (включаючи скляні та пластикові пляшки) видів відходів.

Відзначимо, що туристи залишають після себе багато відходів, особливо у центрі міст. Це прямі відходи. Крім цього, є непрямі відходи, це відходи готелів, ресторанів, кафе, яких у центрі Львова в останні роки з'явилися багато. Ці відходи вимагають також ефективних технологій збору, вивезення та переробки - така можливість забезпечується "зворотною логістикою". У Львові враховували необхідність розміщення сміттєвих баків біля кожної лавки в центрі (при цьому сміттєві баки -

художньо оформлені та виготовлені місцевими майстрами), але ефективних шляхів для вивезення твердих відходів з міста та їхньої подальшої переробки не було передбачено. Тим часом щоденна кількість відходів у Львові становить 600 тонн. Зазначимо, що проблему міських відходів у цьому місті можна вирішити на основі двох підходів - транспортного та логістичного. До недавнього часу переважав перший підхід, який полягав у наймі транспортних посередників (компаній), які зобов'язувалися (за дуже пристойну оплату) знайти відповідні полігони і вивезти туди міські відходи. Але, як показав досвід, коли львівське сміття потрапляло майже в усі регіони України, це не вирішувало проблеми відходів. І лише нещодавно керівництво міста звернулося до логістичного підходу, тобто до використання "зворотної" логістики, коли були проаналізовані не тільки вхідні потоки до міста (включаючи потоки туристів, товарів, сировини, палива тощо), а й вихідні потоки (серед них потоки відходів). Логістична наука та практика розробили пропозиції щодо ефективного управління такими потоками та їх комплексної переробки на спеціалізованих закладах (підприємствах з переробки відходів). Такі підприємства можуть бути збудовані за відносно короткий час, а відповідні інвестиції можуть бути як міжнародними, так і внутрішніми. Саме такий досвід репрезентує Київ, де обсяг відходів становить 3000 тонн на добу, але їх зберігання та переробка успішно здійснюються, по-перше, на полігоні біля с. Підгірці; по-друге, на Бортницькій станції аерації (БАС); і по-третє, на сміттєспалювальному заводі "Енергія", що у Дарниці. Київ активно залучає міжнародні досвід та інвестиції, тому БАС нині модернізується за участю японських компаній, а у м. Фастів побудовано завод з переробки пластикових відходів з китайською участю (відповідно, в Києві створено пункти збирання пластику). Наступну ідею нової технології управління міськими відходами мер Києва В.Кличко привіз із відрядження до Берліна. Це встановлення у місті підземних сміттєвих баків, які поступово замінять традиційні контейнери для сміття. Таким чином, старі урни, які ще «працюють» в столиці України і не відповідають потребам киян і гостей міста, будуть замінені новими сучасними. Цей досвід вже використовують і у Львові.

Третя концепція відображає ще один проблемний аспект «овертуризму», пов'язаний з різким збільшенням кількості туристів у Львові, про який попереджали американські експерти, які допомагали у розробці Туристичної концепції Львова: як тільки туризм почне динамічно розвиватися, серед гостей міста з'являться ті, хто завітав за інтим-послугами. Подібний шлях пройшли багато міст світу, які розвивали туризм. Щорічно, за даними ЮНВТО, у світі більше 3 млн. туристів подорожує з метою сексуальних послуг, а оборот цієї "галузі" оцінюється обсягом 100 мільярдів доларів США. Звісно, секс-туризм розвивається переважно у бідних країнах, куди туристи з заможних країн подорожують з певними цілями. Популярне італійське видання *La Repubblica*

присвятило статтю сучасним сексуальним DESTИНАЦІЯМ СВІТУ, серед яких, поряд з Таїландом, Бразилією, Камбоджею, Кубою, Бангладеш, Колумбією та Болгарією, також згадується Україна. До недавнього часу до українських міст, де існував інтим-туризм, як вважає La Repubblica, відносили Одесу, Київ, Харків. Львів відносно недавно приєднався до них, хоча до Другої світової війни це було сервісне місто з численними готелями, ресторанами, казино. "Це був європейський Лас-Вегас", - розповідає про тогочасний Львів відомий ресторатор А.Худо, співзасновник львівського холдингу емоцій "FEST". З сучасним розвитком туристичної та курортної інфраструктури м.Львів знову повертається до довоєнної господарської структури, і це викликає занепокоєння у деяких містян. А. Худо також зазначає, що потік секс-туристів до Львова різко збільшився після останньої девальвації гривні, коли відпочинок в Україні став доступним навіть для іноземців з скромними доходами [7]. «Сприяє» цьому процесу швидкий розвиток туристичної інфраструктури міста в останні роки з багатьма розкішними готелями, клубами та ресторанами, а також географічна близькість до країн ЄС, безвізовий режим з Україною, збільшення розмаїття польотів до Львова з багатьох країн, включаючи бюджетні авіакомпанії. За цих умов, на нашу думку, завдання влади та представників національної та регіональної туристичної індустрії полягає у тому, щоб Україна (зокрема, її найбільші міста, такі як Київ, Львів, Одеса, Харків тощо) пов'язувалась в уяві іноземців передусім з історичними та архітектурними цінностями, природними ресурсами, гастрономією та культурою.

Можна запитати, де ж тут зв'язок з логістикою? Відповідь наступна: метою логістики є дослідження поточкових процесів у господарстві з метою їх оптимізації. Економічні потоки (включаючи потоки туристів) пов'язують між собою такі складники ринку, як попит і пропозицію. Виробництво (пропозиція) застосовує різноманітні маркетингові та рекламні технології, щоб привабити споживачів з їхнім платіжоспроможним попитом. З іншого боку, як відомо, буде попит – буде і пропозиція. Але якщо немає пропозиції та її маркетингової підтримки, то попит зменшиться, або зникне взагалі. Застосовуючи ці міркування до ситуації з інтим-туризмом у Львові та інших великих містах - туристичних центрах України, можна передбачити, що якщо не буде активної реклами пропозиції з боку закладів відповідної інфраструктури (нічних клубів, джентльмен-клубів, стрип-барів тощо), то і потоки туристів-споживачів цього "тур-продукту" істотно зменшаться.

Нарешті, четверта концепція - підвищення вимог до проблем безпеки туристів відображає необхідність застосування підвищених вимог до безпеки туристів в умовах зростання їх кількості («овертуризму»), коли, за логікою, слідує і зростання частоти різноманітних випадків, пов'язаних з порушеннями правил безпеки туристів, що може призвести до трагічних випадків та, навіть, загибелі людей. Основні положення цієї концепції

передбачають: а) розробку підвищених вимог до безпеки туристів у умовах «овертуризму», зокрема у сферах їхнього проживання та харчування; б) постійний та суворий контроль безпеки проживання туристів, особливо на приватних квартирах та апартаментах; в) такий же контроль безпеки харчування туристів, особливо щодо його організації та устаткування яток з «вуличною їжею» у найбільш популярних серед туристів локаціях міст. Приклади нехтування наведених положень з наступними трагічними наслідками, на жаль, трапилися у Львові на початку 2019 р. Так, у січні того року вибухнула ятка з шаурмою внаслідок неправильної експлуатації газового балону, і це трапилось на проспекті Свободи недалеко від Оперного театру (загинула одна людина – працівник кіоску, але ж скільки було налякано, у т.ч. туристів). Наступна трагічна подія, що призвела до загибелі двох українських туристів (з Києва) від угарного газу, була пов'язана з наймом ними приватної квартири з аварійним станом газового опалення.



Рис.6. Концептуальна база комплексної логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму» (авторська розробка за [5;6;7])

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 частин; 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 автором. 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. Руднева М.Г.Світові тренди розвитку туризму у 2018 р.Актуальні проблеми регіональних досліджень: Матеріали III Міжнар.наук.-практ.інтернет-конф. Луцьк: Вежа-Друк 2018. С.49-53.
2. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. : UNWTO Library, 2018.URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
3. Skift Company. URL: <https://skift.com/about/>
4. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навч.пос. К.: Знання, 2009. С.74
5. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч.пос. К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. С.195
6. Смирнов І.Г. Комплексний логістичний підхід до сталого розвитку міського туризму. Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи: матер. IV Міжн. наук.-практ. конф. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, видавець Третьяков О. М., 2018. С. 80-85
7. Иванова Е.В. 50 оттенков Львова. Новое время страны. № 19. 2018. С.38-41

Список использованных источников:

1. Руднева М.Г. Мировые тренды развития туризма в 2018 г. Актуальные проблемы региональных исследований: Материалы III Междунар.наук.-практ.интернет-конф. Луцк: Вежа-Друк 2018 С.49-53.
2. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. : UNWTO Library, 2018.URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
3. Skift Company. URL: <https://skift.com/about/>
4. Смирнов И. Логистика туризма: учеб.пос. К.: Знання, 2009. С.74
5. Смирнов И. Маркетинг в туризме: учеб.пос. К.: КНУ имени Тараса Шевченко, 2016. С.195
6. Смирнов И. Комплексный логистический подход к устойчивому развитию городского туризма. Туризм и гостеприимство: состояние, проблемы, перспективы: матер. IV Межд. наук-практической. конф. Черкасы: ЧНУ имени Богдана Хмельницкого, издатель Третьяков А. М., 2018. С. 80-85
7. Иванова Е.В. 50 оттенков Львова. Новое время страны. № 19. 2018. С.38-41

References:

1. Rudneva MG. World trends in tourism development in 2018. Actual problems of regional studies: Materials III International scientific-practical. Internet conference. Lutsk: Vezha-Printing 2018, pp. 49-53.
2. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. : UNWTO Library, 2018.URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
3. Skift Company. URL: <https://skift.com/about/>
4. Smyrnov I.G. Logistics in tourism: text-book. K.: Znannya, 2009. p.74
5. Smyrnov I.G. Marketing in tourism: text-book. K.: KNU named after Taras Shevchenko, 2016. p.195
6. Smyrnov I.G. Complex logistic approach to the sustainable development of urban tourism. Tourism and hospitality: state, problems, perspectives: mater. IV International sci. pract. conf. Cherkasy: ChNU named after Bogdan Khmelnytsky, publisher Tretyakov O. M., 2018. P. 80-85
7. Ivanova E.V. 50 shades of Lviv. Novoye vremya strany. No. 19. 2018. С.38-41