

сектору, міжгалузевого комплексу, кластеру, дозволить істотно поглибити сучасні процеси трансформації структури господарства країн і регіонів і посилити їх соціально-екологічну спрямованість.

Література:

1. Ландшафтне планування в Україні / Л.Г. Руденко, Є.О. Маруняк, О.Г. Голубцов та ін.; під ред. Л.Г. Руденка. – К. : Реферат, 2014. – 144 с.
2. Лісовський С.А. Суспільство і природа: баланс інтересів на теренах України» / Інститут географії НАН України. – К., 2009. – 300 с.
3. Руденко Л.Г. Екологічний імператив у пріоритетах інтегрованого планувального процесу в Україні / Л.Г. Руденко, С.А. Лісовський, Є.О. Маруняк // Український географічний журнал – 2016, № 4. – С. 9-16.
4. Сич В.А. Каркас антропогенно-техногенних навантажень на територію регіону Українського Причорномор'я / В.А. Сич, А.М. Шашеро, К.В. Коломієць // Вісник Одеського національного університету. Серія Географічні та геологічні науки. – 2019. – Том 24. Вип. 1.
5. Топчієв О.Г. Концепція довкілля – сучасний напрям інтеграції природничо- та суспільно-географічних досліджень / О.Г. Топчієв, Д.С. Мальчикова, І.О. Пилипенко В.В. Яворська // Український географічний журнал. – 2017. – № 3(99). – С. 64-70.

І.Г. Смирнов

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Smyrnov_ig.ukr.net*

РЕГІОНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ УРБОТУРИЗМУ В УМОВАХ ОВЕРТУРИЗМУ

2016 р. у фаховій туристичній літературі з'явився новий термін – «overtourism» (англ. – надлишковий туризм). Він відобразив виклики щодо управління зростаючими туристичними потоками, зокрема у міських (урбо) дестинаціях, та вплив урботуризму на міста. Нині більше 1/2 населення світу живе в урбанізованих ареалах, 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. Для урботуризму важливим завданням є ефективне управління потоками туристів з метою забезпечення позитивних наслідків від їхнього відвідання міст. 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» [1]. Це поняття пов'язане з категорією сталого туризму: туризм вважається сталим, коли враховує інтереси як туристів, так і місцевих громад. Ця мета може бути досягнута через участь громад у розвитку туризму, зокрема управлінні туристопотоками, зменшенні сезонності туризму, ретельному плануванні туризму в дестинаціях, що враховує їхню туристичну спеціалізацію та

місткість. Є важливим 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 з особливим виділенням Цілі 11 «Зробити міста інклюзивними, безпечними, пружними та сталими»[1]. Зростання урботуризму призвело 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. Нині число туристів у деяких містах світу зросло настільки, що з'явилися випадки негативного ставлення місцевого населення до туристів та виникнення термінів «овертуризм» та «туризмофобія». Існує декілька дефініцій поняття овертуризму. Зокрема, університети – учасники міжнародного проекту «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» визначили овертуризм, як «негативний вплив туризму на дестинацію або її частини внаслідок надмірної кількості туристів, що відчуває як місцеве населення (через погіршення умов (якості) життя), так і туристи (через погіршення якості турпродукту, що надається)» [1]. Явище овертуризму у містах має декілька особливостей: 1. Коли говориться про туристичне перевантаження міста, то йдеться не стільки про чисельність туристів, скільки про туристичні потужності, щоб їх прийняти. 2. Туристичне перевантаження має скоріше локальний, ніж загальноміський вираз. При цьому надмірний туристичний тиск відчувається переважно в центральних, найбільш популярних ділянках міст з високою концентрацією туристичних атракцій. 3. Туристичне перевантаження особливо відчутне, коли ресурси та інфраструктура міста відчувають надмірний тиск. Однак не тільки туристи створюють цей тиск – з ними конкурують місцеві мешканці та приїжджі.

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» (англ. – Овертуризм? Розуміння та управління зростанням урботуризму згідно відчуттів туристів та місцевих мешканців), що містило аналіз даних 8 європейських міст (Амстердама, Барселони, Берліна, Копенгагена, Лісабона, Мюнхена, Зальцбурга та Таллінна). За результатами дослідження здійснено оцінку відношення мешканців цих міст до туризму і туристів та розроблено програму стратегій та заходів з метою попередження надмірної концентрації туристичних потоків у містах Європи [1]. До цих стратегій і заходів належать: **1. Просторове розосередження (дисперсія) потоків туристів по території міста та його околиць**, зокрема: проведення заходів не в центральних ділянках; 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 ділянок міста. **2. Часове**

розосередження (дисперсія) потоків туристів у місті шляхом: стимулювання туристичних відвідин у несеzon; застосування динамічного ціноутворення (сезонних знижок); проведення спеціальних заходів у несеzon; 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 ділянок (центральної, історичної) 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 ділянках; 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 стейкхолдерами**, 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. Подібні рекомендації є актуальними і для міст України, де починають спостерігатися ознаки овертуризму, у т.ч. для Львова, Києва, Одеси тощо, про що зазначалося у публікаціях автора [2, с. 210-216; 3].

Література:

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. Маркетинг сталого туризму: навч.посіб. / І.Г. Смирнов, О.О. Любіцева. – К.: Вид-во Ліра-К, 2019. – 256 с.
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.

О.О. Сорокіна

*Херсонський державний університет,
sorokina120499@gmail.com*

НОВІ МАРШРУТИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ ПРИДНІПРОВСЬКОГО РЕГІОНУ

Однією із проблем, що гальмує розвиток туризму в будь-якому туристичному регіоні, є погана інформованість клієнтів, інвесторів та інших зацікавлених осіб про рекреаційний потенціал регіону, тому важливим засобом підвищення туристичної цінності регіону є створення своєрідного іміджу, заснованого на привабливих символах регіону.

Розвиток туризму в Україні є досить актуальним завданням на сьогоднішній день, а тому дослідження в даному аспекті проводять різні