

УРБАНІСТИКА ТА ТУРИЗМ

*Смирнов Ігор Георгійович, доктор географічних наук,
професор кафедри країнознавства та туризму,*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

УРБАНІСТИКА ТА СТАЛІЙ РОЗВИТОК УРБОТУРИЗМУ: ЛОГІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Нині проблема сталості туризму є загально визнаною у світі. Це стосується і міського, або урботуризму, пов'язаного з великим впливом туристів до міст, насамперед, столичних, що спостерігається практично в усіх країнах світу. У таких містах спостерігається підвищена концентрація туристів, відповідно – значний туристичний тиск (навантаження) на ресурсну базу туризму. Це призводить до швидкого «зносу» туристичних об'єктів в містах, а на їх відновлення потрібно багато часу і коштів. Тому актуальною є проблема регулювання туристопотоків у містах на підставі логістичних підходів. Саме на цій основі автором розроблено логістичну теоретичну концепцію сталого розвитку туризму в містах, яка практично перевірена на прикладі таких міст України, як Київ та Львів [1, с.188]. Туристичне перенавантаження міст має й інший наслідок – це різке зростання обсягу відходів. З цим вже зіштовхнувся Львів, туристичний рекорд якого (2,6 млн туристів у 2016 р. – перше місце серед міст України) співпав з початком «смітцевої» кризи. У той же час Київ репрезентує ефективний «рецепт» вирішення проблеми накопичення та переробки міських відходів, включаючи туристичні «залишки». З початку XXI ст. туризм у містах, за визнанням експертів Всесвітньої туристичної організації, став ключовим чинником розвитку міста та його господарства. Це стало підґрунтям для досліджень з теоретичного осмислення феномену міського туризму у всій його складності та спроб практичного впровадження результатів цих досліджень. На даний час, незважаючи на досить ґрунтовне висвітлення даної проблематики, однозначного тлумачення сутності й змісту цього поняття поки що не існує. Це пов'язане, насамперед, з диференційованими підходами у різних країнах до визначення міста та туристичної діяльності у міському середовищі.

Отже, міський туризм (англ. City Tourism або Urban Tourism, нім. Stadttourismus) – новітнє поняття та концепція, що сформувалося у світовій туристичній науці та практиці наприкінці XX ст. Перші наукові праці з цього напрямку належать німецьким вченим Г.Лезеру, Г.Нойенфельдту та О.Розе (1980-1990-х рр.). Так, словник Г.Лезера (1997 р.) визначає міський туризм, як «короткострокове (зазвичай 1-4 дні) відвідування міста з наступних причин: а) інтерес до історії або культури; б) участь у подієвих заходах; в) придбання різноманітних товарів. Часто така подорож здійснюється у формі екскурсії на вихідних та може відбуватися як індивідуально, так і у групі; як організовано (через турфірми та з екскурсоводами), так і самодіяльно» [2]. Г.Нойенфельдт та

О.Розе додають, що туристи можуть відвідувати місто як з особистих причин, так і через інші обставини[3]. Пізніше Д.Клук та К.Кестер конкретизували та структурували визначення міського туризму, поклавши у його основу відвідування міст з культурно-пізнавальною метою, подієвими та бізнесовими інтересами [4]. У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С.Медліка зазначено, що «Міський туризм – це подорожі та візити з фокусом на міські напрямки. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідування історичних та культурних пам'яток, а також шопінг та ділові поїздки» [5]. Болгарські науковці М.Нешков, С.Ракаджийська, Т.Дьбева у підручнику «Вступ до туризму» при класифікації туризму за різними ознаками виділяють сільський і міський види туризму [6]. Детальний аналіз досліджень міського туризму подає професор університету Гронінгена (Нідерланди) Г.Ешворт [7]. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) рекомендує таке визначення: «Міський туризм – подорожі, які здійснюють подорожувальники до міст чи місць з високою густиною населення». У Законі України «Про туризм» розглядається такий вид туризму, як сільський, але, на жаль, не згадується міський туризм. Свої визначення міського туризму пропонують Смирнов І. [8], Гладкий О., Гаталяк О. та Ганич Н. [9]. Зокрема останні дві авторки дають таке визначення міського або урботуризму: «Це вид спеціалізованого туризму з культурно-пізнавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою метою, що ґрунтується на комплексному використанні ресурсів міста. Він включає групові та індивідуальні подорожі містом, форма яких залежить від мети його відвідування туристами. Міський туризм об'єднує елементи інших видів туризму, таких як культурно-пізнавальний, релігійний, подієвий, діловий тощо. Саме ця обставина робить урботуризм надзвичайно привабливим для туристів»[9]. За часом перебування міський туризм можна поділити на: а) короткотерміновий (на вихідні дні); б) середньостроковий; в) довгостроковий. Позитивною рисою міського туризму є його всесезонність, тобто слабкий вплив сезонів року на туристопотік до міст, зате відвідуваність міст туристами значно зростає під час проведення тут святкових та інших заходів. Зазначимо, що поняття міського туризму по-різному трактується туристами і суб'єктами туристичної діяльності: якщо для перших цей вид туризму означає туристичну активність людини, яка має намір пізнати міську культуру та/або відпочити у міському середовищі, то для других це поняття пов'язане з різноманітними формами обслуговування туристів, зокрема, розміщення (готелі, апартаменти, хостели тощо), харчування (урбогастрономія), відпочинок (урбовідпочинок) тощо. При цьому слід зважати на те, що вплив туризму на розвиток міста може бути як позитивним (розвиток економіки, інфраструктури, збереження та відновлення туристичних пам'яток тощо), так і негативним (зростання злочинності, проституції, знищення локальної культури). Але у цілому міський туризм сприяє розвитку міста, надходженню інвестицій, розвитку міської інфраструктури тощо, отже позитивно впливає на розвиток господарства міста та сприяє підвищенню рівня життя його мешканців. Методологічною базою дослідження слугували положення логістичної теорії та практики, зокрема,

логістики туризму та «реверсивної» логістики, які були прикладені до функціонування туристичного господарства міст. З точки зору системного підходу місто, як туристичну дестинацію можна представити, як «чорний ящик», на вході якого є туристичні потоки, а на виході - фінансовий дохід та матеріальні відходи. І з останніми треба вчасно і у потрібному обсязі впоратися, інакше виникне «сміттева» криза. У той же час, з точки зору логістичного підходу туристичне господарство міста являє собою складну систему, куди належать туристичні ресурси (об'єкти), туристичні організації (туроператори, турагенції, екскурсійні бюро тощо), інфраструктурні заклади (готелі, ресторани, розважальні заклади, транспортні фірми, тощо), фінансові структури тощо. Ця система «живе», тобто функціонує за рахунок туристичних потоків, які наскрізно «проходять» через місто, з одного боку, забезпечуючи для нього можливість заробити на туристах, але з іншого боку результатом туристичного перебування (споживання) є відходи, обсяг яких закономірно збільшується із зростанням числа туристів. Ці «туристичні» відходи додаються до загальноміського обсягу сміття, який місто мусить знайти шляхи і способи, по-перше, вивезти, по-друге, переробити. Ця проблема існує в усьому світі, і навіть загострюється, тому іде опрацювання ефективних технологій переробки відходів міст, серед них – методика «реверсивної» логістики.

Основу логістичної концепції сталого розвитку міського туризму, розробленої автором, складає логістична організація туристичного простору міста (ЛО ТПМ), яка включає такі складники [1, с.188]: 1) геологістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму; 2) логістичну ідентифікацію та планування туристопотоків, їх потреб, споживання та відходів; 3) логістичне проектування туристичної інфраструктури, включаючи потужності зі збирання та переробки відходів від туристичного споживання; 4) логістичне проектування ланцюжків поставок із забезпечення закладів туристичної інфраструктури та ланцюжків «реверсивної» логістики із вивезення з міста та переробки відходів. Перший складник охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. При цьому географічна ідентифікація ресурсної бази туризму передбачає геопросторову локалізацію туристичних ресурсів (об'єктів). Останні виступають у ролі «туристичних магнітів», які притягують туристопотоки на певну територію. Відповідно висока територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає скупчення та накладання туристопотоків, що погіршує якість турпослуг, які надаються. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (наприклад, музеїв, пам'яток тощо), які не слід «втискувати» до перевантажених туристичними ресурсами центральних ділянок міст. У той же час логістична ідентифікація туристичних ресурсів означає визначення логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкту міста, тобто максимально можливого туристопотоку, який не зашкодить сталому розвитку туризму і стану туристичних ресурсів. Географічна та логістична ідентифікація виконуються з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) міст на культурно-історичні (пам'ятники, музеї, театри

тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру) тощо. Другий складник базується на визначенні величини і структури туристопотоків та відповідних потреб туристів, які поділяються на потреби першого порядку (лавочки, урни, біотуалети, легке харчування, обмін валюти) та другого порядку (сувеніри, рекламно-інформаційні матеріали, преса та туристичні товари тощо). Також слід визначити і обсяг відходів, що утворюватимуться в результаті туристичного споживання у містах. Третій складник передбачає логістичне проектування туристичної інфраструктури території міста для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (туристична інфраструктура першого порядку – заклади легкого харчування, пункти обміну валюти), потреб другого порядку (туристична інфраструктура другого порядку – кіоски з продажу сувенірів, преси та рекламно-інформаційних матеріалів, магазинчики туристичних товарів тощо) та відповідної логістично-транспортної інфраструктури для забезпечення потреб інфраструктурних об'єктів першого та другого порядку та необхідності переробки відходів, що утворюватимуться як супутній, але необхідний результат процесу туристичного споживання у містах. При цьому слід врахувати особливості їхнього розміщення на території міст, а також шляхи вивезення та наявні технології рециркуляції відходів. Четвертий складник передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення потреб туристичної інфраструктури першого та другого порядків та логістично-транспортної інфраструктури з виділенням транспортної та логістичної складників та з урахуванням особливостей їхнього розміщення на території міста, а також можливостей вивезення, зберігання та переробки твердих побутових (ТПВ) та інших видів відходів, які утворюються після перебування туристів у місті та додаються до щоденного та цілорічного загальноміського обсягу відходів.

Ці питання є актуальними для Києва, де підвищене туристичне навантаження на ресурсну базу туризму міста вже призвело до випадків фізичної руйнації низки найбільш відвідуваних та цінних об'єктів (серед них - деякі будівлі Києво-Печерської Лаври, Софіївського собору тощо). Небайдужі кияни навіть склали список цінних історичних будинків Києва, які можуть зруйнуватися у будь-який момент. Цей список, на жаль, щорічно поповнюється, так, у 2017 р. обвалилася частина балкону будинку на вул.Малій Житомирській, 12. Причому ця споруда, зведена у 1913 р., - не проста: вона належить до комплексу напівзруйнованої садиби художника О.Мурашка. Подібна доля може незабаром спіткати «Дім зі зміями», що на Великій Житомирській, 32, декілька будинків на Андріївському узвозі тощо. Нарешті, восени 2017 р. вандали за допомогою червоної незмиваємої фарби зіпсували зовнішній вигляд стіни Національного заповідника «Софія Київська». Додамо, що зовсім недавно була проведена реставрація цієї стіни, яка є пам'ятником архітектури XVIII ст.

Щодо Львова, то тут таких випадків менше (мабуть, завдяки якості австрійського будівництва, у якому вже масово використовувався бетон, як основний будівельний матеріал, у той час як у Києві, кінця XIX- початку XX ст.

будували переважно з цегли місцевого виробництва), але вони теж є. Так нині реставрується скульптурна група «Ощадність, рільництво та промисловість» (її називають місцевою «Статуєю Свободи»), яка прикрашає фасад будинку Музею етнографії та художнього промислу – колишнього приміщення Галицької ошадної каси, спорудженого у 1891 р. Реставрується «Чорна кам'яниця» (роки будівництва 1588-1589) на площі Ринок за кошти гранту Посольського фонду США, потребує реставрації каплиця Боїмів (XVII ст.), законсервовано рештки Високого замку, яких теж вже досягла «цікавість» туристів.

Але на додаток до цієї проблеми Львів гостро відчув й інший аспект явища туристичного перенавантаження міста – це збільшення обсягу та проблема вивозу та переробки твердих побутових відходів. Після пожежі на Грибовицькому сміттєзвалищі влітку 2016 р. Львову не стало куди вивозити свої ТПВ, обсяг яких закономірно зріс із зростанням числа туристів. Недарма туристичний рекорд Львова, який у 2016 р. відвідали 2,6 млн. гостей і число яких зростає рекордними темпами – на 15-20% щорічно (при цьому кожний турист у середньому витрачає у місті понад 100 євро щоденно), співпав зі «сміттьовою кризою». Між тим, схема логістичної організації туристичного простору міста, запропонована автором [1, с.200], підказує про необхідність застосування комплексного підходу, що передбачає і використання «зворотної (реверсивної) логістики», тобто логістики переробки відходів.

Список використаних джерел

1. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч.пос./ І.Г.Смирнов. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.
2. Leser H. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie /L. Hartmut. – Munchen: Braunschweig, 1997. – 125 p.
3. Neuenfeldt H., Rose O. Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen [електронний ресурс]. – Режим доступу: www.geogr.uni-goettingen.de.
4. Kluck D., Koester Ch. Stadttourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der Deutschen Reisenden [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://Kups.ub.uni-koeln.de>.
5. Dictionary of Travel //Tourism and Hospitality. Ed.S.Medlik. – London: Butterworth-Heinemann Ltd., 1993. – P.43.
6. Нешков М. Въведение в туризма/М.Нешков, С.Ракаджийська, Т.Дъбева и др.- Варна: Наука и икономика, 2007. – 299 с.
7. Ashworth G. Urban tourism research: recent progress and current paradoxes/ G.Ashworth, S.J.Page // Tourism Management. – 2011 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: www.coris.uniroma1.it/sites/.../14.25.20_Urban_tourism.
8. Смирнов І.Г. Брендинг міста у туризмі: концептуальні підходи// Матеріали науково-практичної інтернет-конференції «П'ятнадцяті економіко-правові дискусії/21-11-2016/» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1680.
9. Гаталяк О. Теоретичні підходи до визначення поняття туризму в містах/ Гаталяк О., Ганич Н.//Географія, економіка і туризм: національний та

міжнародний досвід: Матеріали XI наук.конф. з міжн.участю. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – С.50-55.

*Васильчук Володимир Миколайович, доктор історичних наук,
професор кафедри історії України,
Київський національний лінгвістичний університет*
НІМЕЧЧИНА – КРАЇНА ВИЗНАЧНИХ ПАМ'ЯТОК

У ХХІ ст. туризм став невід'ємною складовою життя суспільства, однією з найвисокоприбутковіших і динамічно прогресуючих галузей економіки. Туризм має яскраво виражену орієнтацію на використання природних і культурно-історичних ресурсів. Останнім часом все більший вплив на розвиток туризму спричиняють історико-культурні фактори, зокрема наявність та особливості формування історико-культурних рекреаційних ресурсів. Якщо природні рекреаційні ресурси більше слугують основою для розвитку лікувально-оздоровчої рекреації, то історико – культурні рекреаційні ресурси використовують переважно для організації різних видів пізнавального туризму. Проте це не означає, що історико-культурні ресурси не впливають позитивно на стан здоров'я людей, адже вони мають велике значення, зокрема для психологічного оздоровлення. Ці рекреаційні ресурси оптимізують рекреаційну діяльність у цілому й виконують важливі виховні функції (патріотичні, національного виховання, екологічні та ін.).

За останні десятиріччя обсяги світового туристичного потоку зросли від 277 млн осіб у 1980 р. до 1,184 млрд осіб у 2015 р. [1]. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) частка туризму в створенні ВВП країн світу 2020 р. досягне 11-12%. Крім того, на підставі досліджень ВТО прогнозує, що туристичний потік 2020 р. зросте до 1,6 млрд туристів на рік, які витрачатимуть 2 трлн дол США, тобто 5 млрд на день. Туризм розвивається швидкими темпами і найближчим часом може стати най- важливішим сектором підприємницької діяльності. Феноменальний успіх туризму зумовлений ще і тим, що в його основу покладено задоволення постійних прагнень людства пізнати навколишній світ. Це пізнання через туризм стало можливим за рахунок підвищення в багатьох країнах життєвого рівня населення, розвитку тран- спорту, інформаційних і інших технологій, глобалізації.

У Німеччині не існує окремого міністерства або департаменту з туризму, оскільки це не та країна, яка охоче відвідується туристами, як Італія або Іспанія. Більшою мірою тут розвинений транзитний і виїзний туризм. Можна сказати, що вона є однією з провідних країн світу в області виїзного туризму. Тому вся туристична система належить міністерству економіки. У Німеччині існує Федеральний туристичний союз, представники цього союзу працюють в парламенті, і є Національна рада з туризму, який входить до міністерства економіки. Таким чином, існує достатньо важелів, щоб лобіювати інтереси туризму на всіх рівнях.