

*Медведська Людмила Євгенівна, кандидат історичних наук, доцент,
Київський національний університет будівництва і архітектури*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У м. ЛЬВІВ : КОНСЮМЕРСЬКИЙ АСПЕКТ

Протягом останнього десятиліття місто Львів зазнало помітних трансформацій, і насамперед – у сфері туризму та розваг. Ще у 2009 році експертна комісія Державної служби туризму і курортів України та Громадської ради з питань туризму і курортів Міністерства культури і туризму України Львову присвоїла почесне звання «Культурна столиця України» [6]. Зауважимо, що цей титул є досить умовним, оскільки на нього перманентно претендує низка інших міст України. Проте особливості бурхливого розвитку туризму у Львові протягом останніх років дають підстави непокоїтися про те, що умовний бренд «Львів культурний» невдовзі може затьмаритися брендом «Львів консьюмерський».

У даному випадку термін «консьюмерський» слід розглядати не у значенні такого, що стосується боротьби споживачів за свої права, а в іншому значенні поняття консьюмеризму - як суспільного явища, що стимулює у людей надмірне споживання товарів і послуг, сприяє виникненню спотворених форм споживацької культури. Деякі особливості розвитку туризму у Львові свідчать про посилення консьюмерських явищ на тлі сприяння цьому вектору розвитку міста з боку не лише місцевих підприємців, але й міської влади. У Львові, історичний центр якого внесено до Списку об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО, розміщено найбільше пам'яток історії та архітектури в Україні – 2500 [9]. Але тенденції останнього десятиліття демонструють нам те, що естетична домінанта інтересу з боку туристів витісняється споживацькою, а умовний туристичний маршрут «Львів архітектурний» — маршрутом «Львів розважальний». Відпочинок та розваги - основна мета приїзду до Львова гостей. Такі дані аналізу ринку в'їзних туристів, що провів Інститут міста на замовлення управління туризму Львівської міської ради [10].

Безумовно, дії міської влади відповідають Закону України «Про туризм», прийнятому 15 вересня 1995 року, в якому зазначено: “Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності” [4]. І справді, значення вжитих міською владою заходів для розвитку Львова у цьому напрямі складно переоцінити: за даними ЛКНП «Центр розвитку туризму», лише за минулий 2016 рік Львів відвідали 2,6 мільйона туристів, тоді як у 2015 – 2 млн. [5]. А цьогогоріч, також за прогнозами експертів ЛКНП «Центр розвитку туризму», ця цифра може зрости до 3 млн. осіб [12].

У 2016 році 54% гостей Львова становили українці (найбільше – з Києва, Харкова, Одеси, Дніпропетровська та Запоріжжя), решта - іноземці (найбільше – з Польщі, Туреччини, Білорусі, Німеччини та США) [5]. У тому ж році туристи залишили у місті 361,4 млн. євро, в середньому 1 турист витрачав 129 євро за весь час перебування у Львові [5]. «У 2015 році, наприклад, туристи

витрачали до 40 євро на день і залишалися тут, зазвичай, на 2-3 доби. Бачимо, що зараз ці показники зросли і продовжують зростати», – розповіла в інтерв'ю директор департаменту розвитку туризму Львівської міської ради Наталія Бунда [12].

Кількість туристів, що відвідали Львів, за останні десять років зросла у 4 рази [5]. Ці дані свідчать про надзвичайно високий рівень туристичної привабливості міста. «Львів – найпопулярніша туристична дестинація в Україні та нова цікава дестинація в Європі», - зазначила керівник управління туризму Львівської міської ради Галина Малець під час відкриття Львівського туристичного форуму «Туризм: Перезавантаження» у жовтні 2017 року [2]. Поняття «дестинація», вжите спікером, що є офіційною представницею міської ради, свідчить про чітку орієнтованість влади на споживача. Розглянемо позитивні і негативні риси відвертого консюмерського вектору розвитку туризму у Львові. Які ж найпомітніші його особливості можна виділити сьогодні?

Стрімке розширення мережі «концептуальних» закладів харчування

Котрий рік поспіль високою популярністю у туристів користуються проекти так званого «Холдингу емоцій» [13], заклади та заходи якого приваблюють відвідувачів своєю атмосферою синергії історичної концепції та розваг. Туристичний ажіотаж навколо таких проектів не вщухає ось уже майже десятиліття, та є яскравою ілюстрацією тези філософа Ж. Бодрійєра про те, що споживання сьогодні поширюється не лише на речі, а й навіть на час, простір, природу, людські відносини, історію, науку, культуру [1, с. 213]. Разом із тим, споживання – неодмінна складова життя людини, і розширення «лінійки» пропозицій, орієнтованої на споживача, є природним для будь-якого туристичного осередку. Лише на офіційному туристичному сайті міста Львова у підрозділі «Ресторани» зазначено 122 заклади, у підрозділі «кнайпи» - 55 закладів, а кав'ярень там нарахували 65 [3]. І це, звичайно, не всі заклади харчування, які функціонують у Львові. Окрім того, останнім часом біля багатьох харчових і, водночас, розважальних закладів спостерігаються чималі черги туристів і мешканців міста, що також можна вважати своєю особливістю: адже ще на початку 2000-х років черги у Львові біля закладів харчування були поодинокими явищами. Натомість сьогодні турист, потрапивши до одного із тематичних чи то «концептуальних» закладів, може не лише поїсти, але й відчути себе відвідувачем музею: стіни багатьох таких закладів прикрашені значною кількістю старовинних речей, документів, фото та інших джерел минулих епох. А, наприклад, м'ясний ресторан, розміщений на території Бернардинського монастиря (за «легендою» власників, його відкрив міський кат, що залишився без роботи і який добре розбирається у м'ясі), чи реберня у підвалі Королівського арсеналу – заклади, до яких спостерігаються великі черги відвідувачів, приваблюють передусім своєю історичною атмосферою. Комерціалізація історії і водночас її популяризація – у «монети» цієї популярності дві сторони. Наскільки такий відвертий консюмерський підхід до історичних локацій себе виправдає надалі, важко спрогнозувати, але

на сьогодні слід визнати роль «концептуальних» закладів харчування у підвищенні туристичної привабливості Львова однією з найбільш значущих.

Львівські фестивалі як складові туристичного успіху

Місто недаремно позиціонується як столицю фестивалів – різноманітних заходів такого типу тут щорічно організують близько півсотні [11]. Серед них – фестивалі шоколаду, писанок, сиру, вина та інші. З огляду на багатий асортимент товарів, представлених в рамках цих заходів, не викликають подиву вищезгадані цифри стосовно рівня витрат туристів у Львові. Втім, слід віддати належне міській владі – більшість фестивалів характеризуються все ж не споживацьким, а культурницьким напрямом: так, наприклад, фестивалі органної, сучасної, єврейської, джазової музики відповідно, театральні та мистецькі фестивалі тощо [11]. Загалом дані звіту ЛКНП «Центр розвитку туризму» свідчать про велику кількість культурних проєктів, вже організованих та запланованих для проведення у Львові, а анонсований «Фестиваль сміття» покликаний привернути увагу громадськості до екологічних проблем міста [5]. Недаремно Міжнародне видавництво Lonely Planet, що спеціалізується на випуску путівників та іншої літератури для туристів, визначило Львів як "фестивальну столицю України" і порекомендувало серед ТОП-10 місць в Європі для відвідування у 2016 році [8].

Цінова політика

Фактор ціноутворення на товари і послуги у Львові сьогодні можна назвати таким, що викликає певні протиріччя. З одного боку – місто є привабливим для іноземних туристів завдяки низькому рівню цін. «Безпека і дешевизна - це два основні чинники, які корегують туристичні потоки ... Якщо з першим в Україні є певна проблема, то треба за кожної нагоди вказувати іноземному туристу на чинник економічної вигоди», - зазначив в інтерв'ю експерт з розвитку туризму Володимир Закалюжний [7]. Справді, якщо конвертувати ціни на товари і послуги у Львові в іноземній валюті, стає зрозумілим, що туристи справедливо називають їх набагато нижчими за ті, що є в інших європейських туристичних містах. З іншого боку, після суттєвого знецінення національної валюти для внутрішнього туриста львівські ціни помітно зросли. Причому це стосується не лише цін на такі товари, як кава та шоколад, сировина для яких закуповується за кордоном. Зростання цін до рівня столичних спостерігається навіть на «рідні» регіональні вироби на зразок пива, випічки тощо. Звичайно, таку тенденцію можна назвати закономірною для популярних туристичних осередків, проте для внутрішніх туристів міф про «дешевий Львів» поступово нівелюється.

Підведемо підсумки. Серед позитивних факторів консьюмерського напрямку розвитку туризму у Львові можна назвати зростання кількості робочих місць, підвищення інвестиційної привабливості міста, зростання надходжень у бюджет міста (у 2,2 рази за останні 3 роки), від якого залежить фінансування музеїв і пам'яток культурного значення, розширення видів економічної діяльності, задіяних у туристичній галузі, удосконалення позитивного іміджу Львова як європейського міста з високим рівнем комфорту та обслуговування

туристів. Обнадійливим фактором є те, що львівський «Центр розвитку туризму» однією із своїх стратегічних цілей назвав покращення культурної пропозиції міста, підтримку історичних подій та створення нових маршрутів. А серед пріоритетних туристичних напрямків розвитку міста у Львівській міській раді визначають архітектуру, фестивалі, мистецтво, духовність, каву і шоколад, пиво і галицьку кухню, бізнес-туризм та активний відпочинок [5].

У той же час, за даними аналізу ринку в'їзних туристів, проведеного Інститутом міста на замовлення управління туризму Львівської міської ради, туристи їдуть до Львова для того, щоб отримати насамперед розваги та добрі емоції: ресторації, кав'ярні, тематичні заклади харчування, де можна скуштувати львівські плячки, сирники та наливки, торгово-розважальні центри, музеї та галереї [10]. Лейтмотив розваг, що простежується у результатах опитувань туристів, свідчить про те, що Львів історичний все ж поступається Львову споживацькому. Консьюмерський аспект розвитку місцевого туризму дедалі більше набуває форми «димової завіси», за якою тьмяніє силует Львова архітектурного, Львова мистецького, Львова як світової культурної спадщини. Все більше ресторацій і кнайп позиціонують себе як музеї чого завгодно, і після годин, проведених у чергах до них, на автентичні музеї у туристів залишається все менше часу. Наразі занадто рано робити остаточні висновки про те, які наслідки чекають на Львів у разі умовного перевтілення його із культурної столиці України на споживацьку, але ризики такої потенційної трансформації на сьогодні є досить помітними.

Список використаних джерел

1. Бодрийяр Ж. Система вещей / Жан Бодрийяр; пер. с фр. и вступ. ст. С.Зенкина. – М. : Рудомино, 1999. – 224 с.
2. Відбулося відкриття Львівського туристичного форуму [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Львівської міської ради. – Режим доступу : <http://city-adm.lviv.ua/news/tourism/243156-vidbulosia-vidkryttia-lvivskoho-turystychnoho-forumu>.
3. Де поїсти [Електронний ресурс] / Lviv. Travel. Офіційний туристичний сайт міста. – Режим доступу : <http://lviv.travel/ua/index/wheretoeat>.
4. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.
5. Звіт за 2016 рік та плани на 2017. ЛКНП «Центр розвитку туризму» [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Львівської міської ради. – Режим доступу : http://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lknp-tsentrozvytku-turyzmu/zvity/3131/download?cf_id=36.
6. Культурна столиця [Електронний ресурс] / Lviv. Travel. Офіційний туристичний сайт міста. – Режим доступу : http://lviv.travel/ua/index/about_lviv/visiting_card/culturecapital.
7. Львів бореться за іноземного туриста [Електронний ресурс] / DW. – Режим доступу : <http://www.dw.com/uk/львів-бореться-за-іноземного-туриста/a-19286143>.

8. Львів потрапив до списку найцікавіших місць Європи за версією Lonely Planet [Електронний ресурс] / DW. – Режим доступу : <http://www.dw.com/uk/львів-потрапив-до-списку-найцікавіших-місць-у-європі-за-версією-lonely-planet/a-19280421>

9. Львів у UNESCO [Електронний ресурс] / Lviv. Travel. Офіційний туристичний сайт міста. – Режим доступу : http://lviv.travel/ua/index/about_lviv/visiting_card/unesco.

10. Скільки і на що витрачають туристи у Львові порахували у міському управлінні туризму [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Львівської міської ради. – Режим доступу : <http://city-adm.lviv.ua/news/tourism/235930-skilki-i-na-shcho-vitrachayut-turisti-u-l-vovi-porakhuvai-u-mis-komu-upravlinni-turizmu>.

11. Столиця фестивалів [Електронний ресурс] / Lviv. Travel. Офіційний туристичний сайт міста. – Режим доступу : http://lviv.travel/ua/index/what_to_do/stolucya-festiyvaliv.

12. Туризм у Львові: хто сюди приїжджає та скільки грошей витрачає [Електронний ресурс] / Львівська газета. – Режим доступу : <http://gazeta.lviv.ua/2017/06/26/turizm-u-lvovi-xto-syudi-priyizhdzhaye-ta-skilki-groshej-vitrachaye/>.

13. Холдинг емоцій «!FEST» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lokal.lviv.ua/>.

*Опанасюк Наталія Анатоліївна, кандидат юридичних наук,
доцент кафедри туризму Національного університету фізичного
виховання і спорту України,*

перший віце-президент Туристичної асоціації України

*Охріменко Алла Григорівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*

Київського національного торговельно-економічного університету

РОЗВИТОК СУЧАСНИХ МІСТ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ «МІСТО: РОЗВИТОК ЧЕРЕЗ ТУРИЗМ»

Підвищення конкуренції та зростання глобальних викликів у світі, недостатність природних, людських, фінансових, енергетичних та інших ресурсів актуалізує пошук суб'єктами ринків нових можливостей для розвитку, а також використання власних переваг для отримання кращого доступу до наявних ресурсів.

Зміна підходів до регіонального розвитку, що відбулась в Європі, наслідки глобальної економічної рецесії та соціально-економічної кризи в Україні, що призвели до суттєвого скорочення обсягів зовнішніх державних і міжнародних ресурсів, а також впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі, поставлені метою реалізації Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» [1], вимагають від