

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра країнознавства та туризму

**УРБАНТУРИЗМ:
навчально-методичний посібник**

*для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація»*

Укладач: канд.геогр.наук Наталія ДОВГАНЬ

КИЇВ – 2026

Укладач:

ДОВГАНЬ Наталія Степанівна – кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Рецензенти:

ЛЮБИЦЕВА Ольга Олександрівна, доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

МЕЗЕНЦЕВ Костянтин Володимирович, доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри економічної та соціальної географії Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Затверджено до друку рішенням Вченої ради географічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(*протокол № 14 від 28 травня 2026 р.*)

Урбантуризм: навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності *ІЗ «Туризм і рекреація»*. / укл. Довгань Н.С. Київ, 2026. 81 с.

Навчально-методичний посібник з дисципліни *«Урбантуризм»* підготовлений для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня, спеціальності *ІЗ «Туризм і рекреація»*. Видання складено відповідно до робочої програми та тематичного плану занять навчальної дисципліни і містить навчальний матеріал (опорні конспекти лекцій) та методичний компонент (завдання семінарських занять, методичні рекомендації до виконання, питання для самоконтролю тощо).

УДК 338.48:911.375

© Київський
національний
університет
імені Тараса Шевченка,
2026
© Довгань Н.С., 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	7
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ	13
ОПОРНІ КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ КУРСУ	15
Змістовна частина 1. ОСНОВИ	15
УРБАНТУРИЗМУ. МІСЬКИЙ ПРОСТІР	
ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС	
Тема 1. ВСТУП ДО УРБАНТУРИЗМУ	15
Тема 2. ТИПИ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ ТА	18
СУЧАСНІ ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ	
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	
Тема 3. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	25
МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ	
ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	
Тема 4. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА	30
СПАДЩИНА МІСТА	
Тема 5. АРХІТЕКТУРА, ІНФРАСТРУКТУРА	34
ТА ТУРИСТИЧНИЙ ДОСВІД У	
СУЧАСНОМУ МІСТІ	
Тема 6. СОЦІАЛЬНИЙ ВИМІР МІСЬКОГО	37
ТУРИЗМУ	
Змістовна частина 2. УПРАВЛІННЯ ТА	40
СТАЛІЙ РОЗВИТОК УРБАНТУРИЗМУ.	
ІННОВАЦІЇ В УРБАНТУРИЗМІ	
Тема 7. МАРКЕТИНГ МІСЬКИХ	40
ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	
Тема 8. СТАЛІЙ РОЗВИТОК МІСЬКОГО	42
ТУРИЗМУ	
Тема 9. ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ	45
ДІЯЛЬНОСТІ У МІСТІ	
Тема 10. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У	48
МІСЬКОМУ ТУРИЗМІ	
Тема 11. КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК	51
ДРАЙВЕР УРБАНТУРИЗМУ	

Тема 12. БАЧЕННЯ МАЙБУТНЬОГО УРБАНТУРИЗМУ	54
Тема 13. ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УРБАНТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	58
ЗАВДАННЯ НА СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ	62
Семінарське завдання 1. МІСЬКИЙ ТУРИЗМ: СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ ТА МОЖЛИВІ ПЕРСПЕКТИВИ	62
Семінарське заняття 2. ВИДИ ТУРИЗМУ В МІСТАХ	63
Семінарське завдання 3. АНАЛІЗ СПРИЙНЯТТЯ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ЧЕРЕЗ МЕНТАЛЬНІ КАРТИ	65
Семінарське завдання 4. МІСТО ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ: ОЦІНКА ЗА СИСТЕМОЮ SMED	67
Семінарське завдання 5. КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ТИПОЛОГІЯ МІСТ. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УРБАНІЗОВАНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	69
Семінарське заняття 6. ГОТЕЛЬНИЙ ФОНД МІСТА ТА ЙОГО ПЕРЕДМІСТЯ	71
Семінарське заняття 7. УРБАНСЕРЕДОВИЩЕ МІСТА: ПРОСТІР ДЛЯ РОЗВИТКУ ЧИ ДЖЕРЕЛО СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУГИ	73
Семінарське заняття 8. ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА МІСТА: РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО, НАВІГАЦІЯ, МІСЬКИЙ ПРОСТІР	74
ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ НА КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ ТА ЗАЛІК	76
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	78

ВСТУП

Метою дисципліни «Урбантуризм» є формування у студентів знань, умінь та навичок, необхідних для аналізу, планування та організації туристичної діяльності в умовах міського середовища з урахуванням його соціокультурних, економічних і екологічних особливостей. Також навчити студентів різним аспектам дослідження міського середовища, культурного ландшафту та соціальних практик; глибше розуміти місто як комплексне явище, що охоплює не лише матеріальну інфраструктуру, але й соціальні взаємодії, культурну спадщину та економічні процеси. А також дисципліна включає дослідження та популяризацію міської культури через подорожі та пізнавальні активності.

Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни: «Урбантуризм», або «міський туризм» дисципліна є міждисциплінарною, адже інтегрує знання з урбаністики, соціології, культурології, економіки, архітектури та інших галузей, тому вимагає опанування теоретичних основ, зокрема, з туризмології, психології і соціології туризму, управління проєктами в туризмі і рекреації, геопросторового планування та управління в сфері туризму і рекреації, управління сталим туризмом (Sustainable Tourism Management), управління якістю туристичних дестинацій.

Анотація навчальної дисципліни: навчальна дисципліна «Урбантуризм» зорієнтована на:

- **дослідження унікальності міських просторів** через вивчення культурних, історичних, архітектурних та соціальних особливостей міст, які створюють їхню унікальність та привабливість для туристів;
- **формування міських туристичних маршрутів**, включаючи розробку маршрутів та концепцій, які дозволяють туристам глибше зрозуміти специфіку міського життя, не обмежуючись лише популярними туристичними локаціями);
- **підтримку сталого розвитку туризму** зі спрямуванням на збереження міських ландшафтів та культурних цінностей, а також розвиток туризму, який враховує екологічні, соціальні та економічні аспекти;

- **соціальну інтеграцію** між туристами та місцевими жителями, сприяння крос-культурному обміну та розумінню;
- **розвиток креативних індустрій** через використання міського туризму для стимулювання локальної економіки, підтримки ремесел, мистецтва та культурних ініціатив.

Завдання (навчальні цілі): «Урбантуризм» полягає у наданні здобувачам загальних та фахових компетентностей спеціальності, передбачених освітньою програмою «Туризм», зокрема:

- Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.
- Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.
- Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.
- Здатність доносити власні знання, висновки та аргументацію у сфері туризму та з дотичних питань до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.
- Здатність до аналітико-прогностичної діяльності з розвитку туризму і рекреації в регіоні.

Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.	Знати			
1.1	предмет-об'єкту сутність урбантуризму	Лекція, семінарське заняття	Тест, 60% правильних відповідей	10%
1.2	завдання, методи дослідження урбантуризму, зв'язок з іншими науками	Лекція, семінарське заняття		10%
1.3.	природні, історико- культурні та етнічні рекреаційні ресурси,	Лекція, семінарське заняття		10%

	соціально-економічні умови та їх вплив на туристичну галузь в місті			
2.	Вміти			
2.1	давати характеристику світовим, європейським, національним туристсько-рекреаційними ресурсам міста	Лекція, семінарське заняття	Виступи, дискусії під час захистів семінарських завдань	10%
2.2	аналізувати заходи та організації пов'язані з розвитком міського туризму	Лекція, семінарське заняття		10%
2.3	розробляти глобальні рекреаційні міські проекти	Семінарське заняття		10%
2.4	розробляти експертні оцінки міської туристичної діяльності	Семінарське заняття		10%
2.5	розробляти елементарні прогнози щодо перспектив міського туризму	Семінарське заняття		10%
3	Комунікація			
3.1.	вміння визначати аргументи для вибору основних шляхів та напрямів туристичної діяльності в місті	Семінарське заняття	Виступи, дискусії під час захистів семінарських завдань	5%
3.2.	використання програмно-цільового підходу управління розвитком рекреацією та туризмом на засадах сталості, визначати найбільш перспективні форми туристичної взаємодії в містах	Семінарське заняття		5%
4.	Автономність та відповідальність			
4.1	діяти на засадах розуміння цивілізаційних гуманітарних цінностей та глобалізаційних процесів, пріоритетів національного розвитку	Семінарське заняття	Виступи, дискусії під час захистів семінарських завдань, залік	5%
4.2	уміння аргументувати та відстоювати свою позицію у процесі професійної діяльності	Семінарське заняття		5%

Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни (код)	Програмні результати навчання (назва)											
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	4.1	4.2
Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку (ПРН5).			+	+	+	+	+	+				
Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їхнього стратегічного розвитку (ПРН6).				+	+	+	+	+	+	+		
Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності (ПРН7).					+	+	+	+	+	+	+	+
Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів (ПРН8).			+	+		+					+	+
Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування (ПРН10).		+	+	+			+	+			+	+

Схема формування оцінки: рівень досягнення всіх запланованих результатів навчання визначається за результатами опитування, контрольних робіт та виконання семінарських робіт.

Питома вага результатів навчання у підсумковій оцінці за умови її опанування на належному рівні така:

результати навчання – **1 (знання)** – до 30%;

результати навчання – **2 (вміння)** - до 50%;

результати навчання – **3 (комунікація)** - до 10%;

результати навчання – **4 (автономність та відповідальність)** - до 10%

Форми оцінювання студентів:

У курсі передбачено 2 змістовні частини. Заняття проводяться у вигляді *лекцій та семінарів*. Завершується дисципліна *заліком*.

Семестрове оцінювання: кількість балів, що студент отримує протягом семестру, є сумою балів, що були отримані при оцінюванні виконаних семінарських робіт, опитуванні та виконанні контрольних робіт.

Організація оцінювання: опитування у тестовій та письмовій формі проводиться після завершення викладання кожної теми. Семінарські роботи захищаються за виконанням відповідно до графіка проведення семінарських занять.

Контрольні роботи проводяться у тестовій формі. Студенти, які отримали за контрольну роботу меншу за мінімально передбачену кількість балів, перескладають її.

Оцінювання за формами контролю:

	341		342	
	Min. – 18 балів	Max. – 30 балів	Min. – 18 балів	Max. – 30 балів
Опитування	«1» x 5 = 5	«2» x 5 = 10	«1» x 5 = 5	«2» x 5 = 10
Семінарські роботи	«2» x 5 = 10	«3» x 5 = 15	«2» x 5 = 10	«3» x 5 = 15
Контрольна робота *	«3» x 1 = 3	«5» x 1 = 5	«3» x 1 = 3	«5» x 1 = 5
«1» мінімальна/максимальна оцінка, яку може отримати студент. 1 - мінімальна/максимальна залікова кількість робіт чи завдань. * – усі контрольні роботи мають розрахунково-аналітичний характер				

Умови допуску до заліку: рекомендований мінімум для допуску – 36 балів. Для студентів, які набрали сумарно меншу від 36 балів (*рекомендований мінімум*) кількість, обов'язковою умовою для отримання допуску до заліку є написання рефератів за питаннями пропущених чи недостатньо засвоєних тем.

Підсумкове оцінювання у формі заліку, проводиться в письмовому форматі. Максимальна кількість балів під час заліку – 40, мінімальна кількість балів, що додаються до семестрових – 24 (*60% максимальної кількості балів, відведених на залік*).

При простому розрахунку отримаємо:

	Змістовна частина 1	Змістовна частина 2	Залік	Підсумкова оцінка
<i>Мінімум</i>	<i>18</i>	<i>18</i>	<i>24</i>	<i>60</i>
Максимум	30	30	40	100

Загалом формування оцінки спирається на «Положення про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка» (друга редакція), що введено в дію наказом ректора № 170-32 від 11 квітня 2022 року

Шкала відповідності

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ
Змістовна частина 1.
ОСНОВИ УРБАНТУРИЗМУ. МІСЬКИЙ ПРОСТІР
ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

Загальний обсяг – 180 год, в тому числі: лекцій – 28 год, семінарські заняття – 28 год, консультації – 2 год, самостійна робота – 122 год.

Тема 1. ВСТУП ДО УРБАНТУРИЗМУ (2 години)

Визначення поняття «урбантуризм». Еволюція урбаністичних досліджень у туризмі. Роль міста у формуванні туристичних потоків.

Тема 2. ВИДИ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ ТА СУЧАСНІ ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ (2 години)

Типологія міського туризму. Історико-культурний, індустріальний, гастрономічний, подієвий та креативний туризм. Вплив глобалізації та локалізації на розвиток міського туризму.

Тема 3. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ (4 години)

Соціологічні опитування та етнографічні дослідження. Геоінформаційні системи (ГІС) для аналізу міських просторів. Спостереження та аналіз трендів розвитку туризму у містах.

Тема 4. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА МІСТА (2 години)

Методи ідентифікації та використання історико-культурних ресурсів. Розробка тематичних туристичних маршрутів для міста.

Тема 5. АРХІТЕКТУРА, ІНФРАСТРУКТУРА ТА ТУРИСТИЧНИЙ ДОСВІД У СУЧАСНОМУ МІСТІ (2 години)

Архітектурний простір міста як об'єкт туристичного інтересу. Інтеграція інфраструктури та міського середовища у формуванні туристичного досвіду. Сталий розвиток та майбутні перспективи проєктування.

Тема 6. СОЦІАЛЬНИЙ ВИМІР МІСЬКОГО ТУРИЗМУ (2 години)

Соціальна інтеграція та взаємодія громад. Справедливе управління та протидія негативним наслідкам. Сталий розвиток як інструмент соціального благополуччя.

Змістовна частина 2. УПРАВЛІННЯ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК УРБАНТУРИЗМУ. ІННОВАЦІЇ В УРБАНТУРИЗМІ

Тема 7. МАРКЕТИНГ МІСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ (2 години)

Брендинг і просування міст через цифрові платформи та контент-маркетинг. Аналіз цільових аудиторій і ефективності кампаній. Сталий та етичний маркетинг у міському туризмі

Тема 8. СТАЛИЙ РОЗВИТОК МІСЬКОГО ТУРИЗМУ (2 години)

Екологічні виклики та практика сталого використання ресурсів. Соціальна відповідальність та залучення громад. Управління, брендинг та міжнародні стандарти.

Тема 9. ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МІСТІ (2 години)

Планування та розробка туристичних програм у місті. Оцінка економічного та соціального впливу урбантуризму. Моніторинг туристичних програм і планування сталого розвитку туризму.

Тема 10. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІСЬКОМУ ТУРИЗМІ (2 години)

Цифрові технології у розвитку міського туризму. AR і VR технології у формуванні туристичного досвіду. Виклики та перспективи розвитку цифрових технологій у міському туризмі

Тема 11. КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ДРАЙВЕР УРБАНТУРИЗМУ (2 години)

Креативні індустрії та культурні ініціативи у розвитку урбантуризму. Міські фестивалі, мистецькі події та економічний ефект. Виклики та перспективи розвитку креативного туризму.

Тема 12. БАЧЕННЯ МАЙБУТНЬОГО УРБАНТУРИЗМУ (2 години)

Концепція Smart City як фундамент інноваційно-технологічного туризму. Тренди сталого розвитку через високі технології. Виклики цифрової трансформації та етика майбутнього

Тема 13. ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УРБАНТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ (2 години)

Урбантуристичний продукт як ключова складова міського туризму. Підходи до розробки та реалізації туристичних маршрутів та подій. Мобільні додатки та інноваційні рішення для міського туризму.

ОПОРНІ КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ КУРСУ

Змістовна частина 1.

ОСНОВИ УРБАНТУРИЗМУ.

МІСЬКИЙ ПРОСТІР ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

ТЕМА 1.

ВСТУП ДО УРБАНТУРИЗМУ

Визначення поняття «урбантуризм». Еволюція урбаністичних досліджень у туризмі. Роль міста у формуванні туристичних потоків.

Визначення поняття «урбантуризм». Урбантуризм, або міський туризм, – це вид туризму, що фокусується на відвідуванні міських просторів з метою дослідження культурних, історичних, архітектурних, економічних та соціальних аспектів життя урбанізованих територій. Він включає в себе огляд визначних місць, музеїв, історичних пам'яток, парків, культурних та розважальних заходів, шопінг і гастрономічний туризм. Але він включає не лише традиційні екскурсії та відвідування відомих пам'яток, а й занурення у сучасні міські тренди, соціальні явища, урбаністичні феномени та інтерактивні культурні події. Міський туризм став дуже популярним завдяки зростаючій урбанізації та глобалізації, що сприяють зростанню кількості туристів у великих містах.

Урбантуризм охоплює дослідження різноманітних аспектів міського середовища: від архітектурної спадщини до сучасного стрит-арту, від місцевої гастрономії до креативних індустрій. Крім того, він передбачає вивчення взаємодії між туристами та місцевими жителями, а також аналіз впливу туризму на міські екосистеми, транспортну інфраструктуру та соціальну динаміку міста. Урбантуризм можна розглядати як міждисциплінарний науковий напрям, що поєднує знання з туризмознавства, урбаністики, соціології, економіки, культурології та екології. Дослідження в цій галузі охоплюють аналіз впливу туризму на міське середовище, вивчення змін у соціальній структурі міст, економічні аспекти туристичної діяльності, а також розвиток стійких практик у міському туризмі. Науковий інтерес також зосереджений на впливі міського туризму на урбанізаційні процеси, на формуванні нових міських ідентичностей та на інтеграції інноваційних технологій у туристичний досвід.

Отже, урбантуризм виступає як важлива складова сучасних туризмознавчих та урбаністичних досліджень і має потенціал для подальшого розвитку як окремих науковий напрям.

Еволюція урбаністичних досліджень у туризмі. Урбаністичні дослідження у туризмі мають довгу історію і постійно еволюціонують. Ранні етапи урбаністичних досліджень в туризмі зосереджувалися на вивченні відомих історичних та архітектурних об'єктів, таких як замки, музеї, пам'ятники та інші знакові споруди, що мають культурне та історичне значення. З розвитком соціології, урбаністики та культурології у другій половині XX століття увага дослідників переключалася на аналіз сучасних міських явищ. Це включало вивчення стріт-арту, що перетворився на важливий елемент міського мистецтва, розвиток міської гастрономії з акцентом на локальні продукти та традиції, а також організацію фестивалів та подій, що формують нову ідентичність міст. Особлива увага приділялася таким аспектам, як *гентрифікація (gentrification)*, змінення міських просторів та їх вплив на туристичні потоки. У сучасних дослідженнях наголос робиться на стійкому туризмі, що враховує екологічні, соціальні та економічні аспекти, взаємодію туристів з місцевими спільнотами, вплив туризму на міські екосистеми, транспортну інфраструктуру, житлову політику та якість життя мешканців. Окремі дослідження також зосереджені на цифровізації туристичних практик, використанні новітніх технологій для навігації містом та інтеграції віртуальної реальності у туристичний досвід.

Роль міста у формуванні туристичних потоків. Міста відіграють ключову роль у формуванні туристичних потоків завдяки своїй інфраструктурі, культурним та історичним об'єктам, подіям та активностям. Вони пропонують широкий спектр послуг і розваг, що приваблює туристів з усього світу. Крім того, міста є центрами бізнесу та економіки, що також сприяє розвитку бізнес-туризму. Важливим аспектом є створення комфортних умов для туристів, включаючи безпеку, транспорт та доступ до інформації.

Місто виступає як співвідносний та динамічний культурний, економічний і соціальний центр, який формує унікальну ідентичність через поєднання історичної спадщини та сучасних інновацій. Глобалізація, розвиток транспортної та комунікаційної інфраструктури, а також цифровізація роблять міста легкодоступними та привабливими для широких верств туристів. Міські простори функціонують як платформи для культурних обмінів, бізнес-активності, творчих індустрій та соціальних інновацій. Культурні пам'ятки, архітектура різних епох, сучасні мистецькі проекти, урбаністичні інсталяції, вуличне мистецтво, гастрономічні фестивалі, музичні події та інші культурні заходи створюють багатогарний туристичний аттракції. Окрім цього, міста стають місцем для конгресного, ділового та подієвого туризму, що сприяє розвитку

економіки на місцевому рівні. Сьогодні міські центри забезпечують не лише стійкий ріст туристичних потоків, а й сприяють розвитку інфраструктури, створенню робочих місць, залученню інвестицій та формуванню позитивного іміджу міста на міжнародній арені.

Сьогодні урбантуризм є важливим напрямком сучасного туризму, який має велике значення для розвитку міської економіки та культури. Дослідження в цій сфері допомагають краще розуміти потреби туристів і розробляти стратегії для забезпечення стійкого розвитку міського туризму.

Питання для самоконтролю:

1. Як різні елементи міської інфраструктури, культурної спадщини та економічного розвитку взаємодіють між собою для стимулювання міського туризму, і який вплив кожен із них має на привабливість міста для туристів?
2. У чому полягає еволюція урбаністичних досліджень у сфері туризму, і які зміни підходів до аналізу міст вплинули на сучасні туристичні концепції та практики?
3. Які фактори визначають конкурентоспроможність міста як туристичного центру і як міста можуть використовувати ці фактори для формування туристичних потоків?
4. Як глобалізація та локалізація взаємодіють у контексті міського туризму, і які переваги та ризики вони створюють для розвитку міського туризму?
5. Які соціальні, економічні та екологічні виклики постають перед містами через інтенсивний розвиток міського туризму, і які стратегічні рішення можуть забезпечити його сталий розвиток?

Список використаних джерел до теми:

1. Glossary of tourism terms. (n.d.). World Tourism Organization (UN Tourism). <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
2. European Tourism Futures Institute. (n.d.). <https://www.etfi.nl/>
3. Pierret, F. (2009). *Tourism, recreation and the globalization of leisure*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/30058/pierret_eng.pdf
4. UN Tourism Elibrary (n.d.). <https://www.e-unwto.org/>
5. Мальська, М. П., Гаталяк, О.М. (2018) *Туризм у містах: підручник*. Київ: «Центр учбової літератури». 224 с.
6. Мезенцев, К., & Степанець І. (б.д.). *Міський туризм*. NTO.UA Academy. <https://academy.nto.ua/urbantourism>
7. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія (2017). За ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видавництво «Фенікс», 438 с. ISBN 978-966-136-446-1

ТЕМА 2.

ВИДИ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ ТА СУЧАСНІ ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Типологія міського туризму. Історико-культурний, індустріальний, гастрономічний, подієвий та креативний туризм. Вплив глобалізації та локалізації на розвиток міського туризму.

Типологія міського туризму. Міський туризм охоплює різноманітні форми туристичної діяльності в міських просторах, включаючи як традиційні види туризму, так і новітні інноваційні практики. Він може проявлятися у формі відвідування історичних пам'яток, участі у культурних заходах, гастрономічних турах, а також у дослідженні сучасних урбаністичних феноменів, таких як стрит-арт чи міські фестивалі. Кожен тип міського туризму відображає специфічні інтереси туристів, серед яких можуть бути історія, культура, мистецтво, гастрономія, індустріальна спадщина або участь у творчих процесах. Це дозволяє розглядати урбантуризм (міський туризм) як багатогранне явище, що інтегрує різні сфери міського життя.

Типологізація урбантуризму допомагає зрозуміти, як різні аспекти міського середовища – від архітектури до соціокультурних процесів – впливають на туристичні потоки. Вона також дозволяє містам ефективніше адаптувати свої стратегії для залучення відвідувачів, зберігаючи при цьому автентичність і унікальність міського простору. Це включає розвиток спеціалізованих туристичних маршрутів, підтримку місцевих культурних ініціатив, створення інтерактивних туристичних продуктів і впровадження інноваційних технологій для покращення туристичного досвіду.

Історико-культурний туризм. Історико-культурний туризм є одним із найдавніших і найпопулярніших типів урбантуризму, що зосереджується на відвідуванні історичних пам'яток, музеїв, архітектурних споруд, монументів, місць археологічних розкопок та інших об'єктів культурної спадщини. Туристи досліджують міста через призму їхнього історичного розвитку, знайомлячись з традиціями, мистецтвом, архітектурними стилями різних епох і культурною ідентичністю.

Цей тип туризму дозволяє глибше зрозуміти соціокультурні процеси, що впливали на формування міського середовища. Наприклад, міста з багатовіковою історією, такі як Рим, Афіни чи Київ, пропонують численні маршрути, що охоплюють різні історичні періоди та культурні шари. Водночас показовими є й інші урбаністичні центри: Париж із тематичними квартальними маршрутами від середньовіччя

до модернізму; Стамбул, де поєднуються візантійська, османська та сучасна культурні спадщини; Барселона з урбаністичними маршрутами модернізму та індустріальної спадщини; Берлін, що демонструє багатшаровість історичної пам'яті через простори, пов'язані з поділом міста та сучасними креативними кластерами; а також Львів, де туристичні практики інтегрують австрійський, польський і український культурні пласти.

Особливе місце займають інтерактивні музеї та урбаністичні інтерпретаційні центри, що використовують сучасні технології для залучення відвідувачів, зокрема віртуальні екскурсії, доповнену реальність і мультимедійні інсталяції. Яскравими прикладами є музейні простори Амстедама із цифровими реконструкціями історичних кварталів, Варшава з мультимедійними експозиціями про відбудову міста після Другої світової війни та Таллінн, де інтерактивні формати поєднують середньовічну спадщину зі smart-city-наративами.

Крім того, історико-культурний туризм сприяє збереженню культурної спадщини, адже підвищена увага туристів стимулює міста інвестувати у реставрацію та охорону історичних об'єктів. Також він створює можливості для розвитку супутніх індустрій, таких як гідівська діяльність, сувенірна торгівля та організація тематичних фестивалів.

Індустріальний туризм. Індустріальний туризм охоплює відвідування об'єктів промислової спадщини, таких як заводи, фабрики, шахти, гідроелектростанції, залізничні депо, порти та технічні музеї. Це дає можливість побачити розвиток промисловості в різних містах та зрозуміти її роль у формуванні урбаністичного середовища. Туристи мають змогу ознайомитися з історією промислових революцій, технічними досягненнями та процесами виробництва, що мали вирішальний вплив на економічний розвиток міст.

Індустріальні маршрути сьогодні охоплюють як візити до діючих підприємств, так і дослідження покинутих промзон, ревіталізованих у креативні хаби та арт-кластери. Яскравим світовим прикладом такої трансформації є Рурський регіон у Німеччині, де колишня шахта Zollverein перетворилася на об'єкт ЮНЕСКО з музеями та басейнами серед металевих конструкцій. У Лондоні галерея Tate Modern, розташована в будівлі колишньої електростанції, стала символом перетворення технічної споруди на центр світового мистецтва. Подібний підхід продемонструвала і польська Лодзь, де текстильна фабрика Познанського трансформувалася у багатофункціональний центр Manufaktura.

Україна також активно інтегрує промислову спадщину в сучасне міське життя. В Івано-Франківську проєкт «Промприлад.Реновація»

перетворив старий завод на інноваційний освітній та бізнес-центр. У Львові територія колишнього заводу «Галичскло» стала креативним простором !FESTrepublic, що децентралізує туристичні потоки міста. Натомість у Дніпрі завод Interpipe Steel демонструє поєднання діючого металургійного виробництва з масштабними арт-інсталяціями Олафура Еліассона, залучаючи відвідувачів до індустріальної естетики в реальному часі.

Особливий інтерес викликають також підземні тури на шахти або відвідування технічних об'єктів, таких як старовинні електростанції чи залізничні вузли. Такі екскурсії не лише інформують про історію індустріалізації, а й дозволяють відчувати атмосферу епохи, коли промисловість була рушійною силою урбанізації. Крім того, індустріальний туризм стимулює розвиток супутніх послуг, таких як організація спеціалізованих турів, виробництво сувенірної продукції та розвиток гастрономічних маршрутів, пов'язаних із промисловими регіонами.

Таким чином, через збереження та адаптацію індустріальних об'єктів, міста не лише формують нову ідентичність, а й забезпечують стійкий розвиток економіки, створюючи унікальний туристичний досвід на перетині історії та інновацій.

Гастрономічний туризм. Гастрономічний туризм є однією з найцікавіших форм подорожей, адже він дозволяє туристам пізнавати культуру міста через місцеву кухню. Це не лише про відвідування відомих ресторанів, а й про дослідження маленьких сімейних кафе, де зберігаються старовинні рецепти, або навіть вуличних яток, де можна скуштувати автентичні страви. Локальні ринки є справжніми скарбницями для гастротуристів, адже саме там можна знайти унікальні продукти, дізнатися про місцеві інгредієнти та поспілкуватися із продавцями, які часто можуть розповісти цікаві історії про походження своїх товарів.

Яскравими прикладами гастрономічних напрямів є Барселона, де туристи відвідують ринок La Boqueria та дегустують тапаси, хамон і каталонські морепродукти, а також Ліон, який вважається гастрономічною столицею Франції завдяки традиційним bouchon-ресторанам і локальним делікатесам. В Італії гастрономічні маршрути у Болоньї приваблюють поціновувачів пасты, пармезану та прошуто, тоді як Неаполь асоціюється з автентичною піцою та стріт-фудом.

Локальні ринки є важливим елементом гастротуризму і в Азії: у Бангкоку туристи досліджують нічні ринки з різноманітними стравами тайської кухні, а в Осаці – вуличні квартали, відомі такою ж та

окономіякі. Водночас Мехіко пропонує знайомство з традиційними тако та локальними напоями на численних міських ринках.

Гастрономічні фестивалі додають подорожі ще більше барв – це можливість не лише скуштувати широкий спектр страв, а й побачити кулінарні шоу, змагання шеф-кухарів або взяти участь у дегустаціях вин чи сирів. Наприклад, фестивалі трюфелів в Альбі чи свято шоколаду в Брюгге приваблюють тисячі гастротуристів. Кулінарні майстер-класи дозволяють туристам зануритись у процес створення місцевих страв власноруч: участь у майстер-класі з приготування пасти у Флоренції чи навчання мистецтву суші в Токіо створює незабутні спогади.

Гастрономічний туризм також сприяє підтримці місцевих виробників та фермерів, що робить його важливою складовою сталого розвитку туризму. У цьому контексті варто відзначити й міста Центрально-Східної Європи, зокрема Краків із традиційною польською кухнею та Львів, де гастрономічні концепції поєднують локальні рецепти, тематичні ресторани й фестивалі кави та шоколаду.

Подієвий туризм. Подієвий туризм має велике значення для розвитку міст, адже він здатен залучати туристів з усього світу завдяки різноманітним заходам. Це можуть бути музичні фестивалі, як-от Glastonbury Festival у Великій Британії, що збирає сотні тисяч меломанів, або масштабні спортивні події, такі як Олімпійські ігри чи Чемпіонат світу з футболу, які перетворюють міста-господарі на центри глобальної уваги. Виставки мистецтва та ярмарки, як Art Basel у Швейцарії чи Венеційське бієнале, залучають творчих людей і колекціонерів, створюючи унікальну атмосферу, а традиційні святкування, наприклад Карнавал у Ріо-де-Жанейро або Октоберфест у Мюнхені, дозволяють туристам зануритися у місцеві звичаї та традиції. Яскравими прикладами міст, що активно розвиваються завдяки подієвому туризму, є Единбург – завдяки Edinburgh Festival Fringe, найбільшому у світі фестивалю виконавських мистецтв; Канни – як місце проведення Каннського кінофестивалю, що формує престижний культурний імідж міста; Остін – завдяки фестивалю South by Southwest, який поєднує музику, кіно та цифрові технології; Дубай – через масштабні події на кшталт Expo 2020 Dubai, що сприяли інфраструктурній модернізації; і Київ – як господар Фіналу Ліги чемпіонів УЄФА 2018, що привернув міжнародну увагу та туристичні потоки. Окрім культурного аспекту, події стимулюють розвиток міської інфраструктури, включаючи готелі, транспорт і туристичні сервіси, а підготовка до великих заходів часто передбачає модернізацію міста, залишаючи позитивний спадок для місцевих жителів. До того ж, події значно впливають на міжнародний імідж

міста, роблячи його впізнаваним на світовій арені та підвищуючи його конкурентоспроможність у глобальному туристичному просторі.

Креативний туризм. Креативний туризм орієнтований на активну участь туристів у культурному житті міста, надаючи можливість не просто спостерігати за мистецтвом, а стати його частиною. У багатьох містах світу пропонуються воркшопи з живопису, фотографії, гончарства чи виготовлення ювелірних прикрас. Так, у Парижі можна відвідати майстер-класи із виготовлення парфумів або живопису в художніх студіях, у Барселоні навчитися техніці мозаїки тренкадіс, якою славився Антоніо Гауді, у Флоренції – пройти курси з різьблення по мармурі та малювання у традиційному італійському стилі, а в Кіото – уроки каліграфії, виготовлення японських ляльок, майстер-класи з кімоно та чайної церемонії. У Мельбурні туристи можуть спробувати воркшопи з вуличного мистецтва та графіті, у Маракеші – навчитися традиційним ремеслам, таким як ткацтво, кераміка та виробництво ароматичних масел, а в Нью-Йорку – брати участь у спільних арт-проектах, музичних джем-сейшенах та театральних майстер-класах. Креативний туризм дозволяє не лише здобути нові навички, а й привезти з подорожі унікальні сувеніри, створені власноруч. Крім того, він сприяє особистісному розвитку, самовираженню та відкриттю нових талантів, адже участь у театральних постановках, спільних арт-проектах або музичних джем-сейшенах дає змогу взаємодіяти з місцевими мешканцями, відчути дух спільноти та повністю поринути у культурне середовище міста. Такі види туризму особливо привабливі для тих, хто шукає глибших вражень та прагне розширити свої горизонти, а також вони підтримують місцевих митців і майстрів, сприяючи розвитку культурних індустрій і збереженню традиційних ремесел.

Вплив глобалізації та локалізації на розвиток міського туризму.

Глобалізація значно змінила обличчя міського туризму, зробивши міста доступнішими для мандрівників з усього світу. Розвиток транспортної інфраструктури, зокрема розширення авіасполучень, швидкісних залізниць та міжміських автобусних маршрутів, дозволяє туристам швидко та комфортно діставатися до найвіддаленіших міських DESTINAЦІЙ. Наприклад, бюджетні авіалінії відкрили можливості для короткострокових подорожей вихідного дня до міст Європи чи Азії. Цифрові технології також відіграють ключову роль: завдяки мобільним додаткам, онлайн-картам, сервісам бронювання житла та відгукам туристи можуть планувати подорожі з будь-якої точки світу. Соціальні мережі, такі як Instagram або TikTok, стали потужними інструментами для популяризації міських DESTINAЦІЙ, створюючи тренди та мотивуючи до відвідування «інстаграмних»

локацій. Водночас глобалізація призводить до стандартизації туристичних послуг – в багатьох містах світу можна знайти однакові мережеві готелі, ресторани та розваги, що зменшує відчуття унікальності та автентичності подорожей.

Локалізація, навпаки, акцентує увагу на збереженні унікальних рис кожного міста та підкреслює його культурну ідентичність. У відповідь на глобальну стандартизацію зростає інтерес до автентичних вражень, що сприяє розвитку місцевих ініціатив. Туристи дедалі частіше шукають досвід, який дозволяє відчувати справжнє життя міста: відвідування локальних ринків, знайомство з традиційною кухнею, участь у місцевих фестивалях та заходах. Наприклад, в Італії чи Франції популярними стають гастрономічні тури з дегустацією регіональних вин та сирів, а в Японії туристи відвідують традиційні чайні церемонії. Локалізація також сприяє розвитку концепції *повільного туризму (slow tourism)*, де акцент робиться на неспішному пізнанні міста, уникаючи перевантажених туристичних маршрутів. Туристи обирають альтернативні райони, що дозволяє уникнути натовпів і підтримати місцеві бізнеси, які не завжди є частиною глобальних туристичних ланцюгів.

Поєднання глобалізаційних і локалізаційних тенденцій створює динамічне середовище для розвитку міського туризму. Міста використовують глобальні технології для просування своїх унікальних пропозицій на міжнародному рівні, зберігаючи при цьому свою культурну самобутність. Наприклад, завдяки онлайн-платформам місцеві гіді можуть пропонувати авторські екскурсії, які розповідають про нетипові аспекти міського життя, або організовувати воркшопи з традиційних ремесел. Водночас інтеграція у глобальні туристичні мережі дозволяє містам отримувати вигоду від світового туризму, залучаючи інвестиції у розвиток інфраструктури, підвищення якості послуг та збереження культурної спадщини.

Стійкий розвиток міського туризму вимагає балансу між глобалізацією та локалізацією. З одного боку, це забезпечує економічне зростання, створює нові робочі місця і покращує міське середовище. З іншого боку, важливо уникати надмірної комерціалізації та збереження культурної автентичності. Міста повинні впроваджувати стратегії сталого розвитку, що включають захист історичних пам'яток, підтримку місцевих громад та мінімізацію впливу масового туризму на навколишнє середовище. Такий підхід дозволяє містам не лише залучати туристів, а й підтримувати комфортне життя для місцевого населення, зберігаючи гармонійний баланс між економічними вигодами та культурною спадщиною.

Типологія міського туризму демонструє багатогранність туристичних практик у міських просторах. Від історико-культурних до креативних форм туризму, кожен тип сприяє розвитку міської інфраструктури, економіки та культурної спадщини. Вплив глобалізації та локалізації створює нові можливості для міст у залученні туристів та формуванні унікального туристичного іміджу.

Питання для самоконтролю:

1. Які основні характеристики історико-культурного, індустріального та гастрономічного туризму у міському середовищі? Наведіть приклади міст, де ці види туризму активно розвиваються.
2. Як подієвий та креативний туризм сприяють підвищенню туристичної привабливості міста? Проаналізуйте роль фестивалів, виставок та творчих ініціатив.
3. Як глобалізація впливає на розвиток різних типів міського туризму та змінює їх характер і динаміку?
4. Яку роль відіграє локалізація у формуванні унікальних урбантуристичних продуктів? Розкрийте значення традицій, культури та локальних ініціатив.
5. Як поєднання глобалізації та локалізації створює нові можливості для розвитку міського туризму та збереження культурної ідентичності міст?

Список використаних джерел до теми:

1. Bansard, J. (2022, April) Pathways to Sustainable Cities. *Earth Negotiations Bulletin*. International Institute for Sustainable Development, 37. <https://www.iisd.org/system/files/2022-04/still-one-earth-sustainable-cities.pdf>
2. Bansard, J. S., Hickmann, T., Kern, K. (2019) Pathways to urban sustainability: How science can contribute to sustainable development in cities. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society* 28(2):112-118. DOI: [10.14512/gaia.28.2.9](https://doi.org/10.14512/gaia.28.2.9)
3. City Destinations Alliance. (n.d.). <https://citydestinationsalliance.eu/>
4. Jojic, S. (2018). *City branding and the tourist gaze: City branding for tourism development*. European Journal of Social Sciences Education and Research, 5(3), 150–160. <https://doi.org/10.2478/ejsr-2018-0066>
5. Our World in Data team (2023) “Make cities inclusive, safe, resilient and sustainable”. Published online at OurWorldinData.org. <https://ourworldindata.org/sdgs/sustainable-cities> Tourism Industry 2026. (2026). ReportLinker. <https://www.reportlinker.com/market-report/Tourism/6226/Tourism?term=tourism%20industry>
6. UNESCO Creative Cities Network. (n.d.). <https://en.unesco.org/creative-cities/home>
7. World Economic Forum & Kearney. (2025, July 10). *Four scenarios for the future of travel and tourism 2025* (White paper). World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Four_Scenarios_for_the_Future_of_Travel_and_Tourism_2025.pdf
8. Мальська, М. П., Гаталяк, О.М. (2018) *Туризм у містах: підручник*. Київ: «Центр учбової літератури». 224 с.

ТЕМА 3.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Соціологічні опитування та етнографічні дослідження.

Геоінформаційні системи (ГІС) для аналізу міських просторів.

Спостереження та аналіз трендів розвитку туризму у містах.

Міське середовище є складною соціальною, культурною та економічною системою, яка потребує комплексного аналізу для розуміння динаміки урбанізації та впливу туризму на міські простори. Тому дослідження міського середовища передбачає комплексне вивчення соціальних, культурних, економічних і просторових аспектів міського життя, що включає аналіз взаємодії мешканців, інфраструктури та природного середовища. Це вивчення охоплює такі важливі елементи, як мобільність населення, доступність міських послуг, екологічний стан територій і вплив урбанізації на якість життя. Для цього використовуються різноманітні методи, включаючи соціологічні опитування, етнографічні дослідження, просторовий аналіз за допомогою геоінформаційних систем (ГІС), а також спостереження за міськими трендами. Ці методи дозволяють не лише аналізувати динаміку міських процесів, а й виявляти приховані проблеми, прогнозувати зміни та знаходити ефективні рішення для сталого розвитку міських просторів і підвищення комфорту життя мешканців.

Соціологічні опитування є одним із найпоширеніших методів збору даних про міське населення, його потреби, думки та поведінку, що дозволяє оцінити ставлення мешканців до різних аспектів міського життя та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Вони можуть проводитися у формі анкетування, яке дає змогу отримати кількісні дані про транспорт, інфраструктуру, безпеку, житлово-комунальні послуги та культурні ініціативи; інтерв'ю, що дозволяють глибше зрозуміти індивідуальні погляди, мотивації та досвід мешканців; або фокус-груп, де обговорення у групах допомагає виявити колективні думки, соціальні норми та інтереси різних соціальних груп. Сучасні опитування часто інтегрують цифрові технології: онлайн-платформи забезпечують залучення широкої аудиторії, швидкий збір та аналіз великих масивів даних, а поєднання з методами спостереження, аналітикою мобільних даних та геоінформаційними системами (ГІС) дозволяє отримати більш повну картину міського життя. Використання соціологічних опитувань сприяє ефективному плануванню міських ініціатив, розвитку сталого урбанізму та покращенню якості життя мешканців.

Етнографічні дослідження. Етнографічні методи дозволяють глибоко вивчати культурні та соціальні практики міських спільнот. Серед них основним є метод *польових досліджень*. Безпосереднє та довготривале перебування в конкретному місці для розуміння повсякденних культурних практик, соціальних норм та взаємодії туристів і місцевих жителів, є дуже важливим в таких дослідженнях, оскільки це дозволяє виявити найкращі форми участі туристів в активностях місцевих через інтеграцію в місцеві спільноти. *Метод спостереження* дозволяє досліджувати поведінку мешканців і туристів у різних міських ландшафтах та виявляти нові тенденції у розвитку міста. Зокрема, *неформальне спостереження* дозволяє вивчити поведінку людей у громадських місцях без прямої участі дослідника. *Формальне спостереження* вимагає вже використання чітко визначених критеріїв для аналізу певних аспектів міського життя (наприклад, пішохідні потоки, інтенсивність використання громадських просторів, парків, площ, вулиць, щоб зрозуміти, наприклад, як вони використовуються і як зміни в урбаністичному середовищі впливають на соціальні взаємодії). *Систематичне спостереження* (або т.зв. *моніторинг трендів*) за змінами, що відбуваються в певних сферах (соціальних, економічних, технологічних, культурних тощо), з метою виявлення нових тенденцій або патернів, які можуть вплинути на розвиток суспільства, бізнесу чи певної галузі через аналіз даних із соціальних мереж, медіа та інших джерел, дозволяє окреслити нові урбаністичні тенденції, наприклад, у розвитку міського середовища та їх впливу на туризм, екологію та соціальну структуру. Також можна детальніше дослідити міське середовище через *документування міських практик* (записи інтерв'ю, фотографії, відеозйомки тощо).

Геоінформаційні системи (ГІС) та картографічне моделювання. ГІС-технології дозволяють візуалізувати та аналізувати просторові дані, що є важливими для планування та розвитку міст. Картографування за допомогою ГІС дає змогу виявляти просторові патерни, наприклад, розподіл зелених зон, транспортної інфраструктури чи туристичних об'єктів, а також аналізувати взаємозв'язки між різними факторами, наприклад, вплив транспортної доступності на розвиток туристичної сфери. 3D-моделювання міських просторів допомагає прогнозувати вплив туристичних потоків на різні частини міста та планувати урбаністичні зміни. Прикладами практичного застосування ГІС є оптимізація маршрутів міського транспорту, визначення точок туристичного навантаження та оцінка комфорту міського середовища для мешканців і туристів.

Картографічне моделювання також включає використання ментальних карт для *вивчення перцепції міського простору*: респонденти

малюють власні карти, відображаючи значущі місця, маршрути та проблемні зони, що дозволяє виявити найбільш впізнавані та емоційно значущі об'єкти міста. Перцепція міського простору – це суб'єктивне сприйняття людиною міського середовища, яке формується на основі особистого досвіду, емоцій, культурних і соціальних факторів. Вивчення перцепції дозволяє зрозуміти, як мешканці та туристи сприймають місто, які місця вважають привабливими або небезпечними, комфортними чи незручними, і яким чином ці уявлення впливають на їхню поведінку та активність у міському середовищі.

Для дослідження перцепції міського простору використовуються всі вищезгадані методи та підходи. Але особливе значення мають саме ментальні карти. Метод *ментальних (когнітивних) карт (Mental Maps)* був запропонований американським урбаністом *Кевіном Лінчем (Kevin A. Lynch)* у його відомій праці *The Image of the City (1960)*, яка стала класичною у сфері міського планування та урбаністики. У цій книзі дослідник аналізує, як люди сприймають, структурують і запам'ятовують міський простір, а також як формують у своїй свідомості образ міста. Робота базується на емпіричних дослідженнях, зокрема на інтерв'ю з мешканцями, спостереженні за їхньою поведінкою та картографуванні індивідуального сприйняття міського середовища. У межах дослідження були проаналізовані такі міста, як Бостон, Джерсі-Сіті, Лос-Анджелес.

Центральною ідеєю цієї концепції є поняття *«imageability»* – впізнаваності або «зчитуваності» міського середовища, тобто здатності міста формувати чіткий і зрозумілий образ у свідомості його мешканців і відвідувачів. Лінч доводив, що люди орієнтуються у міському просторі, створюючи у своїй уяві ментальні карти, які відображають ключові елементи міського середовища. Згідно з його підходом, образ міста формується на основі п'яти базових компонентів: *шляхів (paths)*, які включають вулиці, дороги, тротуари та інші маршрути пересування; *меж або країв (edges)*, що виступають своєрідними бар'єрами або кордонами між різними частинами міста; *районів (districts)*, які мають характерні просторові або функціональні ознаки; *вузлів (nodes)* – стратегічних точок концентрації активності, наприклад площ або транспортних перетинів; та *орієнтирів (landmarks)*, тобто помітних об'єктів, які допомагають людям орієнтуватися у просторі.

У практиці дослідження ментальних карт респондентам пропонують намалювати власну карту міста, відображаючи на ній основні маршрути пересування, значущі місця, проблемні зони та об'єкти, які вони найкраще пам'ятають. Такий підхід дозволяє виявити, які частини міського простору є найбільш впізнаваними та значущими для

його користувачів, а також зрозуміти, як люди емоційно та культурно сприймають різні райони міста. Водночас концепція ментальних карт підкреслює важливість людського досвіду та суб'єктивного сприйняття у формуванні міського середовища. Саме тому праця Лінча істотно вплинула на подальший розвиток урбаністики, міського дизайну та просторового планування, а його ідея «зчитуваності» міста й сьогодні широко використовується архітекторами, урбаністами та дослідниками міського простору.

Використання методу ментальних карт у поєднанні з іншими соціологічними інструментами, такими як опитування, інтерв'ю, фокус-групи та спостереження, дозволяє отримати цілісне уявлення про те, як мешканці та туристи сприймають міський простір. Поєднання результатів ментального картографування з просторовими даними геоінформаційних систем (ГІС) і можливостями цифрових платформ дає змогу інтегрувати суб'єктивні уявлення людей про місто з об'єктивними просторовими характеристиками міського середовища. Такий комплексний підхід дозволяє глибше зрозуміти взаємодію людей із міським простором, виявити приховані соціальні та економічні проблеми, визначити найбільш значущі або проблемні території та прогнозувати можливі зміни у розвитку міста. Отримані результати можуть бути використані міськими адміністраціями, урбаністами, планувальниками та культурними менеджерами для розробки ефективних стратегій управління урбаністичними процесами, підвищення комфортності та безпеки міських територій, а також формування привабливого та унікального туристичного іміджу міста.

Спостереження та аналіз трендів розвитку туризму у містах.

Просторовий підхід відіграє ключову роль в аналізі трендів розвитку міського туризму, оскільки передбачає інтегроване використання географічних, культурних і соціальних даних для дослідження взаємодії міського простору не лише з туристичними потоками, а й з туристичною інфраструктурою, поведінковими практиками відвідувачів, функціональною структурою міста та локальними спільнотами. Просторовий підхід дозволяє не лише оцінити фізичне розташування об'єктів, а й врахувати їх взаємозв'язок з іншими елементами міського середовища – транспортною інфраструктурою, доступністю зелених зон, віддаленістю культурних та історичних пам'яток тощо. Це дозволяє виявити ключові райони, які можуть мати потенціал для розвитку, а також зони, що потребують поліпшення, зокрема для підвищення туристичної привабливості.

Так, у межах просторового підходу зазвичай аналізують: *мобільність і потоки* (туристи, екскурсанти, добові відвідувачі); *просторову*

концентрацію та дифузії активностей (hotspots, overtourism); інфраструктурні елементи (готелі, транспорт, громадські простори); поведінкові патерни туристів (маршрути, тривалість перебування, споживання простору); взаємодію з місцевим населенням (конфлікти, гентрифікація, соціальне сприйняття); символічне та культурне освоєння простору.

Просторовий підхід також дає змогу оцінити вплив туристичних потоків на міську інфраструктуру. Використовуючи геоінформаційні системи (ГІС), можна моделювати туристичні маршрути, аналізувати навантаження на різні райони міста, прогнозувати потоки відвідувачів в залежності від пори року чи подій, а також виявляти ділянки з високим рівнем забруднення або надмірного навантаження на інфраструктуру. Це важливо для розробки сталих стратегій розвитку, які зберігають баланс між туристичними потребами та комфортним середовищем для мешканців.

Завдяки використанню просторового підходу можна створювати більш ефективні стратегії розвитку міського туризму, які збалансовують інтереси туристів і потреби міського населення. Він дозволяє не тільки виявляти найбільш привабливі для туристів райони, а й оптимізувати туристичні потоки, знижуючи навантаження на окремі зони та сприяючи рівномірному розвитку всього міста. Таким чином, просторовий підхід є важливим інструментом для забезпечення сталого і гармонійного розвитку міських територій. Цей підхід також підтримує процеси планування, допомагаючи визначити пріоритетні напрямки розвитку в контексті як туристичних, так і соціальних потреб, що дозволяє створювати міське середовище, яке є зручним і привабливим як для місцевих мешканців, так і для туристів.

Комплексне застосування соціологічних, етнографічних і технологічних методів дослідження у поєднанні з просторовими даними забезпечує більш глибоке розуміння функціонування міського середовища, сприяє підвищенню якості життя в містах, формуванню комфортного простору для мешканців і туристів та підтримує розвиток сталого урбанізму.

Питання для самоконтролю:

1. Які основні методи дослідження використовуються для вивчення міського середовища та які їхні функції у міських дослідженнях?
2. Яку роль відіграють геоінформаційні системи (ГІС) та інші інструменти просторового аналізу у дослідженні міських територій?
3. Які переваги та обмеження мають методи спостереження та інтерв'ю при дослідженні міського середовища та потреб мешканців?

4. Що таке методи вивчення перцепції міського простору і як вони використовуються для оцінки якості життя у місті?
5. Які переваги та недоліки має метод ментальних карт порівняно з іншими методами дослідження міського середовища?

Список використаних джерел до теми:

1. *Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures* (2019, July), 24. eISBN: 978-92-844-2110-7. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421107>
2. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 9780262620017. <http://hdl.handle.net/1721.3/35651>
3. Redwan, E. (2025, July). *Kevin Lynch's 5 elements of a city: Guide to urban design*. ArchitectureCourses.org. <https://www.architecturecourses.org/design/kevin-lynchs-5-elements-city-guide-urban-design>
4. Quantifying tourism in city destinations – Towards a better understanding of urban tourism (2024, March), 116. eISBN: 978-92-844-2534-1, ISBN: 978-92-844-2533-4. <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284425341>
5. TourMIS Database. National and international tourism statistics. (n.d.). <https://b2b.wien.info/en/statistics/benchmarking/tourmis-data-361884>
6. TourMIS. https://www.tourmis.info/index_e.html
7. UN Tourism. (2025). *City Tourism Performance Research*. <https://www.untourism.int/city-tourism-performance-research>

ТЕМА 4.

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА МІСТА

Методи ідентифікації та використання історико-культурних ресурсів. Розробка тематичних туристичних маршрутів для міста.

Методи ідентифікації та використання історико-культурних ресурсів. Історико-культурна спадщина міста є важливим ресурсом для розвитку туризму, який включає архітектурні пам'ятки, музеї, культурні ландшафти, традиції та місцеві ремесла. Це не лише фізичні об'єкти, а й культурні практики, що передаються через покоління, які формують ідентичність міста.

Ідентифікація культурних ресурсів є базовим етапом формування ефективної стратегії їх збереження та туристичного використання. Насамперед здійснюється інвентаризація, що передбачає систематичне виявлення, опис, класифікацію та створення реєстрів культурних об'єктів – як матеріальної (архітектурні пам'ятки, історичні ландшафти, музеї, сакральні споруди), так і нематеріальної спадщини (традиції, обряди, ремесла, локальні наративи). Важливо не лише зафіксувати наявність об'єкта, а й визначити його історичну,

культурну, соціальну та символічну цінність, рівень збереженості, правовий статус і потенціал для інтеграції у туристичні маршрути.

Сучасні підходи передбачають активне застосування картографування та геоінформаційних систем (ГІС), що дозволяють просторово локалізувати культурні ресурси, проаналізувати їхню концентрацію, доступність, взаємозв'язки з транспортною інфраструктурою та туристичними потоками. Просторовий аналіз сприяє виявленню культурних кластерів, зон концентрації спадщини та територій з недовикористаним потенціалом. Це особливо важливо для інтегрованого міського планування та формування тематичних туристичних маршрутів.

Важливими компонентами ідентифікації є залучення аудиторій і співпраця з місцевими громадами. Консультації, фокус-групи, громадські обговорення та експертні оцінки дозволяють врахувати сприйняття спадщини місцевими жителями, її значення для локальної ідентичності та соціальної згуртованості. Такий партисипативний підхід мінімізує конфлікти інтересів, підвищує рівень легітимності туристичних проєктів і сприяє формуванню відповідального ставлення до культурних ресурсів.

Окрему роль відіграють заходи консервації та реставрації, спрямовані на фізичне збереження об'єктів спадщини та запобігання їх деградації. В умовах зростання туристичного навантаження необхідно оцінювати допустимий рівень відвідуваності, впроваджувати системи моніторингу стану об'єктів і розробляти механізми сталого управління, що поєднують охорону спадщини з її економічною активізацією.

Використання історико-культурних ресурсів у туризмі передбачає їх презентацію та адаптацію для різних цільових аудиторій без втрати автентичності та історичної достовірності. Йдеться про інтерпретацію спадщини через екскурсійні програми, інформаційні матеріали, цифрові платформи та брендинг території. Важливо забезпечити баланс між комерціалізацією та збереженням культурного змісту, уникаючи надмірної стандартизації або спрощення культурних наративів.

Перспективним напрямом є створення інтерактивних виставок та експозицій із використанням цифрових технологій – віртуальних турів, доповненої та змішаної реальності, мультимедійних інсталяцій. Такі інструменти розширюють можливості інтерпретації культурної спадщини, підвищують рівень залученості відвідувачів та дозволяють репрезентувати об'єкти, які фізично недоступні або частково втрачені.

Важливим інструментом туристичної активізації є організація культурних заходів і фестивалів, що базуються на локальній спадщині: театральні постановки в історичних просторах, музичні фестивалі, ярмарки народних ремесел, гастрономічні свята. Подієвий туризм не лише приваблює відвідувачів, а й стимулює розвиток креативних індустрій, формує позитивний імідж території та сприяє економічній диверсифікації.

Таким чином, ефективна робота з історико-культурними ресурсами передбачає комплексний підхід, що поєднує наукову ідентифікацію, просторовий аналіз, участь громад, заходи з охорони спадщини та інноваційні механізми туристичної інтерпретації. Лише за умови системного управління можливе досягнення балансу між збереженням культурної спадщини та її використанням як чинника сталого розвитку територій.

Розробка тематичних туристичних маршрутів для міста. Процес створення тематичних туристичних маршрутів починається з глибокої тематизації, де обирається стрижнева ідея, навколо якої будуватиметься подорож. Це може бути занурення в історію міста, дослідження унікальних архітектурних стилів, шлях за біографіями видатних особистостей або ж знайомство з гастрономічними традиціями регіону. Після визначення концепції настає етап технічної побудови маршруту, що передбачає логічне поєднання ключових локацій у послідовний ланцюжок, де кожен об'єкт взаємодіє з туристом і розкриває частину загальної історії. Важливими складовими є презентація та комунікація, оскільки сучасний мандрівник потребує зручних інструментів для орієнтації – від друкованих гідів до інтерактивних мобільних додатків та сайтів, які наповнюють візит змістом. При цьому планування обов'язково має базуватися на принципах сталого туризму, щоб мінімізувати антропогенний тиск на культурне та природне середовище.

Різноманітність таких маршрутів дозволяє задовольнити найвибагливіші запити аудиторії. Історичні шляхи ведуть крізь стародавні квартали до замків та фортець, тоді як архітектурні зосереджуються на естетиці будівель та зміні мистецьких епох. Мистецькі тури відкривають двері галерей та театрів, демонструючи творчий потенціал громади, а гастрономічні маршрути пропонують автентичний досвід через смаки локальної кухні та традиційні напої.

Центральним питанням туристичної експлуатації спадщини є збереження її автентичності. Необхідно дотримуватися тонкого балансу між широкою популяризацією культурних ресурсів та їхнім фізичним збереженням. Використання принципів сталого розвитку

гарантує, що об'єкти залишаться доступними для наступних поколінь, а залучення місцевих громад до цього процесу робить туризм етичним та соціально відповідальним. Жителі стають не просто свідками, а активними охоронцями власної спадщини.

Попри значні перспективи, галузь стикається з серйозними викликами, серед яких найбільш гострим є *овертуризм* (*overtourism*) – надмірне скупчення людей у популярних локаціях, що створює ризики для цілісності пам'яток. Вирішення цих проблем полягає у впровадженні інтегрованих підходів до управління, де стратегія розвитку враховує як комфорт відвідувачів, так і потреби місцевого населення. Саме такий синергетичний підхід дозволяє перетворити туризм на потужний інструмент розвитку, що оберігає, а не руйнує культурний код території.

Питання для самоконтролю:

1. Що включає історико-культурна спадщина міста та яку роль вона відіграє у розвитку туризму?
2. Які методи ідентифікації, інвентаризації та класифікації культурних ресурсів використовуються для створення туристичних маршрутів?
3. У чому полягає роль картографування та ГІС у просторовому аналізі культурних об'єктів?
4. Як сучасні технології (віртуальні тури, доповнена реальність) можуть покращити інтерпретацію культурної спадщини та туристичний досвід?
5. Як забезпечується баланс між популяризацією культурних ресурсів і збереженням їх автентичності у контексті сталого туризму?

Список використаних джерел до теми:

1. International Council on Monuments and Sites (ICOMOS). (n.d.). <https://www.icomos.org/>
2. Pierret, F. (2009). *Tourism, recreation and the globalization of leisure*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/30058/pierret_eng.pdf
3. UNESCO Creative Cities Network. (n.d.). <https://en.unesco.org/creative-cities/home>
4. UNESCO World Heritage Centre. (n.d.). *Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. <https://whc.unesco.org/en/tourism/>
5. Панченко, О. (2018, 21 грудня) “Міста – це великі люди”. Нідерландський урбаніст Фулко Трефферс про ідентичність міст і акупунктуру. *PRAGMATIKA.MEDIA*. <https://pragmatika.media/mista-ce-veliki-ljudi-niderlandskij-urbanist-fulko-treffers-pro-identichnist-mist-i-akupunkturu/>
6. Сінельников, Д. І. (2025). Культурна спадщина та її атрактивність як ресурс розвитку сучасних туристично-рекреаційних дестинацій (на прикладі Київщини). *Культурологічний альманах*, (3), 361–371. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.44>

ТЕМА 5.

АРХІТЕКТУРА, ІНФРАСТРУКТУРА ТА ТУРИСТИЧНИЙ ДОСВІД У СУЧАСНОМУ МІСТІ

Архітектурний простір міста як об'єкт туристичного інтересу. Інтеграція інфраструктури та міського середовища у формуванні туристичного досвіду. Сталий розвиток та майбутні перспективи проєктування.

Архітектурний простір міста як об'єкт туристичного інтересу. У сучасному туристичному просторі архітектурні пам'ятки та об'єкти новітньої архітектури виступають не лише елементами міського ландшафту, а й самостійними туристичними атракціями. Знакові споруди формують образ міста, його символічний капітал і впізнаваність на міжнародній арені. Показовим є приклад Музею Гугенгайма в Більбао, який спричинив так званий «ефект Більбао» – масштабне зростання туристичних потоків та інвестиційної привабливості території. Подібну функцію виконують Сіднейський оперний театр, Лувр та Бурдж-Халіфа, які стали візуальними маркерами своїх міст.

Сучасна архітектура відображає новітні тенденції в дизайні, інженерії та функціональній організації простору. Інноваційні громадські простори, багатофункціональні комплекси, культурні центри та унікальні архітектурні форми формують нову якість урбаністичного середовища. Водночас архітектурні об'єкти потребують професійної інтерпретації через екскурсійні програми, виставкові формати та цифрові платформи, що дозволяє туристам глибше усвідомити їх культурну та естетичну цінність.

Інтеграція інфраструктури та міського середовища у формуванні туристичного досвіду. Синергія інфраструктури та комфортного міського середовища є системоутворювальним чинником розвитку урбанізму, оскільки саме вона визначає не лише функціональну доступність дестинації, а й якість туристичного досвіду. Архітектура як туристичний ресурс реалізує свій потенціал лише у взаємодії з інфраструктурною екосистемою міста, яка включає транспортну доступність (міський громадський транспорт, мультимодальні вузли, аеропорти), розвинену мережу розміщення та харчування, а також ефективну систему туристичної інформації та орієнтації.

У сучасних умовах ключового значення набуває не просто наявність інфраструктури, а її інтегрованість і користувацька орієнтованість. Турист оцінює місто як єдину сервісну платформу, де переміщення, навігація, доступ до послуг і культурних ресурсів мають бути логічно

поєднаними, інтуїтивно зрозумілими та технологічно підтриманими. Саме тому зростає роль цифрових інструментів – мобільних додатків, інтерактивних карт, систем доповненої реальності, які формують так званий «розширений туристичний простір» і забезпечують персоналізацію досвіду.

Окремого значення набуває концепція “розумного міста” (Smart City), у межах якої інфраструктура функціонує як динамічна, керована система. Використання великих даних, сенсорних мереж (IoT) та аналітики потоків відвідувачів дозволяє оптимізувати туристичні потоки, зменшувати перевантаження популярних локацій і водночас активізувати менш відвідувані райони. Це сприяє більш рівномірному просторовому розподілу туристичного навантаження та підвищує стійкість міського туризму.

Важливою складовою сучасного урбаністичного продукту є інклюзивність середовища, яка виходить за межі фізичної доступності. Йдеться про створення універсального дизайну міського простору, що враховує різноманітність користувачів: людей з інвалідністю, осіб похилого віку, сімей з дітьми, іноземних туристів із різними мовними та культурними особливостями. Інклюзивне середовище підвищує не лише соціальну справедливість, а й конкурентоспроможність дестинації на глобальному туристичному ринку.

Не менш значущим є екологічний вимір інфраструктурного розвитку. Інтеграція зелених зон, розвиток пішохідних і велосипедних маршрутів, впровадження екологічного транспорту формують комфортне та безпечне середовище, що відповідає принципам сталого туризму. Такі рішення підвищують якість життя місцевих мешканців і водночас створюють додаткову туристичну привабливість.

У підсумку, синергія інфраструктури, архітектури та технологій формує цілісну урбаністичну екосистему, в якій турист виступає не лише споживачем послуг, а й активним учасником міського простору. Саме така інтегрована модель розвитку забезпечує підвищення тривалості перебування, рівня задоволеності відвідувачів і формування сталого позитивного іміджу міста як туристичної дестинації.

Сталий розвиток та майбутні перспективи проектування. Сучасне архітектурне проектування дедалі більше орієнтується на принципи сталого розвитку. Енергоефективність, використання екологічних матеріалів, адаптивне повторне використання історичних будівель, збереження природних ландшафтів стають базовими вимогами до нових об’єктів. Поширюється сертифікація будівель за стандартами LEED, що засвідчує відповідність екологічним та енергетичним критеріям.

Перспективи розвитку пов'язані зі створенням «розумних» міст, у яких цифрові технології, автономний транспорт та системи управління потоками відвідувачів працюють на баланс інтересів туристів і місцевих жителів. Інноваційна архітектура у поєднанні зі сталою інфраструктурою здатна формувати нові туристичні центри тяжіння, забезпечуючи економічний ефект і водночас мінімізуючи негативний вплив на довкілля. Таким чином, архітектура постає стратегічним інструментом інтегрованого розвитку туризму, що поєднує культурні, соціальні та екологічні виміри.

Питання для самоконтролю:

1. Яку роль сучасна архітектура відіграє у формуванні туристичного іміджу міста та як знакові об'єкти (наприклад, Сіднейський оперний театр, Музей Гугенгайма в Більбао, Бурдж-Халіфа) впливають на туризм?
2. Як архітектура та інфраструктура формують комфортне та інклюзивне туристичне середовище?
3. Яке значення цифрових технологій має для розвитку урбанізму та інтерактивного туристичного досвіду?
4. У чому полягають принципи сталого архітектурного проектування та як сертифікація LEED сприяє сталому туризму?
5. Як поєднання сучасної архітектури та сталої інфраструктури підвищує конкурентоспроможність міста на туристичному ринку?

Список використаних джерел до теми:

1. Kipar, A. O. (2024) Smart Urban Resilience: From Nature-Based Solutions (NBS) to Nature-Positive Cities and Landscapes. *REAL CORP 2024: KEEP ON PLANNING FOR THE REAL WORLD*. 15-17 April 2024. https://archive.corp.at/cdrom2024/papers2024/CORP2024_118.pdf
2. Baranzelli, C., Vandecasteele, I., Aurambout, J. & Siragusa, A. (2019) *The future of cities – Opportunities, challenges and the way forward*, European Commission: Joint Research Centre. Baranzelli, C.(editor), Vandecasteele, I.(editor), Aurambout, J.(editor) and Siragusa, A.(editor), Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/375209>
3. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 9780262620017. <http://hdl.handle.net/1721.3/35651>
4. Redwan, E. (2025, July). *Kevin Lynch's 5 elements of a city: Guide to urban design*. ArchitectureCourses.org. <https://www.architecturecourses.org/design/kevin-lynchs-5-elements-city-guide-urban-design>
5. Лернер, Ж. (2016). *Акуунктура міста*. 160. ISBN 978-617-679-260-4. Видавництво Старого Лева.
6. Стратегія 2027 розвитку міста Києва. <https://kyivdp.online/strategiya-2027-galuzi/>

7. Топ 10 принципів міського дизайну для життєздатних міст. *BUDUEMO*.
https://buduemo.com/ua/news/materials_technologies/top-10-principov-gorodskogo-dizajna-dlja-zhiznesposobnyh-gorodov.html

ТЕМА 6.

СОЦІАЛЬНИЙ ВИМІР МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

Соціальна інтеграція та взаємодія громад. Справедливе управління та протидія негативним наслідкам. Сталий розвиток як інструмент соціального благополуччя.

Соціальна інтеграція та взаємодія громад. Міський туризм формує простір інтенсивної соціальної взаємодії, у межах якого туристи й місцеві жителі вступають у культурний, економічний та комунікативний обмін. Така взаємодія сприяє зміцненню локальної ідентичності, розвитку малого підприємництва, відродженню традиційних ремесел і підтримці культурних ініціатив. Туристичні практики можуть виступати каталізатором соціальної інтеграції, створюючи нові можливості для співпраці між різними групами населення та розширюючи соціальні мережі міста.

Показовим є досвід Барселони, де розвиток креативних кварталів і локальних фестивалів став інструментом популяризації районної ідентичності та залучення мешканців до культурного життя. Водночас приклад Львова демонструє, як гастрономічні та культурні події можуть поєднувати туристичний інтерес із підтримкою локальних виробників і митців.

Однак інтенсивний туристичний потік може спричиняти соціальну напругу, пов'язану з шумом, перенавантаженням громадських просторів, комерціалізацією житлових кварталів та зміною традиційного способу життя. У деяких історичних центрах Європи надмірна концентрація короткострокової оренди трансформує соціальну структуру районів, зменшуючи частку постійного населення. Тому ключовим завданням є збереження балансу між відкритістю міста для відвідувачів і захистом соціальних інтересів місцевої громади.

Справедливе управління та протидія негативним наслідкам. Ефективне управління міським туризмом має базуватися на принципах соціальної справедливості та інклюзивності. Одним із головних викликів є овертуризм, що призводить до погіршення якості життя мешканців, зростання вартості житла та перевантаження інфраструктури. Тісно пов'язаний із цим процес гентрифікації може спричиняти витіснення місцевих жителів через підвищення цін і зміну функціонального профілю районів.

Серед прикладів заходів для регулювання масового туризму у європейських містах можна виділити: у Венеції міська влада була змушена запровадити обмеження на кількість одноденних відвідувачів та систему попередньої реєстрації для туристів, аби зменшити тиск на історичний центр. У Амстердамі реалізуються заходи з обмеження короткострокової оренди житла та перенаправлення туристичних потоків до менш відвідуваних районів.

Політика міського управління повинна передбачати механізми регулювання туристичних потоків, прозорий розподіл доходів від туризму та інвестування коштів у розвиток інфраструктури, якою користуються як туристи, так і містяни. Важливо забезпечити реальну участь громади у процесах планування та прийняття рішень, що стосуються розвитку територій, аби мінімізувати соціальні конфлікти й зберегти локальну автентичність.

Сталий розвиток як інструмент соціального благополуччя. Сталий урбантуризм інтегрує соціальні та екологічні критерії в систему міського розвитку, орієнтуючись на довгострокове підвищення якості життя населення. Це передбачає створення безбар'єрних і безпечних просторів, підтримку місцевих підприємців, розвиток «зеленої» мобільності та впровадження соціально відповідальних бізнес-моделей.

У Копенгагені стратегія розвитку туризму поєднує екологічну мобільність, велосипедну інфраструктуру та активне залучення громади до прийняття рішень, що дозволяє зменшити екологічний і соціальний тиск. Аналогічно, у Відні значна частина туристичних доходів інвестується у збереження культурної спадщини та розвиток громадських просторів, що підвищує якість життя мешканців.

За умов стратегічного планування туризм може стати інструментом соціального благополуччя: генерувати робочі місця, фінансувати реставраційні проекти, сприяти міжкультурному діалогу та зміцнювати громадянську активність. Таким чином, сталий підхід дозволяє гармонізувати інтереси відвідувачів і мешканців, перетворюючи міський туризм на чинник збалансованого та соціально орієнтованого розвитку міста.

Питання для самоконтролю:

1. Проаналізуйте соціальний вимір урбантуризму: його вплив на структуру міських спільнот, локальну ідентичність та взаємодію туристів із місцевими жителями.
2. Розкрийте сутність явища овертуризму та його соціальні наслідки для міських громад, навівши приклади конкретних міст.

3. Поясніть процес гентрифікації в контексті урбанізму та соціально-економічні ризики для місцевого населення.
4. Оцініть роль муніципальної політики та громадської участі у забезпеченні соціальної справедливості та сталого розвитку туризму.
5. Проаналізуйте баланс між туристичною привабливістю міста та соціальним благополуччям його мешканців на конкретному прикладі.

Список використаних джерел до теми:

1. *Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures* (2019, July), 24. eISBN: 978-92-844-2110-7. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421107>
2. Global Sustainable Tourism Council. (n.d.). <https://www.gstccouncil.org>
3. Resilient Cities Network. (n.d.). <https://resilientcitiesnetwork.org/>
4. Sustainable Cities Hub. (n.d.). <https://sustainablecities.eu/>
5. UN forum spotlights cities, where struggle for sustainability ‘will be won or lost’. *The Sustainable Development Goals*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2018/07/un-forum-spotlights-cities-where-struggle-for-sustainability-will-be-won-or-lost-2/>
6. Пашкіна, К. (2021, 2 квітня) Вуличні культури змінюють міський простір: що таке урбан-парки. *MISTOSITE*. <https://mistosite.org.ua/articles/vulychni-kultury-zminiuiut-miskyi-prostir-shcho-take-urban-parky?locale=ru>
7. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія (2017). За ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видавництво «Фенікс», 438 с. ISBN 978-966-136-446-1

Змістова частина 2.

УПРАВЛІННЯ ТА СТАЛІЙ РОЗВИТОК МІСЬКОГО ТУРИЗМУ. ІННОВАЦІЇ В УРБАНТУРИЗМІ

Тема 7.

МАРКЕТИНГ МІСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

Брендинг і просування міст через цифрові платформи та контент-маркетинг. Аналіз цільових аудиторій і ефективності кампаній. Сталій та етичний маркетинг у міському туризмі

Брендинг і просування міст через цифрові платформи та контент-маркетинг. Сучасний маркетинг міських туристичних продуктів – це стратегічне поєднання традиційної ідентичності та високих технологій. Брендінг міста сьогодні виходить далеко за межі логотипу чи слогана; це формування цілісного образу, який перетворює архітектурну та культурну спадщину на впізнаваний комерційний продукт. Світові лідери, як-от Амстердам із його акцентом на велосипедну культуру або Барселона з естетикою Гауді, демонструють, як чітке позиціонування створює глобальний попит. В Україні аналогічні стратегії успішно реалізують Львів, що закріпив за собою статус «столиці кави та спадщини», Одеса як морський та гумористичний центр, а також Дніпро, що акцентує на інноваційності та сучасних набережних.

Ключовим інструментом просування стала цифрова екосистема. Контент-маркетинг сьогодні орієнтований на створення «живого» досвіду через сторітелінг у соціальних мережах. Instagram та TikTok Львова візуалізують затишок кав'ярень, Київ використовує YouTube та Facebook для віртуальних подорожей музеями, а мобільні додатки забезпечують безперервну комунікацію з мандрівником. Цифрові платформи не просто інформують, а й формують емоційний зв'язок ще до моменту приїзду туриста.

Аналіз цільових аудиторій і ефективності кампаній. Ефективність маркетингу в урбантуризмі залежить від точності нішування аудиторій. Сучасне місто має пропонувати персоналізовані сценарії для різних груп: від цифрових кочівників та бізнес-туристів до сімей з дітьми та поціновувачів гастрономії. Використання інструментів Big Data дозволяє відстежувати повний шлях туриста – від першого пошукового запиту до фактичного візиту, що дає змогу оперативно адаптувати кампанії через Google Analytics та внутрішню аналітику соцмереж.

Особливе місце посідають інтерактивні технології, які значно підвищують залученість. Технології доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR) дозволяють проводити екскурсії, що стирають межі

часу. Рим пропонує AR-тури Колізеєм, а в Україні аналогічні рішення реалізовані на Андріївському узвозі в Києві та в історичному центрі Львова. Такі рішення не лише розважають, а й виконують освітню функцію, роблячи спадщину доступною у новому форматі.

Сталий та етичний маркетинг у міському туризмі. Фінальним етапом сучасної стратегії є перехід від агресивного залучення мас до сталого та етичного маркетингу. Головний фокус зміщується на «якісного» та свідомого туриста, чий візит сприяє збереженню автентичності міста, а не її руйнуванню. Етичний маркетинг базується на чесності, повазі до місцевих громад та мінімізації екологічного сліду. Це створює довгострокову перспективу розвитку, де позитивний імідж міста будується на принципах соціальної відповідальності.

Кейси Копенгагена (екотуризм) та Будапешта (підтримка локальних громад) ілюструють цей підхід на світовому рівні. В Україні Івано-Франківськ активно просуває екологічні маршрути та підтримку крафтових ремесел, а Чернівці залучають туристів через локальні етнокультурні події. Така стратегія забезпечує справедливий розподіл економічних вигод і гарантує, що розвиток туризму не суперечитиме інтересам місцевих жителів, зберігаючи унікальний «дух місця» для майбутніх поколінь.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке брендинг міста і як він впливає на формування туристичного іміджу?
2. Наведіть приклади світових та українських міст, які успішно реалізують стратегії брендингу, і поясніть, чому їхні підходи ефективні.
3. Які цифрові платформи, соціальні мережі та мобільні додатки використовуються для просування міського туризму та формування емоційного зв'язку з туристом?
4. Як Big Data та аналітика соціальних мереж допомагають адаптувати стратегії просування міських туристичних продуктів?
5. Що таке етичний і сталий маркетинг у міському туризмі та як він впливає на збереження автентичності міста і розвиток локальних громад?

Список використаних джерел до теми:

1. City Destinations Alliance. (n.d.). <https://citydestinationsalliance.eu/>
2. *Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures* (2019, July), 24. eISBN: 978-92-844-2110-7. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421107>
3. Jojic, S. (2018). *City branding and the tourist gaze: City branding for tourism development*. European Journal of Social Sciences Education and Research, 5(3), 150–160. <https://doi.org/10.2478/ejser-2018-0066>
4. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 9780262620017. <http://hdl.handle.net/1721.3/35651>

5. Redwan, E. (2025, July). *Kevin Lynch's 5 elements of a city: Guide to urban design*. ArchitectureCourses.org. <https://www.architecturecourses.org/design/kevin-lynchs-5-elements-city-guide-urban-design>
6. TourMIS Database. National and international tourism statistics. (n.d.). <https://b2b.wien.info/en/statistics/benchmarking/tourmis-data-361884>
7. TourMIS. https://www.tourmis.info/index_e.html
8. UN Tourism. (2025). *City Tourism Performance Research*. <https://www.untourism.int/city-tourism-performance-research>
9. Мезенцев, К., & Степанець І. (б.д.). Міський туризм. NTO.UA Academy. <https://academy.nto.ua/urbantourism>
10. Панченко, О. (2018, 21 грудня) “Міста – це великі люди”. Нідерландський урбаніст Фулко Трефферс про ідентичність міст і акупунктуру. PRAGMATIKA.MEDIA. <https://pragmatika.media/mista-ce-veliki-ljudi-niderlandskij-urbanist-fulko-treffers-pro-identichnist-mist-i-akupunkturu/>
11. Топ 10 принципів міського дизайну для життєздатних міст. BUDUEMO. https://buduemo.com/ua/news/materials_technologies/top-10-principov-gorodskogo-dizajna-dlja-zhiznesposobnyh-gorodov.html

Тема 8.

СТАЛІЙ РОЗВИТОК МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

*Екологічні виклики та практика сталого використання ресурсів.
Соціальна відповідальність та залучення громад. Управління, брендинг та міжнародні стандарти.*

Екологічні виклики та практика сталого використання ресурсів.

Сталий розвиток міського туризму базується на прагненні зберегти ресурси для майбутніх поколінь, мінімізуючи негативний слід мандрівників. Основними екологічними викликами сьогодні є високий рівень викидів CO₂ від транспорту, перевантаження систем утилізації відходів та ефект «міського острова тепла», що виникає через надмірну забудову. Для подолання цих проблем міста впроваджують стратегії енергоефективності та «зеленої» мобільності. Це включає використання сонячних панелей на дахах готелів, розширення мереж велосдоріжок та перехід на електричний громадський транспорт. Створення «зелених легень» – парків та вертикальних садів – не лише покращує якість повітря, а й підвищує естетичну привабливість міста. Прикладом є Сінгапур, який активно впроваджує концепцію «міста в саду», де готелі (наприклад, Parkroyal Collection Pickering) інтегрують тисячі квадратних метрів живої рослинності безпосередньо в архітектуру, знижуючи витрати на охолодження будівель. Також Осло, як «Зелена столиця Європи», майже повністю звільнило центр міста від приватних авто, зробивши ставку на електробуси та пішохідні зони.

Соціальна відповідальність та залучення громад. Сталий туризм неможливий без соціальної справедливості та активної участі місцевих жителів. Ключовим завданням є подолання овертуризму, який веде до забруднення та зниження якості життя містян. Міста мають залучати громади до прийняття рішень, щоб мешканці відчували вигоду від туристичних потоків (створення робочих місць, розвиток інфраструктури), а не лише незручності. Розвиток екологічного та культурного туризму всередині мегаполісів дозволяє перерозподілити увагу від переповнених «магнітів» до менш відомих локацій, підтримуючи локальних підприємців та автентичні ремесла. Показовими є приклади Берліна та Копенгагена. У Берліні ініціатива VisitBerlin популяризує маршрути віддаленими районами (Kiez), щоб зменшити тиск на центральний район Мітте та спрямувати кошти туристів у локальні сімейні пекарні та майстерні. Копенгаген у свою чергу запровадив програму Copenhagen, де туристи отримують безкоштовні обіди або квитки в музеї за екологічно відповідальну поведінку: прибирання сміття або користування велосипедом.

Управління, брендинг та міжнародні стандарти. Сучасне місто має будувати свій бренд на цінностях екологічної та соціальної відповідальності. Це досягається через цифровізацію управління: використання Big Data для моніторингу туристичних потоків, мобільні додатки для пропонування альтернативних маршрутів та онлайн-бронювання для уникнення черг. Важливим кроком є впровадження міжнародних стандартів сертифікації, таких як Green Key або EarthCheck. Ці відзнаки гарантують, що готелі чи ресторани дійсно дотримуються принципів сталого розвитку (сортування сміття, економія води, використання локальних продуктів), а не просто займаються «грінвошингом» (імітацією екологічності). Венеція, місто, що є найвідомішим серед прикладів овертуризму, впровадила систему вхідних квитків та Smart Control Room, яка відстежує кількість людей у реальному часі через мобільні дані, щоб запобігти критичному перенавантаженню площі Сан-Марко. Активно співпрацює з UNWTO і Будапештом, розробляючи стратегію «розумного міста», де, наприклад, цифрові картки туриста інтегрують безкоштовний проїзд у транспорті та доступ до екологічно сертифікованих локацій.

Сталий розвиток у міському туризмі – це безперервний процес балансування між економічним прибутком та захистом навколишнього середовища. Лише через синергію технологій, міжнародних стандартів та поваги до місцевих громад місто може залишатися привабливим для мандрівників у довгостроковій перспективі.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке сталий розвиток у міському туризмі і які його основні цілі?

2. Які екологічні виклики створює урбанізація та як вони впливають на інфраструктуру і життя місцевих жителів?
3. Які практики сталого використання міських ресурсів допомагають мінімізувати негативний вплив туризму? Наведіть приклади міжнародної та української практики.
4. Як участь місцевих громад та соціальна відповідальність сприяють сталому розвитку міського туризму?
5. Як цифрові технології та міжнародні стандарти сталого туризму допомагають ефективно керувати туристичними потоками і формувати екологічно відповідальний бренд міста?

Список використаних джерел до теми:

1. Bansard, J. (2022, April) Pathways to Sustainable Cities. *Earth Negotiations Bulletin*. International Institute for Sustainable Development, 37. <https://www.iisd.org/system/files/2022-04/still-one-earth-sustainable-cities.pdf>
2. Bansard, J. S., Hickmann, T., Kern, K. (2019) Pathways to urban sustainability: How science can contribute to sustainable development in cities. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society* 28(2):112-118. DOI: [10.14512/gaia.28.2.9](https://doi.org/10.14512/gaia.28.2.9)
3. Global Sustainable Tourism Council. (n.d.). <https://www.gstccouncil.org>
4. Our World in Data team (2023) "Make cities inclusive, safe, resilient and sustainable". Published online at OurWorldinData.org. <https://ourworldindata.org/sdgs/sustainable-cities>
5. Resilient Cities Network. (n.d.). <https://resilientcitiesnetwork.org/>
6. Sustainable Cities Hub. (n.d.). <https://sustainablecities.eu/>
7. UN forum spotlights cities, where struggle for sustainability 'will be won or lost'. *The Sustainable Development Goals*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2018/07/un-forum-spotlights-cities-where-struggle-for-sustainability-will-be-won-or-lost-2/>
8. UNESCO World Heritage Centre. (n.d.). *Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. <https://whc.unesco.org/en/tourism/>
9. UN-Habitat (2018). *SDG Indicator 11.a.1 Training Module: National Urban Policy*. United Nations Human Settlement Programme (UN-Habitat), Nairobi. https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/07/indicator_11.a.1_training_module_national_urban_policy.pdf
10. UNWTO Recommendations on Urban Tourism (2020, June), 8. eISBN: 978-92-844-2201-2, ISBN: 978-92-844-2200-5. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422012>
11. Сінельников, Д. І. (2025). Культурна спадщина та її атрактивність як ресурс розвитку сучасних туристично-рекреаційних дестинацій (на прикладі Київщини). *Культурологічний альманах*, (3), 361–371. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.44>
12. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія (2017). За ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видавництво «Фенікс», 438 с. ISBN 978-966-136-446-1.

Тема 9.

ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МІСТІ

Планування та розробка туристичних програм у місті. Оцінка економічного та соціального впливу урбантуризму. Моніторинг туристичних програм і планування сталого розвитку туризму

Планування та розробка туристичних програм у місті. Планування туристичної діяльності є одним із ключових етапів розвитку урбантуризму, оскільки дозволяє ефективно використовувати ресурси міста та формувати конкурентоспроможний туристичний продукт. У процесі планування важливо інтегрувати різні види туризму – *молодіжний туризм* (фестивалі, активний відпочинок, культурні події), *сімейний туризм* (парки, музеї, сімейні фестивалі, еко-тури), *бізнес-туризм* (конференції, виставки, ділові заходи), *культурний туризм* (музеї, театри, історичні пам'ятки), *туризм для старшого покоління* (комфортні екскурсії, гастрономічні та оздоровчі тури) – у єдину стратегію розвитку міської дестинації. Це передбачає аналіз туристичних ресурсів, визначення цільових аудиторій, розвиток інфраструктури та організацію подій, що підвищують туристичну привабливість міста. Наприклад, у Барселоні культурні маршрути поєднуються з гастрономічними турами та великими міжнародними подіями, що дозволяє місту приваблювати різні категорії туристів.

Розробка туристичних програм має враховувати потреби різних груп відвідувачів. Молодіжний туризм часто орієнтується на фестивалі, активний відпочинок і нічне життя. Так, у Берлін значна частина туристів приїжджає саме через музичні фестивалі та культурні події. Сімейний туризм пов'язаний із відвідуванням парків, музеїв та інтерактивних центрів. У Копенгагені важливою туристичною локацією для сімей є парк розваг Tivoli Gardens. Бізнес-туризм пов'язаний з організацією конференцій, виставок та ділових зустрічей; одним із відомих центрів такого туризму є Сінгапур, який активно розвиває міжнародні конгреси та виставкові заходи.

Оцінка економічного та соціального впливу урбантуризму. Розвиток міського туризму має значний економічний вплив на місто. Туристична діяльність сприяє зростанню доходів місцевого бюджету через податки, створює нові робочі місця та стимулює розвиток малого і середнього бізнесу у сфері послуг, транспорту, харчування та розміщення. Наприклад, у Парижі туризм є однією з ключових галузей економіки, що забезпечує тисячі робочих місць у готельному бізнесі, ресторанах і культурних установах. Туризм також стимулює *модернізацію інфраструктури*: підготовка до великих міжнародних подій, таких як Олімпійські ігри, сприяє розвитку транспорту,

громадських просторів і туристичних сервісів. Так, активний розвиток туризму може залучати внутрішні та міжнародні інвестиції у міські проекти

Разом з економічними перевагами урбантуризм може створювати соціальні виклики. Надмірний туристичний потік здатний призводити до перевантаження популярних районів, підвищення вартості житла та гентрифікації. Яскравим прикладом є Венеція, де велика кількість відвідувачів призвела до зменшення кількості постійних жителів у центрі міста. Водночас позитивними соціальними ефектами є підвищення культурної обізнаності населення, розвиток культурних ініціатив і взаємодія між місцевими жителями та туристами. У Единбурзі міжнародний фестиваль мистецтв щороку залучає тисячі туристів і підтримує розвиток творчих індустрій та культурних ініціатив.

Моніторинг туристичних програм і планування сталого розвитку туризму. Ефективне управління туристичною діяльністю передбачає постійний моніторинг і оцінку реалізованих туристичних програм. Для цього використовуються статистичні дані про відвідуваність туристичних об'єктів, результати опитувань туристів і місцевих жителів, а також аналітика соціальних мереж. Важливо оцінювати рівень задоволеності туристів і місцевих жителів, щоб коригувати туристичну політику міста. Наприклад, у Амстердамі активно використовуються цифрові інструменти для аналізу туристичних потоків і коригування туристичної політики міста.

Сучасне планування туризму також базується на принципах сталого розвитку, що передбачають поєднання економічної вигоди з екологічною та соціальною відповідальністю. Багато міст впроваджують заходи для зменшення негативного впливу туризму, наприклад, обмежують кількість туристів у популярних локаціях або розвивають альтернативні маршрути. У Копенгагені активно розвивають велосипедну інфраструктуру та екологічний транспорт, а в Барселоні запроваджено регулювання короткострокової оренди житла для зменшення соціального тиску на місцевих жителів. Такі міста, як Амстердам і Венеція, впроваджують системи попереднього бронювання відвідувань популярних музеїв та визначних місць, а також використовують цифрові додатки для управління туристичними потоками та інформування туристів про менш завантажені райони. У Парижі та Римі розробляють програми «зелених маршрутів» і пішохідних зон для зменшення автомобільного трафіку та покращення екологічної ситуації. Крім того, у багатьох містах реалізуються просвітницькі кампанії щодо відповідального туризму та місцевих

традицій, щоб підвищити обізнаність туристів і зменшити соціально-культурний тиск на громади.

Таким чином, ефективне планування, оцінка впливу та постійний моніторинг туристичних програм дозволяють містам розвивати урбанізм таким чином, щоб він приносив економічну вигоду, підтримував розвиток культури та водночас зберігав комфорт і якість життя місцевих громад.

Питання для самоконтролю:

1. Яке значення планування туристичної діяльності для розвитку міського туризму та які основні етапи цього процесу?
2. Які види туризму інтегруються у стратегію розвитку міського туризму та як вони впливають на формування туристичного продукту міста?
3. Як урбанізм впливає на економічний розвиток та соціальну структуру міста, зокрема через феномени, такі як гентрифікація?
4. Які фактори враховуються при плануванні туристичної інфраструктури, організації подій та розробці програм для різних цільових аудиторій?
5. Які принципи сталого розвитку туризму в міських умовах застосовуються для мінімізації негативного впливу туризму та підвищення ефективності туристичних програм?

Список використаних джерел до теми:

1. Baranzelli, C., Vandecasteele, I., Aurambout, J. & Siragusa, A. (2019) *The future of cities – Opportunities, challenges and the way forward*, European Commission: Joint Research Centre. Baranzelli, C.(editor), Vandecasteele, I.(editor), Aurambout, J.(editor) and Siragusa, A.(editor), Publications Office.
<https://data.europa.eu/doi/10.2760/375209>
2. Quantifying tourism in city destinations – Towards a better understanding of urban tourism (2024, March), 116. eISBN: 978-92-844-2534-1, ISBN: 978-92-844-2533-4. <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284425341>
3. Tourism Industry 2026. (2026). *ReportLinker*.
<https://www.reportlinker.com/market-report/Tourism/6226/Tourism?term=tourism%20industry>
4. TourMIS Database. National and international tourism statistics. (n.d.).
<https://b2b.wien.info/en/statistics/benchmarking/tourmis-data-361884>
5. UN Tourism. (2025). *City Tourism Performance Research*.
<https://www.untourism.int/city-tourism-performance-research>
6. UN-Habitat (2018). *SDG Indicator 11.a.1 Training Module: National Urban Policy*. United Nations Human Settlement Programme (UN-Habitat), Nairobi.
https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/07/indicator_11.a.1_training_module_national_urban_policy.pdf
7. United for Smart Sustainable Cities (U4SSC). Publications.
<https://u4ssc.itu.int/publications/>

8. UNWTO/WTCTF City Tourism Performance Research (2018, February), 292. eISBN: 978-92-844-1961-6, ISBN: 978-92-844-1960-9. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419616>
9. Мальська, М. П., Гаталяк, О.М. (2018) Туризм у містах: підручник. Київ: «Центр учбової літератури». 224 с.

Тема 10.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІСЬКОМУ ТУРИЗМІ

Цифрові технології у розвитку міського туризму. AR і VR технології у формуванні туристичного досвіду. Виклики та перспективи розвитку цифрових технологій у міському туризмі

Цифрові технології у розвитку міського туризму. Цифрові технології кардинально змінюють спосіб організації та споживання міського туризму, роблячи його більш доступним, зручним і персоналізованим. Вони дозволяють туристам отримувати всю необхідну інформацію про місто у режимі онлайн, від планування маршрутів до бронювання послуг, та інтегрують туристичний досвід із сучасними сервісами. Мобільні додатки, вебсайти, інтерактивні карти та платформи бронювання стали невід'ємною частиною урбанізму. Наприклад, у Києві додаток «Kyiv Smart City» пропонує інтерактивні маршрути, інформацію про музеї та культурні події, можливість онлайн-бронювання екскурсій і навігацію по місту, що робить самостійні прогулянки більш зручними та захопливими. У Львові туристи користуються додатком «Lviv Explorer», який інтегрує історичні маршрути, інформацію про кав'ярні та ресторани, культурні події та навіть аудіогіди для самостійних мандрівок. В Одесі додаток «Odesa Guide» надає інтерактивні мапи історичних районів, рекомендації щодо розваг і ресторанів, а також онлайн-бронювання екскурсій по місту. Цифрові технології також допомагають містам просувати себе на міжнародному рівні, формуючи позитивний імідж через соціальні мережі, відеоконтент і онлайн-історії.

AR і VR технології у формуванні туристичного досвіду. Доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR) відкривають нові горизонти для створення інтерактивного та захопливого туристичного досвіду. AR дозволяє накладати цифрову інформацію на реальний міський простір, оживляючи архітектуру, історичні пам'ятки та культурні події. В Україні прикладом є Андріївський узвіз у Києві, де туристи за допомогою AR можуть бачити історичні реконструкції будівель та отримувати аудіоекскурсії про минуле вулиці. У Львові музеї та туристичні маршрути використовують AR для оживлення старовинних будівель, а також для візуалізації легенд та історій міста через смартфони. VR створює повне занурення у штучно

змодельований простір, дозволяючи здійснювати віртуальні тури по місту чи музею без фізичної присутності.

В Україні активно використовуються цифрові технології для віртуального доступу до музейних експозицій. Так, Національний музей історії України пропонує 3D-віртуальний тур, який дозволяє оглядати експозицію по поверххах та знайомитися з великою кількістю експонатів онлайн, забезпечуючи віддалений доступ до музею через цифровий інтерфейс. Національний художній музей України (NAMU) створив повноцінну 3D-копію своїх залів, яку можна переглядати у віртуальному просторі через онлайн-платформи. Крім того, на платформі emuseum.online доступні віртуальні виставки та інтерактивні VR-тури для різних українських музеїв з можливістю перегляду у VR-окулярах. Також функціонує віртуальний музей пам'яті війни (VR Museum of War Memory), де у 3D-форматі документуються наслідки воєнних подій для пам'яток та міських локацій у Київській області.

Виклики та перспективи розвитку цифрових технологій у міському туризмі. Незважаючи на очевидні переваги, використання цифрових технологій у туризмі пов'язане з низкою викликів. Розробка AR- і VR-продуктів потребує значних фінансових та технічних ресурсів, а не всі туристи мають пристрої, що підтримують такі технології. Точність навігації та контенту може бути обмежена складною архітектурою міст або недостатньо актуалізованими даними. Крім того, активне використання мобільних додатків потребує дотримання правил конфіденційності та безпеки персональних даних. Перспективи розвитку цифрових технологій тісно пов'язані з впровадженням технологій 5G, що забезпечить швидку передачу даних та покращить якість AR/VR-контенту. Мобільні додатки будуть ставати більш інтегрованими, дозволяючи туристам автоматично бронювати послуги, отримувати рекомендації щодо ресторанів, музеїв і подій у режимі реального часу. Використання штучного інтелекту відкриває можливість створювати персоналізовані маршрути, які адаптуються до інтересів туриста, його місця перебування та умов у місті.

В Україні цифрові технології вже активно застосовуються для розвитку міського та регіонального туризму, сприяючи покращенню доступності інформації та створенню інтерактивного туристичного досвіду. Одним із основних напрямів є використання мобільних туристичних додатків для регіонів, таких як «Львівщина. Унікальний спадок», «Буковина Travel», «Ужгород – мозаїка культур» та інші. Ці додатки надають інтерактивні карти, маршрути, інформацію про події та пам'ятки українською та англійською мовами, що дозволяє туристам самостійно планувати подорожі та ефективно орієнтуватися

у містах і регіонах. Ще одним напрямом є створення VR-музеїв та віртуальних турів. Завдяки віртуальній реальності користувачі можуть відвідувати культурні об'єкти у цифровому середовищі, що не лише підвищує доступність туристичних продуктів, а й сприяє збереженню культурної спадщини. Також в Україні розвиваються інтерактивні інформаційні системи з 3D-візуалізацією. Наприклад, у Львові реалізуються проекти супроводу екскурсій із використанням тривимірного моделювання пам'яток, що підвищує інформативність та дозволяє туристам отримувати додаткові відомості про культурні та історичні об'єкти.

Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) у співпраці з компанією Google реалізує проєкти, спрямовані на цифровізацію туристичної галузі та впровадження інноваційних рішень для розвитку туризму в країні. У межах цієї співпраці розробляються цифрові інструменти для популяризації туристичних ресурсів, зокрема онлайн-платформи та освітні ініціативи для діджиталізації туристичної сфери. Одночасно в Україні вже існують практики використання технологій Google, таких як Street View та 3D-тури, що дозволяють здійснювати віртуальні подорожі музеями та культурними об'єктами, роблячи їх доступними онлайн. Такі цифрові ресурси сприяють підвищенню туристичної привабливості українських міст, інтеграції інновацій у урбантуризм та популяризації культурної спадщини на національному та міжнародному рівні.

Українські міста та регіони активно інтегрують цифрові технології у розвиток урбантуризму, використовуючи мобільні додатки, VR-платформи та інтерактивні системи з 3D-візуалізацією для представлення культурної та природної спадщини. Такі інструменти не лише підвищують якість туристичного сервісу та забезпечують персоналізований досвід відвідувачів, а й сприяють розвитку самостійного туризму, розширенню аудиторії та ефективнішому управлінню міськими туристичними продуктами. Інтеграція цифрових технологій дозволяє поєднати інноваційні підходи з принципами сталого розвитку, забезпечуючи оптимізацію туристичних потоків, збереження автентичності міського середовища та підвищення загальної привабливості міст як туристичних дестинацій.

Питання для самоконтролю:

1. Як цифрові технології змінюють організацію та споживання міського туризму, зокрема завдяки мобільним додаткам і сервісам для самостійного планування подорожей?
2. Яким чином технології доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR) формують туристичний досвід і підвищують доступність культурних об'єктів?

3. Наведіть приклади українських міст та цифрових інструментів, які використовуються для розвитку та промоції туризму.
4. Які переваги надає використання цифрових технологій для персоналізації туристичного досвіду та залучення різних категорій туристів?
5. Які основні виклики та обмеження пов'язані з впровадженням AR, VR, мобільних додатків, 5G та штучного інтелекту у міський туризм?

Список використаних джерел до теми:

1. European Commission. (n.d.). *Smart Tourism initiative*. <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/>
2. European Tourism Futures Institute. (n.d.). <https://www.etfi.nl/>
3. Journal of Tourism Futures. (n.d.). <https://www.emerald.com/jtf>
4. *Our World in Data team (2023) "Make cities inclusive, safe, resilient and sustainable"*. Published online at OurWorldinData.org. <https://ourworldindata.org/sdgs/sustainable-cities>
5. TourMIS Database. National and international tourism statistics. (n.d.). <https://b2b.wien.info/en/statistics/benchmarking/tourmis-data-361884>
6. TourMIS. https://www.tourmis.info/index_e.html
7. UN Tourism Elibrary (n.d.). <https://www.e-unwto.org/>
8. UN Tourism. (2025). *City Tourism Performance Research*. <https://www.untourism.int/city-tourism-performance-research>
9. United for Smart Sustainable Cities (U4SSC). Publications. <https://u4ssc.itu.int/publications/>
10. World Economic Forum & Kearney. (2025, July 10). *Four scenarios for the future of travel and tourism 2025* (White paper). World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Four_Scenarios_for_the_Future_of_Travel_and_Tourism_2025.pdf

Тема 11.

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ДРАЙВЕР УРБАНТУРИЗМУ

Креативні індустрії та культурні ініціативи у розвитку урбантуризму. Міські фестивалі, мистецькі події та економічний ефект. Виклики та перспективи розвитку креативного туризму.

Креативні індустрії та культурні ініціативи у розвитку урбантуризму. Креативні індустрії включають різноманітні галузі культури та мистецтва – від театру, кіно та музики до дизайну, моди, літератури та цифрового мистецтва. У контексті урбантуризму вони виступають важливим драйвером, формуючи нові туристичні продукти та простори, які приваблюють відвідувачів і сприяють підвищенню культурної цінності міста. Креативні індустрії дозволяють інтегрувати локальні культурні практики у глобальні процеси, підвищуючи туристичну привабливість міст.

В Україні прикладом цього є Львів, де творча спільнота об'єднує художників, дизайнерів та музикантів у арт-центрах та культурних просторах, таких як АРТ-центр Dzyga чи Палац Потоцьких, де проводяться виставки, концерти та перформанси. У Києві історичні квартали Подолу активно використовуються для культурних подій та галерей, поєднуючи архітектурну цінність старих будівель із сучасними мистецькими практиками. У Харкові культурні кластери, такі як YermilovCentre, демонструють синергію сучасного мистецтва та урбаністичного простору, залучаючи туристів та локальні спільноти.

Креативні індустрії також формують соціальний аспект міського туризму: вони створюють можливості для взаємодії між місцевими жителями та туристами, дозволяють підтримувати локальні традиції та водночас сприяють економічному розвитку через робочі місця та культурний бізнес.

Міські фестивалі, мистецькі події та економічний ефект. Локальні фестивалі та мистецькі події – від музичних та театральних вистав до гастрономічних і літературних фестивалів – є невід'ємною частиною міського туризму. Вони формують унікальну атмосферу та створюють нові точки тяжіння для туристів. Такі події демонструють культурну автентичність міста, сприяють обміну ідеями і культурними практиками та стимулюють економічну активність.

Так, фестиваль кави у Львові та Ніч у Львові приваблюють тисячі відвідувачів і створюють значний економічний ефект для кафе, ресторанів, готелів і сувенірних крамниць. Книжковий Арсенал у Києві та ГогольFest – це події, що не лише залучають туристів, а й популяризують українську літературу, театр та сучасне мистецтво на міжнародному рівні. Гастрономічні фестивалі у Чернівцях та Івано-Франківську активізують туристичні потоки у менш відомих районах міста, стимулюючи місцеву економіку і розвиток малих підприємств.

Міські фестивалі також слугують платформою для змішування культур: через міжнародні участі, виставки та резиденції художників туристи отримують можливість зануритися у сучасну культурну атмосферу міста, а місцеві громади мають додатковий стимул зберігати та популяризувати культурні традиції.

Виклики та перспективи розвитку креативного туризму. Розвиток креативного туризму пов'язаний із низкою викликів. Перш за все, необхідно зберігати автентичність культурних ініціатив та балансувати між масовим туризмом і локальними потребами. Перенасичення туристами окремих районів може призвести до втрати оригінальності та культурної ідентичності. Також важливим викликом є фінансова та

інституційна підтримка креативних індустрій, адже розвиток фестивалів, арт-просторів та культурних кластерів потребує ресурсів і стабільної організаційної бази.

Разом із тим, перспективи розвитку креативного туризму значні. Інтеграція культурних індустрій із гастрономічним, екологічним чи цифровим туризмом створює нові можливості для сталого розвитку міських територій. У Львові поєднання гастрономічних турів із арт-проектами дозволяє туристам одночасно досліджувати культурну спадщину та сучасні творчі практики. У Києві ініціатива Creative Quarter на Подолі перетворила старі промислові будівлі на креативні простори для художників, дизайнерів та стартапів, що збільшує туристичну привабливість та підтримує розвиток локальної економіки.

Креативні індустрії та культурні ініціативи відіграють ключову роль у формуванні культурного іміджу міста на міжнародній арені, стимулюють економічний розвиток, підтримують локальні таланти та сприяють соціальній інтеграції, перетворюючи міста на справжні культурні центри світового масштабу.

Питання для самоконтролю:

1. Як креативні індустрії формують туристичні потоки та підвищують культурну привабливість міст?
2. Яку роль відіграють локальні фестивалі, мистецькі події та культурні ініціативи у формуванні економічного ефекту для міст? Наведіть приклади українських міст.
3. Як міські простори (площі, парки, старовинні квартали) використовуються для реалізації креативних культурних проєктів та залучення туристів?
4. Яким чином взаємодія креативних індустрій із історичною та культурною спадщиною може підвищити туристичну цінність міста?
5. Які виклики та можливості відкриває розвиток креативного туризму у поєднанні з іншими видами туризму та локальним економічним розвитком?

Список використаних джерел до теми:

1. City Destinations Alliance. (n.d.). <https://citydestinationsalliance.eu/>
2. Jojic, S. (2018). *City branding and the tourist gaze: City branding for tourism development*. European Journal of Social Sciences Education and Research, 5(3), 150–160. <https://doi.org/10.2478/ejser-2018-0066>
3. UNESCO Creative Cities Network. (n.d.). <https://en.unesco.org/creative-cities/home>
4. UNESCO World Heritage Centre. (n.d.). *Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. <https://whc.unesco.org/en/tourism/>
5. Лернер, Ж. (2016). *Акуунктура міста*. 160. ISBN 978-617-679-260-4. Видавництво Старого Лева.

6. Панченко, О. (2018, 21 грудня) “Міста – це великі люди”. Нідерландський урбаніст Фулко Трефферс про ідентичність міст і акупунктуру. *PRAGMATIKA.MEDIA*. <https://pragmatika.media/mista-ce-veliki-ljudi-niderlandskij-urbanist-fulko-treffers-pro-identichnist-mist-i-akupunkturu/>
7. Пашкіна, К. (2021, 2 квітня) Вуличні культури змінюють міський простір: що таке урбан-парки. *MISTOSITE*. <https://mistosite.org.ua/articles/vulychni-kultury-zminiuiut-miskyi-prostir-shcho-take-urban-parky?locale=ru>
8. Сінельников, Д. І. (2025). Культурна спадщина та її атрактивність як ресурс розвитку сучасних туристично-рекреаційних дестинацій (на прикладі Київщини). *Культурологічний альманах*, (3), 361–371. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.44>
9. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія (2017). За ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видавництво «Фенікс», 438 с. ISBN 978-966-136-446-1.

Тема 12.

БАЧЕННЯ МАЙБУТНЬОГО УРБАНТУРИЗМУ

Концепція Smart City як фундамент інноваційно-технологічного туризму. Тренди сталого розвитку через високі технології. Виклики цифрової трансформації та етика майбутнього

Концепція Smart City як фундамент інноваційно-технологічного туризму. Інноваційно-технологічний туризм у контексті концепції Smart City розглядається як сучасний підхід до міського туризму, який поєднує цифрові технології, інноваційні сервіси та принципи сталого управління міським середовищем.

Він передбачає використання інтелектуальної інфраструктури, систем збору та аналізу даних, мобільних додатків, а також інтерактивних та персоналізованих сервісів для туристів.

Бачення майбутнього урбантуризму передбачає розгляд міста не лише як фізичної туристичної дестинації, а й як складної інтелектуальної екосистеми, у якій цифрові технології інтегровані в усі елементи міського середовища. У межах концепції Smart City туристична інфраструктура поєднується з інформаційно-комунікаційними технологіями, системами збору та аналізу даних, а також автоматизованими сервісами, що підвищують ефективність управління міськими ресурсами та комфорт перебування туристів. Основу таких систем становлять технології Інтернету речей (IoT), великі масиви даних (Big Data) та штучний інтелект, які дозволяють місту функціонувати як інтерактивна платформа взаємодії між туристами, місцевими жителями та міськими службами.

Завдяки використанню таких технологій туристичний досвід стає більш персоналізованим. Наприклад, у Барселоні реалізовано одну з

найвідоміших програм Smart City у Європі: у місті функціонують цифрові інформаційні панелі, сенсорні системи управління освітленням і транспортом, а також мобільні сервіси, які допомагають туристам орієнтуватися у місті та планувати маршрути. Туристи можуть отримувати інформацію про культурні події, громадський транспорт або навантаження популярних локацій у режимі реального часу.

Інший приклад – Сінгапур, де реалізується державна стратегія Smart Nation Singapore. У цьому місті використовується розгалужена система сенсорів та цифрових сервісів, що дозволяє управляти транспортними потоками, моніторити якість повітря та оптимізувати пересування відвідувачів. Туристи активно користуються цифровими картами та мобільними додатками, які пропонують індивідуальні рекомендації щодо визначних місць, ресторанів і культурних подій.

Подібні рішення поступово впроваджуються і в Україні. У Києві працює система цифрових міських сервісів Kyiv Digital, яка дозволяє отримувати інформацію про транспорт, події та міські сервіси. Хоча вона створювалася передусім для мешканців, туристи також можуть використовувати її для навігації містом і планування переміщень. Таким чином, концепція Smart City створює основу для формування нового типу урбантуризму, де місто стає інтерактивним середовищем, здатним адаптуватися до потреб відвідувачів.

Тренди сталого розвитку через високі технології. Майбутнє урбантуризму тісно пов'язане з концепцією сталого розвитку, яка передбачає гармонійне поєднання економічних, соціальних та екологічних аспектів розвитку міста. У цьому контексті технології відіграють ключову роль, адже дозволяють більш ефективно використовувати ресурси, зменшувати негативний вплив туризму на довкілля та створювати комфортні умови для жителів і туристів.

Одним із ключових трендів є розвиток екологічно орієнтованої транспортної інфраструктури. Наприклад, у Копенгагені активно розвивається велосипедна інфраструктура та система громадського прокату велосипедів Vusyklen Copenhagen, що дозволяє туристам пересуватися містом екологічним способом. У результаті понад половина поїздок у місті здійснюється на велосипеді, що значно знижує рівень викидів і робить місто привабливим для екологічно свідомих туристів.

Ще одним прикладом є Амстердам, де впроваджено програму Amsterdam Smart City. У межах цієї ініціативи використовуються цифрові системи управління енергоспоживанням, «розумні» електромережі та системи моніторингу міських потоків. Це допомагає

регулювати туристичні потоки та уникати перенавантаження популярних локацій.

Важливим трендом також є поєднання глобалізації та локалізації туристичного досвіду. Туристи дедалі частіше прагнуть зануритися в локальну культуру та автентичне міське середовище. Технології доповненої реальності допомагають у цьому процесі. Наприклад, у Римі створено AR-додатки, які дозволяють туристам побачити, як виглядав Колізей у часи Римської імперії. Це поєднує культурну спадщину з сучасними цифровими технологіями та робить туристичний досвід більш інтерактивним.

Виклики цифрової трансформації та етика майбутнього. Попри значні можливості, впровадження футуристичних технологій у міський туризм супроводжується низкою викликів. Одним із ключових викликів є проблема кібербезпеки та захисту персональних даних. Оскільки системи Smart City базуються на обробці великих обсягів інформації про поведінку туристів, їхні переміщення та інтереси, виникає необхідність створення надійних механізмів захисту цих даних.

Іншим викликом є висока вартість впровадження технологій. Наприклад, створення інтелектуальної інфраструктури у Дубаї в межах програми Smart Dubai потребувало значних інвестицій у цифрові платформи, транспортні системи та міські сервіси. Водночас ці інвестиції дозволили створити один із найбільш технологічно розвинених туристичних центрів світу.

Важливим аспектом є також збереження культурної автентичності міста. Надмірна цифровізація може призвести до втрати традиційної атмосфери, яка часто є головною туристичною атракцією. Саме тому сучасні підходи передбачають використання технологій як інструменту інтерпретації культурної спадщини. Наприклад, у Афінах використовуються цифрові гіді та AR-додатки для відвідувачів Акрополя, які допомагають зрозуміти історію пам'яток без втручання у їхню автентичну структуру.

Водночас розвиток розумних технологій відкриває значні перспективи для створення інклюзивного туристичного середовища. Наприклад, у Відні функціонують цифрові системи навігації та мобільні сервіси, що допомагають людям з інвалідністю орієнтуватися у міському просторі та отримувати інформацію про доступність туристичних об'єктів.

Отже, футуристичний підхід до урбантуризму поєднує інноваційні технології, принципи сталого розвитку та збереження культурної спадщини. Він формує нову модель міського туризму, де цифрові

інструменти допомагають створювати більш персоналізований, безпечний та екологічно відповідальний туристичний досвід, водночас зберігаючи унікальну культурну ідентичність міст.

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає сутність концепції Smart City і як вона впливає на розвиток сучасного урбанізму?
2. Які цифрові технології (IoT, Big Data, штучний інтелект) формують основу футуристичного підходу до міського туризму?
3. Проаналізуйте досвід впровадження Smart City у Барселоні та Сінгапурі та поясніть, як ці рішення покращують туристичний досвід.
4. Які основні тренди сталого розвитку урбанізму пов'язані з використанням високих технологій та розвитком екологічного транспорту (наприкладі Копенгагена)?
5. Яким чином цифрові технології сприяють збереженню культурної спадщини та розвитку інклюзивного туризму (наприклад, у Відні або під час відвідування Акрополя)?

Список використаних джерел до теми:

1. Bansard, J. S., Hickmann, T., Kern, K. (2019) Pathways to urban sustainability: How science can contribute to sustainable development in cities. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society* 28(2):112-118. DOI: [10.14512/gaia.28.2.9](https://doi.org/10.14512/gaia.28.2.9)
2. Baranzelli, C., Vandecasteele, I., Aurambout, J. & Siragusa, A. (2019) *The future of cities – Opportunities, challenges and the way forward*, European Commission: Joint Research Centre. Baranzelli, C.(editor), Vandecasteele, I.(editor), Aurambout, J.(editor) and Siragusa, A.(editor), Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/375209>
3. European Commission. (n.d.). *Smart Tourism initiative*. <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/>
8. European Tourism Futures Institute. (n.d.). <https://www.etfi.nl/> Journal of Tourism Futures. (n.d.). <https://www.emerald.com/jtf>
9. *Our World in Data team (2023) "Make cities inclusive, safe, resilient and sustainable"*. Published online at OurWorldinData.org. <https://ourworldindata.org/sdgs/sustainable-cities>
10. Resilient Cities Network. (n.d.). <https://resilientcitiesnetwork.org/>
11. Sustainable Cities Hub. (n.d.). <https://sustainablecities.eu/>
12. UN Tourism Elibrary (n.d.). <https://www.e-unwto.org/>
13. World Economic Forum & Kearney. (2025, July 10). *Four scenarios for the future of travel and tourism 2025* (White paper). World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Four_Scenarios_for_the_Future_of_Travel_and_Tourism_2025.pdf

Тема 13.

ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УРБАНТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

*Урбантуристичний продукт як ключова складова міського туризму.
Підходи до розробки та реалізації туристичних маршрутів та подій.
Мобільні додатки та інноваційні рішення для міського туризму.*

Урбантуристичний продукт як ключова складова міського туризму. Урбантуристичний продукт – це комплексна туристична пропозиція, орієнтована на міський простір, яка включає маршрути, культурні та розважальні події, а також цифрові сервіси та інноваційні технології. Він забезпечує туристам цілісний і персоналізований досвід, сприяє популяризації міста, збереженню культурної спадщини та розвитку сталого урбантуризму. Як ключова складова сучасного міського туризму, урбантуристичний продукт формує комплексне сприйняття міста, поєднуючи відвідування пам'яток, участь у культурних подіях і використання цифрових інструментів. Завдяки цьому туристи можуть зануритися в історичне, культурне та сучасне життя міста, отримати інтерактивний досвід і відчутти унікальність урбаністичного середовища.

Наприклад, у Львові комплекс «Lviv City Card» надає туристам можливість відвідувати музеї, екскурсії та культурні заходи, а також користуватися знижками на гастрономічні послуги, таким чином, створюючи комплексний туристичний продукт. У Києві «Kyiv Pass» дозволяє туристам поєднувати відвідування історичних об'єктів із участю в культурних подіях та використанням інтерактивних мобільних додатків для навігації містом. В Одесі туристи можуть відчутти атмосферу міста через поєднання архітектурних турів, участі в Одеському міжнародному кінофестивалі та морських прогулянок, що формує інтегрований урбантуристичний досвід.

Підходи до розробки та реалізації туристичних маршрутів та подій. Туристичні маршрути є основою таких продуктів і передбачають заздалегідь сплановані шляхи через місто, які включають відвідування культурних, історичних або сучасних об'єктів. Важливим аспектом розробки міських туристичних маршрутів є врахування цільової аудиторії, сезону, часу доби та доступності для різних категорій відвідувачів. Інтерактивні елементи, такі як аудіо- та відеогіди, мобільні додатки з функціями доповненої реальності або інтерактивні карти, роблять маршрути більш захопливими, персоналізованими та дозволяють туристам глибше зануритися в історію, культуру та сучасне життя міста. У Львові, наприклад, популярний «Шоколадний маршрут» по кав'ярнях і

шоколадницях поєднаний із мобільним додатком та дегустаціями, що дозволяє туристам одночасно пізнавати культуру та насолоджуватися смаком міста. У Києві «Мистецький маршрут Подолу» поєднує відвідування галерей, майстерень та вуличних арт-об'єктів, доповнених аудіогідом, що робить прогулянку інтерактивною. У Луцьку історичний маршрут «Старе місто» за допомогою AR-панелей дозволяє побачити замки і костели у їхньому середньовічному вигляді, створюючи ефект занурення в історичну атмосферу.

Туристичні події є ще однією невід'ємною складовою урбантуристичного продукту, оскільки вони приваблюють туристів та підкреслюють культурну і сучасну цінність міста. Вони можуть мати культурний, спортивний, гастрономічний або мистецький характер. У Києві, наприклад, літературний фестиваль «Книжковий Арсенал» залучає тисячі відвідувачів і інтегрується з міськими маршрутами, а фестиваль сучасного мистецтва «ГогольFest» використовує простір міста для перформансів, музики та театру, поєднуючи події з урбаністичною інфраструктурою. В Івано-Франківську міжнародний мистецький фестиваль «Porto Franko» інтегрує музичні події, арт-інсталяції та екскурсії, а у Львові та Одесі гастрономічні фестивалі «Street Food So Good» об'єднують дегустації з інтерактивними картами і додатками, що дозволяє туристам отримати унікальний досвід.

Мобільні додатки та інноваційні рішення для міського туризму. Цифрові інструменти, зокрема мобільні додатки, є невід'ємною частиною сучасного урбантуристичного продукту. Вони дозволяють туристам отримувати актуальну інформацію про місто, планувати маршрути, орієнтуватися на місцевості та взаємодіяти з культурним середовищем. У Києві система *Kyiv Digital* забезпечує інтерактивні карти та інформацію про транспорт і культурні події, у Львові *Lviv City Guide* пропонує AR-тури по історичних пам'ятках, а в Одесі додаток *Odesa Travel* надає доступ до карт туристичних зон, інтерактивних подій та можливості бронювання квитків. Завдяки таким рішенням туристи отримують адаптивний і персоналізований досвід, а міста можуть пропонувати інтерактивні маршрути, мультимедійні тури та рекомендації на основі інтересів відвідувачів.

При створенні урбантуристичних продуктів важливо враховувати інклюзивність, забезпечуючи доступність для людей з обмеженими можливостями, а також принципи сталого розвитку, що дозволяють зберегти культурну автентичність міста та мінімізувати негативний вплив туризму на довкілля. Успішні урбантуристичні продукти не лише підвищують привабливість міста для туристів, а й сприяють економічному розвитку, збереженню культурної спадщини та створенню нових можливостей для місцевих громад. Таким чином,

комплексний урбантуристичний продукт стає ключовим інструментом сучасного міського туризму, що поєднує маршрути, події та цифрові сервіси, створюючи інтерактивне, персоналізоване та стале туристичне середовище для всіх категорій відвідувачів.

Питання для самоконтролю:

1. Яку роль відіграє урбантуристичний продукт у формуванні туристичного досвіду міста та популяризації його культурної та історичної спадщини?
2. Як особливості цільової аудиторії, час доби, сезонність та доступність впливають на розробку туристичних маршрутів у міському середовищі?
3. Які види туристичних подій найбільш ефективні для залучення відвідувачів і формування унікального образу міста?
4. Як мобільні додатки та цифрові інновації змінюють спосіб взаємодії туристів із міським простором і покращують персоналізацію маршруту?
5. Які виклики та перспективи розвитку урбантуристичних продуктів варто враховувати для забезпечення сталого та інтерактивного міського туризму?

Список використаних джерел до теми:

1. Jojic, S. (2018). *City branding and the tourist gaze: City branding for tourism development*. European Journal of Social Sciences Education and Research, 5(3), 150–160. <https://doi.org/10.2478/ejsr-2018-0066>
2. Pierret, F. (2009). *Tourism, recreation and the globalization of leisure*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/30058/pierret_eng.pdf
3. Quantifying tourism in city destinations – Towards a better understanding of urban tourism (2024, March), 116. eISBN: 978-92-844-2534-1, ISBN: 978-92-844-2533-4. <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284425341>
4. Redwan, E. (2025, July). *Kevin Lynch's 5 elements of a city: Guide to urban design*. ArchitectureCourses.org. <https://www.architecturecourses.org/design/kevin-lynchs-5-elements-city-guide-urban-design>
5. The World Centre of Excellence for Destinations (CED) (n.d.). <https://ced.travel/smed/>
6. TourMIS Database. National and international tourism statistics. (n.d.). <https://b2b.wien.info/en/statistics/benchmarking/tourmis-data-361884>
7. TourMIS. https://www.tourmis.info/index_e.html
8. UNWTO Recommendations on Urban Tourism (2020, June), 8. eISBN: 978-92-844-2201-2, ISBN: 978-92-844-2200-5. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422012>
9. UNWTO/WTfC City Tourism Performance Research (2018, February), 292. eISBN: 978-92-844-1961-6, ISBN: 978-92-844-1960-9. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419616>

10. World Centre of Excellence for Destinations. (n.d.). *System of Measures for Excellence in Destinations (SMED)*. Retrieved March 12, 2026, from <https://ced.travel/smed/>
11. Мезенцев, К., & Степанець І. (б.д.). Міський туризм. NTO.UA Academy. <https://academy.nto.ua/urbantourism>

ЗАВДАННЯ НА СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ

Семінарське завдання 1.

МІСЬКИЙ ТУРИЗМ: СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ ТА МОЖЛИВІ ПЕРСПЕКТИВИ (4 години)

Мета заняття: сформувати розуміння сутності поняття міського туризму, ознайомити з різними підходами до його визначення у науковій та публіцистичній літературі, а також розвинути навички критичного аналізу наукових джерел і формування власних наукових узагальнень.

Завдання:

1. Проаналізувати термінологічні підходи до визначення поняття «міський туризм» / «урбантуризм». Необхідно подати 5–6 визначень цього поняття на основі джерел різного походження: наукових публікацій (монографій, статей); публіцистичних або аналітичних матеріалів; джерел українських та іноземних авторів.

Кожне визначення слід оформити за такою схемою: визначення терміна; автор; джерело (назва публікації, рік); критичні зауваження (суперечності, обмеження, не враховані аспекти, складові, які потребують уточнення).

2. На основі проведеного критичного аналізу:

- a. сформулювати власне визначення поняття «міський туризм» / «урбантуризм»;
- b. окреслити основні відмінні ознаки міського туризму – *просторові* (концентрація туристичних ресурсів у міському середовищі), *функціональні* (різноманітність туристичних активностей), *соціокультурні* (взаємодія туристів і місцевих жителів, культурна спадщина) та *економічні* (роль туризму у розвитку міської економіки) характеристики, що визначають його специфіку та відрізняють від інших форм туризму.

Короткі методичні рекомендації до виконання:

У колонці «критичні зауваження» недостатньо лише повторити зміст визначення. Спробуйте оцінити, які аспекти туризму автор враховує; що залишилося поза увагою (наприклад, соціальні, економічні або культурні фактори); чи відповідає визначення сучасним тенденціям урбантуризму.

Після аналізу кількох підходів, при формулюванні власного визначення спробуйте узагальнити ключові елементи, які повторюються у більшості визначень, і сформулюйте коротке та логічне власне визначення поняття.

Рекомендується оформлювати результати у вигляді таблиці та короткого аналітичного висновку, де узагальнюються основні підходи до визначення міського туризму.

Семінарське заняття 2.

ВИДИ ТУРИЗМУ В МІСТАХ (2 години)

Мета заняття: отримати знання про різні види туризму в містах, зрозуміти специфіку їхньої організації та вплив на економіку, соціальну сферу та розвиток інфраструктури, а також навчитися аналізувати приклади туристичних практик у різних містах світу.

Завдання:

1. Дослідіть один з видів туризму за ключовими питаннями:

Вид туризму	Ключові питання для доповіді	Приклади міст	Джерела для дослідження
Діловий та подієвий	Порівняння популярних країн та інфраструктури; вплив великих подій на економіку; успішні приклади подій у містах	<i>Париж, Сінгапур, Барселона</i>	Офіційні сайти конференцій, туристичні портали, статті про MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)
Оздоровчий (міста-курорти)	Популярні міста-курорти та програми; вплив на економіку та інфраструктуру; екологічні аспекти	<i>Баден-Баден, Порторож, Карлові Вари</i>	Туристичні портали, сайти курортів, наукові публікації про оздоровчий туризм
Індустріальний	Найвідоміші об'єкти; організація екскурсій на виробництвах; роль у локальній	<i>Ліверпуль, Детройт, Злін</i>	Музеї промисловості, сайти туристичних маршрутів, спеціалізовані

	ідентичності		видання про індустріальний туризм
Релігійний та сакральний	Культурний та економічний вплив; сучасні тенденції; особливості паломництва у різних країнах	<i>Рим, Лурд, Мекка</i>	Офіційні сайти паломницьких центрів, статті про релігійний туризм, UNESCO
Історико-культурний	Значення об'єктів для туристичного потоку; розвиток тематичних маршрутів і музеїв; вплив культурних заходів на економіку та імідж	<i>Прага, Київ, Флоренція</i>	Сайти музеїв та культурних центрів, туристичні портали, наукові дослідження з культурного туризму
Гастрономічний	Популярні ресторани та локальні традиції; гастрономічні тури та фестивалі; роль кухні у формуванні туристичного бренду	<i>Мілан, Львів, Токіо</i>	Сайти ресторанів, гастрономічні путівники, платформи Booking, TripAdvisor, гастротури
Подісвий	Вплив фестивалів, концертів та спортивних заходів; економічний та соціальний ефект; стратегії залучення туристів через події	<i>Глазго, Мюнхен, Нью-Йорк</i>	Офіційні сайти фестивалів, спортивних подій, муніципальні портали, статті про економіку подій

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Оберіть один з видів туризму і дослідіть його за ключовими питаннями, використовуючи наведені приклади міст або запропонуйте свої. Для підготовки доповіді та презентації радимо збирати інформацію з офіційних туристичних сайтів, спеціалізованих платформ, академічних публікацій та медіа. Візуалізація даних у вигляді карт, графіків, схем або фотографій допомагає наочно показати особливості інфраструктури, подій та популярності туризму в обраному місті. Порівнюйте різні практики, аналізуйте переваги та

проблеми для туристів і місцевих мешканців, а також оцінюйте вплив на економіку та соціальну сферу.

Семінарське завдання 3.

АНАЛІЗ СПРИЙНЯТТЯ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ЧЕРЕЗ МЕНТАЛЬНІ КАРТИ (4 години)

Мета заняття: розвинути навички оцінки міського простору з точки зору туриста та мешканця, застосовуючи метод ментальних (когнітивних) карт Кевіна Лінча, та визначити ключові елементи міського образу для створення привабливого урбантуристичного продукту.

Завдання:

1. Оберіть місто та визначте конкретний район або центральну частину міста для дослідження. Рекомендовано обрати місто, яке ви відвідували раніше.

На основі спостережень або власного досвіду створіть ментальну карту, відобразивши *п'ять базових елементів міського образу*, через які люди сприймають та запам'ятовують міський простір (рис. 1).

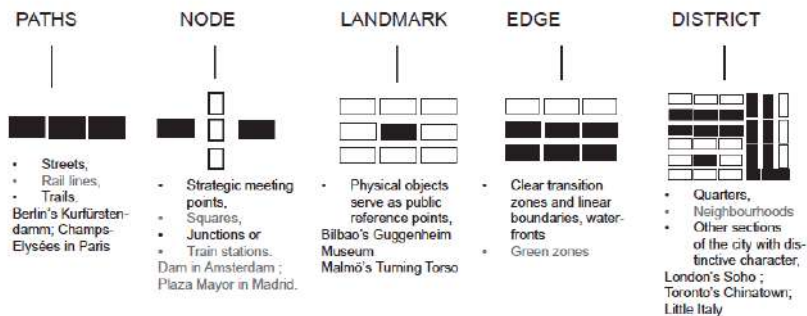


Рис. 1 П'ять базових елементів міського образу за Кевіном Лінчем (шляхи, краї, райони, вузли, орієнтири) (Jojić, 2018)

П'ять базових елементів міського образу за Кевіном Лінчем (шляхи, краї, райони, вузли, орієнтири) (Jojić, 2018)

- *Шляхи (paths):* основні туристичні маршрути, вулиці, пішохідні доріжки.
- *Краї (edges):* межі районів, бар'єри, що розділяють зони.
- *Райони (districts):* частини міста з виразними характеристиками.
- *Вузли (nodes):* місця концентрації туристів або місцевих жителів (площі, транспортні вузли, популярні точки).

○ *Орієнтири (landmarks): помітні культурні, історичні або сучасні об'єкти.*

2. Проаналізуйте карту та дайте відповіді на питання:

- a. Які елементи міського простору найбільш впізнавані та значущі для туристів?
- b. Які маршрути та вузли можуть стати основою для розробки туристичних маршрутів чи подій?
- c. Які проблемні зони або «слабкі ланки» міського простору потребують покращення для комфортного урбанізму?

3. Складіть короткий звіт (3–5 сторінок), де обґрунтуйте вибір елементів міського образу та запропонуйте урбаністичні рекомендації для покращення туристичної привабливості обраного району.

Для візуалізації можна використати паперові або цифрові інструменти (наприклад, ArcGIS, Google My Maps, Canva).

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Для аналізу краще обрати компактний район (наприклад, історичний центр, набережну, туристичний квартал або парк), щоб ментальна карта була зрозумілою та деталізованою.

Звертайте увагу не лише на знайомі об'єкти, а й на те, що є помітним для відвідувачів: популярні вулиці, площі, панорами, культурні об'єкти, місця для фотографування, заклади харчування тощо.

Ментальна карта не повинна бути точною копією географічної карти. Вона відображає суб'єктивне сприйняття простору, тому головне — показати ключові маршрути, орієнтири та зони активності.

Позначаєте різні елементи різними символами. Наприклад: лінії — шляхи, товсті лінії або межі — краї, заштриховані зони — райони, точки або кола — вузли, значки або піктограми — орієнтири.

Звертайте увагу на туристичну функцію простору. Визначте, де туристи найчастіше гуляють, фотографуються, відпочивають, користуються транспортом.

Визначте проблемні зони — під час аналізу подумайте, які елементи можуть знижувати туристичну привабливість району. Наприклад, складна навігація, погана пішохідна доступність, відсутність інформаційних вказівників, занедбані простори.

Сформулюйте практичні рекомендації, запропонувавши конкретні ідеї покращення туристичного досвіду, наприклад: створення нового пішохідного маршруту, розвиток туристичної навігації, облаштування оглядових точок, використання цифрових гідів або QR-маршрутів.

Семінарське завдання 4.

МІСТО ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ: ОЦІНКА ЗА СИСТЕМОЮ SMED (4 години)

Мета заняття: сформувати навички комплексного аналізу міста як туристичної дестинації шляхом застосування Системи критеріїв для досягнення високої якості туристичних дестинацій (System of Measures for Excellence in Destinations, SMED), а також визначити стратегічні пріоритети розвитку сталого туризму на короткострокову та довгострокову перспективу.

Методологічною основою завдання є система SMED, розроблена організацією World Centre of Excellence for Destinations (рис. 2). Вона використовується для комплексної оцінки туристичних дестинацій, визначення їхніх сильних і слабких сторін та формування стратегічних рекомендацій для сталого розвитку туризму (World Centre of Excellence for Destinations, n.d.).



Рис. 2. Система SMED, розроблена організацією World Centre of Excellence for Destinations.

Завдання:

1. Оберіть місто X (на вибір) – українське або міжнародне – та розгляньте його як туристичну дестинацію.

2. Проаналізуйте обране місто за *ключовими доменами (domains / categories)* системи SMED. Ці категорії дозволяють отримати комплексний портрет туристичної дестинації та визначити напрями її покращення. (Pierret, 2008)

3. На основі проведеного аналізу визначте *короткострокові цілі (1–3 роки)* та *довгострокові цілі (5–10 років)*.

Підготуйте *аналітичний звіт (4–6 сторінок)*, який має містити:

- a. Коротку характеристику міста як туристичної дестинації
- b. Оцінку за категоріями SMED
- c. Виявлені сильні та слабкі сторони
- d. Короткострокові та довгострокові цілі сталого розвитку туризму
- e. Авторські рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності дестинації.

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Найкраще обрати місто, яке ви відвідували або добре знаєте. Це дозволить поєднати особистий досвід із аналітичними джерелами.

Для аналізу можна застосовувати офіційні туристичні сайти міста, статистичні дані та стратегії розвитку туризму, туристичні платформи (TripAdvisor, Google Maps, Booking), наукові та аналітичні публікації.

Оцінюючи домени SMED, звертайте увагу не лише на наявність туристичних ресурсів, а й на якість туристичної інфраструктури, доступність міського простору, комфорт і безпеку для туристів, інтеграцію туризму у життя міської громади.

Наводьте приклади туристичних об'єктів, маршрутів, подій або сервісів, які підтверджують вашу оцінку.

Чітко розмежовуйте короткострокові та довгострокові цілі. Короткострокові (1–3 роки) – це реалістичні зміни, які можна впровадити швидко (наприклад, покращення туристичної інформації, розвиток нових маршрутів, підвищення доступності міста). Довгострокові (5–10 років) – про стратегічні трансформації (формування сталого туристичного бренду, збереження культурної спадщини, баланс між туризмом і якістю життя мешканців, впровадження Smart City технологій, сталий розвиток туризму).

Важливо не лише описати місто, а й показати критичне мислення, визначити його сильні та слабкі сторони та запропонувати реалістичні рекомендації.

Семінарське завдання 5.

КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ТИПОЛОГІЯ МІСТ. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УРБАНІЗОВАНОМУ СЕРЕДОВИЩІ (4 години)

Мета заняття: сформувати у студентів розуміння класифікації та типології міст у контексті розвитку туризму, а також розвинути навички аналізу урбанізованого середовища як туристичного простору. У процесі виконання завдань студенти навчатимуться порівнювати особливості міського та сільського туризму, застосовувати класифікаційні підходи до аналізу міст різного масштабу та використовувати міжнародну туристичну термінологію для коректного опису туристичних процесів.

Завдання:

1. Доповнити таблицю відмінностей між «сільським» і «міським» туризмом, складену М. Рутинським та Ю. Зінько (Рутинський, & Зінько, 2006).

Міський туризм	Сільський туризм
Мало відкритого простору	Багато відкритого простору
Понад 10 тис. мешканці	До 10 тис. мешканців
Рідко впливають сезонні природні фактори	Частіше впливають сезонні природні фактори
Забудоване середовище	Природне середовище
Різні види діяльності в закритих приміщеннях	Багато видів діяльності на свіжому повітрі
Дооре розкинена інфраструктура	Слабо розвинена інфраструктура
Великі розміри туристично-рекреаційних споруд	Малі розміри туристично-рекреаційних споруд
Турорганізатори - національні фірми	Турорганізатори - місцеві підприємницькі структури
Працівники можуть жити далеко від місця роботи	Працівники часто живуть біля місця роботи
Туризм підтримує інтереси, не тільки міста, а й регіону, держави	Туризм підтримує інтереси громад
...	

2. На прикладі однієї країни проаналізувати два міста за класифікаційними ознаками.

	Місто 1 (мале місто)	Місто 2 (велике місто)
1. Країна та адміністративно-правові критерії надання населеному пункту статусу міста.		
2. Класифікаційні ознаки:		
За політико-адміністративним статусом		
За генезою		
За географічним положенням		
За місцем і роллю у системі розселення		
За людністю та структурою зайнятості населення		
За господарськими функціями		
За особливостями планування та забудови		
3. Туризм в урбансередовищі міста. Організація туристичного споживання в урбансередовищі		
Мандрівники (подорожувальники) / Відвідувачі. (хто вони?)		
Рівень урбанізації		
Туристичний продукт		
Туристичні ресурси		
Загальний висновок		

3. Опрацювати глосарій туристичних термінів, розміщений на сайті World Tourism Organization (UN Tourism) (Glossary of tourism terms. n.d.). На основі матеріалів глосарію:

- а. Випишіть та поясніть 8–10 ключових термінів, пов'язаних із міським туризмом (наприклад: tourism, visitor, tourist, excursionist, destination, sustainable tourism тощо).

- b. Порівняти визначення двох понять: *tourist* і *visitor*, пояснивши їх відмінності.
- c. Сформулювати короткий висновок (5–7 речень) про значення уніфікованої туристичної термінології для дослідження та планування туризму.

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Для виконання першого завдання уважно проаналізуйте подану таблицю відмінностей між міським і сільським туризмом та доповніть її додатковими характеристиками. Зверніть увагу на просторові, інфраструктурні, соціально-економічні та поведінкові аспекти туристичної діяльності.

У другому завданні рекомендується обрати два міста однієї країни, які суттєво відрізняються за чисельністю населення та функціональною роллю у системі розселення (наприклад, столицю та мале історичне місто). Для аналізу використовуйте офіційні статистичні джерела, туристичні портали, наукові публікації або матеріали міських стратегій розвитку.

Під час аналізу туризму в урбансередовищі зверніть увагу на типи відвідувачів, характер туристичних ресурсів, структуру туристичного продукту та рівень урбанізації міського простору. Важливо показати, як розмір і функції міста впливають на організацію туристичного споживання.

У третьому завданні працюйте з офіційним глосарієм туристичних термінів, підготовленим World Tourism Organization (UN Tourism). Використовуйте оригінальні визначення та намагайтеся пояснювати їх власними словами, зберігаючи зміст.

Порівнюючи поняття *tourist* і *visitor*, зверніть увагу на часові параметри перебування, мету подорожі та класифікацію відвідувачів у міжнародній статистиці туризму.

Семінарське заняття 6.

ГОТЕЛЬНИЙ ФОНД МІСТА ТА ЙОГО ПЕРЕДМІСТЯ (4 години)

Мета заняття: отримати комплексне уявлення про сучасну структуру та динаміку розвитку готельного фонду, визначити ключові тенденції попиту та пропозиції, а також надати рекомендації для оптимізації управління готельним бізнесом і планування інвестицій у туристичну інфраструктуру.

Завдання:

1. Проаналізуйте структуру готельного фонду, дослідивши кількість готелів у регіоні/місті, їхні категорії та загальну кількість номерів, та провівши розподіл готелів за категоріями: за кількістю зірок (1–5), за типом обслуговування (готель, апарт-готель, хостел, бутик-готель тощо), за розташуванням (центр міста, туристичні райони, околиці).
2. Оцініть рівень попиту на різні типи номерів та послуг, проаналізувавши сезонні коливання попиту та їхній вплив на заповнюваність готелів.
3. Визначіть тенденцій розвитку готельного фонду через виявлення основних тенденцій у розвитку готельного фонду, наприклад:
 - a. зростання/зменшення кількості готелів певної категорії,
 - b. зміни в структурі попиту – зміни у вподобаннях туристів щодо типів номерів, додаткових послуг, розташування та рівня обслуговування
 - c. аналіз впливу зовнішніх факторів (економічних, соціальних, екологічних) на розвиток готельного бізнесу.
4. Сформулюйте практичні рекомендації для покращення управління існуючим готельним фондом. Розробіть пропозиції щодо оптимізації структури номерного фонду, спрямовані на підвищення ефективності та конкурентоспроможності готелів. Визначіть напрямки розвитку міського готельного сектору з урахуванням попиту туристів та тенденцій ринку.
5. Запропонувати цікаві поєднання закладів розміщення для міського туру, обґрунтувати вибір.

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Використовуйте офіційні джерела: сайти міських туристичних управлінь, асоціацій готельєрів, агрегатори бронювань (Booking, Airbnb, TripAdvisor). Створіть таблицю з категоріями готелів, кількістю номерів та їх розташуванням для наочності.

Для оцінки рівня попиту використовуйте дані про заповнюваність, сезонність та рейтинг номерів. Враховуйте туристичні події, свята та пік сезону, які можуть впливати на завантаженість.

Порівнюйте динаміку кількості готелів за категоріями протягом останніх 3–5 років. Аналізуйте зміни у вподобаннях туристів,

орієнтуючись на популярні типи номерів, послуги та райони розташування. Розгляньте зовнішні фактори: економічні кризи, зміни транспортної доступності, екологічні обмеження.

Орієнтуйтеся на ефективність: які категорії готелів варто розвивати, а які – модернізувати. Пропозиції повинні враховувати баланс між попитом туристів та можливостями міського середовища.

Обирайте готелі та інші заклади розміщення з зручним розташуванням відносно туристичних об'єктів. Пропонуйте варіанти для різних цільових груп: сімей, молоді, ділових туристів.

Використовуйте діаграми, карти та графіки для наочного відображення структури та тенденцій готельного фонду. Це допомагає швидко оцінити ситуацію та приймати управлінські рішення.

Семінарське заняття 7.

УРБАНСЕРЕДОВИЩЕ МІСТА: ПРОСТІР ДЛЯ РОЗВИТКУ ЧИ ДЖЕРЕЛО СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУГИ (4 години)

Мета заняття: отримати комплексне уявлення про природу урбансередовища міста, дослідити його філософію та концепцію міської акупунктури, оцінити потенціал міського простору для розвитку та визначити чинники соціальної напруги, що впливають на якість життя мешканців.

Завдання:

1. Розкрийте сутність урбансередовища міста Х через дослідження його філософії та акупунктури.

Філософія міста – це дослідження міського життя, його архітектури та соціальної структури з метою розуміння процесів формування міського простору та впливу міста на його мешканців. Вона охоплює питання етики, соціальної справедливості, екології та взаємодії людей у міському середовищі.

Акупунктура міста – це урбаністична концепція, яка розглядає місто як живий, чутливий організм і пропонує впливати на його структуру через точкові, невеликі, але стратегічні втручання в міський простір. Як і в традиційній акупунктурі, де вплив на певні точки тіла може принести значний результат, міські «голки» – це малі проєкти або зміни у фізичному середовищі, які можуть «зняти напругу» у проблемних зонах міста та стимулювати його розвиток.

Філософія міста дає глибокий контекст і розуміння урбаністичного життя, його архітектури та соціальної структури, тоді як акупунктура дозволяє впроваджувати конкретні зміни для покращення загальної якості міського середовища. Малі втручання, такі як створення парків, пішохідних зон, громадських майданчиків, реконструкція площ, встановлення арт-об'єктів чи

мистецьких інсталяцій, здатні підсилювати соціальну взаємодію та покращувати комфорт і функціональність простору.

За цією моделлю міський простір не слід розглядати як механічну систему великих будівельних проєктів, а радше як мережу взаємопов'язаних локальних точок, де навіть невеликі, добре сплановані втручання можуть мати трансформаційний ефект на всю систему. Такі мікроінтервенції впливають на «енергетичні потоки» міського організму та можуть спричиняти ланцюгові позитивні зміни у довколишньому просторі.

У практичному вимірі акупунктура міста використовується для:

- a. активзації забутих або занедбаних територій;
- b. посилення соціальної інтеграції через малі громадські простори;
- c. стимулювання локальних ініціатив і самоорганізації мешканців;
- d. реалізації швидких, економічно доступних змін, що не потребують великих інвестицій чи тривалого планування.

Концепція популяризована сучасними урбаністами та містобудівниками, зокрема бразильським архітектором Жайме Лернером (2016), який у книзі «Акупунктура міста» демонструє приклади, що показують, як невеликі, стратегічно продумані зміни здатні суттєво підвищити комфорт, соціальну комунікацію та загальну якість життя у місті.

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Для виконання завдання обирайте міста з різноманітними урбаністичними особливостями та одночасними викликами. Це можуть бути, зокрема, міста в країнах, що розвиваються, де швидкий урбаністичний ріст створює нові проблеми та водночас відкриває можливості для розвитку, або малі міста, які часто реалізують цікаві локальні ініціативи та можуть слугувати прикладом успішної міської акупунктури.

Семінарське заняття 8.

ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА МІСТА: РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО, НАВІГАЦІЯ, МІСЬКИЙ ПРОСТІР (2 години)

Мета заняття: ознайомитися із ключовими елементами міської туристичної інфраструктури, зокрема з ресторанним господарством, транспортною системою та організацією міського простору. Розглянути сучасні підходи до смарт-туризму, інновацій, екологічної адаптації міста та управління туристичним навантаженням. Сформувати вміння аналізувати взаємозв'язок між інфраструктурою, комфортом туристів та соціальними процесами у місті, а також розробляти практичні пропозиції для оптимізації туристичних сервісів.

Завдання:

1. Підготуйте доповідь і презентацію за однією тем (на вибір).
Пропоновані теми для доповіді та презентації:

- a. *Організація ресторанного господарства в місті* – мішленівські ресторани та локальні кафе, гастрономічні та негастрономічні тури, особливості фуд-туризму.
- b. *Міська та міжміська навігація* – громадський транспорт як зручність та туристична атракція, велосипедні маршрути, міжміські переміщення та інтеграція транспортних систем.
- c. *Смарт-туризм у смарт-містах* – цифрові сервіси для туристів, мобільні додатки, «розумні» навігаційні системи; переваги та загрози для приватності та безпеки.
- d. *Міський простір* – гостинний центр і периферія, процеси гентрифікації, дружні та недружні до туристів простори, специфічні етнічні та тематичні квартали, інтеграція культурних об'єктів.
- e. *Овертуризм і туристичний тиск* – перенасичені туристами міста, конфлікти з місцевим населенням, антитуристичні протести, стратегії сталого туризму.
- f. *Інновації в туристичній інфраструктурі* – цифрові квитки, онлайн-бронювання, VR/AR-тури, інтерактивні туристичні карти та інформаційні кіоски.
- g. *Безпека та доступність туристичного середовища* – адаптація міста для людей з обмеженими можливостями, безпечні маршрути, кризовий менеджмент у туристичних зонах.
- h. *Екотуризм і зелені міста* – роль парків, набережних, екологічно чистого транспорту та сталого розвитку у формуванні туристичних маршрутів.

Короткі методичні рекомендації до виконання:

Для підготовки доповіді та презентації оберіть одну з тем і зосередьтеся на аналізі конкретних прикладів із реальних міст. Використовуйте офіційні джерела, туристичні портали, академічні публікації та медіа для збору актуальної інформації. Візуалізуйте дані за допомогою карт, схем, фотографій та графіків, щоб показати структуру ресторанного господарства, навігацію, міський простір або прояви овертуризму. Порівнюйте різні підходи, звертайте увагу на переваги та проблеми для туристів і місцевих мешканців. Аналізуйте вплив технологій, соціальних змін та урбаністичних процесів на якість туристичної інфраструктури.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ НА КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ ТА ЗАЛІК

1. Як взаємодіють міська інфраструктура, культурна спадщина та економічний розвиток для стимулювання туризму в місті?
2. Які фактори визначають конкурентоспроможність міста як туристичного центру?
3. Як еволюція урбаністичних досліджень вплинула на сучасні концепції міського туризму?
4. Які переваги та ризики створює взаємодія глобалізації та локалізації для міського туризму?
5. Які соціальні, економічні та екологічні виклики постають перед містами через інтенсивний розвиток туризму?
6. Назвіть основні характеристики історико-культурного туризму та приклади міст, де він активно розвивається.
7. Як індустриальний туризм впливає на локальну ідентичність та економіку міст?
8. Які особливості гастрономічного туризму та його роль у формуванні туристичного бренду міста?
9. Яким чином подієвий туризм підвищує туристичну привабливість міста?
10. Як креативний туризм впливає на розвиток локальних ініціатив і культурних проєктів?
11. Яку роль відіграє локалізація у формуванні унікальних урбаністичних продуктів?
12. Як цифрові технології (AR, VR, мобільні додатки) змінюють туристичний досвід у місті?
13. Які методи дослідження міського середовища використовуються для планування туризму?
14. Яку роль відіграють ГІС та інші інструменти просторового аналізу у вивченні культурних об'єктів?
15. Як методи спостереження, інтерв'ю та ментальні карти допомагають оцінити потреби мешканців і туристів?
16. Що включає історико-культурна спадщина міста і як вона впливає на туристичний потік?
17. Які методи ідентифікації та класифікації культурних ресурсів використовуються для створення маршрутів?
18. Як сучасні технології покращують інтерпретацію культурної спадщини для туристів?

19. Як забезпечується баланс між популяризацією культурних ресурсів і їх збереженням у контексті сталого туризму?
20. Яку роль сучасна архітектура відіграє у формуванні туристичного іміджу міста?
21. Як архітектура та інфраструктура створюють комфортне та інклюзивне туристичне середовище?
22. Які принципи сталого архітектурного проєктування впливають на розвиток міського туризму?
23. Як соціальна структура міста змінюється під впливом урбанізму?
24. Що таке овертуризм і які його соціальні наслідки для міст?
25. Як процес гентрифікації пов'язаний із розвитком міського туризму і впливає на місцеве населення?
26. Яку роль відіграють муніципальна політика та громадська участь у забезпеченні сталого розвитку туризму?
27. Що таке брендинг міста і як він формує туристичний імідж?
28. Як Big Data та соціальні мережі допомагають адаптувати стратегії просування міських туристичних продуктів?
29. Які принципи сталого та етичного маркетингу використовуються у міському туризмі?
30. Які виклики та перспективи розвитку урбаністичних продуктів слід враховувати для забезпечення сталого та інтерактивного міського туризму?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 19th TourMIS Users' Workshop & International Seminar 2024, Vienna. <https://citydestinationsalliance.eu/event/19th-tourmis-users-workshop-international-seminar-2024-vienna/>
2. Bansard, J. (2022, April) Pathways to Sustainable Cities. *Earth Negotiations Bulletin*. International Institute for Sustainable Development, 37. <https://www.iisd.org/system/files/2022-04/still-one-earth-sustainable-cities.pdf>
3. Bansard, J. S., Hickmann, T., Kern, K. (2019) Pathways to urban sustainability: How science can contribute to sustainable development in cities. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society* 28(2):112-118. DOI: [10.14512/gaia.28.2.9](https://doi.org/10.14512/gaia.28.2.9)
4. Baranzelli, C., Vandecasteele, I., Aurambout, J. & Siragusa, A. (2019) *The future of cities – Opportunities, challenges and the way forward*, European Commission: Joint Research Centre. Baranzelli, C.(editor), Vandecasteele, I.(editor), Aurambout, J.(editor) and Siragusa, A.(editor), Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/375209>
5. City Destinations Alliance. (n.d.). <https://citydestinationsalliance.eu/>
6. European Commission. (n.d.). *Smart Tourism initiative*. <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/>
7. European Tourism Futures Institute. (n.d.). <https://www.etfi.nl/>
8. Füller, H., & Michel, B. (2014). "Stop being a tourist!" New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304–1318. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12124>
9. *Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures* (2019, July), 24. eISBN: 978-92-844-2110-7. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421107>
10. Global Sustainable Tourism Council. (n.d.). <https://www.gstccouncil.org>
11. Glossary of tourism terms. (n.d.). World Tourism Organization (UN Tourism). <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
12. International Council on Monuments and Sites (ICOMOS). (n.d.). <https://www.icomos.org/>
13. Jojic, S. (2018). *City branding and the tourist gaze: City branding for tourism development*. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 5(3), 150–160. <https://doi.org/10.2478/ejser-2018-0066>
14. Journal of Tourism Futures. (n.d.). <https://www.emerald.com/jtf>
15. Kipar, A. O. (2024) Smart Urban Resilience: From Nature-Based Solutions (NBS) to Nature-Positive Cities and Landscapes. *REAL CORP 2024: KEEP*

- ON PLANNING FOR THE REAL WORLD*. 15-17 April 2024.
https://archive.corp.at/cdrom2024/papers2024/CORP2024_118.pdf
16. Law, R., Leung, R., & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research. *Tourism Management*, 31(3), 297–313. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.11.007>
 17. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 9780262620017. <http://hdl.handle.net/1721.3/35651>
 18. Maitland, R., & Ritchie, B. W. (Eds.). (2016). *City tourism: National capital perspectives*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-26877-4>
 19. *Our World in Data team (2023) - “Make cities inclusive, safe, resilient and sustainable”*. Published online at OurWorldinData.org. <https://ourworldindata.org/sdgs/sustainable-cities>
 20. Pierret, F. (2009). *Tourism, recreation and the globalization of leisure*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/30058/pierret_eng.pdf
 21. Quantifying tourism in city destinations – Towards a better understanding of urban tourism (2024, March), 116. eISBN: 978-92-844-2534-1, ISBN: 978-92-844-2533-4. <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284425341>
 22. Redwan, E. (2025, July). *Kevin Lynch’s 5 elements of a city: Guide to urban design*. ArchitectureCourses.org. <https://www.architecturecourses.org/design/kevin-lynchs-5-elements-city-guide-urban-design>
 23. Resilient Cities Network. (n.d.). <https://resilientcitiesnetwork.org/>
 24. Smith, M. K., & Klicek, T. (2021). Tourism cities in post-communist countries. In A. M. Morrison & J. A. Coca-Stefaniak (Eds.), *Routledge handbook of tourism cities*. Routledge.
 25. Spirou, C. (2011). *Urban tourism and urban change: Cities in a global economy*. Routledge.
 26. Sustainable Cities Hub. (n.d.). <https://sustainablecities.eu/>
 27. The World Centre of Excellence for Destinations (CED) (n.d.). <https://ced.travel/smed/>
 28. Tourism Industry 2026. (2026). *ReportLinker*. <https://www.reportlinker.com/market-report/Tourism/6226/Tourism?term=tourism%20industry>
 29. TourMIS Database. National and international tourism statistics. (n.d.). <https://b2b.wien.info/en/statistics/benchmarking/tourmis-data-361884>
 30. TourMIS. https://www.tourmis.info/index_e.html
 31. UN forum spotlights cities, where struggle for sustainability ‘will be won or lost’. *The Sustainable Development Goals*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2018/07/un-forum-spotlights-cities-where-struggle-for-sustainability-will-be-won-or-lost-2/>

32. UN Tourism Elibrary (n.d.). <https://www.e-unwto.org/>
33. UN Tourism. (2025). *City Tourism Performance Research*. <https://www.untourism.int/city-tourism-performance-research>
34. UNESCO Creative Cities Network. (n.d.). <https://en.unesco.org/creative-cities/home>
35. UNESCO World Heritage Centre. (n.d.). *Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. <https://whc.unesco.org/en/tourism/>
36. UN-Habitat (2018). *SDG Indicator 11.a.1 Training Module: National Urban Policy*. United Nations Human Settlement Programme (UN-Habitat), Nairobi. https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/07/indicator_11.a.1_training_module_national_urban_policy.pdf
37. United for Smart Sustainable Cities (U4SSC). Publications. <https://u4ssc.itu.int/publications/>
38. UNWTO Recommendations on Urban Tourism (2020, June), 8. eISBN: 978-92-844-2201-2, ISBN: 978-92-844-2200-5. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422012>
39. UNWTO/WTCF City Tourism Performance Research (2018, February), 292. eISBN: 978-92-844-1961-6, ISBN: 978-92-844-1960-9. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419616>
40. World Centre of Excellence for Destinations. (n.d.). *System of Measures for Excellence in Destinations (SMED)*. Retrieved March 12, 2026, from <https://ced.travel/smed/>
41. World Economic Forum & Kearney. (2025, July 10). *Four scenarios for the future of travel and tourism 2025* (White paper). World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Four_Scenarios_for_the_Future_of_Travel_and_Tourism_2025.pdf
42. Гел, Й. (2018). *Міста для людей*. Видавництво «Основи». 304.
43. Лернер, Ж. (2016). *Акупунктура міста*. 160. ISBN 978-617-679-260-4. Видавництво Старого Лева.
44. Мальська, М. П., Гаталяк, О.М. (2018) Туризм у містах: підручник. Київ: «Центр учбової літератури». 224 с.
45. Мезенцев, К., & Степанець І. (б.д.). Міський туризм. NTO.UA Academy. <https://academy.nto.ua/urbantourism>
46. Національна туристична організація України. (б.д.). *Туристичні роки в Україні*. <https://nto.ua/tourismyears>
47. Панченко, О. (2018, 21 грудня) “Міста – це великі люди”. Нідерландський урбаніст Фулко Трефферс про ідентичність міст і акупунктуру. *PRAGMATIKA.MEDIA*. <https://pragmatika.media/mista-ce->

veliki-ljudi-niderlandskij-urbanist-fulko-treffers-pro-identichnist-mist-i-akupunkturu/

48. Пашкіна, К. (2021, 2 квітня) Вуличні культури змінюють міський простір: що таке урбан-парки. *MISTOSITE*. <https://mistosite.org.ua/articles/vulychni-kultury-zminiuiut-miskyi-prostir-shcho-take-urban-parky?locale=ru>
49. Рутинський, М. Й., & Зінько, Ю. В. (2006). *Сільський туризм*. Київ: Знання. 271 с. ISBN 966-346-145-4.
50. Сінельніков, Д. І. (2025). Культурна спадщина та її атрактивність як ресурс розвитку сучасних туристично-рекреаційних дестинацій (на прикладі Київщини). *Культурологічний альманах*, (3), 361–371. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.44>
51. Стратегія 2027 розвитку міста Києва. <https://kyivdp.online/strategiya-2027-galuzi/>
52. Топ 10 принципів міського дизайну для життєздатних міст. *BUDUEMO*. https://buduemo.com/ua/news/materials_technologies/top-10-principov-gorodskogo-dizajna-dlja-zhiznesposobnyh-gorodov.html
53. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія (2017). За ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видавництво «Фенікс», 438 с. ISBN 978-966-136-446-1.