

МІСТА ЯК ЦЕНТРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО (УРБАН) ТУРИЗМУ

Розкрито поняття міський (урбан) туризм. Визначено основні ознаки цього виду туризму. Наведено показники, що характеризують міський туризм у м. Києві. Визначені напрями, які сприятимуть створенню позитивного туристичного іміджу міста.

Ключові слова: *міський туризм, урбанізовані території, функціональне зонування.*

The concept of city (urban) tourism is revealed. The main features of this type of tourism are defined. Indicators characterizing urban tourism in Kyiv are presented. Areas that will contribute to the creation of a positive tourist image of the city have been identified.

Keywords: *urban tourism, urbanized areas, functional zoning*

Постановка проблеми. Туризм має значний вплив на розвиток та економіку багатьох великих міст світу, змінюючи міські ландшафти, організацію. Експерти ООН прогнозують, що до 2050 р. 70% всього населення світу буде урбанізовано і відповідно подорожувати буде до інших відмінних від свого міст – тобто в інші міста [6]. Міста на туристичному ринку виступають як окремі об'єкти туристичного попиту, тому традиційно популярним є міський туризм.

Виклад основного матеріалу. Експерти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) відносять до міського туризму поїздки, якщо метою подорожей туристів є міста або місця з великою густотою населення [6]. Тривалість таких поїздок як правило коротка (від одного до трьох днів), тому міський туризм тісно пов'язаний з ринком короткострокових турів.

У багатьох наукових дослідженнях з проблематики видів туризму, автори розглядають поняття «сільський» і «міський» туризм. У британському словнику з подорожей, туризму і гостинності С. Медліка (1993) під «міським туризмом (urbantourism) мають на увазі подорожі і візити з фокусом на міські напрями. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідання історичних і культурних пам'яток, а також шопінг і поїздки з діловою метою» [5]. В словнику німецького дослідника Хартмута Лезера (1997 р.) міський туризм означає «короткострокове (1 – 4 дні) відвідування міста по наступним причинам: 1) цікавість до історії або культури;

2) участь в івент заходах; 3) придбання різних товарів. Зазвичай така подорож здійснюється в формі екскурсії вихідного дня та може проводитися як індивідуально, так і в групах; які організовано (через турфірми та з екскурсоводами), так і самостійно» [7].

Німецькі дослідники Генріх Нойенфельдт та Олаф Розе додають, що туристи можуть відвідувати місто як з особистих причин, так і з інших обставин. Пізніше Даніель Клук та Крістіан Кестеркон (Великобританія) конкретизуючи поняття міського туризму, поклали у його основу відвідування міст з культурно пізнавальною метою, подієвими, а також бізнесовими інтересами.

Болгарські науковці М. Нешков, С. Ракаджийска, Т. Дъбева в підручнику «Вступ до туризму» класифікують туризм за різними ознаками. Однією з них зазначено географічне розташування туристського місця. Автори виділяють поряд з морським, річковим, озерним та гірським туризмом, також сільський та міський види туризму [3].

Вчені з Європейського інституту порівняльних міських досліджень (Euricur) (Роттердам, Нідерланди) Лео ван ден Берг та Ерік Браун у монографії «Міський туризм: ефективність і стратегії в восьми європейських містах» порівняли вплив туристської діяльності на міста країн ЄС.

У Законі України «Про туризм» є такий вид туризму, як сільський, але відсутній міський. На думку Смирнова І.Г., міський туризм – комплексний різновид туризму, який базується на культурно-історичному та архітектурному надбанні міст, їх кліматичних і природних особливостях, високому ступені розвитку і глибокій диверсифікації суспільно-економічного життя, пропозиції суспільних, а також комерційних товарів і послуг [4]

Необхідно відмітити, що правомірним є зауваження дослідника О. В. Гладкого, про те, що міський туризм має вужчу направленість і направлений на задоволення переважно культурно-пізнавальних потреб туриста, пов'язаних із загальним комплексним ознайомленням з містом, його архітектурною та просторовою конфігурацією, планувальною структурою, історичною, етнічною та культурно-релігійною спадщиною.

Дослідники Ганич О., Гаталяк О. розглядають туризм в містах (урботуризм) як вид спеціалізованого туризму з культурно-пізнавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою

метою, що ґрунтується на комплексному використанні ресурсів міста [1, с. 53].

Туризм є сферою, який має великий вплив на значну кількість секторів діяльності сучасного міста, як прямо так і опосередковано, що не мало ускладнює поточне управління і планування розвитку міста, вирішення відповідних проблем та створення необхідної політики для адаптації і переходу до сталого розвитку та моделі державно-приватного співробітництва у середовищі міському туризму. Таким чином у сучасному світі міста є центрами розвитку туризму, і відповідно міське середовище неодмінно повинне мати все, що здатне підтримувати інтерес туристів: атрактивність – здатність привертати до себе увагу; експресивність – особлива виразність; меморіальність – зв'язок з пам'ятними подіями, явищами, особистостями; унікальність – неповторність пам'яток; рідкість – автентичність. Локація, фести, культурна спадщина, їжа, туристські об'єкти – це все складові міського туризму, і саме правильна промоція дає можливість будь-якому місту бути цікавим для туриста та першим за відвідуванням. Стратегія стійкого розвитку міста має на увазі розподіл отриманих від галузі туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини і навколишнього середовища.

Виділяють перспективні напрями у розвитку міського туризму, які були представлені в Стамбульській декларації (2012 р.) по урбан-туризму: економічне стимулювання та розвиток міст; якість життя місцевих мешканців; взаємодія та розвиток шопінг-туризму та міського туризму; взаємодія та розвиток культурно-пізнавального і міського туризму; поєднання ділового і міського туризму [2].

В залежності від туристської спеціалізації виділяють наступні види міських туристських центрів: центри культурно-пізнавального туризму, центри ділового туризму, центри туризму, міста-курорти, лікувальні центри і центри паломництва. Більшість міст, головним чином великі, і мегаполіси є поліфункціональними. З точки зору організації є два різновиди міських турів: стаціонарні тури – з перебуванням туристів у одному місті, туристському центрі; маршрутні тури – відвідання кількох міст та центрів пам'яток, побудоване у вигляді маршруту подорожі. При організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів. На місто або туристський центр виділяється

від 1 до 3 днів в залежності від величини туристського центру і обсягу пам'яток. Найбільша кількість днів виділяється тільки на найбільші туристські центри – столичні міста, такі як Париж, Рим, Лондон, Київ.

В умовах глобалізації і швидкого розвитку технологій всі міста мають однакові можливості для розвитку міського (урбан) туризму. Особливо привертають увагу міжнародних туристів світові (глобальні) міста, що вирізняються високим ступенем ділової активності і політичним, економічним і культурним потенціалом.

Висновки. Отже, міський (урбо) туризм передбачає поїздки, коли метою подорожей туристів є міста або місця із великою кількістю населення і базується на комплексному використанні ресурсів міста. Перспективними напрямками у розвитку міського туризму є: економічне стимулювання і розвиток міст; якість життя місцевого населення; взаємодія та розвиток шопінг туризму і міського туризму; взаємодія та розвиток культурно-пізнавального та міського туризму; поєднання ділового та міського туризму. Продовжує відбуватися формування Києва як туристичної дестинації, проте поки столиця України не входить і до ТОП-20 найпопулярніших місць у світі. План стійкого розвитку м. Києва передбачає розподіл отриманих від туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини та навколишнього середовища. Покращення позицій Києва у рейтингу популярних туристичних дестинацій обумовлює необхідність подальшого розвитку інфраструктури..

Список використаних джерел

1. Гаталяк О., Ганич О. Теоретичні підходи до визначення поняття туризму в містах. Географія. Економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XI наукової конференції з міжнародною участю. Львів, 2017. С. 50–55.
2. Ліптуга І. Л. Прес-реліз 5-го Глобального Саміту з міського туризму директора департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://mw.com.ua/?oid=17794> HYPERLINK «<http://mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>»& HYPERLINK «<http://mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>»sid=13347
3. Нешков М. Въведение в туризм. Варна: Наука и икономика, 2007. 299 с.
4. Смирнов І. Г. Брендинг міста у туризмі: концептуальні підходи. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id1680/>
5. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality. London: Butter worth Heinemann Etd. 1993. – P.43. URL: www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf

6. Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. – AM Reportnesix. Madrid, 2012. – 53 p.
7. Hartmut L. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie. 55 Munchen: Braunschweig, 1997. 125 p.

А. В. Осадченко, Д. Р. Мозгова

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

В статті досліджується наслідки російсько-української війни на розвиток туристичної сфери в Україні. Актуальність дослідження полягає в необхідності розвитку туризму як однієї з основних галузей економіки під час війни та після її завершення. Визначено важливість туристичного ринку України для сусідніх країн, проаналізовано його поточний стан та встановлено особливості функціонування в умовах війни.

Ключові слова: туризм, російсько-українська війна, сучасний стан, перспективи розвитку, індустрія.

Study of the consequences of the Russian-Ukrainian war on the development of tourism in Ukraine. The relevance of the research lies in the need to develop tourism as one of the main branches of the economy during the war and after its end. The importance of the tourist market of Ukraine for neighboring countries was determined, its current state was analyzed and the peculiarities of its functioning in war conditions were determined.

Keywords: tourism, Russian-Ukrainian war, current state, development prospects, industry.

Мета роботи. Дослідження особливостей туристичної індустрії України в умовах воєнного стану.

Постановка проблеми. В умовах воєнного часу необхідно робити осмислення розвитку туристичного бізнесу як об'єкта і суб'єкта політичного процесу і як економічного та соціального інструмента по відновленню, що визначає стан розвитку національної та регіональної економіки і потребує вибору відповідних управлінських рішень. Туристична сфера зазнає величезних збитків під час війни. З часу повномасштабного вторгнення в Україну російських військ повністю змінились підходи до організації туристичного бізнесу, який значною мірою залежить від безпекової складової відвідувачів як під час трансферу, так і під час відвідування туристичних об'єктів, маршрутів, інших відповідних локацій, де здійснюється надання тих чи інших послуг загального туристичного кошика.