

УДК 911.3

## МІСТА ЯК ЦЕНТРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО (УРБАН) ТУРИЗМУ

Фастовець О.О.

Національний університет фізичного виховання та спорту України

У статті розкрито поняття міський (урбан) туризм. Визначено основні ознаки цього виду туризму. Складемо рейтинг найпопулярніших міст серед іноземних відвідувачів та міст, що отримують найбільшу кількість валютних надходжень від туризму. Наведено показники, що характеризують міський туризм у м. Києві. Визначені напрями, які сприятимуть створенню позитивного туристичного іміджу міста.

**Ключові слова:** міський (урбан) туризм, туристичний імідж міста, бренд.

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

**Аналіз останніх публікацій.** Зазначимо, що наукове вивчення туризму у містах розпочалося у 80-х рр. ХХ ст., проте було фрагментарним. Результати досліджень міського туризму знайшли відображення в працях таких дослідників: Берг Л., Браун Е., Гаталіак О.М., Гладкий О.В., Глибовець В.Л., Лезер Г., Нешков М., Нойенфельдт Г., Писаревський М.І., Поколодна М.М., Смирнов І.Г. та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте незважаючи на тривалість дослідження даної проблематики, одностороннього тлумачення сутності та змісту цього поняття не склалося. Це обумовлено диференційованими підходами у різних країнах до визначення міста та туристичної діяльності. Тому, метою дослідження стало з'ясування ознак міського виду туризму, створення рейтингу найпопулярніших у туристів міст, а також визначення можливостей м. Києва на ринку урбантуризму та подальших заходів формування позитивного туристичного іміджу столиці України.

**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» та «міський» туризм. У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С.Медліка (1993) під «міським туризмом» (urbantourism) розуміють подорожі та візити з фокусом на міські напрямки. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідання історичних та культурних пам'яток, а також шопінг та ділові поїздки» [7].

У словнику німецького дослідника Хартмута Лезера (1997 р.) міський туризм визначається як «короткострокове (зазвичай 1–4 дні) відвідування міста з наступних причин: а) інтерес до

історії або культури; б) участь у подієвих заходах; в) придбання різноманітних товарів. Часто така подорож здійснюється у формі екскурсії на вихідних та може відбуватися як індивідуально, так і у групі; як організовано (через турфірми та з екскурсводами), так і самодіяльно» [8].

Німецькі дослідники Генріх Нойенфельдт та Олаф Розе додають, що туристи також відвідувати місто як з особистих причин, так і через інші обставини [10]. Пізніше Даніель Клок та Крістіан Кестеркон (Великобританія) конкретизуючи визначення міського туризму, поклали у його основу відвідування міст з культурно-пізнавальною метою, подієвими та 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 туристичного місця. Автори виділяють поряд з морським, річковим, озерним та гірським туризмом, також сільський і міський види туризму [4].

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 туристичної діяльності на міста країн ЄС.

У Законі України «Про туризм» є такий вид туризму, як сільський, але відсутній міський. На думку Смирнова І.Г., що міський туризм – комплексний вид туризму, що базується на культурно-історичній та архітектурній спадщині міст, їхніх кліматичних та природних особливостях (які визначають можливості міст з лікувально-оздоровчого та рекреаційного туризму), високому рівні розвитку та глибокій диверсифікації суспільно-економічного життя та пропозиції суспільних та комерційних товарів та послуг (що зумовлює велику різноманітність надання у містах інформаційно-бізнесових, торговельних, розважальних, освітніх, комунікаційних послуг тощо) [5].

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

Дослідники Ганич О., Гаталяк О. розглядають туризм у 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, що має значний вплив на величезну кількість секторів діяльності сучасного міста, як прямо так і опосередковано, що значно ускладнює поточне управління та планування розвитку міста, вирішення відповідних проблем та створення необхідної політики для адаптації і переходу до сталого розвитку та моделі державно-приватного співробітництва в середовищі міському туризму. Таким чином у сучасному світі міста є центрами розвитку туризму, і відповідно міське середовище неодмінно повинне володіти всім, що здатне підтримувати інтерес туриста: аттрактивність – здатність звертати на себе увагу; експресивність – особлива виразність; меморіальність – зв'язок з пам'ятними подіями, явищами, особистостями; унікальність – одиничність пам'яток; рідкість – раритетність. Локація, фести, культурна спадщина, їжа, туристичні об'єкти – це все складові міського туризму, і саме правильна промоція дає можливість будь якому місту стати цікавим для туристів та провідним за відвіданням. План стійкого розвитку міста передбачає розподіл отриманих від туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини та навколишнього середовища.

Виділяють перспективні напрями в розвитку міського туризму, які були представлені в Стамбульській декларації (2012 р.) по урбан-туриз-

му: економічне стимулювання та розвиток міст; якість життя місцевих мешканців; взаємодія та розвиток шопінг-туризму і міського туризму; взаємодія та розвиток культурно-пізнавального та міського туризму; поєднання ділового та міського туризму [3].

В цілому в залежності від туристської спеціалізації розрізняють наступні види міських туристських центрів: центри культурно-пізнавального туризму, центри ділового туризму, центри туризму, міста-курорти, лікувальні центри і центри паломництва. Багато міст, головним чином великі, і мегаполіси є поліфункціональними. З точки зору організації існує два різновиди міських турів: стаціонарні тури – з перебуванням туристів в одному місті, туристському центрі; маршрутні тури – відвідання кількох міст і центрів пам'яток, вибудоване 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 туристичні центри – столичні міста, такі як Париж, Рим, Лондон, Київ.

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій усі міста мають рівні можливості для розвитку міського (урбан) туризму. Особливо привертають увагу міжнародних туристів світові (глобальні) міста, що вирізняються високим ступенем ділової активності та політичним, економічним та культурним потенціалом. Про це свідчить рейтинг ТОП-20 найвідвідуваніших міст світу [9, с. 2] (таблиця 1).

Таблиця 1

## Найвідвідуваніші іноземними туристами міста та міста найбільших витрат у 2016 р. [9]

№	Місто	Країна	Чисельність відвідувачів млн.	№	Місто	Країна	Витрати відвідувачів млрд. дол.
1	Бангкок	Таїланд	21,47	1	Дубай	ОАЕ	31,3
2	Лондон	Велика Британія	19,88	2	Лондон	Велика Британія	19,76
3	Париж	Франція	18,03	3	Нью-Йорк	США	18,52
4	Дубай	ОАЕ	15,27	4	Бангкок	Таїланд	14,84
5	Нью-Йорк	США	12,75	5	Токіо	Японія	13,48
6	Сінгапур	Сінгапур	12,11	6	Париж	Франція	12,88
7	Куала-Лумпур	Малайзія	12,02	7	Сінгапур	Сінгапур	12,54
8	Стамбул	Туреччина	11,95	8	Сеул	Південна Корея	12,30
9	Токіо	Японія	11,7	9	Куала-Лумпур	Малайзія	11,34
10	Сеул	Південна Корея	10,2	10	Тайбей	Тайвань	9,6
11	Гонконг	Китай	8,37	11	Барселона	Іспанія	9,28
12	Барселона	Іспанія	8,2	12	Маямі	США	8,15
13	Амстердам	Нідерланди	8,0	13	Лос Анджелес	США	8,10
14	Мілан	Італія	7,65	14	Мадрид	Іспанія	8,02
15	Тайбей	Тайвань	7,35	15	Стамбул	Туреччина	7,54
16	Рим	Італія	7,12	16	Гонконг	Китай	6,54
17	Осака	Японія	7,02	17	Сідней	Австралія	6,40
18	Відень	Австрія	6,69	18	Сан-Франциско	США	5,95
19	Шанхай	Китай	6,12	19	Мюнхен	Німеччина	5,32
20	Прага	Чехія	5,81	20	Берлін	Німеччина	5,0

Необхідно зазначити, що на протязі останніх п'яти років триває постійна боротьба за першість між європейським Лондоном та азійським Бангкоком, які час від часу змінюють один одного на першій сходинці. Впевнено займають свої позиції у першій п'ятірці Париж та Дубай. Існує ще один показник оцінки ефективності міста як туристичної дестинації. Він полягає у врахуванні співвідношення кількості міжнародних відвідувань та чисельності населення міста. За цим показником однозначним лідером є Дубай – 5,7 відвідувачів на одного жителя у 2015 р. Інші популярні у міжнародних туристів міста світу мають значно нижчий показник відвідуваності через їх велике населення. Рейтинг міст за витратами міжнародних туристів має дещо інший вигляд, що обумовлено різницею у рівні життя в найпопулярніших туристичних дестинаціях світу. Першість має Дубай, друге місце посідає Лондон.

За останні роки чисельність туристів, які прибувають до м. Києва стабільно зростає. За даними 2016 р. м. Київ відвідало 1,2 млн. іноземних та 0,7 млн. внутрішніх туристів. У 2017 р. місто відвідало 1,5 млн іноземців та біля 2,5 млн внутрішніх туристів. Згідно даних соціального дослідження більше половини іноземних відвідувачів та 70% українців планують своїх подорожі самостійно, користуючись послугами інтернет. Послугами туристичних фірм користуються мало, часто звертаються за допомогою до родичів та друзів. Частіше всього до столиці прибувають з Європи (52,6%), Азії (32,5%) Америка (8,2%), Африка (3,3%). Основний потік українських туристів до столиці прибуває з центральних регіонів – 38,4%, із західних областей – 23,9%, а найменше зі сходу – 21% та півдня – 16,7%. Серед українських відвідувачів міста 57,6% становлять жінки, та 42,4% – чоловіки. Серед іноземних туристів до Києва прибувають в переважній більшості чоловіки (71,1% від загальної чисельності).

Іноземні туристи витрачають в середньому \$150 на добу, а українські втричі менше (близько \$50). Наші співвітчизники в основному проживають у друзів-знайомих, або у хостелах та готують їжу самі. Проте іноземні туристи надають перевагу готельним апартаментам та ресторанам. Зазначимо, що м. Київ входить до топ 10 бюджетних міст Європи.

За даними опитування, основною метою подорожей іноземних туристів є знайомство з пам'ятками історії та архітектури (72,1%), а також відвідання музеїв, виставок (44%), релігійні об'єкти (41,6%). В середньому в Києві туристи перебувають 3-5 днів. У ТОП-10 країн візитерів до Києва увійшли: Ізраїль, США, Німеччина. Білорусь, Туреччина, Великобританія, Азербайджан, Франція, Італія, Грузія. Згідно з очікуванням до 2020 р. чисельність іноземних відвідувачів має досягти 2 млн. Покращення позицій Києва у рейтингу популярних туристичних дестинацій обумовлює необхідність подальшого розвитку інфраструктури, і особливо для подієвого туризму. Зазначимо, що проведення «Євробачення-2017» у Києві дозволило залучити близько 20 тис. іноземців. Перспективними є фестивалі: як «Атлас Вікенд», «Гогольфест»,

Міжнародний кінофестиваль «Молодість», Київський півмарафон, Чемпіонат світу з хокею, Фестиваль вуличної їжі тощо. Також заплановано кілька проектів з реновації історичного центру Подолу та реконструкції Гідропарку, зокрема будівництво парку розваг подібного до Діснейленду, облаштування спортивно-рекреаційної та пляжної зони на Трухановому острові. У проекті «Концепції розвитку велосипедної інфраструктури в Києві» передбачено створення веломаршруту Ірпінь-Київ, створення системи громадського велопрокату. У напрямку вдосконалення туристичної інфраструктури в Києві до 2020 р. заплановано: розпочати будівництво пішохідного мосту, що з'єднає дві туристичні зони – арку Дружби народі та Володимирську гірку; здійснити оновлення сучасними вагонами фунікулеру; оновлення Алеї художників та Пейзажної алеї; благоустрій 10 парків.

В бюджеті міста Києва на 2018 р. на розвиток туризму передбачено 50 млн. грн. Основними напрямками витрат стану: іміджева політика, вдосконалення туристичної інфраструктури (навігація, інформцентри). Також близько 250 тис. спрямують на створення талісману міста [11].

Театралізовані екскурсії, які стали справжнім трендом нинішнього туристичного сезону в Україні. Більшість великих туристичних місць України запровадили поодинокі приклади театралізованих екскурсій. Проект «Анімаційні театралізовані екскурсії став переможцем Пітчінгу проектів, що проводила в Чернігові ГО «ВУМ» спільно з проектом «Активні Громадяни» Британської Ради в Україні. Наразі створено 4 тематичні анімаційні екскурсії визначними пам'ятками міста («Чернігів містичний», «Стежками козацької слави Чернігова», «Чернігів інтелігентний», «Літературний Чернігів: екскурс у 19 сторіччя»). Київ також потребує розширення пропозицій театралізованих екскурсій. Поки найбільш поширеними є театралізовані екскурсії в музеях.

**Висновки і пропозиції.** Отже, міський (урбо) туризм передбачає поїздки, коли метою подорожей туристів є міста або місця з великою густиною населення та базується на комплексному використанні ресурсів міста. В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій усі міста мають можливості для розвитку міського (урбан) туризму. Перспективними напрямками в розвитку міського туризму є: економічне стимулювання та розвиток міст; якість життя місцевих мешканців; 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. Київ потребує розширення пропозицій турпродукту, в т.ч. подієвого туризму.

**Список літератури:**

1. Гаталяк О., Ганич О. Теоретичні підходи до визначення поняття туризму в містах / О. Гаталяк, О. Ганич // Географія. Економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XI наукової конференції з міжнародною участю. – Львів, 2017. – С. 50–55.
2. Городской туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://studopedia.su/14\\_133333\\_gorodskoy-turizm.html](http://studopedia.su/14_133333_gorodskoy-turizm.html).
3. Ліптуга І.Л. Прес-реліз 5-го Глобального Саміту з міського туризму директора департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України / І.Л. Ліптуга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>.
4. Нешков М. Въведение в туризма / М. Нешков, С. Ракаджийска, Т. Дъбева и др. – Варна: Наука и икономика, 2007. – 299 с.
5. Смирнов І.Г. Брендинг міста у туризмі: концептуальні підходи / І.Г. Смирнов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id1680/>.
6. Global Reporton City Tourism – Cities 2012 Project. – AM Reportnesix. – Madrid, 2012. – 53 p.
7. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality [Електронний ресурс] / Ed. S. Medlik. – London: Butterworth-HeinemannEtd. – 1993. – P. 43. – Режим доступу до ресурсу: [www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary\\_of\\_Travel\\_Tourism\\_Hospitality.pdf](http://www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf).
8. Hartmut L. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie / L. Hartmut. – 55 Munchen: Braunschweig, 1997. – 125 p.
9. MasterCard 2016. Global Destination Cities Index 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf>.
10. Neuenfeldt H., Rose O. Stadt tourismus als Wirtschaftsfaktorin Aachen [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.geogr.uni-goettingen.de](http://www.geogr.uni-goettingen.de).
11. Скільки тратят туристи в Києві в сутки. Заголовок з екрану. – Режим доступу: [https://biz.censor.net.ua/news/3047298/inostrantsy\\_v\\_kieve\\_tratyat\\_na\\_projivanie\\_do\\_200\\_v\\_sutki\\_infografika](https://biz.censor.net.ua/news/3047298/inostrantsy_v_kieve_tratyat_na_projivanie_do_200_v_sutki_infografika).

**Фастовець О.А.**

Национальный университет физического воспитания и спорта Украины

**ГОРОДА КАК ЦЕНТРЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО (УРБАН) ТУРИЗМА****Аннотация**

В статье рассмотрено понятие городской (урбан) туризм и его основные характеристики. Составлен рейтинг посещаемости самих популярных городов у иностранных туристов и городов, которые получают наибольшее количество валютных поступлений от туризма. Представлены основные параметры городского туризма в г. Киеве и направления, развитие которых способствует созданию позитивного туристического имиджа города.

**Ключевые слова:** городской (урбан) туризм, туристический имидж города.

**Fastovets O.O.**

National University of Physical Education and Sports of Ukraine

**TOWNS AS CENTRES OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT****Summary**

The article reveals the concepts of urban tourism and its typical features. There has been designed the rating of the most popular towns among foreign visitors and the towns which get the greatest amount of currency income from tourism. The author analyses the indicators that characterize the urban tourism in Kyiv and activities that encourage the creation of the positive image of the town.

**Keywords:** urban tourism, tourist image of the town.