

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-26>

УДК 379.851

Вікторія ХУДАВЕРДІЄВА

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

e-mail: viki75807@gmail.com

РОЗВИТОК МІСЬКОГО ТУРИЗМУ У НАЙБІЛЬШИХ ІСТОРИЧНИХ ЦЕНТРАХ СВІТУ

У статті проаналізовано ключові показники міського туризму, представлені в рейтингах світових лідерів (дослідник «Мастеркард»), а також групи дослідників науково-дослідного центру «Європейський маркетинг міст», представлені основні показники відвідуваності світових міст туристами, доходів, які отримують міста – світові та європейські туристичні центри, наведено основні мотиви відвідування мандрівниками найбільших міст – світових туристичних центрів. Метою статті є аналіз особливостей розвитку туризму у найбільших історичних містах світу. Методологічною базою дослідження є основи наукової діалектики. Основними методами дослідження є порівняно-географічний, статистичний, метод рейтингової оцінки, аналітичний, літературний. Встановлено сутність міського туризму, проведено аналіз особливостей розвитку міського туризму у найбільших історичних містах світу, проаналізовано основні туристичні ресурси міст світу, розкрито особливості видової складової міського туризму.

Ключові слова: міський туризм, рейтинг, привабливість дестинації, європейський маркетинг міст, рейтинг «Мастеркард», «Euromonitor International».

Victoriya KHUDAVERDIYEVA

State Biotechnological University

DEVELOPMENT OF URBAN TOURISM IN THE LARGEST HISTORICAL CENTERS OF THE WORLD

The article presents the main theoretical approaches to urban tourism, defines the etymology of the definitions of "urban tourism" and "urban travel", gives the main motives for visiting the largest cities - world tourist centers by travelers, analyzes the key indicators of urban tourism, presented in the rankings of world leaders - the research group "Mastercard", as well as a group of researchers from the research center European Urban Marketing. The paper presents the main indicators of attendance of world cities by tourists, income received by cities - world and European tourist centers. The purpose of the article is to analyze the features of tourism development in the largest historical cities of the world. The essence of urban tourism is established, an analysis of the features of the development of urban tourism in the largest historical cities of the world is carried out, the main tourist resources of the cities of the world are analyzed, the features of the specific component of urban tourism are revealed, and the formation of a rating of the leading urban tourist centers is proposed. The methodological basis of the study is the foundations of scientific dialectics. The main research methods are comparative geographical, statistical, descriptive, point (rating) assessment, analytical, literary. The scientific novelty lies in the analysis of the perceptual perception of the world's largest historical cities through the eyes of tourists. This study is an important component of organizing a perceptual-tourist analysis of the largest historical cities in the world. Its results contribute to the development of individual components of the tourist cognitive perception of an urbanized territory, the activation of the processes of spiritual-mental, economic-organizational and socio-social convergence of modularly crushed functionally and structurally isolated urban areas among themselves.

Keywords: city tourism, rating, destination attractiveness, financial income, European city marketing, Mastercard rating, Euromonitor International.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Туризм сьогодні є нормою життя і одночасно є однією з галузей економіки, що розвиваються. Сучасний туризм – це непередбачуваний, творчий процес, у якому місто виступає як туристична дестинація. Саме дестинація є предметом туристичного інтересу. Зокрема, зростає інтерес до міст [1]. Зростання інтересу до відвідування великих міст дозволяє виділити новий вид подорожей – міський туризм. Міський туризм – відносно новий напрямок туризму, незважаючи на те, що відвідування міст як географічних або територіально-організаційних елементів – одна з найдавніших форм подорожі, яка відома ще з періоду Стародавньої Греції та Риму. На той час міста відвідували переважно з політичних чи економічних (торговельних) причин. Крім цього, у той період зародилося таке поняття, як подієвий туризм, коли міста відвідували для участі в будь-якій події (наприклад, гладіаторських боїв) [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У 1997 році було сформульовано визначення міського туризму, яке введено в словник загальної географії Г. Лезера [2] у наступному формулюванні: «Міський туризм являє собою короткострокове (зазвичай 1-4 дні) відвідування міста з наступних причин: інтерес до історії чи мистецтва міста, інтерес до відвідування подій та придбання різних видів товарів у цьому місті». Дослідники Г. Нойенфельдт і О. Розе [3] характеризують термін «міський туризм» у двох варіантах в залежності від цілей відвідування міст. Перший варіант передбачає відвідування з особистих причин (для того, щоб насолодитися атмосферою,

оцінити вигляд, зрозуміти спосіб життя міських жителів). У другому варіанті йдеться про відвідування у форматі екскурсійних турів вихідного дня. У подальшому Д. Клок і К. Кестер класифікували та уточнили поняття «міський туризм», заклали основну мету подорожі до міст, зв'язавши відвідування з культурно-пізнавальною сферою, а також з різноманітними міськими заходами [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Сьогодні це молодий напрямок у сфері туризму, незважаючи на те, що переміщення між населеними пунктами – найдавніша форма подорожей. Розвиток міського туризму охоплює значний спектр послуг туристичної промисловості світу. Незважаючи на значну кількість досліджень питання його впливу на розширення та зміцнення культурних зв'язків між містами потребує подальших досліджень. Роль і значення міст у розвитку туризму неухильно підвищуються. Створюючи умови для культурно-історичних вражень, заняття бізнесом, відпочинку, оздоровлення, вони притягують дедалі більше подорожуючих.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз особливостей розвитку туризму у найбільших історичних містах світу. Встановити сутність поняття міського туризму, проаналізувати особливості розвитку міського туризму у найбільших історичних містах світу, проаналізувати основні туристичні ресурси міст світу, розкрити особливості видової складової міського туризму та сутність рейтингу провідних міських туристичних центрів.

Виклад основного матеріалу

Міський туризм акумулює властивості різних видів туризму і в залежності від цілей може характеризуватись як [5] відвідування міст з метою шопінг-туризму; відвідування виставок чи офіційних заходів; як туристичний маршрут з метою огляду пам'яток; ділові поїздки або відрядження; туризм із лікувально-оздоровчими цілями; паломництво та ін. Отже, міський туризм необхідно розглядати як складну соціально-економічну категорію, що інтегрує в собі елементи та напрямки різних видів туристичної діяльності та відображає цільові установки міської подорожі. Сукупність видів туризму, які формують зміст міського туризму з урахуванням їхнього прямого чи непрямого впливу, відображена в таблиці 1. Представлена сукупність елементів дає зрозуміти, що цілісне поняття «міський туризм» поєднує у собі різні типи взаємозв'язків. Непрямий тип означає, що місто може не мати на своїй території певних об'єктів, здатних реалізувати якусь потребу міського туриста. Прямий взаємозв'язок – наявність базових компонентів міського туризму. Тобто без даних об'єктів міський туризм неможливий, наприклад: культурно-історичні центри, музеї та пам'ятники, меморіали та інші пам'ятні місця, пов'язані з історією міста [6–8].

Таблиця 1

Елементи різних видів туризму у межах міського туризму [6]

Види туризму	Опис елемента
Діловий туризм та освітній туризм	Поїздки ділового сегмента за межі місця проживання з метою зміцнення партнерських взаємин, виконання завдань, поставлених компанією перед співробітником, для отримання нової інформації щодо місця роботи. Освітня діяльність, наприклад, вивчення іноземної мови, навчання у закладах вищої освіти у поєднанні з відпочинком тощо.
Подієвий туризм	Організація різних подій, заходів, які є центром тяжіння для туристів.
Культурно-пізнавальний туризм	Збагачення новими знаннями, культурою, історією.
Лікувально-оздоровчий туризм	Відвідування міст, країн з метою відновлення здоров'я та сил, лікування, профілактики захворювань.
Шопінг-туризм	Поїздка в інше місто/країну з метою придбання товарів та послуг, які з будь-якої причини недоступні туристу в місці його постійного проживання.

Міжнародні туристичні агенції, дослідні центри та незалежні компанії регулярно проводять моніторинг відвідуваності держав та великих міст на різних континентах. І якщо у списку країн у першій десятці переважає європейський регіон, то серед населених пунктів, що найбільш відвідують, лідирують представники Азії. Спираючись на аналітичні дослідження та останні звіти компаній зі світовим ім'ям, включаючи Mastercard та Euromonitor International, встановлено рейтинг найбільш відвідуваних міст у світі у 2022 році (табл. 2) [9, 10].

Найвідвідуваніше місто у світі у 2022 році – це Гонконг. Блискучий мегаполіс, розташований у південно-східній частині Китаю, більш ніж на 5 млн щорічних відвідувачів випереджає найближчого попередника – Бангкок, який ще зовсім недавно міцно утримував перше місце. За прогнозами експертів, один із найбільших світових фінансових центрів через кілька років відвідуватимуть не менше 31 млн осіб, а до 2025 року цифра наблизиться до 44 млн. Столиця Таїланду є одним із двох міст у світі із щорічним відвідуванням понад 20 млн осіб. Завдяки яскравому нічному життю, вишуканій кухні та доступним цінам Бангкок приваблює мільйони туристів з різних куточків планети. У місті розташовано безліч історичних

пам'яток, включаючи знамениті буддійські храми, сучасні торгові центри та місця для комфортного відпочинку. До речі, на відміну від Гонконгу, в якому левову частку відвідувачів формують громадяни Китаю, до Бангкока прямують переважно іноземці [9]. Лондон – це найбільш відвідуване місто світу серед європейських держав. Незабаром британська столиця очікує понад 20 млн гостей, а до 2025 року кількість відвідувачів має перевищити 25 млн. Незважаючи на вихід зі складу Євросоюзу, Лондон залишається одним із найважливіших бізнес-центрів планети. Тому до цього міста приїжджають не лише численні туристи, а й велика кількість підприємців та кваліфікованих спеціалістів з-за кордону. Сінгапур – це місто-державу у південно-східній частині Азії та одне з чотирьох «азіатських тигрів». За населення трохи менше 5,9 млн осіб кількість відвідувачів перевищує 16 млн на рік, тобто втричі більше, ніж місцевих жителів. До кінця десятиліття потік може досягти 20 млн. Найчастіше в Сінгапур літають китайці, індонезійці та австралійці. Крім туристичної та ділової складової, іноземців приваблює той факт, що в Сінгапурі одна з найкращих систем медицини у світі.

Таблиця 2

Найбільш відвідувані міста світу у 2022 році (ТОП -10), млн. іноземних туристів [9]

Ранг	Місто	Держава	Кількість іноземних туристів, млн осіб
1	Гонконг	Китай	26,6
2	Бангкок	Таїланд	21,2
3	Лондон	Великобританія	19,2
4	Сінгапур	Сінгапур	16,6
5	Макао	Китай	15,4
6	Дубай	ОАЕ	14,9
7	Париж	Франція	14,4
8	Нью-Йорк	США	12,7
9	Шеньчжень	Китай	12,6
10	Куала-Лумпур	Малайзія	12,3

П'ятірку найбільш відвідуваних міст світу у 2022 році замикає ще один представник Китаю та Азії – Макао. На думку аналітиків, за десять років цей населений пункт прийматиме не менше 25 млн. осіб на рік. Тобто кількість візитів збільшиться на 10 млн. Переважна більшість туристів прибуває до Макао через індустрію розваг, зокрема, гральних закладів. Завдяки сучасним казино цей мегаполіс називають Монте-Карло в Азії чи Лас-Вегас на Сході. Грамотна піар-кампанія світового масштабу дозволила залучити до Дубаї мільйони туристів та бізнесменів [9]. Це найбільш відвідуване місто на Близькому Сході. Загалом Об'єднані Арабські Емірати проводять дуже ефективну політику щодо залучення іноземних інвестицій, розвивають фінансову та туристичну сферу, що в сукупності з величезними нафтовими запасами дозволяє державі перебувати в десятці найбагатших країн світу.

Зрозуміло, що рейтинг найбільш відвідуваних міст планети не може обійтися без французької столиці. Незважаючи на трагічні події, пов'язані з терористичними актами кілька років тому, Париж залишається одним із найпривабливіших для туристів міст у Європі. Жодна пам'ятка архітектури щорічно не приймає стільки відвідувачів, як Ейфелева вежа. Францію загалом відвідує близько 90 млн. осіб на рік. Це найвищий показник у світі. На восьмому місці знаходиться Нью-Йорк. Незважаючи на здачу позицій в останні роки, Нью-Йорк, як і раніше, знаходиться в десятці найбільш відвідуваних міст світу. Це найбільший американський мегаполіс та центр міжнародної торгівлі. Тут розташовані штаб-квартири провідних міжнародних організацій та компаній від ООН до Calvin Klein Inc. Про працевлаштування у Нью-Йорку мріють не лише громадяни США, а й десятки тисяч мігрантів із різних країн. Життя у «Великому яблуку» ніколи не зупиняється [9].

У списку найбільш відвідуваних у світі міст розташувався третій представник Китаю – Шеньчжень. Населений пункт знаходиться в південній частині країни і виступає своєрідним мостом між материковим Китаєм і Гонконгом. Це одне з найбільших міст світу як по населенню, так і за рівнем технологічного розвитку. Найважливіший торговельний, транспортний та фінансовий центр держави. Рейтинг ТОП-10 найбільш відвідуваних міст у світі замикає ще один азіатський мегаполіс – Куала-Лумпур. За різними оцінками, до 2025 року столиця Малайзії прийматиме щонайменше 20 млн осіб на рік. Вже сьогодні місто випереджає такі великі та популярні у всьому світі населені пункти, як Рим, Токіо, Стамбул, Сеул та Шанхай. Куала-Лумпур пропонує туристам безліч найцікавіших пам'яток та програм розваг [9]. За офіційними даними Всесвітньої туристської організації ООН, найбільш відвідувані країни світу – це Франція, Іспанія та США. Щороку до цих трьох держав приїжджає понад 250 млн осіб. Вплив міського туризму на економіку окремих регіонів полягає у значному зростанні ВВП, позначається на формуванні міського середовища, що, у свою чергу, підвищує рівень якості життя населення. Крім цього міський туризм надає пролонгований вплив на економічний розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, торгівля, виготовлення сувенірної продукції і т. д.; є одним із рушійних факторів соціально-економічного розвитку регіону.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

У результаті проведеного аналізу можна відзначити, що У ХХІ столітті міський туризм можна розглядати як своєрідний феномен сучасного світу. Вплив міського туризму можна побачити у різних галузях життєдіяльності соціуму. Він впливає на економічну, соціокультурну, інноваційну сфери життєдіяльності суспільства [2, 5]. Розвиток міського туризму сприяє поглибленню та розвитку культурних зв'язків між містами та регіонами. Міський туризм дає можливість набагато краще дізнатися місцевих жителів, зрозуміти характер, темп і стиль життя городян, з'ясувати національні особливості та мотиви поведінки мешканців. Можна констатувати, що розвиток міського туризму у регіоні сприяє розвитку суміжних галузей, що, своєю чергою, дає можливість отримати мультиплікативний ефект, зокрема: сприяє розвитку та збільшенню завантаження засобів розміщення; впливає на вдосконалення міської інфраструктури; доходи, залучені з допомогою туризму, реалізують в розвитку міського господарства; впливає на соціальне життя регіону; оптимізує екологічну обстановку та режим природокористування; створює вторинний попит на продукти, послуги і т. д.

Отже, варто підкреслити, що активізація міського туризму дозволяє отримати додатковий ресурс у вигляді фінансових відрахувань до бюджету регіону, які при правильному використанні можуть бути спрямовані на утримання пам'яток архітектури, благоустрій міського простору та облагородження території. Міський туризм впливає на розвиток інфраструктури міста, сприяє зростанню інвестицій, ініціює розвиток соціальної складової.

Література

1. Любцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2019. 436 с.
2. Hartmut Leser (Hrsg.) Diercke Wrtter-buch Allgemeine Geographie. Leser Hartmut. Mьnchen, Braunschweig, 1997. 125 p.
3. Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose. Stadttou-rismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. URL: <https://www.geogr.uni-goettingen.de>
4. Севрюков, І.Ю., Нюренбергер Л.Б., Петренко Н.Є. Конгрес-туризм як драйвер зростання регіональних та національних економік. Інновації та інвестиції. 2019. № 5. С. 322–327.
5. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія. За ред. І.М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2019. 284 с.
6. Міщенко В.В. Практика реалізації державних програм у регіонах: підсумки, проблеми, перспективи. Бізнес. Освіта. Право. 2019. № 2. С. 42–48.
7. Суринов Р. Діловий туризм сьогодні та завтра: думка 14.07.21. URL: <https://www.pixabay.com>
8. Звіт "SKift-x-TripActions - The State of Corporate T&E 2021". URL: <https://www.skift-x-tripactions>
9. Mastercard Global Destination Cities Index 2021. URL: <https://newsroom.mastercard.com/digital-press-kits/mastercard-global-destination-cities-index>.
10. European Cities Marketing Benchmarking Report 2021. URL: <https://www.europeancitiesmarketing.com/european-cities-marketing-benchmarking-report-confirms-the-resilience-of-european-cities>

References

1. Liubscheva, O.O. (2019). Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty). K.: Al'terpres. 436 s.
2. Hartmut, Leser (Hrsg.) (1997). Diercke Wrtter-buch Allgemeine Geographie. M'nchen, Braunschweig, 1997. 125 p.
3. Neuenfeldt, Henrike, Olaf, Rose (2000). Stadttou-rismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. URL: <https://www.geogr.uni-goettingen.de>
4. Sevriukov, I.Yu., Niurenberher, L.B., Petrenko, N.Ye. (2019). Konhres-turyzm iak drajver zrostannia rehional'nykh ta natsional'nykh ekonomik. Innovatsii ta investysii. № 5. pp. 322–327.
5. Turyzm i misto: dosvid, problemy ta perspektyvy: monohrafiia. Za red. I.M. Pysarevs'koho. Kharkiv: KhNAMH, 2019. 284 s.
6. Mischenko, V.V. (2019). Praktyka realizatsii derzhavnykh proham u rehionakh: pidsumky, problemy, perspektyvy. Biznes. Osvita. Pravo. № 2. S. 42–48.
7. Surinov, R. (2021). Dilovyj turyzm s'ohodni ta zavtra: dumka 14.07.21. URL: <https://www.pixabay.com>
8. Zvit "SKift-x-TripActions - The State of Corporate T&E 2021" . URL: <https://www.skift-x-tripactions>
9. Mastercard Global Destination Cities Index 2021. URL: <https://newsroom.mastercard.com/digital-press-kits/mastercard-global-destination-cities-index>.
10. European Cities Marketing Benchmarking Report 2021. URL: <https://www.europeancitiesmarketing.com/european-cities-marketing-benchmarking-report-confirms-the-resilience-of-european-cities>