

УДК 338.48

**Маргарита СЛАБЛЮК, Валентина ОЛІЙНИК**

*Одеська національна академія харчових технологій*

## **СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МІСЬКОГО ТУРИЗМУ**

Туризм як явище виник і розвивається переважно в середовищі міської культури та міського способу життя. Саме міські жителі в прагненні подорожувати та досліджувати інші країни, землі і регіони сформували активне ставлення людини до тимчасової зміни місця перебування з пізнавальною, культурною, релігійною, рекреаційною, комерційною, діловою метою. Ще з античних часів збереглися відомості про подорожі між містами стародавньої Греції та Риму, переважно торговельно-комерційного характеру, а також з політичних, рекреаційно-оздоровчих міркувань, для проведення дозвілля і організації розваг. Варто згадати лише знамениті гладіаторські змагання в Римі, що збирали глядачів з різних куточків імперії, або відомі римські курорти в містах Куми і Байї, про які так образно і щиро писав Гай Юній Ювенал у своїх «Сатирах» [1].

Найперші організовані туристські подорожі, як правило, мали характер паломництва до святих сакральних місць. Але і тоді вони були пов'язані переважно з містами чи поселеннями, де б перебували культові предмети і споруди, проживали видатні релігійні діячі, відбувалися масові релігійні заходи. Навіть класична перша туристська подорож Томаса Кука в 1841 році була здійснена в Англії між містами Лейстер та Лафборо. Міжміські подорожі ставали дедалі більш інтенсивними та регулярними із розвитком капіталістичних відносин. І справа тут полягає не лише в активізації ділових та торговельно-комерційних поїздок, а в тому, що із розвитком взаємних економічних відносин як в межах однієї країни, так і на міжнародному рівні люди почали прагнути глибше дослідити та пізнати культурну, історичну, релігійну, побутову спадщину і традиції одне одного, зрозуміти внутрішню сутність, «образ міста», відчути його мешканців, характер і стиль життя, його *modus vivendi* (спосіб існування (лат.)) [3].

Розуміння сутності «міського туризму» виникло в Європі лише у 1980 році в Німеччині. Видатні економісти й географи Гартмут Лезер,

Генріх Нойенфельдт та Олаф Розе (Hartmut Leser, Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose) запропонували поняття «міський туризм» (Städtetourismus – нім.) для виокремлення особливого виду туристичної діяльності, що пов'язаний із відвідуванням міст з різною пізнавальною, комерційною та культурно-розважальною метою. Так, у словнику Г. Лезера (1997 р.) сказано: «Міський туризм являє собою короткострокове (зазвичай 1–4 дні) відвідування міста з таких причин: інтерес до історії або мистецтва міста, інтерес до відвідування подій і придбання різних видів товарів в цьому місті. Міська подорож відбувається як індивідуально, так і в групі. Часто міська подорож проводиться у формі екскурсії на вихідних» [5].

Генріх Нойенфельдт та Олаф Розе дещо розширили погляди Гартмута Лезера. На їхню думку, туристи можуть відвідувати місто як з особистих причин (щоб помилуватися красою міста, відчути його «душу»), так і через інші обставини. У цьому випадку міський туризм, на думку зазначених авторів, перемежовується з «екскурсійними турами для огляду визначних пам'яток, подієвим туризмом, відвідуванням міста з метою провести в ньому вечір, відвідуванням міста з метою покупок, індивідуальними подорожами з діловою метою, відвідуванням міста з метою присутності на засіданні, відвідуванням конгресів та конференцій, відвідуванням ярмарків, відвідуванням міста з оздоровчою метою, паломництвом» [5].

Мета відвідування міст має надзвичайно широку тематику, але слід виокремити два головні фактори: природну, культурну, економічну, функціональну складові міста та ціль візиту самого туриста.

Європейські міста тривалий час становили основу розвитку міського туризму. Кожне з них має свій незрівнянний колорит, кожне має унікальну та самобутню історію, давні історичні традиції, події, легенди, спогади. У 2014 році Лондон (17,3 млн відвідувачів) перемістився на 2 місце після Гонконгу, Париж – на 7 місце (14,9 млн відвідувачів). Замікає десятку найпопулярніших міст Стамбул із показником 11,3 млн відвідувачів [4].

Основною передумовою становлення Одеси провідним туристичним та рекреаційним центром України є особливості її географічного розташування, значна кількість історико-архітектурних об'єктів. Одеська область, згідно з Державною стратегією регіонального розвитку до 2020

року, належить до тих регіонів України, де пріоритетним напрямком розвитку на державному рівні визначено розвиток рекреаційно-туристичної сфери.

Місто має у своєму розпорядженні туристичні бренди всеукраїнсько-го й світового значення – Потьомкінські сходи, Французький бульвар, Одеський національний академічний театр опери та балету, «Аркадія», вулиця Дерibasівська, Одеські катакомби та ін., що забезпечує конкурентоздатність туристичної сфери міста. Програма соціально-економічного розвитку міста Одеси на 2017 рік передбачає реконструкцію й модернізацію історичного центру міста, що своєю чергою сформує додатковий імпульс розвитку міського туризму Одеси.

За 2016 рік Одесу відвідали туристи з 114 країн світу. Про це свідчать дані моніторингу статистичних даних, який уже другий рік проводять Агентство з питань інвестицій та розвитку Одеської ОДА спільно з оператором «Київстар». Кількість туристів, які відвідали Одесу у 2016 році становить 2,5 млн осіб. Зростання кількості туристів за останні роки наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Кількість туристів, що відвідували Одесу у 2014–2016 рр.**

Рік	Кількість туристів, млн.	Зростання, %
2014	1	–
2015	1,5	50
2016	2,5	66,7

Відсотковий розподіл туристів, що в'їхали на територію Одеси за країнами, з яких вони приїхали, має такий вигляд: Україна – 83,98 %, Білорусь – 6,7 %, Росія – 3,38 %, Польща – 1,1 %, Китай – 1,1 %, Туреччина – 0,75 %, Єгипет – 0,75 %, Румунія – 0,37 %, Молдова – 0,37 %, Швеція – 0,37 %, Франція – 0,37 %, Індонезія – 0,37 %, Японія – 0,37 %. Порівняно із 2015 роком на першому місці серед іноземних громадян були американці. Найбільше українських гостей приїжджало до Одеси з Київської (26 %), Миколаївської (12,7 %), Вінницької (11,4 %), Дніпропетровської (5,7 %) і Львівської (5,1 %) областей [2].

Найбільша кількість гостей була зафіксована в серпні – понад 600 тис. українців і 110 тис. іноземців. Найменше туристів в Одесі було в січні – 100 тис. українців і 40 тис. громадян інших країн. Згідно з даними

адміністрації Державної прикордонної служби, цілями відвідування були: приватна, туристична, службова, ділова, релігійна, спортивна та інші. Середня тривалість перебування туристів в Одесі становить 1–5 днів (35,4 %).

Згідно з даними Департаменту культури і туризму Одеської міської ради, загальні розміри туристичного збору за рік збільшилися майже вдвічі – з 2,5 до 4,6 мільйона гривень (2016 р.). Щодо вибору варіантів розміщення туристів в Одесі, то значно переважає випереджає оренда квартир (44,8 %), далі – розміщення у друзів/родичів (18,4 %), готелі (15,6 %), бази відпочинку (10,8 %), хостели (8 %), санаторії (2,4 %) [2].

Розподіл туристів за віковими групами:

- 30,3 % – 18–29 років;
- 38,5 % – 30–39 років;
- 18,5 % – 40–49 років;
- 12,6 % – 50 і більше.

Значну роль у підвищенні кількості туристів зіграв фестивальний рух, який набрав обертів в Одесі впродовж двох останніх років. Також у місті ведеться робота зі встановлення покажчиків, карт і дорожніх знаків іноземними мовами, активна робота з реконструкції і модернізації історичного центру міста, музеїв і відкриття нових культурних закладів. Також величезне значення у залученні туристів має кампанія, спрямована на подолання сезонності – «Одеса 365». Таким чином, у не курортну пору року Одеса є культурним і науково-просвітницьким центром, центром підприємницької діяльності та бізнесу завдяки великій кількості різних тренінгів, майстер-класів та конференцій.

Проаналізувавши дані, спостерігаємо деяку зміну туристичного потоку до Одеси: раніше місто відвідували туристи переважно з країн Європи та Північної Америки, зараз же долучаються азіатські потоки туристів. Отже, місто розширює географію туристів, що прибувають.

Визначальним фактором для успішного розвитку міського туризму є благоустрій міського середовища, продумана містобудівна політика, тобто цілеспрямована діяльність щодо формування сприятливого середовища проживання з урахуванням історично сформованого розселення, перспектив соціально-економічного розвитку території, національно-етнічних та інших місцевих особливостей.

### **Список використаних джерел**

1. Глибовець В. Л. Рекреаційно-туристичні ресурси столиць Європи : монографія / В. Л. Глибовець. – Київ : Прінт Сервіс, 2014. – 172 с.
2. Звіт про хід виконання Програми розвитку туризму в м. Одесі на 2016–2020 рр. / Департамент культури і туризму Одеської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odessatourism.org>.
3. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева ; Київськ. ун-тет туризму, економіки і права. – Київ : Альтер-прес, 2002. – 436 с.
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org>.
5. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2011. – 284 с.