

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-66>

УДК 338.48-44(1-21)(477.46)

РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ

REALITIES AND PROSPECTS OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT CHERKASY REGION

Слатвінська Леся Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент,

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6747-2374>**Slatvinska Lesia**

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

У статті на прикладі Черкаського регіону досліджено передумови розвитку міського туризму, який орієнтований на задоволення потреб туристів із врахуванням наслідків впливу туризму на соціально-економічний розвиток міста та людські ресурси. У дослідженні зазначено, що високий рівень популярності міського туризму в регіоні пояснюється його унікальною архітектурою та привабливою студентською інфраструктурою, наявністю широкого спектру спортивних та культурно-розважальних заходів, програм, розвитком інноваційно-технологічних, ландшафтних та природних парків, ділових осередків та торговельної інфраструктури тощо. У дослідженні систематизовано фактори розвитку міського туризму з економічної, соціальної, культурної та екологічної точок зору. Обґрунтовано напрями удосконалення системи розвитку туризму з урахуванням вимог суттєвої активізації впровадження інноваційних технологій і стандартів сучасного суспільства як мотиватора розвитку міського туризму.

Ключові слова: міський туризм, туристичний імідж міста, туристичний бренд, урбан туризм, туристичний магніт.

В работе на примере Черкасского региона исследованы условия развития городского туризма, ориентированы на удовлетворение потребностей туристов с учетом последствий влияния туризма на социально-экономическое развитие города и человеческие ресурсы. Отмечено, что высокий уровень популярности городского туризма в регионе объясняется его уникальной архитектурой и привлекательной студенческой инфраструктурой, наличием широкого спектра спортивных и культурно-развлекательных мероприятий, программ, развитием инновационно-технологических, ландшафтных природных парков, деловых ячеек и торговой инфраструктуры. В исследовании систематизированы факторы развития городского туризма с экономической, социальной, культурной и экологической точек зрения. Обоснованы направления усовершенствования системы развития туризма с учетом требований существенной активизации внедрения инновационных технологий и стандартов современного общества как мотиватора развития городского туризма.

Ключевые слова: городской туризм, туристический имидж города, туристический бренд, урбан-туризм, туристический магнит.

In the conditions of modern globalization and European integration transformations, tourism becomes one of the fastest growing branches of the economy of the city, region, country. This is due not only to the economic factors of the functioning of the community of the city, society, but also to the environmental, cultural and social aspects. The study considers the development of urban tourism as a key area for promoting the historical and cultural heritage of cities among tourists. The work on the example of Cherkasy region explores the concept of urban tourism, which is focused on meeting the needs of tourists. It is proposed to take into account the effects of tourism on the socio-economic development of the city and the environment, human resources. The study systematizes the benefits of urban tourism from an economic, social, cultural and environmental point of view. The paper examines the potential of the Cherkasy region to preserve its cultural heritage and individual uniqueness, taking into account its growing popularity as a tourist destination. It is noted that the high level of popularity of urban tourism in the region is due to its unique architecture and attractive student infrastructure, the presence of a wide range of sports and cultural activities, programs, development of innovation-technological-landscape nature parks and trade infrastructure. The results of this study can be used to determine the role of the public and private sector in the development of urban tourism in the region, to assess the degree of its impact on the performance of developed cities. The purpose of the conceptual support of urban tourism is the implementation of measures and projects necessary to create sustainable

ideas about the region. Tourism in the cities is an area that has a significant impact on a huge number of sectors of the modern city, which greatly complicates the current management and planning of urban development, solving problems and creating the necessary policies for adaptation and sustainable development together with models of public-private cooperation in the environment of urban tourism.

Keywords: city tourism, tourist image of the city, tourist brand, urban tourism, travel magnet.

Постановка проблеми. В даний час в туристично-рекреаційному секторі економіки спостерігається інтенсивне формування різних бізнес-процесів усіх сфер діяльності, платформи для яких є стратегії галузевого, національного, міжнародних, інтегрованих рівнів. Як правило, першими кроками цих процесів є партнерство регіональних та місцевих кіл, яке базується на основі спільного розуміння ситуації та бачення майбутніх змін, зокрема, формування нових туристичних ринків. В умовах, що нині формуються, міста на туристичному ринку виступають як окремі об'єкти туристичного попиту, тому традиційно популярним є міський туризм. Але з економічної точки зору, не всі міста Черкащини мають однакові природні характеристики, котрі роблять їх привабливими для проживання, праці, здійснення інвестицій, розвитку туризму тощо. Міста мають неоднакові економічні, соціальні чи екологічні можливості, що впливають на їх привабливість для здійснення господарської, туристичної діяльності. Економічний та соціальний розвиток у деяких містах значно повільніший, ніж в інших. Проте основним ресурсом будь-якого міста є його мешканці, інституції та співпраця між ними. Цей чинник міг мати меншу вагу в минулому, але сьогодні він є ключем до успішного майбутнього. Досвід показує, що успішними стають ті міста, регіони та комплекси, які вдало розвивають власну внутрішню спроможність та поліпшують ті внутрішні умови, які впливають на інвестиції та підтримують їх. Тому такий стан пояснює актуальність дослідження і вивчення проблеми удосконалення системи розвитку міського туризму з урахуванням вимог суттєвої активізації впровадження інноваційних технологій і стандартів сучасного суспільства як мотиватора розвитку міського туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема розвитку міського туризму привернула увагу експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), експерти відносять до міського туризму поїздки, якщо метою подорожей туристів є міста або місця з великою густотою населення [6]. Проблематику розвитку міського туризму досліджували європейські вчені. У дослідженні нами підтримується думка Ш. Мд. А. Хакім, Мд. Ю. Х. Хан

Портсмутської Бізнес-школи, Портсмутського Університету (Портсмут, Англія) [10] дослідниками розглядається розвиток міського туризму як ключовий напрям популяризації історичної та культурної спадщини міста серед туристів. В роботі на прикладі міста Кембридж (Великобританія) цими авторами досліджено концепцію міського туризму, яка орієнтована на задоволення потреб туристів. При цьому запропоновано враховувати наслідки впливу туризму на навколишнє природне середовище.

Енциклопедичне визначення «міського туризму» здійснили іноземні дослідники серед яких британський – С. Медлік [7], німецькі – Хартмут Лезер [8] та Генріх Нойенфельдт та Олаф Розе [9]. Законом України «Про туризм» [11] визначено тільки поняття сільського туризму. На думку вітчизняної дослідниці Фастовець О. О. – міський (урбо) туризм передбачає поїздки, коли метою подорожей туристів є міста або місця з великою густотою населення та базується на комплексному використанні ресурсів міста. Науковець відмічає, що в умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій усі міста мають можливості для розвитку міського (урбан) туризму [12].

Мета статті. Головною метою даної статті є висвітлення результатів дослідження сучасного стану поступу міського туризму регіону та визначення основних його ефектів впливу на розвиток міст їх громад і туристів.

Виклад основного матеріалу. Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати як самостійний вид економічної діяльності і як міжгалузевий комплекс. Розвиток туристичної галузі є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем та постійну мінливість внутрішнього. Тому важливо визначити, які саме фактори обумовлюють збалансованість та ефективність використання туристичного потенціалу [1].

Генеральний секретар Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), відзначив, що безпрецедентний виклик пандемії COVID-19 – криза і можливість переосмислити туристичний сектор та його внесок у життя людей та

планети; можливість покращити розвиток до більш стійкого, інклюзивного та стійкого туристичного сектору, який забезпечить широке та справедливе користування перевагами туризму [2]. Тому найближчі 7 років ефективність розвитку кожного регіону значною мірою залежатиме від того, як саме буде побудований процес стратегічного планування та управління.

Відзначимо, що Угода про асоціацію з ЄС передбачає, що до кінця 2025 року Україна повинна максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС та імплементувати у вітчизняне законодавство положення близько 350-ти директив, регламентів та рішень ЄС, що позитивно відображатиметься на розвитку туристичної діяльності [3]. Черкаська область одна із перших розпочала роботу над розробкою Стратегії розвитку Черкаської області до 2027 року, з урахуванням SMART-спеціалізації.

Удосконалення системи стратегічного планування регіонального розвитку є одним із основних завдань державної регіональної політики. Від обґрунтованості та виваженості формування Державної стратегії регіонального розвитку та регіональних стратегій розвитку залежить ефективність державної регіональної політики та перспективи фінансового забезпечення заходів реалізації стратегій. Маючи чітко виражений європейський вектор суспільного розвитку Україні необхідно гармонізувати підходи вітчизняного стратегічного планування з європейськими [4].

Розв'язання деяких проблем не завжди вимагає значних коштів, якщо регіональні та місцеві зацікавлені сторони, співпрацюючи один з одним, можуть щось робити, принаймні, з точки зору ініціювання процесу розвитку.

National Tourism Organization of Ukraine у партнерстві із World Tourism Cities Federation оголошено 2021 роком міського туризму. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) «Міський туризм – це вид туристичної діяльності, яка здійснюється в міських просторах, для яких характерна несільськогосподарська економіка, розвинена промисловість, торгівля, сфера послуг, і які є вузловими транспортними пунктами. Міста мають широке розмаїття культурних, архітектурних, технологічних, соціальних і природних вражень, а також місць для відпочинку і бізнесу» [5].

За даними Організації Об'єднаних Націй 55% населення світу вже проживає в містах, а до 2030-го року очікується, що ця частка

досягне 60%, а до 2050-го – 70%. Міста і метрополії в усьому світі є центрами тяжіння людей, подій, фінансових та інших ресурсів. Міста притягують до себе людей розвитком цивілізації, системою освіти, робочими місцями, економічним зростанням і потоком інформації. При цьому, важливо усвідомлювати, що сталий розвиток будь-якого регіону, можливий лише при дотриманні економічного, соціального та екологічного балансу і рівномірного територіального розподілу населення регіонах, а це передбачає гармонійний розвиток великих метрополій і сусідніх з ними невеликих міст та сіл з правильним кількісним розподілом населення в них і турботою про навколишнє середовище [5].

З точки зору Національної туристичної організації України, сектор туризму – один з ключових компонентів економіки, соціального життя багатьох міст світу і тому є центральним елементом стратегій та політики міського розвитку. Міський або «урбан-туризм» може являти собою рушійну силу в розвитку міст, робити міста більш відкритими, безпечними, життєздатними і стійкими. Туризм безперечно розвиває в містах зони відпочинку, покращує інфраструктуру, мобільність, доступність, умови життя як для місцевого населення, так і комфортне перебування для туристів, відвідувачів. Реалізація потенціалу туризму як інструменту сталого та інклюзивного зростання міст вимагає багатостороннього і багаторівневого підходу, заснованого на тісній співпраці між туристичними та нетуристичними структурами в міських радах та адміністраціях, а також постійну системну та комплексну взаємодію з приватним сектором, місцевим населенням і самими туристами [5].

«Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2021–2027 роки» [13] розроблена на виконання вимог статей 8, 12 Закону України «Про туризм» [11] та розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03. 2017 року № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [14].

Однією із операційних цілей Стратегії розвитку Черкаської області на період 2021–2027 роки, затвердженої рішенням Черкаської обласної ради від 11.09.2020 № 38-9/VII визначено маркетинг і туристичний брендинг територій. Туристичний потенціал області дозволяє розвивати на своїй території майже всі види сучасного туризму. «Програма розвитку туризму в м. Умань на 2021–2023 роки» [15] зосереджена на розвитку міського туризму.

У регіоні для розвитку туристичної сфери є ряд передумов: розгалужена мережа транспортних коридорів, наближеність до столиці держави, можливість залучення всіх видів транспорту (автодорожнього, залізничного, водного, повітряного), сприятливий бізнес-клімат, умови для розвитку екотуризму та розбудови туристично-рекреаційних комплексів, історико-культурний потенціал, мальовничі ландшафти, привабливі туристичні маршрути, архітектурні пам'ятки, мережа територій, об'єктів природно-заповідного фонду.

Станом на 1 січня 2015 року населення області становило 1,251 тис. осіб. Міське населення становило 710 тис. осіб (57 %), сільське – 541 тис. осіб (43%). На території області є 855 населених пунктів із них 16 міст [13]. Туристичною діяльністю у регіоні займаються близько 250 суб'єктів підприємницької діяльності, з яких 20 здійснюють діяльність туристичних операторів. За останні роки їх кількість збільшилася, що свідчить про перспективи розвитку туристичної галузі, попит на туристичні послуги та підтримку підприємницької ініціативи. У 2020 році у Черкаській області з'явився бренд «Черкащина – місце сили», який допомагає регіонам ефективніше будувати власні конкурентні переваги, залучати інвестиції, туристів та експортувати власні продукти.

Туризм у 16 містах Черкаського регіону є сферою, що має значний вплив на величезну кількість секторів діяльності громади 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, на сучасному етапі розвитку міст Черкаського регіону, 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 відвіданям. План стійкого розвитку міста повинен передбачати розподіл отриманих від туризму прибутків

на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини та навколишнього середовища.

Враховуючи рекомендації національної туристичної організації України (НТОУ) [5] та аналізуючи передумови, що зумовлюють формування міського туризму у містах Черкаського регіону [13], виділено фактори розвитку та умови суттєвої активізації впровадження інноваційних технологій і стандартів сучасного суспільства як мотиватора розвитку міського туризму, які він забезпечує: сталий розвиток – забезпечує інклюзію, безпеку, життєздатність і стійкість для жителів і відвідувачів; консолідація – постійна і тісна комунікація, координація, кооперація та колаборація бізнесу, органів влади та місцевих жителів; стратегічний підхід – заснований на принципах інноваційності, технологічності, доступності, сталості та ефективної моделі управління дестинаціями через системне публічно-приватне партнерство та колаборацію; людські ресурси – розвиток людських талантів, удосконалення системи освіти і професійної підготовки кадрів, що зайняті в сфері туризму та індустрії подорожей; безпека та якість – вагомні умови розвитку міського туризму, адже туристичний продукт в містах являє собою ланцюг різних послуг і продуктів, сервісів; статистика та аналітика – розвиток системи збору статистичних даних в міському туризмі через традиційні та альтернативні канали, включаючи аналітику доступної big data технологічних компаній; інвестиції – залучення міжнародних грантових, державних, а також приватних і прямих іноземних інвестицій в розвиток інфраструктури туристичного сектора; сезонність – для зниження фактора сезонності необхідно формувати узгоджені календарі заходів; ефект смарт міста – впровадження нових технологій в урбаністиці, логістиці, мобільності, доступності, навігації в містах; універсальність – розвиток таких видів туризму як: культурний та історичний, діловий, подієвий і фестивальний; шопінг туризм, індустріальний, гастрономічний, медичний.

Експерти НТОУ виходячи із основних цілей розвитку сталого туризму в Україні [5] рекомендують з місцевих лідерів думок та активних громадян формувати спільноти амбасадорів міст, які будуть популяризувати свої міста для туризму і подорожей. Крім цього, потрібно виховувати культуру бізнес-підприємництва, гостинності та толерантності у мешканців міст.

Висновки. В дослідженні проаналізовано передумови розвитку міського туризму, на при-

кладі Черкаського регіону, який орієнтований на задоволення потреб туристів. Визначено фактори розвитку міського туризму з економічної, соціальної, культурної та екологічної точки зору.

Відзначено, що високий рівень перспектив популярності міського туризму в регіоні пояснюється його унікальною архітектурою та привабливою студентською інфраструктурою, наявністю широкого спектру спортивних та культурно-розважальних заходів, програм, розвитком інноваційно-технологічних-ланд-

шафтних, природних парків, ділових осередків та торговельної інфраструктури. При цьому запропоновано враховувати наслідки впливу туризму на соціально-економічний розвиток міста та людські ресурси.

Важливим результатом є обґрунтування удосконалення системи розвитку міського туризму з урахуванням вимог суттєвої активізації впровадження інноваційних технологій і стандартів сучасного суспільства як мотива-тора розвитку міського туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гризовська Л. О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом. URL: https://www.bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/24.pdf (дата звернення: 15.09.2021).
2. Всесвітня туристична організація (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19> (дата звернення: 15.09.2021).
3. Впровадження підходу Європейського Союзу до регіонального розвитку щодо смарт-спеціалізації. URL: <https://www.rozvytok.in.ua/4247-vprovadzhenia-pidkhotu-yevropeiskoho-soiuzu-do-rehionalnoho-rozvytku-shchodo-smart-spetsializatsii-3> (дата звернення: 15.09.2021).
4. Методологія планування регіонального розвитку в Україні. URL https://www.docs.google.com/document/d/1ecQO_A57SLKehKhMPS_YhGS1ZttC75s/edit#heading=h.1t3h5sf (дата звернення: 15.09.2021).
5. National Tourism Organization of Ukraine. URL: http://www.ntoukraine.org/year2021_ua.html (дата звернення: 15.09.2021).
6. Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. AM Reportnesix. Madrid, 2012. 53 p.
7. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed. S. Medlik. London : ButterworthHeinemannEtd, 1993. P. 43. URL: www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf (дата звернення: 15.09.2021).
8. Hartmut L. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie / L. Hartmut. 55 Munchen : Braunschweig, 1997. 125 p.
9. Neuenfeldt H., Rose O. Stadt tourismus als Wirtschaftsfaktorin Aachen. URL: www.geogr.uni-goettingen.de (дата звернення: 15.09.2021).
10. Hakeem, S. M. A., & Khan, M. Y. (2018) Urban tourism: the perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 268–275. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-24>
11. Закон України «Про туризм». URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 15.09.2021).
12. Фастовець О. О. Міста як центри розвитку міського (урбан) туризму. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/4.2/42.pdf> (дата звернення: 30.09.2021).
13. Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2021–2027 роки. URL: <https://strategy2027-ck.gov.ua/2020/09/11/pryjniyato-strategiyu-rozvytku-cherkashynny-na-2021-2027-roky/> (дата звернення: 15.09.2021).
14. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <http://www.kmu.gov.ua/pras/24982650> (дата звернення: 15.09.2021).
15. Програма розвитку туризму в м. Умань на 2021–2023 роки. URL: <https://www.umany-rada.gov.ua> (дата звернення: 15.09.2021).

REFERENCES:

1. Gryzovska L.O. Features and current trends in tourism business management in Ukraine. Available at: https://www.bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/24.pdf (accessed 15 December 2021).
2. UNWTO. Available at: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>
3. Implementation of the European Union's approach to regional development on smart specialization. Available at: <https://www.rozvytok.in.ua/4247-vprovadzhenia-pidkhotu-yevropeiskoho-soiuzu-do-rehionalnoho-rozvytku-shchodo-smart-spetsializatsii-3> (accessed 15 December 2021).
4. Methodology of regional development planning in Ukraine. Available at: https://www.docs.google.com/document/d/1ecQO_A57SLKehKhMPS_YhGS1ZttC75s/edit#heading=h.1t3h5sf (accessed 15 December 2021).
5. National Tourism Organization of Ukraine. Available at: http://www.ntoukraine.org/year2021_ua.html (accessed 15 December 2021).

6. Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. AM Reportnesix. Madrid, 2012. 53 p.
7. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality (1993) / Ed. S. Medlik. London: ButterworthHeinemannEtd, p. 43. Available at: www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf (accessed 15 December 2021).
8. Hartmut L. (1997) Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie / L. Hartmut. 55 Munchen: Braunschweig, 125 p.
9. Neuenfeldt H., Rose O. Stadt tourismus als Wirtschaftsfaktorin Aachen. Available at: www.geogr.uni-goettingen.de (accessed 15 December 2021).
10. Hakeem, S. M. A., & Khan, M. Y. (2018) Urban tourism: the perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 268–275. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-24>
11. Law of Ukraine "On Tourism": Available at: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (accessed 15 December 2021).
12. Fastovets O.O. Towns as centres of urban tourism development. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/4.2/42.pdf> (accessed 30 December 2021).
13. Tourism development program in Cherkasy region for 2021–2027. Available at: <https://strategy2027-ck.gov.ua/2020/09/11/pryjnyato-strategiyu-rozvytku-cherkashyny-na-2021-2027-roky> (accessed 15 December 2021).
14. On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026. Available at: <http://www.kmu.gov.ua/npas/24982650> (accessed December 2021).
15. Tourism Development Program in Uman for 2021–2023. Available at: <https://www.uman-rada.gov.ua> (accessed 15 December 2021).