

^аКиевский национальный торгово-экономический университет (Киев, Украина); доктор географических наук, профессор; e-mail: alexander.gladkey@gmail.com;
^бКиевский национальный университет имени Тараса Шевченко (Киев, Украина); студент; e-mail: skliarovalexandr@gmail.com

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КРУПНЕЙШИХ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДАХ МИРА

Целью статьи является анализ особенностей развития туризма в крупнейших исторических городах мира. Установлена сущность городского туризма, проведен анализ особенностей развития городского туризма в крупнейших исторических городах мира, проанализированы основные туристические ресурсы городов мира, раскрыты особенности видовой составляющей городского туризма, предложено формирование рейтинга ведущих городских туристических центров. Методологической базой исследования являются основы научной диалектики. Основными методами исследования являются сравнительно-географический, статистический, описательный, балльной (рейтинговой) оценки, аналитический, литературный. Научная новизна заключается в анализе особенностей перцепционного восприятия крупнейших исторических городов мира глазами туристов.

Данное исследование является важной составляющей организации перцепционно-туристического анализа крупнейших исторических городов мира. Его результаты способствуют развитию отдельных составляющих туристического когнитивного восприятия урбанизированной территории, активизации процессов духовно-ментального, экономико-организационного и социально-общественного сближения модульно-измельченных функционально и структурно обособленных городских территорий между собой.

Ключевые слова: городской туризм, туристские дестинации, город, туристические посещения.

Введение. Туризм как явление возник и развивается преимущественно в среде городской культуры и городского образа жизни. Именно городские жители в стремлении путешествовать и исследовать другие страны, земли и регионы сформировали активное отношение человека к временному изменению места пребывания с познавательной, культурной, религиозной, рекреационной, коммерческой, деловой целью. Еще с античных времен сохранились сведения о путешествиях между городами древней Греции и Рима, преимущественно торгово-коммерческого характера, а также по политическим, рекреационно-оздоровительным соображениям и для проведения досуга и организации развлечений [1, 4].

Понимание сущности «городского туризма» возникло в Европе лишь в 1980 г. в Германии. Выдающиеся экономисты и географы Гартмут Лезер (Hartmut Leser), Генрих Нойенфельдт (Henrike Neuenfeldt) и Олаф Розе (Olaf Rose) предложили понятие

«городской туризм» (нем. Städtetourismus) для выделения особенного вида туристической деятельности, которая связана с посещением городов с разной познавательной, коммерческой и культурно-развлекательной целью [14]. Так, в словаре Г. Лезера (1997 г.) сказано: «Городской туризм являет собой краткосрочное (обычно 1–4 дня) посещение города по следующим причинам: интерес к истории или искусству города, интерес к посещению событий и приобретению разных видов товаров в данном городе [13]. Городское путешествие происходит как индивидуально, так и в группе. Часто городское путешествие проводится в форме экскурсии на выходных».

Г. Нойенфельдт и О. Розе несколько расширили взгляды Г. Лезера [12, 13]. По их мнению, туристы могут посещать город как по личным причинам (чтобы полюбоваться красотой города, почувствовать образ, «душу» города), так и из других обстоятельств. В этом, втором случае, городской туризм, по мнению отмеченных авторов,

пересекается с «экскурсионными турами для обзора выдающихся достопримечательностей, событийным туризмом, посещением города с целью провести в нем вечер, посещением города с целью покупок, индивидуальными путешествиями с деловой целью, посещением города с целью присутствия на заседании, посещением конгрессов и конференций, посещением ярмарок, посещением города с оздоровительной целью, паломничеством».

Позже Даниэль Клук (Daniel Kluck) и Кристиан Кестер (Christian Koester) существенно конкретизировали и систематизировали определение городского туризма, положив в его основу посещение городов с культурно-познавательной целью, событийными интересами.

Следовательно, городской туризм является особым видом специализированного туризма, который ориентирован на комплексное использование природных, культурно-исторических, этнографических и других ресурсов городов с целью формирования специфического духовно-ментального представления об их среде и создания комплексного туристического продукта [5, 6, 7].

Мировой рынок городского туризма

Мировой рынок туристических услуг активно развивается. По данным UNWTO, лишь в 2015 г. численность международных туристических приездов выросла на 4% и достигла отметки в 1,2 млрд чел¹.

Страны Европы остаются лидерами туристических приездов как по абсолютным (609 млн чел.), так и по относительным показателям (+5%). Традиционно популярностью пользуются Великобритания, Франция, Италия, Чехия, Испания, Нидерланды, Российская Федерация. В последнее время к ним приобщились некоторые страны Восточной Европы (Польша, Венгрия) и Средиземноморья (Греция). Из мирового туристического рынка страны Европы активно

вытесняются их азиатскими конкурентами. Владея уникальными природными ресурсами и имея значительный спрос на разнообразные туристические продукты со стороны многомиллионного Китая, государства Юго-Восточной Азии активно развивают свою туристическую деятельность.

Поэтому мировыми лидерами по темпам роста теперь стали страны Азии (Таиланд, Китай, Сингапур, Малайзия, Индия и др.), где количество международных туристических приездов растет за год в среднем на 5–7% и достигает 277 млн чел. Их роль и значение будут продолжать расти и в дальнейшем, учитывая беспрецедентное привлечение новых туристических ресурсов и мощных потоков туристов. Значительно выросли показатели прибытия туристов в странах Юго-Восточной Азии и Океании (Индонезия, Камбоджа, Филиппины, Фиджи, Соломоновы о-ва).

Количество международных приездов туристов на американские континенты выросло в 2015 г. на 9 млн и составило 191 млн чел., преимущественно за счет притока туристов из Соединённых Штатов Америки. Американцы чаще посещают такие страны, как Мексика, Перу, Канада, Доминиканская Республика, Аргентина, Бразилия. Существенно развивается туризм в странах Карибского бассейна.

Международные туристические прибытия в страны Ближнего Востока выросли за последний год на 3% и составили 53 млн чел. (преимущественно за счет Турции, Израиля, Египта, ОАЭ, Иордании, Кипра). Туристов привлекают уникальные морские и климатические курорты, выдающиеся исторические достопримечательности древних цивилизаций, развитая туристическая инфраструктура.

В странах Африки в последнее время наблюдается 3% сокращения международных туристических приездов (52 млн чел.). Это происходит в основном за счет Северной Африки (Алжир, Марокко, Мавритания, Ливия). Лидерство среди них хранит лишь Тунис. Среди стран Африки к югу от Сахары туристические прибытия активно растут лишь в Кении и в Южноафриканской республике. Следовательно, мировыми лидерами по темпам роста въездного

¹ Число международных туристских прибытий в 2015 году возросло на 4% и достигло рекордной отметки в 1,2 млрд. URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v-2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos> (Дата обращения: 01.02.2017).

Таблица 1–10 городов мира по рейтингу посещаемости туристами, млн чел.

Table 1 – The World's Top 10 Most Visited Cities, mln. people.

Ранг\ год	2007	2012	2014
1	Лондон (Великобритания) – 15,3	Гонконг/Сянган (Китай) – 23,7702	Гонконг/Сянган (Китай) – 27,77
2	Гонконг/Сянган (Китай) – 12,5	Сингапур (Сингапур) – 21,3457	Лондон (Великобритания) – 17,384
3	Бангкок (Таиланд) – 10,84	Бангкок (Таиланд) – 15,8226	Сингапур (Сингапур) – 17,086
4	Сингапур (Сингапур) – 10,2	Лондон (Великобритания) – 15,4610	Бангкок (Таиланд) – 16,245
5	Париж (Франция) – 8,76	Макао/Аомынь (Китай) – 13,3608	Париж (Франция) – 14,982
6	Нью-Йорк (США) – 7,65	Куала-Лумпур (Малайзия) – 13,3395	Макао/Аомынь (Китай) – 14,967
7	Торонто (Канада) – 6,63	Шеньчжэнь (Китай) – 12,1004	Дубай (ОАЭ) – 13,2
8	Дубай (ОАЭ) – 6,54	Нью-Йорк (США) – 11,6180	Шеньчжэнь (Китай) – 13,121
9	Стамбул (Турция) – 6,45	Анталья (Турция) – 10,2966	Нью-Йорк (США) – 12,23
10	Рим (Италия) – 6,12	Париж (Франция) – 9,7808	Стамбул (Турция) – 11,871

и слияния разнообразных направлений азиатской и европейской колониальной культуры [10]. В городе процветает деловой, конгрессный и выставочный туризм. Его густонаселенная территория привлекает посетителей неповторимым колоритом многолюдности и одновременно упорядоченностью азиатских улиц, а также наивысшей концентрацией разнообразных (часто противоположных по содержанию) магазинов, которые предлагают товары уникальной ручной работы. Для гостей с запада любой пустяк в Сянгане/Гонконге будет казаться погружением в сказку.

За Бангкоком закрепился имидж города романтической влюбленности и знакомств. Несмотря на древнюю и продолжительную историю, богатую на разнообразные события, Бангкок – молодой динамичный город, который привлекает любителей азиатской романтики. Среди популярных исторических достопримечательностей следует выделить многообразие буддийских храмов (наиболее известным является Ват-Пра-Кео или «Храм изумрудного Будды»), королевский дворец, монастыри, конная статуя короля Рамы Пятого (Чулалонгкорна). Европейских туристов поражают плавающие дома городской бедноты, такие же плавающие рынки, площади и целые элементы городской среды.

В то время как выездной китайский туризм достаточно существенно влияет на ситуацию во многих южно-азиатских городах, въездной туризм в этой стране остается развитым недостаточно. Китай не является ведущей страной мира по количеству

городов, которые привлекают городских туристов, вместе с Гонконгом их насчитывается всего восемь.

Среди них Шеньчжэнь (13 млн туристов), Гуанчжоу (8,2 млн.), Шанхай (6,3 млн.), Пекин (4,3 млн.), Ханчжоу (3,2 млн.), Чжухай (2,9 млн.) и Гуйлинь (2,9 млн турприбытий). За исключением Ханчжоу и Гуйлиня, китайские города почувствовали некоторый спад въездного туризма, что связывают с постепенным замедлением китайской экономики и обострением экологических проблем городской среды.

Однако значительное количество городских туристов продолжает посещать Шанхай – один из наиболее густонаселенных городов мира. Шанхай можно охарактеризовать как быстрый, безумный, осиявший неоновым город, мощный торговый и финансовый хаб.

На сегодняшний день это один из самых богатых городов Китая, в котором кипит жизнь круглосуточно. Шанхай постоянно растет и развивается. В нем сосредоточено огромное количество деловых, финансово-бизнесовых, выставочных, торговых функций, которые привлекают городских туристов.

Город Шеньчжэнь известен своими фестивалями и ярмарками. Ежегодно происходит почти 170 мероприятий, включая Международную ярмарку индустрии культуры, Международный фестиваль туризма и культуры, Пляжный музыкальный фестиваль, международный пивной фестиваль «Окно в мир» и карнавал «Города заморских китайцев». Среди архитектурных

достопримечательностей Гуанчжоу храм Гуансяо (перестроен в III в. из бывшей чиновнической конторы), в комплекс которого входят пагода Похороненных Волос Будды, Восточная и Западная Железные пагоды, царский мавзолей в Наньюэ; храм Шести Баньяновых, мечеть Хуайшэн, храм Предков Семейства Чэнь, даосский храм Пяти Духов.

Туристический образ Пекина связан с Запрещенным городком в центре и площадью Тяньаньмэнь, с многочисленными буддийскими храмами (Храм неба, Белая пагода), публичными садами и парками (Бэйхай и др.). В Ханчжоу находится знаменитое искусственное озеро Сиху на месте залива X в. с многочисленными буддийскими храмами и пагодами, это – культурно-исторический и деловой центр Китая. Гуйлинь знаменит объектами естественного фонда, которые привлекают туристов несравнимой красотой пейзажей, экологически чистой средой, уникальной природой ландшафтов (пещера Тростниковой Флейты, бальнеотерапевтический курорт «Луншен», древний Яншо с невероятной красоты горными пейзажами – символом Китая и др.).

Новым туристическим центром в Юго-Восточной Азии становится островной город Чеджу, Южная Корея (1,77 млн посетителей), который за последние несколько лет продемонстрировал рост туристического потока на 46,3%. В 2013 г. китайские посетители Чеджу существенно потеснили даже японских туристов, этот город забрал на себя свыше 70% от путешествующих в Южную Корею китайцев. Причиной этому стал безвизовый режим посещения острова, а также существенное улучшение авиационного соединения с континентом и создание разнообразных беспрошльных торговых возможностей.

Среди других южно-азиатских городов важное значение играет Куала-Лумпур, Джохор-Бару, Пинанг (Малайзия), Сеул (Респ. Корея), Тайбэй (Тайвань), Пхукет, Паттайя, Чианг Май, Самуй (Таиланд), Токио (Япония), Хошимин, Ханой, Халонг (Вьетнам), Денпасар, Джакарта (Индонезия), Сиенреап (Камбоджа), Манама (Бахрейн) и Тайчжун (Тайвань). Большинство из них (кроме таких больших мегаполисов,

как Токио, Ханой и Куала-Лумпур) является типичными курортными городами, которые предоставляют стандартизированный набор рекреационно-туристического обслуживания и функционируют на основе использования уникальных климатических ресурсов (как город Ко-Пхи-Пхи-Дон (Таиланд) – рай для дайвинга, скалолазания и любителей дикой природы).

Город Сиенреап в Камбодже привлекает туристов, которые приезжают для обзора храменных комплексов Ангкора, город Тайбэй – поощряет любителей шопинга, Токио – поражает сочетанием высокотехнологичной современности и давней истории и культуры. В городе туристов буквально ослепляет иллюминация, количество неоновых вывесок, которых, по-видимому, больше всего в мире. Туристы приезжают насладиться красотой садов в сезон цветения сакуры, обязательно отведать настоящие японские суши, посетить знаменитый рыбный рынок. Киото очаровывает посетителей японскими традициями и церемониями. Многонаселенный Сеул несет в себе современную роскошь и древние памятники архитектуры. Куала-Лумпур вместе с Сингапуром поддерживают имидж деловых столиц и финансовых центров Азии, однако имеют развитую инфраструктуру развлечений, организации азартных игр (казино в Сингапуре теперь известно не меньше, чем в Монте-Карло) и шопинга.

К большим центрам городского туризма Азии принадлежит также значительное количество индийских городов. Среди них Дели (4,7 млн туристов), Бомбей (4,5 млн тур.), Ченнаи (3,8 млн тур.), Агра (3,2 млн тур.), Джайпур (2,9 млн тур.) и Колката/Калькутта (1,8 млн тур.). Интерес городских туристов к ним в последнее время значительно усиливается. Да, за последние три года прибытия в Дели и Мумбаи, выросли на 27% и 22% соответственно. Снижение курса рупии по отношению к доллару США сделало намного выгоднее путешествия в Индию в сравнении с предыдущими годами, помогая тем самым развитию въездного туризма. Наиболее привлекательными для туристов историческими достопримечательностями в Дели является минарет Кутб-Минар, наивысший в Индии, мечеть

Кувват-уль-Ислам со знаменитой Железной колонной под центральной аркой, Мавзолей султана Шамс-ад-дин-Ильтутмышы, Туглакабадский форт, Красный Форт (Лал Кила) с садом Мехтаб-Багх («Тот, который дарит жизнь»), Беломраморный павильон Диван-и-Кхас, Джайнистский храм Дигамбар Джайнпри, Сикхский храм Сис Гандж, Джама-Масджид (Пятничная или Соборная мечеть), форт Фероз Шах-котла или Фирозабад, основанный в 1354 г., Пурана-Кила (Старый Форт), построенный императором Хумаюном из династии Больших Моголов, Сады Лоди с могилами последних царей этой династии и много других.

Бомбей известен своим старинным английским фортом, триумфальной аркой «Ворота Индии», парком «Висячие сады» имени Ферозшаха Мехти, пещерами Аджанта и храмом Эллары. Наиболее популярным туристическим объектом Агры, образ которого растиражирован в мире и преобразован на визитку Индии, есть мавзолей Тадж-Махал, также в городе есть Джahanгири-Махал и жемчужная мечеть Моти-Масджид. В Калькутте расположен английский форт Уильям, мемориал и музей королевы Виктории, индуистский храм Калигхат и Калькуттский ботанический сад.

Мы умышленно перечислили большинство исторических достопримечательностей индийских городов, чтобы подчеркнуть исключительное значение культурно-познавательного направления городского туризма в этом государстве. Действительно, туристы посещают Индию, чтобы погрузиться в ее древнюю и богатую культуру, почувствовать тысячелетнюю историю индийских династий, постигнуть глубины индийской религии и философии.

В последнее время активно развивается туризм в южном индийском городе Ченнай. Он по праву считается наибольшим центром традиционной культуры и искусства страны. Именно здесь находится самый старый музей Индии и самая старая художественная галерея, многочисленные индуистские храмы, разнообразные сакральные сооружения многих восточных религий.

Городской туризм в **странах Ближнего и Среднего Востока** представлен такими государствами, как Бахрейн, Катар, Сау-

довская Аравия и Объединенные Арабские Эмираты. Все они сформированы в исторической, давно заселенной зоне, имеют стабильную высокоприбыльную экономику, основанную на использовании сырьевых топливных ресурсов, характеризуются наличием уникальных достопримечательностей древней истории античного и арабского мира и уникальными особенностями климата, благоприятного для туристической деятельности [11].

Лидером по численности туристических посещений (13,2 млн чел. в 2014 г.) среди городов Ближнего и Среднего Востока является Дубай. Это относительно молодой город. Однако стремительное непрерывное развитие его по темпам застройки опережает все другие города мира (включая такие динамические города, как Сан-Паулу, Шанхай и Тяньцзинь). Несмотря на невероятно знойный климат (максимальная средняя температура составляет 39–40°C), Дубай привлекает огромное количество городских туристов своими бизнес-, конгресс- и выставочными заведениями (деловая жизнь города фокусируется вокруг коммерческих соглашений по распределению топливных энергоресурсов), уникальными ультрасовременными архитектурными объектами (наивысший дом мира – башня Бурдж аль Халиф, дом-парус Бурдж аль-Араб, башня Розы, Эмирейтз Тауэрз, крытый горнолыжный курорт Скай Дубай и др.), искусственно созданными комфортными рекреационными зонами (Пальма Джумейра, Пальма Джебель Али и Пальма Дейра).

Дубай – пример города, который стал мировым туристическим центром (7 место в мире), не имея ни исторических достопримечательностей, ни благоприятного климата, ни необходимых рекреационно-оздоровительных ресурсов. Проект города Дубай реализован на доходы от продажи нефти и других энергоносителей, полностью оправдал все затраты. И сейчас город получает огромные доходы от делового, событийного и рекреационного туризма. Правительство ОАЭ настойчиво работает над продвижением Дубай в сегменте безопасного семейного туризма. Подобные проекты выполняются также на территории эмиратов Абу-Даби и Шарджа. Их города также

начинают пользоваться популярностью среди городских туристов. В них, как и в Дубае, формируется специфическая урбанистическая культура высокоинновационного класса, основанного на ультрасовременной архитектуре, нестандартных технических решениях, дизайне и отделке зданий.

Наиболее мощными центрами городского туризма в Саудовской Аравии являются Мекка и Эр-Рияд. Первый город, как центр религиозного паломничества мусульман, ежегодно посещают от 5 до 7 млн верующих (в 2014–6,1 млн чел.). Центром паломничества является наибольшая мечеть в мире аль-Харам, где находится чёрный камень Каабы. В городе постоянно растёт количество мечетей, а также всё больше становится гостиниц для паломников (они приходят на замену наибольшему палаточному городку в мире Мина). Эр-Рияд как столица Саудовской Аравии выступает в качестве делового и культурного центра мусульман. Ежегодно его посещают 3–4 млн туристов, большинство из которых направляется к Мекке, а также приезжают с деловой, культурно-познавательной и лечебно-оздоровительной (медицинский комплекс короля Саудовской Аравии – наибольший в мире) целями [9].

Роль города Доха – столицы Катара – в городском туризме очень похожа с Эр-Риядом. Он выполняет функции финансового и выставочного центра страны. В 2014 г. Доха не вошла в список наиболее популярных городов мира в отрасли городского туризма, однако в предыдущие годы в нем присутствовала. В 2013 г. количество приездов в Доху достигло 3,8 млн чел. В городе развит деловой туризм, основан на нефтяном и газовом бизнесе (в столице действуют офисы компаний Qatar Petroleum, Qatargas). Поэтому за Дохой закрепился образ города как столицы нефтегазовых империй саудитов. Однако медленно растёт туризм отдыха, особенно на фоне организации ряда спортивных соревнований (легкоатлетический турнир, Азиатские игры).

Европейские города длительное время составляли основу развития городского туризма. Каждый из них наделён своим несравнимым колоритом, каждый имеет уни-

кальную и самобытную историю, давние исторические традиции, события, легенды, воспоминания. Невзирая на значительное присутствие южно-азиатских городов, Лондон, Париж, да ещё и Стамбул, отнесённый UNWTO к европейскому региону, остаются лидерами рейтинга посещаемости туристами. В 2014 г. Лондон (17,3 млн посетителей) переместился на 2-е место после Сянгана/Гонконга, Париж – на 7 место (14,9 млн посетителей). Замыкает десятку наиболее популярных городов Стамбул с показателем 11,3 млн посетителей.

Лондон и Париж получили первые места по совокупному туристическому потенциалу среди европейских столиц (рис. 2) [3]. При его определении проводилась оценка природно-географического положения городов, исторических условий формирования и развития, историко-культурного потенциала и туристической инфраструктуры. Париж, Лондон и Рим (он был в десятке самых рейтинговых городов мира в 2007 г.) получили наивысшие баллы, что свидетельствует о традиционно высокой заинтересованности в их посещении городскими туристами. В десятку лидеров среди европейских столиц также попали Берлин, Москва, Мадрид, Амстердам, Афины, Вена и Прага.

Каждый из этих городов формирует свое собственное лицо, свой уникальный имидж среди городских туристов. Лондон привлекает внимание образами Биг-Бена, Тауэра, королевского дворца, джентльменской вежливости и манерности, чайными церемониями, пуританским англосакским стилем жизни. Но современный Лондон – ещё и самая мощная финансовая столица мира, которая ежедневно проводит транзакции на миллиарды фунтов стерлингов.

Романтично-влюблённый имидж давно был связан с Парижем. Эйфелева башня, Монмартр, Елисейские поля, Лувр, Нотр-Дам де Пари – всё это образы французской лёгкости, флёра, воспитанности и моды. Париж почти не ассоциируется с деловыми функциями, хотя в районе Иль-де-Франс, а особенно в квартале небоскребов они хорошо развиты (здесь находятся офисы всех известных ТНК Франции машиностроительного, химического, косметического профиля).

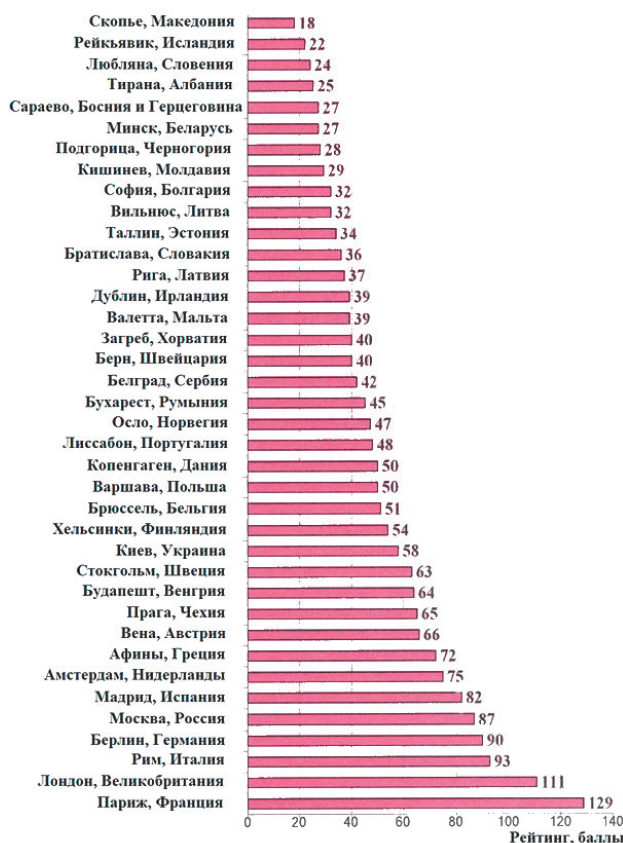


Рис. 2 – Рейтинг столиц Европы по совокупному туристско-рекреационному потенциалу (на основе балльной оценки) [3]

Fig. 2 – Rating of European capitals in terms of total tourist and recreational potential (based on numerical score) [3]

Столицу Италии Рим называют «вечным городом» или «городом на семи холмах». Его образ непосредственно связан с античностью и историей древних государств, а также с искусством эпохи Возрождения, распространением христианской веры и католицизма (правда, их более связывают с государством Ватикан), паломничеством к святым местам. Сейчас Рим занимает 14-е место среди сотни городов мира по рейтингу посещаемости туристами (8,7 млн чел. в 2014 г.).

Среди 100 лидеров въездного туризма Прага занимает 21-е место (6,3 млн чел.), Амстердам – 27-е (5,7 млн чел.), Вена – 28-е (5,4 млн чел.), Берлин – 35-е (4,6 млн чел.), Москва – 31-е (4,9 млн чел.), Афины – 51-е (3,3 млн чел.). Вообще, каждая столица Европы обрела свой уникальный имидж, каждая привлекает свой собственный сегмент городских туристов.

Для нестоличных городов Европы экспертами UNWTO была разработана специальная классификация по ведущим функциям и туристическому профилю, который привлекает городских туристов:

1) малые города, имеющие значительное уникальное историческое наследие, которое формирует неповторимый образ города: Йорк, Оксфорд, Пиза, Сиена;

2) малые города, обладающие важным историческим наследием и объектами культуры и искусства: Авиньон, Базель, Болонья, Венеция, Краков, Флоренция;

3) крупные нестоличные города, которые сохраняют незаурядное историческое наследие и культурно-художественные заведения: Антверпен, Гамбург, Глазго, Зальцбург, Порто, Роттердам, Севилья, Эдинбург;

4) крупные нестоличные города, имеющие всемирно известное историческое наследие, древние и современные объ-

екты культуры и искусства: Барселона, Дублин, Лион, Мюнхен.

Много городов, привлекающих значительные потоки туристов, находится в Турции. В частности, Стамбул и его предместье Эдирне, где сосредоточены исторические достопримечательности мирового значения (Айя-София, Скутари, Сераль, дворец султана, форт). Страна богата на климатические курорты. Наибольшей популярностью среди посетителей пользуются курортные города Анталья (11,4 млн посетителей в 2014 г.), Мугла (3,1 млн чел.) и Артвин (1,8 млн чел.). Сам Стамбул – перекресток восточных и западных культур и традиций – привлекает туристов именно своим уникальным местоположением: одна часть его географически находится в Азии, другая – в Европе.

Туризм в городах **Африки** пока что лишь набирает популярность. Потенциальные посетители побаиваются посещать некоторые страны континента из-за политической нестабильности, распространения разнообразных заболеваний, отсутствия надлежащей туристической инфраструктуры. Сегодня наибольшей популярностью пользуются курортные и старинные города Египта (Каир – 2,7 млн посетителей в 2014 г., Шарм-Эль-Шейх – 2,1 млн чел.). Среди городов других стран на континенте следует упомянуть о курортном городе Джерба в Тунисе (2,5 млн посетителей), исторический Марракеш (2,2 млн чел.), в котором сосредоточены уникальные достопримечательности XI–XII вв. (павильон со сводом Кубба аль-Баруддийн, мечеть Кутубия, врата Баб-Агнау), кенийская столица Найроби (3,9 млн чел.), которую посещают туристы для того, чтобы полюбоваться невероятной красотой одноименного природного национального парка, и Йоханнесбург в Южной Африке (4,7 млн чел.) – центр делового и культурного туризма (бизнес основан на основе добычи и обработки бриллиантов).

Потенциал Африки остается окончательно не раскрытым. На континенте существует огромное количество городов, которые будут привлекать значительные потоки туристов при условии настроенной маркетинговой деятельности, развития туристической инфраструктуры, отношения историко-культурных достопримечательностей

и разработки новых туристических продуктов. Уникальным в этом отношении является легендарный город Тимбукту (Томбукту) в Мали, о котором в старинных летописях было сказано, что все улицы в нём устланы коврами, а все дома увенчаны золотыми крышами. Образ Кейптауна в Южной Африке непосредственно связывают с бриллиантовым бизнесом страны. Наибольший мегаполис континента – Лагос (деловой туризм) и много других дестинаций.

Американские континенты также привлекают небольшое количество городских туристов. Кроме высоких показателей количества туристических посещений, которыми уже достаточно длительное время обладает Нью-Йорк (12,2 млн чел.), привлекательными для городских туристов являются Лос-Анджелес (5,2 млн чел.), Сан-Франциско (3,3 млн чел.), Лас-Вегас (6,1 млн чел.). Если первые три города посещают преимущественно с деловой и культурно-познавательной целью (Манхэттен, Бродвей, Силиконовая долина, Голливуд, Беверли-Хиллз), чтобы удачно использовать свои деловые и интеллектуальные способности, погрузиться в бурный ритм жизни, знаменитую индустрию развлечений и шопинга, то Лас-Вегас получил моноспециализацию исключительно на игорном бизнесе. Кроме того, Сан-Франциско известен своими летними холодными туманами, крутыми склонами гор и уникальным сочетанием викторианской (времен золотой лихорадки) и современной архитектуры. Лос-Анджелес получил имидж творческой столицы Америки. Каждый шестой его житель связан с индустрией творчества и развлечений. В городе насчитывается более 800 музеев, много картинных галерей и выставок.

Мехико (Мексика), Торонто, Ванкувер, Монреаль (Канада) имеют подобный образ среди городских туристов. Это города деловой активности, в которых развита индустрия развлечений, расположены дорогие элитные магазины, представительства разных компаний и корпораций. Монреаль, например, позиционирует себя как центр событийного, выставочного и культурного туризма. Это «город дизайна», разнообразных фестивалей (наиболее известными являются ежегодные фестивали джаза и сме-

ха), город с неповторимой архитектурой, кухней, индустрией развлечений. Торонто также считается городом развлечений, фестивалей, спортивных соревнований. Его посещают, чтобы полюбоваться красотой Великих Американских озер.

Другие города Северной Америки имеют типичный курортный профиль. Это Майами и Орlando в штате Флорида, экзотический Гонолулу на Гавайских островах с бесконечными пляжами из золотистого песка, Канкун в Мексике и Пунта-Кана (2,8 млн посетителей в 2014 г.) в Доминиканской Республике. Преимущественно эти города имеют спрос у граждан США. Они находятся в крайне благоприятной природной зоне, обладают уникальными климатическими ресурсами.

В Южной Америке к первой сотне городов по количеству туристических посещений относятся лишь Рио-де-Жанейро (2,4 млн чел.), Буэнос-Айрес, Аргентина (2,7 млн чел.) и Лима, Перу (3,9 млн чел.). Рио известно всему миру неповторимым шармом многолюдных и шумливых карнавалов, пляжем Копакабана, многочисленными культовыми католическими сооружениями. Визитной карточкой города является статуя Христа Спасителя (Сальватора) на горе Корковаду (на высоте 693 м.). Буэнос-Айрес и Лима – типичные столичные города Южной Америки. Они выполняют функции делового, событийного, выставочного туризма, а также имеют ряд историко-культурных достопримечательностей местного значения [2].

В первую сотню городов по количеству туристических посещений не попали Сан-Паулу – деловая и культурная столица южных штатов Бразилии, Сантьяго (Чили), который известен своими карнавалами, фестивалями и горнолыжными курортами в Андах, Эль-Чалтен (Аргентина), где можно полюбоваться несравнимой красотой Патагонии, фантастическими горными вершинами (Фицрой), реликтовыми ледниками, водопадами. Туристический бизнес в этих городах пока что только начинает развиваться.

В **Австралии и Океании** находятся лишь два города, которые вошли в ТОП-100 наиболее посещаемых туристами. Это ав-

стралийские города Сидней (3,1 млн чел.) и Мельбурн (2,1 млн чел.). Сидней известен всему миру своими уникальными архитектурными проектами (например, дом оперы в виде разрезанного апельсина), художественной галереей, галереей Нового Южного Уэльса, австралийским музеем. Однако, преимущественно Сидней является деловым и бизнес-центром Австралии. Ежегодно в нём происходят аукционы шерсти, которой так богата страна. В Мельбурне функционирует Национальный музей Виктории, музей современного австралийского искусства, есть современный олимпийский комплекс. Преобладают деловые функции. В регионе достаточно много климатических курортов, которые могут привлекать значительное количество туристов при условии эффективно настроенной инфраструктуры. Это Квинстаун и Веллингтон в Новой Зеландии, острова Порт-Вила (Вануату), Сусупе (Северные Марианские острова), Колония (Федеральные Штаты Микронезии), Сува (Фиджи).

Выводы. Таким образом, роль и значение городов в развитии туризма неуклонно повышаются. Создавая условия для культурно-исторических впечатлений, занятия бизнесом, отдыха, оздоровления, они притягивают все большее количество путешествующих лиц. Развитие городского туризма охватывает значительный спектр услуг туристической индустрии мира. Его влияние существенно отражается на расширении и укреплении культурных связей между городами. Турист имеет возможность лучше понять образ жизни разных городов мира, почувствовать их духовно-ментальный климат, осознать характер и манеру общения жителей.

Формирование туристического продукта и предоставление широкого ассортимента товаров и услуг, необходимых для удовольствия потребностей туристов, ведёт к созданию новых рабочих мест, росту доходов населения. Развертывание процессов туристического обслуживания способствует саморазвитию и самоидентификации членов общества. В этом заключается социальная функция городского туризма. Рынок городского туризма требует получения персоналом высокого уровня

квалификации и знаний, что способствует появлению новых образовательных программ и повышению инновационности туристической деятельности, использованию новейших разработок в области науки и техники. Экономическая функция городского туризма заключается в сбалансированном региональном развитии территории, улучшении его инфраструктуры, стимулировании поступления отечественных и зарубежных инвестиций, развития производства и социального комплекса.

Среди основных направлений развития городского туризма в будущем следует выделить его ориентацию на перцепционное исследование урбанистической местности, развитие экологических составляющих туристического когнитивного восприятия территории, активизацию процессов духовно-ментального, экономико-организационного и социально-общественного сближения функционально и структурно разделённых городских территорий между собой.

Список источников:

1. **Боже-Гарнье Ж., Шабо Ж.** Очерки по географии городов. М.: Прогресс, 1967. 424 с.
2. **Галич З.Н.** Город и урбанизация – феномены и парадигмы цивилизации // Цивилизация. Возрождение и слом: структурообразующие факторы и субъекты цивилизационного процесса. М.: Мысль, 2003. С. 256–289.
3. **Глибовець В.Л.** Рекреаційно-туристичні ресурси столиць Європи: Монографія. К.: Прінт Сервіс, 2014. 172 с.
4. Город и деревня Европейской России: сто лет перемен: Монографический сборник / Под ред. П. Полян. М.: ОГИ, 2001. 560 с.
5. **Замятин Д.Н.** В сердце воздуха. К поискам сокровенных пространств: Эссе. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 416 с.
6. **Замятин Д.Н.** Гуманитарная география. Пространство и язык географических образов. М.: Алетейя, 2003. 336 с.
7. **Замятин Д.Н.** Метагеография. Пространство образов и образы пространства. М.: Аграф, 2004. 512 с.
8. **Любіцева О.О.** Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
9. Крупные города и вызовы глобализации / Под ред. В.А. Колосова, Д. Эккерта. Смоленск: Ойкумена, 2003. 280 с.
10. **Дорошенко Л.С., Коваль М.И., Тищенко А.П. и др.** Крупный город: проблемы сбалансированного развития. К.: Наук. думка, 1992. 127 с.
11. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / За ред. І.М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2011. 284 с.
12. **Wenge C.O.** Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden: inaugural-dissertation. Koln: Universitat zu Koln. 2004.
13. **Hartmut L. Diercke** Wörterbuch Allgemeine Geographie. München: Braunschweig, 1997. 125 p.
14. **Neuenfeldt H., Rose O.** Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. URL: <http://www.michael-waibel.de/kus/euregio/tou-ac1.htm> (Дата обращения: 01.02.2017).

Aleksander V. GLADKEY^a, Aleksandr A. SKLIAROV^b

^a*The Kyiv National University of Trade and Economics (Kyiv, Ukraina); PhD (Dr. Sc.) in Geography, Professor; e-mail: alexander.gladkey@gmail.com;*

^b*Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraina); Student; e-mail: skliarovalexandr@gmail.com*

TOURISM DEVELOPMENT IN THE WORLD'S LARGEST HISTORICAL CITIES

The article is focused on analyzing peculiarities of tourism development in the world's largest historical cities as well as studying and classifying their main tourist resources. The authors define the essence of urban tourism, describe the features of urban tourism development in the world's largest historical cities, and disclose the specific components of urban tourism. The article offers the world's leading historical cities rating.

The fundamentals of scientific dialectics are the methodological base of the research. The basic methods of research are: comparative geographical analysis, statistical analysis, descriptive analysis, point-based estimation (numerical score) system, analytical method, literary method. Scientific novelty consists in analysis of perceptual characteristics of the world's largest historical cities through the eyes of tourists.

This investigation is an important part of perceptual analysis of the world's largest historical cities. The results of this investigation will contribute to the development of different components of touristic cognitive perception of urban area and will also provide the processes of spiritual, mental, economic, social and organizational convergence of modular-grinded, functionally and structurally separated urban areas.

Keywords: urban tourism, tourist destinations, city, tourist visits.

References

1. **Beaujeu-Garnier, J., & Chabot, G.** (1967). *Ocherki po geografii gorodov [Essays on the Geography of Cities]*. Moscow: Progress. (In Russ.).
2. **Galich, Z.N.** (2003) Gorod i urbanizacija – fenomeny i paradigmy civilizacii [City and Urbanization – Phenomena and Paradigms of Civilization]. In: *Civilizacija. Voshozhdenie i slom: strukturoobrazujushhie faktory i sub'ekty civilizacionnogo processa [Civilization. Climbing and scrapping: the structure-forming factors and subjects of the civilizational process]*. Moscow: Mysl'. (In Russ.).
3. **Glibovec, V.L.** (2014). *Rekreacijno-turistichni resursi stolic' Evropy [Recreational and tourist resources of European capital]: a monograph*. Kyiv: Print Service. (In Ukr.).
4. **Poljan, P. (Ed.)**. (2001). *Gorod i derevnja Evropejskoj Rossii: sto let peremen [A City and a Village of European Russia: a Hundred Years of Change]: a Monograph*. Moscow: OGI. (In Russ.).
5. **Zamjatin, D.N.** (2011). *V serdce vozduha. K poiskam sokrovennyh prostranstv: Esse [The air in the heart. To the search for the hidden spaces: Essays]*. St. Petersburg: Ivan Limbah Publ. (In Russ.).
6. **Zamjatin, D.N.** (2003). *Gumanitarnaja geografija. Prostranstvo i jazyk geograficheskij obrazov [Humanitarian Geography. The Space and Language of Geographical Images]*. Moscow: Aleteija (In Russ.).
7. **Zamjatin, D.N.** (2004). *Metageografija. Prostranstvo obrazov i obrazy prostranstva [Metageography. The Space of Images and Images of Space]*. Moscow: Agraf. (In Russ.).
8. **Ljubiceva, O.O.** (2002). *Rinok turistichnih poslug (geoprostorovi aspekti) [Tourism market (geospatial aspects)]*. Kyiv: Al'terpres. (In Russ.).
9. **Kolosov, V.A., & Ekkert, D.** (2003). *Krupnye goroda i vyzovy globalizacii [Big Cities and the Globalization Challenges]*. Smolensk: Oikumena. (In Russ.).
10. **Doroshenko, L.S., Koval', M.I., Tishhenko, A.P. & et al.** *Krupnyj gorod: problemy sbalansirovannogo razvitiya [A big city: problems of balanced development]*. Kyiv: Nauk. dumka. (In Russ.).
11. **Pisarevs'kiy, I.M. (Ed.)**. (2011). *Turizm i misto: dosvid, problemi ta perspektivi [Tourism and a City: Experience, Problems and Prospects]: a monograph*. Kharkiv: HNAMEG. (In Russ.).
12. **Wenge, C.O.** (2004). *Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden: inaugural-dissertation*. Koln: Universitat zu Koln.
13. **Hartmut, L.** (1997). *Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie*. München: Braunschweig.
14. **Neuenfeldt, H., & Rose, O.** (1997). *Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen*. URL: <http://www.michael-waibel.de/kus/euregio/tou-ac1.htm> (Accessed on February 1, 2017).

Гладкий А.В., Скляр А.А. Развитие туризма в крупнейших исторических городах мира // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т.11. № 2. С. 28–39.
DOI: 10.22412/1995-0411-2017-11-2-28-39.

Дата поступления статьи: 2 февраля 2017 г.

Gladkey, A.V., & Skliarov, A.A. (2017). Tourism development in the world's largest historical cities. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 11(2), 28–39. doi: 10.22412/1995-0411-2017-11-2-28-39. (In Russ.).

Received February 2, 2017