

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму  
Кафедра туризму та країнознавства

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

к.пед.н., доцент

\_\_\_\_\_ Богатирьова Г.А.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 року

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»  
зі спеціальності 242 «Туризм»  
освітньої програми «Туризм»

на тему: «Аналіз світових тенденцій розвитку міського туризму»

Виконав здобувач вищої  
освіти

Студентка 4 курсу групи зТУР-18  
Петрова Ірина Сергіївна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник:

д.е.н., професор Горіна Г.О.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній  
роботі немає запозичень з праць  
інших авторів без відповідних  
посилань  
Здобувач вищої освіти \_\_\_\_\_

Кривий Ріг  
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ  
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму  
Кафедра туризму та країнознавства  
Форма здобуття вищої освіти заочна  
Ступінь «Бакалавр»  
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»  
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

к.пед.н., доцент

\_\_\_\_\_ Богатирьова Г.А.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Петровій Ірині Сергіївни

1. Тема роботи: «Аналіз світових тенденцій розвитку міського туризму»

Керівник роботи д.е.н., професор Горіна Г.О.

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 року №

2. Строк подання студентом роботи: «23» травня 2022 року

3. Вихідні дані до роботи: монографічна і періодична наукова література, статистичні та аналітичні данні міжнародних організацій (World Tourism Cities Federation, World Tourism Organization, Euromonitor International), данні мережі Інтернет.

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

1) аналіз теоретичних засад міського туризму;

2) діагностика світових тенденцій розвитку міського туризму, міжнародних рейтингів світових туристичних міст;

3) надання пропозицій щодо відновлення туризму та сприяння створенню довгострокового загального бачення сталого міського туризму.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) графіки, таблиці, схеми, рисунки.

6. Дата видачі завдання «01» лютого 2022 року.

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Добір та аналіз літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження.	01.02.2022 - 15.02.2022	
2	Підготовка основної частини роботи	16.02.2022-01.04.2022 р.	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	02.04.2022 – 09.05.2022 р.	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	10.05.2022-16.05.2022	
6	Надання виконаної та оформленої кваліфікаційної роботи на кафедру відповідно до вимог STU 02.02-30-2020	21.05.2022 р.	

**Здобувач В.О.**

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Петрова І.С.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Горіна Г.О.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок – 50      рисуноків – 12      таблиць – 15      додатків – 0  
графічного матеріалу - 0      використаних джерел – 40

*Об'єкт дослідження:* світовий міський туризм.

*Предмет дослідження:* організаційно-економічні засади розвитку міського туризму в світі в умовах переходу світового туризму від відновлення після пандемії до оновлення та процвітання.

*Мета дослідження:* обґрунтування теоретичних засад розвитку світового контексту міського туризму та надання пропозицій щодо відновлення туризму та сприяння створенню довгострокового загального бачення сталого міського туризму.

*Методи дослідження:* аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, логічне узагальнення та наукова абстракція; порівняльні, графічні й табличні методи (для наочного зображення матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

*Основні результати дослідження:* визначено сутність поняття міського туризму, елементи різних видів туризму у межах міського туризму; досліджено чинники, що впливають на розвиток туризму в містах та чинники, що впливають враження споживача міського туризму; обґрунтовано основні напрями залучення функціональних зон міста до туристичної діяльності; розглянуто типи та характеристику міст – туристських центрів; досліджено низку важливих відмінних рис світових туристичних міст; представлено методика складання Top 100 City Destinations Index та Global Power City Index; діагностика світових тенденцій розвитку міського туризму, міжнародних рейтингів світових туристичних міст; запропоновано використовувати рекомендації UNWTO щодо розвитку міського туризму та пріоритетні завдання розвитку світових туристичних міст визначені у Порядку денному майбутнього розвитку світових туристичних міст (2021-2030).

*Ключові слова:* міський туризм, міжнародний туризм, туристична галузь, світові туристичні міста, туристична послуга, туристичний продукт, COVID-19, індекс, туристична діяльність.

## ЗМІСТ

Вступ	7
Основна частина	9
Висновки та рекомендації	41
Список використаних джерел	49

## ВСТУП

До спалаху COVID-19 світовий туризм переживав 3 десятиліття високошвидкісного зростання. У 2019 р. він сприяв понад 10% глобального економічного зростання та понад 11% зайнятості. Туризм став важливою стратегічною галуззю, яка підтримує нормальну роботу національної економіки у багатьох країнах. Спалах COVID-19 у всьому світі завдав найсерйозніших збитків світовому туризму з часів Другої світової війни, який стикається з проблемами з точки зору споживання та попиту, інвестицій у туризм, регіональних моделей, виробничого ланцюжка, виживання бізнесу та зайнятості. Що ще важливіше, життєві звички та концепції людей відтоді змінилися, що призвело до глибоких змін у економічній моделі світового туризму та моделі його розвитку у майбутньому.

Туристичні міста є основними туристичними центрами та дистанціями, на які припадає близько 80% світової туристичної діяльності. Така незамінна роль у запобіганні глобальним пандеміям та відновленню туризму вимагає зусиль щодо сприяння відновленню та модернізації туристичних міст, а також вивченню цілей та шляхів сталого розвитку світових туристичних міст. Це важливо для революції, інновацій та сталого розвитку світової туристичної економіки.

Міста тепер мають шанс перезапуститися, сприяючи включенню стійкого туризму до своїх програм відновлення як рушійної сили зайнятості та створення багатства, а також міжкультурного обміну, соціальної інтеграції та збереження культури. Необхідно прийняти нові моделі управління, щоб забезпечити повну інтеграцію та узгодження туризму з ширшою міською політикою міст. Усі учасники багаторівневого управління та всі відповідні зацікавлені сторони, що беруть участь у туристичному секторі з усього світу, повинні об'єднати зусилля в рамках спільних зусиль щодо розвитку сталого міського туризму та міст для всіх – мешканців та гостей.

Дослідження різноманітних аспектів розвитку міського туризму знайшли своє відображення в працях українських Безручко Л.С., Богославець О.Г., Бойко Н.О., Гладкий О.В., Склярів О.А., Діденко К.Д., Кальченко О.М., Леонт'єва Ю.Ю., Мальська М.П., Гаталяк О.М., Писаревський І.М. та закордонних Лезер Г., Ешворт Г. Дж., Гарбеа Р.В., Нойенфельдт Х., Роуз. О., Бок К., Клук Д., Кестер К. вчених.

Водночас, незважаючи на достатню кількість публікацій з даної проблематики, певні теоретичні і практичні аспекти формування та розвитку світового міського туризму та світових туристичних міст в контексті їх відновлення та сприяння створенню довгострокового загального бачення сталого міського туризму потребують подальшого поглиблення та деталізації.

*Об'єкт дослідження:* світовий міський туризм.

*Предмет дослідження:* організаційно-економічні засади розвитку міського туризму в світі в умовах переходу світового туризму від відновлення після пандемії до оновлення та процвітання.

*Мета дослідження:* обґрунтування теоретичних засад розвитку світового контексту міського туризму та надання пропозицій щодо відновлення туризму та сприяння створенню довгострокового загального бачення сталого міського туризму.

*Завдання дослідження:*

- здійснити аналіз теоретичних засад розвитку міського туризму;
- провести діагностику світових тенденцій розвитку міського туризму, міжнародних рейтингів світових туристичних міст;
- надання пропозицій щодо відновлення туризму та сприяння створенню довгострокового загального бачення сталого міського туризму.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, основної частини, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел з 40 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 50 сторінок.

## ОСНОВНА ЧАСТИНА

Зростання інтересу до відвідування великих міст дозволяє виділити новий вид подорожей – міський туризм. Сьогодні це молодий напрямок у сфері туризму, незважаючи на те, що переміщення між населеними пунктами – найдавніша форма подорожей, яка набула популярності ще у Стародавній Греції та Римі. Мета відвідування міст визначалася, як правило, економічними та політичними мотивами, у той же час паралельно виникло уявлення про подієвий туризм, коли метою подорожі була участь у будь-якому заході.

Місто як об'єкт досліджень вивчається цілою низкою наук, у своїй антропологія досліджує походження міст; економіка - міські системи; географія – міські форми; історія – проблеми урбанізації; політологія – міське управління та владні структури; Соціологія вивчає міські спільноти. Міста виступають складними комплексами, на вивчення яких кожна з наукових дисциплін має свій погляд, що формує власний ідеальний образ міста, як галузі вивчення.

Міста в історичному трактуванні, як правило, стають предметами для вивчення міського побуту, міського середовища, взаємин міста та товарного ринку. Географічна складова вивчення міського середовища полягає у вивченні її просторових форм та формування міського ландшафту. У свою чергу, міські системи – вивчають економічні науки, що ставлять на чільне місце відносини між містом і навколишнім його регіонами. Спільнота та міські владні структури досліджуються політологами та соціологами. Ці галузі наук розглядають проблеми формування та еволюції політичних еліт, процеси утворення первинних суспільних відносин серед мешканців міст. Водночас основою міждисциплінарного поля дослідження міста є «урбанізм», який виступає як спосіб життя та домінує форма життєдіяльності людини у міському середовищі.

Міське середовище або «простір міста» – це не лише населення, інфраструктура та територіальна система управління. Простір міста набагато складніший і насиченіший, оскільки має символічний, смисловий та інтелектуальний зміст. Нові поняття міського простору, що склалися в останні десятиліття: «образ міста», «дух міста», «міфологія місця», «семіотика міського простору» і «ментальна карта міста», сформували особливі механізми інтерпретації міського простору, наголосивши на чуттєвому сприйнятті різних людей єдиного міського простору.

Так на початку 1960-х років. відомий американський архітектор – урбаніст Кевін Лінч провів серію досліджень про сприйняття різними людьми одного міста. Основою для них послужили інтерв'ю жителів міст про образи центральних частин Бостона, Лос-Анджелеса та Нью-Джерсі. Вчений припустив, що «образом міста» є загальний ментальний малюнок зовнішнього фізичного світу міста. Одним з головних результатів дослідження, заснованого на оригінальній методиці індивідуального картографування центральної частини міста, стало те, що сприйняття міста у різних людей значно відрізняється і залежить від цілого ряду причин, серед яких особливе значення



мають соціально-демографічні характеристики (вік, соціальне становище, статус, рівень освіти людей).

Свідомість кожної людини формує свою ментальну карту міста, засновану на особистому досвіді, інтересах та знаннях про найбільш значущі або «важливі зони» міста, що особливо цінно при формуванні та трансляції іміджу міст. З погляду відвідувачів, привабливість міста значною мірою залежить від комфортного міського простору, створеного спеціально для людей.

Сучасне місто з його складною та неоднозначною структурою – важлива частина всього культурного простору, що стало особливо привабливим для туристів, які невтомно вивчають світову культурну спадщину за допомогою культурно-історичних ландшафтів міст. Сьогодні туристська інфраструктура значно змінила звичну композицію міста та активно сприяла розвитку суспільних просторів, роблячи міське середовище зручнішим для людей. Нові гуманізовані простори міст-турцентрів сприяють зростанню їхньої туристської привабливості. Адже туристи, подорожуючи, сприймають весь образ міста як синтез вражень від пересування у міському просторі. У цьому міська архітектура, гармонійно вписана у природні ландшафти, надає особливий вплив формування художнього образу туристських міст. Переміщаючись у міському просторі, від вулиці до вулиці, від кварталу до кварталу, ми хіба що розшифруємо складний, або навпаки простий, містобудівний малюнок міста, відображений у його плануванні.

Відповідно до UNWTO, міський туризм - це «вид туристичної діяльності, що здійснюється у міському просторі з притаманними йому атрибутами, що характеризуються несільськогосподарською економікою, такою як адміністрація, виробництво, торгівля та послуги, а також тим, що вони є вузловими транспортними точками. Місто/міські DESTИНАЦІЇ пропонують широкий і різноманітний спектр культурних, архітектурних, технологічних, соціальних та природних вражень та продуктів для відпочинку та бізнесу».

У 1997 році було сформульовано визначення міського туризму, яке введено до словника загальної географії Г. Лезера [30] у наступному формулюванні: «Міський туризм являє собою короткострокове (зазвичай 1–4 дні) відвідування міста з таких причин: інтерес до історії чи мистецтва міста, інтерес до відвідування подій та придбання різних видів товарів у цьому місті».

Дослідники Г. Нойєнфельдт та О. Розе [31] характеризують термін «міський туризм» у двох варіантах залежно від цілей відвідування міст. Перший варіант передбачає відвідування з інших причин (для того, щоб насолодитися атмосферою, оцінити образ, зрозуміти спосіб життя міських жителів). У другому варіанті йдеться про відвідування у форматі екскурсійних турів вихідного дня. Причому він часто набуває характеристик інших видів подорожей і в залежності від цілей, може являти собою:

- візит до міста з метою покупок;
- відвідування виставок або ярмарків;
- екскурсійний тур з метою огляду визначних пам'яток;

- подієвий туризм;
- відвідування міста з метою провести у ньому вечір;
- приватна (індивідуальна) подорож з діловою метою;
- відвідування конгресів або конференцій;
- відвідування міста з метою присутності на якомусь засіданні;
- відвідання міста з оздоровчою метою;
- паломництво.

Надалі Д. Клук та К. Кестер класифікували та уточнили поняття «міський туризм», заклавши основну мету подорожі до міст, пов'язавши відвідування з культурно-пізнавальною сферою, а також із різноманітними міськими заходами [8].

Отже, міський туризм необхідно розглядати як складну соціально-економічну категорію, що інтегрує у собі елементи та напрямки різних видів туристської діяльності та відображає цільові установки міської подорожі [4].

Бажаючи придбати цілісний та водночас різноманітний комплекс послуг, мандрівники, приїжджаючи до міст, по-різному використовують можливості міського середовища, архітектурну та культурно-історичну спадщину, особливості флори та фауни, зумовлені розвиненою різновекторною інтенсивністю соціальної сфери.

Оскільки міський туризм поєднує в собі елементи різних видів туризму, має сенс охарактеризувати кожен із них. Компонування видів або елементів туризму, які інтегровані у міський туризм, наголошує на його значущості в сучасних умовах. Сукупність видів туризму, які формують утримання міського туризму з урахуванням їх прямого чи непрямого впливу, відображена на рис. 1.



Рисунок 1 – Елементи різних видів туризму у межах міського туризму [21]

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 будь-яку потребу міського туриста. Прямий взаємозв'язок – наявність базових компонентів міського туризму. Тобто без даних об'єктів немислимий міський туризм, наприклад: культурно-історичні центри, музеї та пам'ятники, меморіали та інші пам'ятні місця, пов'язані з історією міста.

Місто може запропонувати багато продуктів або послуг, які стають об'єктами попиту людей на туристичному ринку. Продуктом, який місто може запропонувати туристам, може бути будь-що матеріальне або нематеріальне, тобто конкретне місце розташування, конкретне місце (музейне, культурне, релігійне, розважальне), міські послуги або специфічна міська забудова (транспорт, забудова, архітектура тощо).

У місті можна виділити ряд *основних (первинних)* та *другорядних елементів*, які відіграють важливу роль у підвищенні туристичної привабливості, підвищенні інтересу туристів до відвідування міст.

*Основні (первинні) елементи* належать в основному до громадського надбання і складаються із атракцій, що вважаються унікальними та лежать в основі мотивації туристів, що подорожують міськими районами (культурно-мистецькі об'єкти, спортивні об'єкти, культурно-масові заходи, призначені для розваг та відпочинку).

*Другорядні елементи* включають ряд міських об'єктів, які підтримують і доповнюють туристичний досвід (готелі, ресторани, транспортні засоби тощо). Ці елементи абсолютно необхідні та сприяють безперебійній роботі всього туристичного продукту.

Найбільш відома класифікація, що виражає зв'язок між туризмом і міським простором, належить Крістоферу Лоу (табл. 1).

Таблиця 1 – Елементи міського туризму

<b>Основні (первинні) елементи</b>	
<b>Інфраструктура</b>	<b>Фактори відпочинку та релаксації</b>
Об'єкти культури Театри Концертні зали Музеї та картинні галереї Виставки Кінотеатри	Фізичні характеристики Історичні вулиці Структури за інтересами Культові споруди Парки та зелені зони Річки, канали Порти
Спортивні споруди Стадіони Багатофункціональні зали	Соціокультурні характеристики Мова Звичаї та традиції Безпека

Продовження табл. 1

<b>Другорядні елементи</b>
Готелі та ресторани Комерційні об'єкти Ринки
<b>Додаткові елементи</b>
Доступність та місця для паркування Наявність об'єктів, створених для туристичних цілей Інформаційні офіси, туристичні путівники тощо

Крістофер Лоу наводить різницю між первинними, вторинними і додатковими елементами міського туризму. Основні елементи, такі як культурні та історичні об'єкти, місця розваг, фізичні, соціальні та культурні характеристики є основними причинами відвідування туристами міст. Другорядними елементами є послуги з розміщення туристів, ресторани, магазини тощо. Остання група представлена додатковими елементами, які покликані полегшити доступ до основних та другорядних елементів за рахунок доступності, облаштування паркувальних місць, наявності бюро туристичної інформації, листівок, карт тощо.

Феномен активного освоєння міських територій у туризмі пояснюється декількома перевагами урбанізованої території з-поміж інших [22]:

- високою щільністю туристичних об'єктів на незначній площі;
- основу відвідувачів становлять жителі інших міст, що пояснюється прагненням людини перебувати у звичному середовищі;
- доступність міських поселень з точки зору транспортного сполучення (визначається низькою вартістю та широким вибором перевізників, а також кращим станом транспортної інфраструктури);
- більша динамічність у порівнянні з сільськими територіями;
- можливість забезпечити повноцінний відпочинок за короткий період часу (що актуально, враховуючи тенденцією суспільства, використовувати декілька короткострокових відпусток у рік);
- більше покриття мережею Інтернет та ширшою пропозицією резервування та надання послуг через гаджети, що спрощує отримання послуги для сучасного споживача;
- вища рекреаційна ємність урбанізованих територій у порівнянні з природними;
- широкий спектр вибору та можливість самостійного планування відпочинку [5].

«На туристичну популярність міст впливає низка чинників, які пов'язані як із самим населеним пунктом, так і ситуацією у країні та регіоні, де воно знаходиться. Загалом, вважаємо, що чинники розвитку міського туризму

варто поділити на внутрішні, зовнішні, а також окремо можна виділити «вподобання туристів» [11] (рис. 2).



Рисунок 2 – Чинники, що впливають на розвиток туризму в містах [11]

Серед внутрішніх чинників важливим є «наявність туристичних ресурсів, адже саме значне скупчення туристичних об'єктів дозволяє підсилити атрактивність міста та збільшити час перебування туристів. Окрім цього, чим більше різноманітних ресурсів знаходяться у місті, тим більш привабливим воно буде для відпочинку» [9].

Другим важливим чинником є «наявність інфраструктури, яка включає як туристичну (готелі, ресторани, екскурсійні фірми, системи розваг), так і міську (транспорт, медичні заклади, інформаційне забезпечення тощо)» [7].

Розвиток міського туризму можливий тільки при зацікавлені міської влади, адже саме вона є координатором туристичного розвитку міста. Зокрема, визначає туристичні пріоритети, контролює членів туристичного ринку,

здійснює кроки для зменшення негативного впливу від надмірного розвитку туризму та інше.

У світі є «значна кількість міст, які впродовж історичного розвитку суспільства здобули визнання серед значної кількості населення, що сприяє їх туристичному освоєнню. Для прикладу, Єрусалим - релігійне, Лондон - економічне, Рим - релігійне, культурне тощо. Відмітимо, що чим ширше коло людей зацікавлене туристичними об'єктами міста, то інтенсивніше розвивається туризм. Зокрема можна виділити міста світового, регіонального та державного значення» [4].

Суттєвим інструментом для популяризації міста є «проведення у ньому різноманітних заходів (спортивних, мистецьких, економічних тощо). Прикладом може бути м. Давос (Швейцарія), у якому під час роботи «Всесвітнього економічного форуму» перебувало близько 3 тис. осіб, а засоби розміщення та харчування міста бронювали заздалегідь. Окрім цього, організатори форуму, а також Швейцарське правління дають додаткові кошти місту на організацію цього заходу, що впливає на його розвиток. Чинником, який стимулює міський туризм, є безпека. Зокрема, приклад Парижа вказує, що терористичні загрози у місті можуть істотно зменшити кількість гостей. Суттєво зменшується кількість туристів, коли у регіоні нестабільна військово-політична ситуація» [17].

Підсиленням туристичного розвитку міста є «його транзитне значення, більш популярними є міста, які знаходяться на перетині туристичних маршрутів. Наприклад, м. Львів відвідують туристи, основною метою яких є подорож у Карпати (Львів є основним транспортним вузлом, який знаходиться неподалік Українських Карпат)» [5, 6].

Туризм у місті не може існувати відособлено від туризму в країні, тому нормативно-правова база країни буде визначати особливості розвитку туристичної сфери. Окрім цього, чіткість законодавчої бази та державної політики формують сприятливий мікроклімат для інвесторів та надають туристу відчуття захищеності.

Важливим напрямком туристичної діяльності у місті є «посилення їх міжнародної співпраці, спрямованої на пошук інвестицій, ринку туристів та промоції своїх можливостей. Така співпраця може проявлятися у контактах із державними органами інших країн, міжнародними організаціями, закордонними громадськими організаціями, а також іншими містами» [3].

Розвиток міського туризму часто залежний від геополітичної ситуації.

Окрім чинників, які формує нам специфіка міста, варто вказати і на залежність міського туризму від вподобань та дій туриста. Зокрема, можна виділити наступні риси туризму в місті, які залежать саме від рекреанта [14]:

- вибірковість (туристи використовують тільки незначну частину міста);
- часова обмеженість (тривалість перебування відвідувачів міста є короткою);

– не повторюваність (зазвичай туристи не повертаються до уже відвіданого міста);

– зміна пріоритетів (внаслідок зміни туристичних смаків формується різна мета поїздки).

В цілому міський туризм націлений на культурно-рекреаційні потреби мандрівників, пов'язані з бажанням вивчити місто, познайомитися з його архітектурною, етнічною та культурно-релігійною спадщиною. Турист прагне відчутти «душу» міського простору, відчутти індивідуальний образ або закріпити раніше існуючий образ у своїй свідомості, вловити атмосферу та основні риси побуту міського населення, осмислити технологічний благоустрій міста [1].

При оцінці якості туристичних та/або екскурсійних послуг, різноманітних культурних пам'яток та інших точок туристського інтересу у туриста виникають певні спогади та враження. На рис. 3 представлені основні фактори, що впливають на формування вражень туриста, який відвідав те чи інше місто.

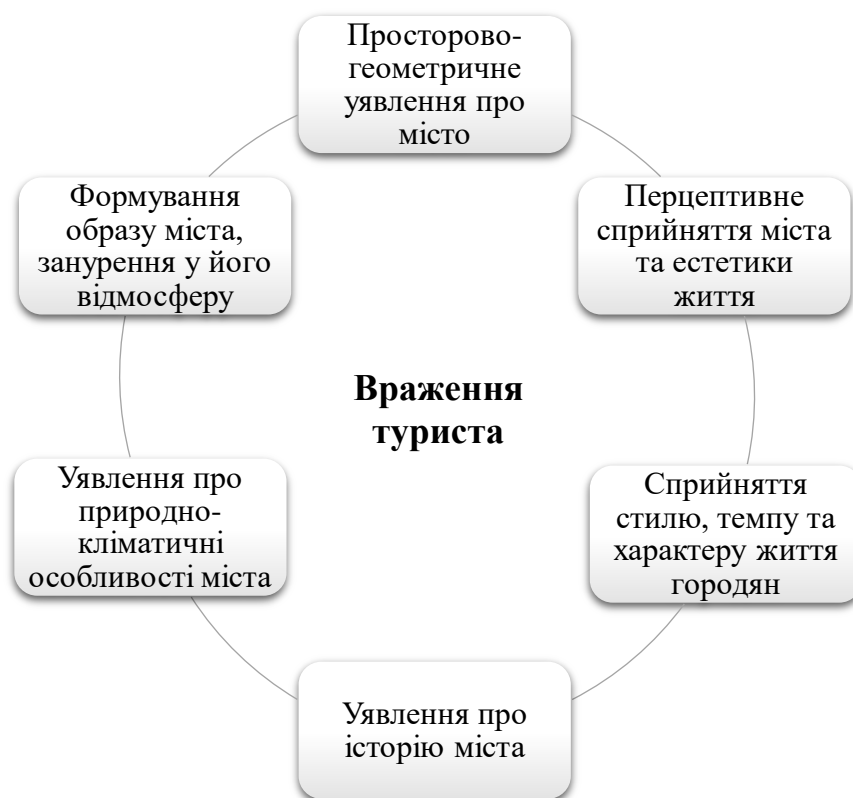


Рисунок 3 - Чинники, що впливають враження споживача міського туризму

Усі перелічені чинники разом формують у туриста сприйняття образу міського простору, що, своєю чергою, дає можливість здобути нові знання та емоції, формує досвід спілкування з жителями міста. Значимість такого сприйняття дає можливість туристу відчутти особливу атмосферу міста, важливою складовою якого стає стиль життя міських жителів.

Особливості туристичного використання території міста залежить від функціонально-територіального планування міста, яке обґрунтовується у «Генеральному плані міста». Відмітимо, що, згідно функціонального

зонування, місто поділяється на різні частини в залежності від призначення, тому не всі зони освоєні в туризмі. До туристичного використання залучені наступні функціональні зони міста (табл. 2).

Таблиця 2 – Основні напрями залучення функціональних зон міста до туристичної діяльності

Назва функціональної зони	Використання в туризмі	Основні напрями використання зони туристами
Громадсько-ділової та комерційної діяльності	використовується	Експерсії, шопінг, проживання; харчування; відвідування різноманітних подій
Ландшафтно-рекреаційна	використовується	Експерсії; оздоровчі та пізнавальні заходи; відвідування різноманітних подій
Житлова (сельбищна)	практично не використовується	Проживання
Виробнича (промислово-виробнича)	практично не використовується	Експерсії з промисловим ухилом; екстремальні види відпочинку
Транспортної інфраструктури (зовнішнього транспорту)	використовується	Місця приїзду туристів; інформування туристів
Комунально-складські зони	не використовується	
Спеціального призначення (меморіальна, військова)	практично не використовується	Експерсії по некрополях
Земель ПЗФ	використовується	Екотуризм, пізнавальні експерсії

Як бачимо, з функціонального зонування міст найбільшого туристичного використання зазнають зони громадсько-ділової та комерційної діяльності (включаючи історичний ареал міста), ландшафтно-рекреаційна та землі ПЗФ, які залучаються до безпосереднього перебування туристів, а також для задоволення їх потреб. Значного туристичного використання зазнає зона транспортної інфраструктури, якою туристи потрапляють у місто. Саме на цих об'єктах часто надається початкова інформація про послуги які можна отримати у поселенні.

Менш масово використовується виробнича зона та спеціального призначення, що залежить від широко відомості об'єктів, які тут знаходяться, а також уміння їх популяризації. Практично не освоєними для туристів є житлова та комунально-складська зона, що дозволяє забезпечити комфортне проживання для мешканців міста та зменшити туристичне навантаження на місто.

Варто вказати, що сьогодні, внаслідок масової забудови міст, межі між цими зонами є умовними, що створює труднощі для територіального планування розвитку туризму в містах.

Попри численні позитивні ефекти від розвитку туризму в містах слід вказати і на недоліки, які потребують детального дослідження та вирішення.



Серед них виокремимо наступні: туристичне перевантаження певних частин міста (історичні, ділові, транспортні зони), як наслідок знищення туристичних об'єктів; конфлікт туристів та місцевого населення (появляється внаслідок дискомфорту місцевих жителів, що є причиною спільного споживання, конфліктних ситуацій, збільшення вартості життя у місті тощо); «музеювання» частини міста (не використання місцевим населенням певних частин міста); нехтування думкою жителів міста у питаннях туристичного освоєння поселення; ріст злочинності (проституція, наркоманія, крадіжки тощо); втрата цінності міста (приспосовування до туризму часто провокує зміни у історичній забудові міст) [2].

Міста – туристські центри, надзвичайно різноманітні. Існує багато класифікацій туристських центрів залежно від обраної основи. Найбільшим є розподіл міських туристських центрів на дві групи:

1. Міста, де туристська промисловість виконує містоутворюючу функцію. Як правило, до цієї категорії належать малі, рідше – середні міста, тобто міста з вузькою спеціалізацією та недиверсифікованою економікою. Для таких туристських центрів характерна орієнтація на певний тип споживача з відповідним рівнем доходу та цілями подорожі. Економіка такого міста потрапляє у залежність від кон'юнктури туристського ринку загалом, а також стану туристського попиту певного сегмента ринку споживачів. Для міст цього типу життєво важливим є безперервний моніторинг економічної ситуації, що склалася, проведення маркетингових досліджень, які націлені на розробку перспективної довгострокової програми підтримки конкурентоспроможності туристського продукту, запропонованого містом [1].

2. Міста, де туристська індустрія не виконує містоутворюючу функцію, але є невід'ємною частиною міської економіки. До них належить більшість середніх, усі великі міста та мегаполіси, в яких туризм не єдина, а одна з багатьох галузей спеціалізації. Вони залучають різні категорії туристів, які різняться віком, рівнем доходів, цільовими установками тощо, та можуть запропонувати їм різноманітні туристські продукти.

Крім того, залежно від туристичної спеціалізації розрізняють такі види міських туристичних центрів (рис. 4): центри культурно-пізнавального туризму, центри ділового туризму, центри подієвого туризму, міста-курорти, лікувальні центри та паломницькі центри. Багато міст, головним чином великі, та мегаполіси є поліфункціональними.

Міста – центри культурно-пізнавального туризму спеціалізуються на прийомі туристів, що подорожують з метою отримання нових знань та залучення до культурних цінностей (архітектурні споруди, музеї, театри, виставкові зали тощо). Останнім часом туристів дедалі більше приваблює атмосфера міста, спосіб життя міського населення, сучасний дизайн. Приходить усвідомлення того факту, що наявність і збереження культурно-історичного потенціалу важливо у розвиток будь-якого туристського міста (Рим, Париж, Лондон, Відень, Мілан, Афіни, Прага, Венеція, Флоренція тощо) [10].

Міста – центри ділового туризму. Діловий туризм, що знаходиться на підйомі, тяжіє до центрів економічного та політичного життя країн. Бізнес-туристи вимогливі до стану міської інфраструктури, наявності спеціальних об'єктів для зустрічей та засідань. Особливого значення мають безпека та політична стабільність. Найбільший потенціал у розвиток ділового туризму мають міста, насамперед столиці економічно високорозвинених країн, залучених у систему міжнародного поділу праці (Париж, Лондон, Рим, Берлін тощо).

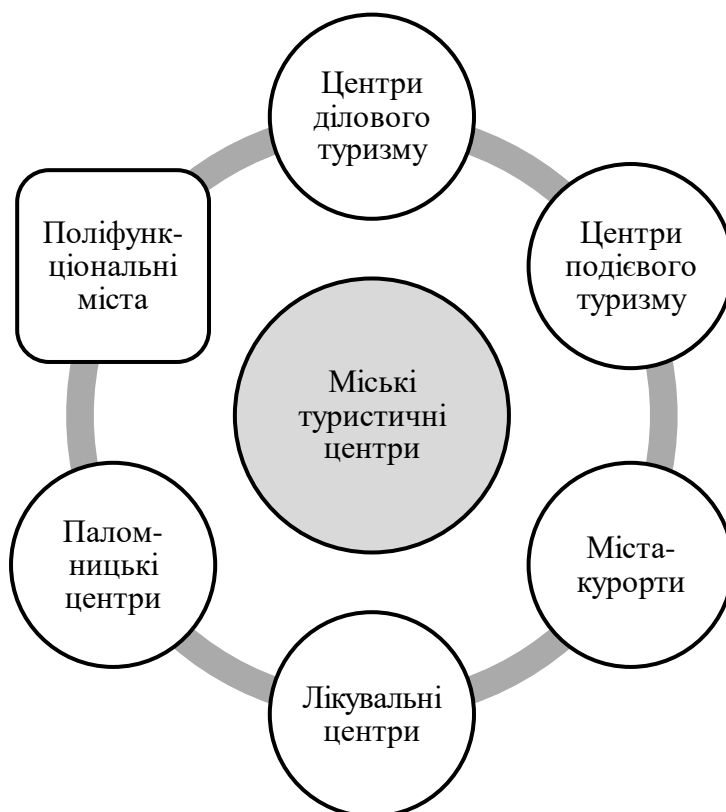


Рисунок 4 – Міські туристичні центри

Міста – центри подієвого туризму. У сучасних туристичних центрах регулярно відбуваються культурні та спортивні заходи різних масштабів та тематики (Олімпійські ігри, чемпіонати та інші спортивні змагання, конкурси краси, музичні фестивалі тощо). Вони забезпечують приплив туристів та додаткові надходження від них. Можливість провести захід світового масштабу, головним чином спортивний, можна розглядати як рідкісний шанс розвитку міського туризму. Організація культурних та спортивних заходів є одним із способів боротьби із сезонністю в індустрії туризму [12, 13].

Міста – курорти та центри лікувального туризму виникають у районах, забезпечених природними ресурсами певного типу та якості. Міста-курорти, як правило, прив'язані до берегової лінії морів, озер та інших водних об'єктів. Основна проблема їх розвитку – сезонність коливання туристичної активності. Міста – центри лікувального туризму прив'язані до родовищ цілющих природних ресурсів. Їх туристський продукт адресований людям, які страждають на різні захворювання.

Міста – центри паломництва тісно пов'язані з релігійними течіями. Вони є шанованими місцями для мільйонів віруючих, які вважають за свій обов'язок відвідати їх протягом свого життя. Особливо висока концентрація паломників у цих містах відзначається у дні релігійних свят.

Близькі до паломництва потоки формуються пізнавальним туризмом релігійної тематики. Такі подорожі зазвичай настільки тривалі, як мандри віруючих, вони організуються у будь-який час року і прив'язані до культових свят. Туристи, як правило, мають високий рівень освіти та виявляють інтерес до історії міста, музеїв.

Слід зазначити, що з усього різноманіття туристських центрів великий інтерес становлять великі міста. Вони традиційно акумулюють значну частину культурно-історичної спадщини людства, найчастіше є генераторами і носіями все нових видів туризму і мають найбільш налагоджену інфраструктуру для комфортабельного проведення часу. Останнім часом одним з ключових моментів у плані локалізації потоків міжнародних туристів стає місце центру в мережі, що формується, взаємопов'язаних у глобальному масштабі міст. Таке нове сузір'я міст одержало у науковій літературі спеціальну назву – «архіпелаг міст».

Виділяють два типи міст. Один із них – сукупність історико-культурних центрів світу, що становлять скарбницю, неперехідну цінність всього людства; інший – глобальна мережа офіційних та формальних столичних міст.

В даний час фахівці говорять про формування так званих міжнародних, або світових міст – політико-економічних центрів наднаціонального рівня, які багато в чому відповідають за функціонування світового господарства та стратегічну побудову міжнародних відносин.

У сукупності найбільші ділові центри планети утворюють опорний каркас як світової економіки, а й системи міжнародного туризму. Усі світові міста відносяться до категорії міст-мільйонерів.

Світові міста стають ключовими елементами у системі міжнародного туризму. Вони формують особливу категорію туристських центрів і мають цілу низку важливих відмінних рис. Серед них насамперед слід зазначити такі [20]:

1) світові міста концентрують колосальні обсяги глобального туристичного потоку;

2) на відміну від пасивних – переважно приймаючих (фокуси) та активних – переважно відправляючих (осередки) туристських центрів світові міста виступають як туристські вузли, для яких вхідні та вихідні потоки рівновеликі та цілком співставні;

3) дуже високі темпи приросту обсягів туристичного потоку, зокрема міжнародного;

4) для світових міст типова широка географічна структура міжнародного туризму;

5) безліч туристів обумовлює особливу значущість галузі для економіки світових міст;

б) всі світові міста відносяться до поліфункціональних туристських центрів. Вони мають усі можливості для пізнавального, ділового, розважального та цілого ряду інших видів туризму, включаючи в цілому нетипову спеціалізацію;

7) світові міста виступають головними епіцентрами локалізації та генераторами зростання ділового туризму, який став одним із найдинамічніших секторів міжнародного туризму.

Таким чином очевидно, що під впливом процесів глобалізації відбувається формування поліструктурної глобальної просторової організації міжнародного туризму.

Euromonitor International розробила запатентований *Top 100 City Destinations Index*, який надає всебічний і багаторівневий аналіз ключових і нових міських центрів. Індекс має на меті допомогти підприємствам, туристичним організаціям і дестинаціям визначити міста, які демонструють потужний потенціал розвитку туризму, а також виявити сфери уваги для розробників туристичної стратегії [34-36].

*Top 100 City Destinations Index* порівнює 54 різні показники за шістьма ключовими напрямками для 100 міських дестинацій, щоб отримати загальну оцінку привабливості міста. Euromonitor International враховує 6 основних складових: 1) економічна та ділова результативність, 2) ефективність туризму, 3) туристична інфраструктура, 4) туристична політика та привабливість, 5) здоров'я та безпека, 6) стійкість (рис. 5).



Рисунок 5 – Складові Top 100 City Destinations Index [34-36]

Кожна складова складається з кількох показників, які ілюструють та оцінюють діяльність міста за цими параметрами. Для забезпечення надійності індексу показники були відібрані на основі статистичної релевантності та аналітичних міркувань. Крім того, показники мають бути легко інтерпретованими, порівнянними в різних країнах та відтворюваними.

Після вибору ключових складових та показників було вивчено відносну важливість кожного компонента, щоб визначити правильну вагу факторів, що

впливають на загальну продуктивність міста. Було проведено широкий спектр дискусій з внутрішніми та зовнішніми експертами з подорожей, щоб визначити важливі галузі, які сприяють успішному розвитку сектора подорожей та туризму та відповідальному розвитку гостинності.

Індекс підкреслює атрибути, які можуть допомогти залучити міжнародні інвестиції, демонструючи готовність бізнесу, стійкість у часи негараздів та можливості для стійких стратегій.

Складова «Економічна та ділова продуктивність» (табл. 3) вимірює ефективність та розвиток міста за ключовими макроекономічними та демографічними параметрами. Цей рівень має на меті охопити вплив економічного розвитку на результативність туризму та економічну здатність міст підтримувати зростання туризму. Демографічні фактори також враховуються в рамках цієї складової, враховуючи, що такі тенденції, як рівень міграції та показники ринку праці, також впливають на ширше економічне зростання та участь робочої сили в туристичному секторі.

Таблиця 3– Складова 1: Економічна та бізнес-результативність – вага складової 15%

Субскладові	Індикатори
ВВП	1. ВВП на душу населення
Доход	2. Наявний дохід на душу населення 3. Домогосподарства (% від загальної суми) з наявним доходом понад 35 000 доларів США
Споживчі витрати	4. Споживчі витрати на готелі та громадське харчування 5. Споживчі витрати на транспорт 6. Споживчі витрати на відпочинок та рекреацію
Демографія	7. Всього населення 8. Частка населення 15–64 років у загальній чисельності населення 9. Відсоток домогосподарств з доступом до Інтернет 10. Володіння мобільним телефоном
Працевлаштування	11. Працевлаштування (оптова та роздрібна торгівлі; ремонт автотранспортних засобів; в готелях та ресторанах; транспорт, зберігання та комунікації) 12. Рівень безробіття

Оскільки країни прагнуть надати економічного імпульсу своїм містам, бізнес-фактори стикаються з величезними проблемами. Тільки в одній третині зі 100 найкращих міст у 2021 р. відбулися покращення за компонентом «Економічна та ділова ефективність»; негативними факторами були економічний спад, вищий рівень безробіття та демографічні зрушення, спричинені зворотною міграцією.

Азія відновлюється швидше за інші регіони світу: чотири міста входять до десятки кращих за економічними та діловими показниками. Сінгапур, Тайбей і Гонконг є світовими лідерами, а Макао досяг найбільшого успіху в 2021 році, піднявши свій рейтинг на 18 позицій (табл. 4). Макао досяг помітного поліпшення зростання ВВП за рахунок збільшення експорту ігрових послуг та зниження рівня безробіття. І те, й інше призвело до підвищення ВВП на душу населення і доходу на душу населення. Ці фактори також збільшили споживчі витрати у 2021 році, що надало потужну підтримку місцевому туристичному сектору.

Таблиця 4 – Топ-10 міст за складовою «Економічна та бізнес-результативність» у 2021 р. [34]

Місто	Рейтинг 2021	Зміна рейтингу 2020-2021
Сінгапур	1	0 =
Тайбей	2	0 =
Гонконг	3	0 =
Сан-Франциско	4	0 =
Лос-Анджелес	5	1 ↑
Амстердам	6	-1 ↓
Макао	7	18 ↑
Дубай	8	-1 ↓
Маямі	9	-1 ↓
Лондон	10	-1 ↓

Дубай – єдине місто з ринком, що формується, що входить до десятки кращих за складовою «Економічна та бізнес-результативність». Він посідає друге місце за рівнем праці та зайнятості та четверте місце за сприятливими демографічними факторами. Державна підтримка, яку надає приватний сектор, відіграла ключову роль у захисті від економічних потрясінь. Його добре керована криза covid-19 дозволила набагато швидше відновити роботу побутових послуг, таких як роздрібна торгівля та громадське харчування, а також організацію фізичних заходів. Крім того, Дубай має один з найвищих рівнів наявного доходу у світі, що дає місту великий потенціал для збільшення витрат на відпочинок, відпочинок та готелі.

Складова «Ефективність туризму» має на меті охопити загальний туристичний попит у місті міжнародними та внутрішніми туристами, а також цінність, яку створюють ці відвідувачі (табл. 5). Ця складова дозволяє побачити, де в даний час знаходиться місто з точки зору кількості іноземних та внутрішніх відвідувачів, і наголошує на цінності, яку вони створюють для економіки міста. За останнє десятиліття Euromonitor International опублікував рейтинг 100 найкращих міських напрямків, який був заснований на кількості міжнародних прибуттів в міста. Цей рейтинг ілюструє, наскільки успішно є

індустрія туризму. Важливість внутрішнього туризму після впливу глобальної пандемії зросла як основна заміна сильно потерпілих міжнародних подорожей. Це розглядається як основний фактор відновлення туризму у перспективі.

Таблиця 5 – Складова 2: Ефективність туризму – вага складової 20%

Субскладові	Індикатори
Міжнародний попит	1. Міжнародні прибуття в міста 2. Тривалість перебування під час в'їзду 3. Середньоденні витрати зовнішніх туристів
Внутрішній попит	4. Внутрішні поїздки на душу населення 5. Середня сума витрат на одну поїздку всередині країни

З 56 міст, які покращили свій рейтинг ефективності туризму у 2021 р., 38 міст також покращили свої спільні позиції в індексі протягом року. Внаслідок пандемії у туристичній політиці відбулися серйозні зміни: уряди все більше підтримують внутрішній туризм. Це залишиться життєво важливим, особливо з огляду на його роль у сталому розвитку туризму. Міста з менш розвиненим внутрішнім туризмом стикаються з дилемою та шукають способи збільшити витрати на місцевий туризм або сприяти більш ранньому відкриттю кордонів. У заходи з охорони праці та техніки безпеки вкладено значні кошти.

Париж лідирує в рейтингу ефективності туризму завдяки високому показнику внутрішніх подорожей у 2021 р. Дубай є провідним містом з точки зору прибуття міжнародних туристів, але він посідає друге місце за загальним рівнем через менший внутрішній туристичний ринок. Усі чотири американські міста в десятці найкращих знаходяться в США, а Орландо, Лас-Вегас та Нью-Йорк покращили свій рейтинг (табл. 6).

Таблиця 6 – Топ-10 міст за складовою «Ефективність туризму» у 2021 р. [34]

Місто	Рейтинг 2021	Зміна рейтингу 2020-2021	Міжнародні прибуття (млн.)		Внутрішні поїздки (млн.)	
			2020	2021*	2020	2021*
Париж	1	1 ↑	3,8	5,5	9,8	14,4
Орландо, Флорида	2	8 ↑	1,7	3,1	16,8	32,0
Нью-Йорк	3	6 ↑	2,4	4,6	29,7	39,4
Шеньчжень	4	-1 ↓	1,1	3,3	36,0	50,0
Шанхай	5	9 ↑	2,3	6,1	106,2	155,2
Лас-Вегас, Невада	6	9 ↑	1,5	3,0	10,5	16,7
Берлін	7	4 ↑	1,7	2,3	5,7	6,8
Дубай	8	-1 ↓	5,5	6,9	0,8	1,0
Гуанчжоу	9	-1 ↓	2,1	4,7	39,7	55,0
Майамі	10	2 ↑	1,8	3,1	4,3	7,0

\* - прогноз

Азія та Америка є найбільшими регіонами, частково завдяки розміру їхнього внутрішнього туризму. На ці регіони припадає понад 79% світових внутрішніх туристичних поїздок.

Великі китайські міста також входять до першої десятки. Шанхай досяг найбільших покращень у своєму рейтингу, оскільки кількість міжнародних прибутків зросла більш ніж на 200%, а внутрішніх поїздок — на 46%. Шанхайський фестиваль туризму відіграв значну роль у збільшенні загальноміських доходів від туризму у 2021 р. За даними Шанхайського управління культури та туризму, фестиваль відвідали 16,2 мільйона людей.

Роль сприятливої туристичної політики має вирішальне значення для розвитку та покращення туристичного сектору міст. Про важливість цього свідчить поява міських рад з туризму за останні два десятиліття. Ця складова досліджує регуляторні аспекти, такі як зручність подорожей, стабільність цін у місці призначення та присутність у соціальних мережах, оскільки вони сприяють привабливості міста з огляду на зміну способу життя споживачів.

Найбільша вага в 25% була присвоєна компоненту «Інфраструктура туризму» (табл. 7), оскільки інфраструктура є ключем до розвитку та привабливості успішного туристичного спрямування, який може допомогти стимулювати попит, підвищити якість обслуговування відвідувачів, підтримати ланцюжок туристичних поставок та створити робочі місця, а також збільшити кумулятивний ефект. на місцеву економіку. Добре розвинені сучасні об'єкти розміщення та аеропорти можуть сприяти підвищенню якості пропонованих туристичних продуктів з урахуванням потреб та переваг споживачів у таких сегментах, як розваги, магазини та ресторани, спортивні та культурні заходи.

Таблиця 7 – Складова 3: Туристична інфраструктура – вага складової 25% [34]

Субскладові	Індикатори
Житло	1. Готелі 2. Інше житло
Транспорт	3. Кількість пасажирів аеропорту 4. Легкові автомобілі в експлуатації
Розваги	5. Індекс спортивних клубів 6. Найбільш відвідувані 100 кращих музеїв 7. Кількість університетів у топ-200 8. Top things to do
Покупки та їжа	9. Місця для покупок 10. Кількість торгових центрів 11. Кількість точок громадського харчування

Складова «Інфраструктура туризму» вимірює наявність фізичної інфраструктури та визначних пам'яток, необхідних для підтримки зростання кількості відвідувачів у місті. Транспорт, житло, розважальні заклади, такі як культурні об'єкти та освітні заклади, є ключовими факторами при прийнятті рішення для відвідування міста. Отже, диверсифікація вражень мандрівників з



допомогою державно-приватного партнерства стає важливою частиною стратегій туризму.

Поліпшення туристичної інфраструктури залишається ключем до підвищення конкурентоспроможності туристичних напрямків, розширення туристичних пропозицій та надання відвідувачам нових туристичних вражень. Топ-10 міст з розвинутою туристичною інфраструктурою в основному розташовані в Азії та Європі.

Лондон лідирує у світі з туристичної інфраструктури (табл. 8). Він має міцну репутацію в галузі культури та відпочинку, а також освітніх пропозицій. У місті є шість комерційних аеропортів, і у 2019 році він також лідирував у транспортному підрозділі, прийнявши понад 180 мільйонів пасажирів. На тлі пандемії та обережного зняття обмежень рейтинг міста в області транспорту опустився на восьме місце, але це не вплинуло на його лідируючі позиції загалом щодо туристичної інфраструктури у 2021 р.

Таблиця 8 – Топ-10 міст за складовою «Туристична інфраструктура» у 2021 р. [34]

Місто	Рейтинг 2021	Зміна рейтингу 2020-2021
Лондон	1	0 =
Токіо	2	1 ↑
Москва	3	-1 ↓
Рим	4	1 ↑
Пекін	5	-1 ↓
Шанхай	6	0 =
Париж	7	2 ↑
Мадрид	8	-1 ↓
Сеул	9	-1 ↓
Стамбул	10	0 =

Хоча кількість пасажирів аеропортів у містах не повернулася до допандемічного рівня, кількість пасажирів, яких обслуговує місто, збільшилась, і це позитивно впливає на рейтинг туристичної інфраструктури. Наприклад, Цюріх є другим містом з найрозвиненішою туристичною інфраструктурою, з покращенням транспорту та відкриттям магазинів та ресторанів.

Стамбул посідає 10-те місце у цьому рейтингу через розвинену інфраструктуру та транспорт. Місто вклало значні кошти у розвиток нового аеропорту Стамбула, який розпочав роботу у 2018 р. Аеропорт із пропускнуою спроможністю 90 мільйонів пасажирів є одним із найбільших у світі і може стати регіональним транспортним вузлом. До 2028 р. загальна пропускна спроможність аеропорту перевищить 200 мільйонів пасажирів.

Хоча рух пасажирів у 2021 р. залишався слабким, покращена інфраструктура та пропускна здатність аеропортів дають змогу містам впроваджувати розширені цифрові послуги для полегшення подорожі пасажирів, наприклад, безконтактні протоколи. Оскільки економіка знову

відкривається, міста з більшою місткістю аеропортів можуть віддавати перевагу туристам, які літають через регіони.

Роль сприятливої туристичної політики має вирішальне значення для розвитку та покращення туристичного сектору міст. Про важливість цього свідчить поява міських рад з туризму за останні два десятиліття. Ця складова досліджує регуляторні аспекти, такі як зручність подорожей, стабільність цін у місці призначення та присутність у соціальних мережах (табл. 9), оскільки вони сприяють привабливості міста з огляду на зміну способу життя споживачів.

Таблиця 9 – Складова 4: Туристична політика та привабливість - вага складової 20%

<b>Субскладові</b>	<b>Індикатори</b>
Нормативні документи	1. Візові вимоги 2. Безмитні покупки
Присутність в соціальних мережах	3. Огляди головних пам'яток міста у соціальних мережах 4. Популярність міста у трендах Google

Споживачі є найактивнішими користувачами соціальних мереж, вони витрачають значну частину свого часу на відвідування та взаємодію з іншими користувачами та однолітками на сайтах соціальних мереж, а також дедалі частіше використовують ці платформи для вивчення туристичних напрямків. В результаті міста стають все більш активними на різних соціальних та цифрових платформах, щоб розширити своє маркетингове охоплення, розширити клієнтську базу та підвищити свою привабливість.

У цій складовій популярність напряму вимірюється з погляду відгуків та кількості онлайн-пошуків на платформах соціальних мереж.

Через пандемію державні пріоритети для індустрії подорожей та туризму перебувають на роздоріжжі. До пандемії багато країн збільшили інвестиційну активність у реформи туризму та туристичних розваг, запровадивши ініціативи та політику щодо оцифрування візового доступу, збільшення охоплення безвізовим режимом та підвищення цінової конкурентоспроможності напрямків. Однак закриття кордонів і проблеми безпеки спонукали країни переоцінити свої туристичні партнерства та альянси на користь здоров'я та безпеки.

Політика подорожей матиме вирішальне значення для підйому економічного зростання, оскільки сектор подорожей та туризму є критичним для економічного відновлення багатьох міст. Почали з'являтися національні та міські туристичні кампанії, пристосовані для міжнародних та внутрішніх туристів. Багато міст сприймають це як можливість змінити місце призначення відповідно до мінливих уподобань мандрівників і нових тенденцій подорожей.

Європа лідирує з точки зору туристичної політики та привабливості, де дев'ять із 10 найкращих міст увійшли до 10 найкращих (табл. 10).

Таблиця 10 – Топ-10 міст за складовою «Туристична політика та привабливість» у 2021 р. [34]

Місто	Рейтинг 2021	Зміна рейтингу 2020-2021
Дублін	1	0 =
Париж	2	7 ↑
Мадрид	3	9 ↑
Дубай	4	-2 ↓
Барселона	5	17 ↑

Продовження табл. 10

Берлін	6	15 ↑
Лондон	7	-3 ↓
Рим	8	3 ↑
Цюрих	9	8 ↑
Амстердам	10	5 ↑

Хоча вплив Brexit на туристичну політику в Європі ще не помітний, пандемія стала серйозною перешкодою для туристичних потоків у регіоні. Цифровий сертифікат ЄС covid полегшує подорожі в межах ЄС. Іспанські міста мають хороші результати порівняно з іншими містами: Барселона збільшилася на 17 місць, а Мадрид – на дев'ять місць протягом 2021 р.

Лондон впав у рейтингу на три місця протягом 2021 р. через продовження обмежень на поїздки до міста. Париж і Дублін відкрили свої кордони для мандрівників із США в середині 2021 р., що призвело до значного покращення туристичної політики та показників привабливості.

Важливість охорони здоров'я та безпеки для міст була додатково підкреслена пандемією Covid-19, де актуальні не лише політична стабільність та соціальна безпека, але й безпека проти хвороб та епідемій. Ці фактори визначають багато директив туристичної політики, включаючи візову політику та імунізацію мандрівників, з багатьма протоколами, які, як очікується, будуть більш чітко інтегровані після пандемії.

Covid-19 викликав критичні зрушення в індустрії туризму, в яких більше уваги приділяється здоров'ю та безпеці у міру того, як наше суспільство виходить із глобальної пандемії. Споживачі все частіше шукають безпечні подорожі, особливо щодо нових протоколів охорони здоров'я та безпеки, а також важливості нових норм, таких як соціальне дистанціювання, посилені заходи санітарії та перевірки здоров'я. В результаті цього компонента включені статистичні дані, пов'язані з Covid-19, з точки зору рівня вакцинації, рівня смертності та загальної кількості випадків на душу населення. Інформація про мобільність - ще один показник, що ілюструє, як місцеві жителі реагують на поточну ситуацію з Covid-19 у місті та на урядові постанови. Індекс також враховує додаткові фактори безпеки, які, як і раніше, важливі для споживачів та

підприємств у плані привабливості міських напрямів з точки зору безпеки, такі як тероризм, корупція та політична стабільність (табл. 11).

Таблиця 11 – Складова 5: Здоров'я та безпека – Вага складової 10%

Субскладові	Індикатори
Вплив Covid-19	1. Загальна кількість випадків на душу населення в країні 2. Смертність на душу населення в країні 3. Вакцинація від covid в країні
Політична стабільність	4. Індекс політичної стабільності та відсутності насильства 5. Індекс сприйняття корупції

Продовження табл. 11

Безпека	6. Дорожньо-транспортні пригоди 7. Глобальний індекс тероризму
Мобільність	8. Торгівля та відпочинок 9. Парки 10. Бакалія та аптека 11. Транзитні станції

Сінгапур лідирує у світі з охорони здоров'я та безпеки завдяки високому рівню вакцинації. Сінгапур прийняв підхід «Життя з Covid», на відміну від інших азіатських країн, які обрали стратегії «Нульового Covid». У той час як у Сінгапурі, як і раніше, спостерігається помітна кількість випадків захворювання, кількість смертей значно скоротилася (табл. 12).

Таблиця 12 – Топ-10 міст за складовою «Здоров'я та безпека» у 2021 р. [34]

Місто	Рейтинг 2021	Зміна рейтингу 2020-2021
Сінгапур	1	7 ↑
Шарджа	2	15 ↑
Доха	3	30 ↑
Дубай	4	19 ↑
Абу-Дабі	5	20 ↑
Ванкувер	6	14 ↑
Копенгаген	7	15 ↑
Родос	8	16 ↑
Іракліон	9	18 ↑
Відень	10	38 ↑

Відомі міста регіону Перської затоки значно покращили свої показники у галузі охорони здоров'я та безпеки. Доха покращала на 30 позицій. Шарджа, Дубай та Абу-Дабі в Об'єднаних Арабських Еміратах займають верхні рядки

рейтингу: понад 86% населення Об'єднаних Арабських Еміратів повністю вакциновано, а понад 96% частково вакциновано. Абу-Дабі також запровадив суворі заходи прикордонного контролю із сусідніми містами. Внутрішні відвідувачі Абу-Дабі повинні були надати доказ вакцинації або негативні результати ПЛР-тесту для в'їзду в Емірат; ці обмеження було знято лише у вересні 2021 р.

Відень увійшов у 10 кращих міст з охорони здоров'я та безпеки, піднявшись на 38 місць завдяки суворим заходам безпеки та гігієни Австрії. Цюрих піднявся на 19-е місце в усьому світі, впавши з першого місця в 2020 р. Враховуючи давній імідж Цюриха як найбезпечнішого місця для відвідування, підвищення рівня вакцинації, здається, є ключовим фактором, щоб місто повернуло своє лідируюче місце. Оскільки громадяни Швейцарії мають право на необмежену кількість тестів на антиген і п'ять самотестів на місяць, існує сумнів щодо вакцинації. Уряд Швейцарії має на меті ліквідувати свій безкоштовний центр тестування, щоб підвищити рівень вакцинації в країні.

Зі збільшенням впливу зміни клімату та ширшого розгалуження на навколишнє середовище та суспільство уряди не лише ставлять питання сталого розвитку у свої політичні програми, але й гравці приватного сектору в туристичній індустрії також інвестують у сталий бізнес. Складова «Сталість» розглядає ефективність міста за такими аспектами, як забруднення навколишнього середовища та рівень надмірного туризму, оскільки вони змінюють переваги туристів до місць призначення (табл. 13).

Таблиця 13 – Складова 6: Сталість – вага складової 10%

Субскладові	Індикатори
Клімат	1. Середнє зростання температури
Забруднення	2. PM2.5
Овертуризм	3. Населення: коефіцієнт туризму 4. Населення: густота туризму
Спадщина ЮНЕСКО	5. Об'єкти спадщини ЮНЕСКО
Сталість країни	6. Індекс сталого туризму

Складова «Сталість» оцінюється із вагою 10%. Для міських гравців і підприємств стало очевидним, що стійкість пов'язана з сильним розвитком сталого розвитку. Екологічні, соціальні та управлінські (ESG) проблеми, такі як забруднення навколишнього середовища або надмірний туризм, є системними ризиками, які можуть безпосередньо вплинути на репутацію міста та туристичну привабливість. Прагнення споживачів до більшої екологічної та соціальної відповідальності ще більше зміцнює стійкі практики місцевих напрямів. Цей компонент також включає Індекс сталого розвитку подорожей, складений Euromonitor International, який аналізує ефективність сталого

розвитку на рівні країни. Стовп використовується як доповнення до Індексу 100 найкращих міських напрямків з інформацією на рівні міста за такими показниками, як клімат, забруднення повітря та надмірний туризм.

Європейські міста міцно увійшли до Топ-10 рейтингу сталого розвитку. Підтримуваний Європейською зеленою угодою регіон прагне до 2050 р. стати вуглецево-нейтральним. Уряди у регіоні стимулюють міста інвестувати у цифрову зелену трансформацію, скорочення викидів та видалення CO<sub>2</sub>.

Швеція лідирує у плані сталого розвитку, успішно реалізуючи Європейську зелену угоду. Місто активно вживає заходів щодо боротьби зі зміною клімату, зберігає біорізноманіття та впроваджує стратегії сталого туризму. Стокгольм посідає друге місце у рейтингу сталого розвитку після Мадриду (табл. 14). Мадрид перевершує Стокгольм за показниками, пов'язаними із надмірним туризмом, таким як співвідношення населення до кількості туристів, на додаток до більшої кількості об'єктів спадщини ЮНЕСКО.

Таблиця 14 – Топ-10 міст за складовою «Сталість» у 2021 р. [34]

Місто	Рейтинг 2021	Зміна рейтингу 2020-2021
Мадрид	1	0 =
Стокгольм	2	1 ↑
Дублін	3	1 ↑
Брюссель	4	7 ↑
Берлін	5	2 ↑
Франкфурт-на-Майні	6	2 ↑
Таллінн	7	-1 ↓
Відень	8	1 ↑
Прага	9	1 ↑
Мельбурн	10	-8 ↓

Міста Німеччини та Швеції прагнуть стати вуглецево-нейтральними до 2045 р., а Фінляндія – до 2035 р.; тому очікується, що європейські міста випереджатимуть свої глобальні колеги у сфері сталого розвитку. Більшість міст також має більше можливостей для подальшого покращення свого рейтингу, зосередивши увагу на надмірному туризмі та захисті об'єктів спадщини.

За межами Європи Торонто показує добрі результати щодо зниження рівня шкідливих забруднювачів повітря та зменшення свого вуглецевого сліду. Близький Схід та Африка відстають, і жодне місто не входить до списку 100 найкращих стійких міст.

Країни Близького Сходу переключують свою увагу на сталий розвиток. Саудівська Аравія підписала Паризьку угоду щодо клімату та оголосила про

свої перші NDC (визначені на національному рівні вклади) у 2021 р. Очікується, що все більше міст у регіоні інтегруватимуть політику, орієнтовану на стійкість, для впливу на зміну клімату в рамках саміту Близькосхідної зеленої ініціативи. Ер-Ріяд відіграв ключову роль в об'єднанні країн із ширшого регіону.

Top 100 City Destinations Index показує, що європейські міста лідирують у відновленні, а 39 міст увійшли до 100 найкращих міст у світі. Ринки, що розвиваються, також досягли успіху як провідні міські напрямки. 45 міст в індексі представляють ринки, що розвиваються, а дев'ять міст з ринками, що розвиваються, входять у топ-50.

Порівняння результатів 2021 р. з 2020 р. дає цінну інформацію. У 2020 р. 67% міст в індексі представляли ринки, що розвиваються. Підвищення ролі ринків, що розвиваються, в 2020 р. відображає важливість стійкого туристичного сектора, яким, природно, користуються багато з цих ринків. З сильними внутрішніми туристичними ринками ці міста виявилися менш уразливими до кризи у глобальному туристичному секторі. Нижчий міжнародний зв'язок і, отже, менша схильність до вірусів пішли на користь цим напрямкам.

Протягом 2021 року 52 міста покращили свої рейтинги в індексі. Міста з Європи та Америки показали найбільший прогрес із 67% та 65% відповідно, серед їхніх міст продемонстрували позитивний рух у своєму рейтингу. Міста з Азіатсько-Тихоокеанського показали слабше покращення: лише 21% міст покращили свій рейтинг.

Вісім із 10 найкращих міст у Top 100 City Destinations Index є європейськими. Токіо - найвище азіатське місто, що займає 15-е місце (рис. 6).

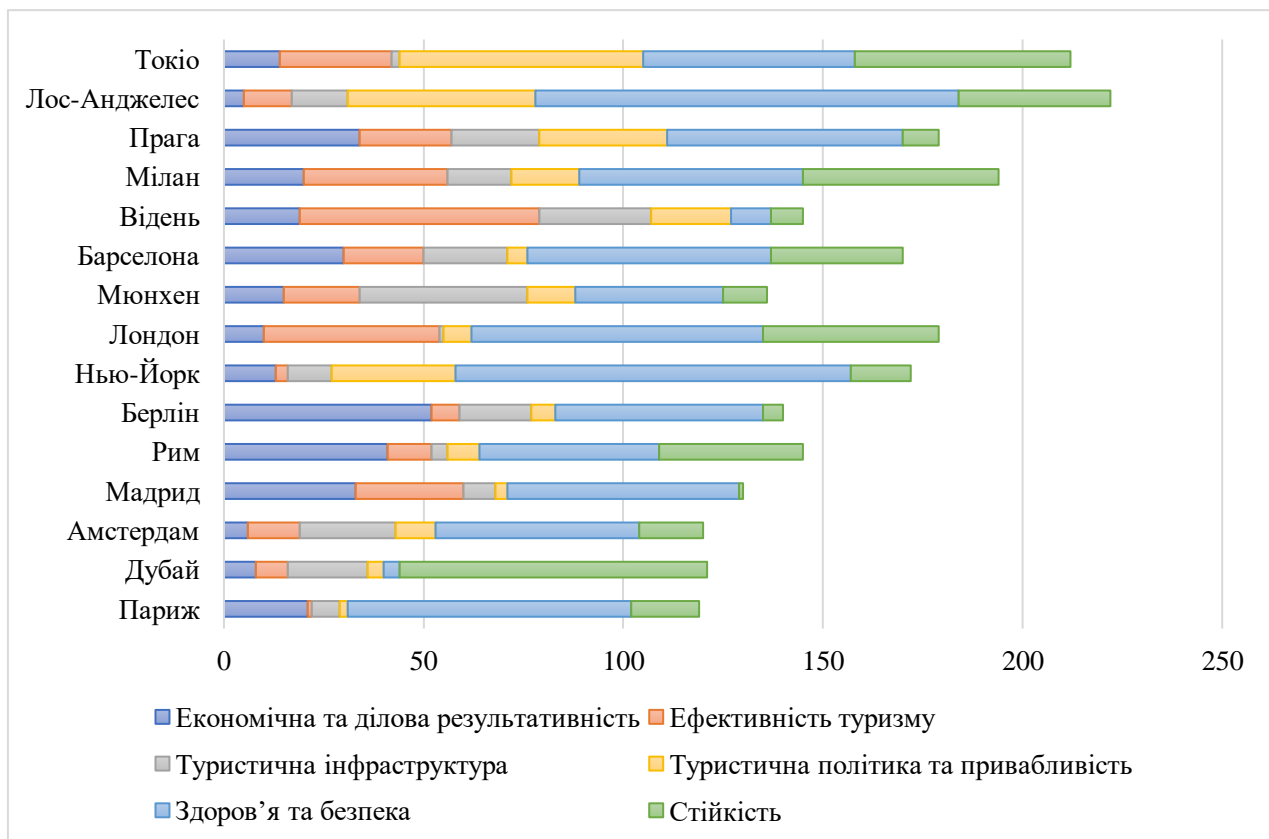


Рисунок 6 – Комплексний рейтинг міст світу за складовими Top 100 City Destinations Index у 2021 pp. [34]

Париж посідає перше місце у загальному індексі. Він має найвищий рейтинг з точки зору ефективності туризму та другий за величиною рейтинг з точки зору туристичної політики та інфраструктури у світі. Продуктивність підвищилася завдяки поверненню до Парижа американських та азіатських туристів. Тим не менш, місто все ще чекає на повернення британських туристів, одного з його основних джерел ринку. Місто знаходиться в нижньому квадранті з точки зору здоров'я та безпеки, незважаючи на активні зусилля щодо підвищення рівня вакцинації серед населення, яке сумнівається у вакцинах.

Дубай посідає друге місце у рейтингу, займаючи лідируюче місце у світі у 2020 р. Місто було відкрито для іноземних туристів з липня 2020 року, і зусилля уряду щодо мобілізації та підтримки сектору подорожей та туризму відіграли вирішальну роль. Дубай - єдине місто з країни, що розвивається, що увійшло в першу десятку. Дубай займає перше місце за показниками здоров'я та безпеки серед 10 найкращих міст індексу. Процес вакцинації простий, показники вакцинації високі, а у всіх громадських та туристичних місцях діють суворі заходи безпеки. В результаті зростає довіра до міста з боку іноземних та місцевих туристів.

У 2021 р. німецькі міста досягли позитивних результатів серед 10 найкращих міст світу. Берлін підняв свій рейтинг на дві позиції протягом року, досягнувши шостого місця, а Мюнхен покращився на дев'ять позицій і увійшов



до першої десятки рейтингу. У той час як показники цих міст відносно стабільні за всіма компонентами, покращення в рейтингах були пов'язані з сильними показниками ефективності туризму та туристичної політики та показників привабливості.

Іспанські міста також займають чільне місце серед 10 найкращих міст. "Барселона" піднялася в рейтингу на шість позицій і посіла 10-те місце, а Мадрид - четверте. Мадрид посідає перше місце з погляду сталого розвитку та третє місце з погляду туристичної політики та привабливості.

*Global Power City Index (GPCI)* оцінює та ранжує великі міста світу відповідно до їх «магнетизму» або їх всеосяжної здатності залучати людей, капітал і підприємства з усього світу. Це робиться за допомогою вимірювання 6 функцій – економіки, досліджень і розробок, культурної взаємодії, життєдіяльності, довкілля та доступності – забезпечуючи багатовимірний рейтинг (рис. 7). GPCI здатний зрозуміти сильні та слабкі сторони та проблеми глобальних міст у світі, що постійно змінюється, не лише за допомогою рейтингу, але й шляхом аналізу конкретних компонентів цього рейтингу.



Рисунок 7 – Складові Global Power City Index [26]

GPCI оцінює свої цільові міста за 6 міськими функціями, і кожна з цих функцій включає кілька груп показників (всього 26 груп), які, у свою чергу, складаються з кількох показників. Усього в GPCI використовується 70 індикаторів (табл. 15). Середні бали по кожному індикатору в групі індикаторів об'єднуються для розрахунку рейтингу міста за конкретними функціями, які підсумовуються для визначення його комплексного рейтингу. Максимально можливий загальний бал дорівнює 2600 балам.

Таблиця 15 – Складові Global Power City Index [26]

Функція	Група індикаторів	№	Індикатори
Економіка	Розмір ринку	1	Номінальний ВВП
		2	ВВП на душу населення
	Привабливість ринку	3	Темпи зростання ВВП
600			

балів		4	Економічна свобода
	Економічна життєздатність	5	Капіталізація фондового ринку
		6	500 найкращих компаній світу
		7	Загальна зайнятість
	Людський капітал	8	Співробітники служби підтримки бізнесу
		9	Рівень заробітної плати
	Бізнес середовище	10	Наявність кваліфікованих кадрів
		11	Різноманітність варіантів робочого місця
	Легкість ведення бізнесу	12	Ставка корпоративного податку
13		Політичний, економічний та бізнес-ризик	
Дослідження та розробки 300 балів	Академічні ресурси	14	Кількість дослідників
		15	Найкращі університети світу
	Дослідницьке середовище	16	Витрати на дослідження та розробки
		17	Кількість іноземних студентів
		18	Академічна успішність
	Інновації	19	Кількість патентів
		20	Лауреати премій у галузі науки і техніки
		21	Кількість стартапів
Культурна взаємодія 500 балів	Тенденційний потенціал	22	Кількість міжнародних конференцій
		23	Кількість культурних заходів
		24	Вартість експорту культурного контенту
		25	Навколишнє середовище арт-ринку
	Туристичні ресурси	26	Визначні пам'ятки
		27	Близькість до об'єктів всесвітньої спадщини
		28	Варіанти нічного життя
	Культурні об'єкти	29	Кількість театрів
		30	Кількість музеїв
		31	Кількість стадіонів
	Зручності для відвідувачів	32	Кількість готельних номерів
		33	Кількість розкішних готельних номерів
		34	Привабливість варіантів покупок
		35	Привабливість ресторанів
	Міжнародна взаємодія	36	Кількість іноземних резидентів
37		Кількість іноземних гостей	

Продовження табл. 15

Життєздатність 500 балів	Робоча обстановка	38	Загальний рівень безробіття
		39	Загальна кількість робочих годин
		40	Гнучкість робочого стилю
	Вартість життя	41	Оренда житла
		42	Рівень цін
	Охорона та безпека	43	Кількість вбивств
		44	Економічний ризик стихійного лиха
	Благополуччя	45	Очікувана тривалість життя

	Легкість життя	46	Соціальна свобода та рівність
		47	Ризик для психічного здоров'я
		48	Кількість лікарів
		49	ІКТ готовність
		50	Кількість роздрібних магазинів
		51	Кількість ресторанів
<i>Довкілля</i> 300 балів	Сталість	52	Прихильність до кліматичних дій
		53	Відновлювані джерела енергії
		54	Швидкість переробки відходів
	Якість повітря та комфорт	55	Викиди CO <sub>2</sub> на душу населення
		56	Якість повітря
		57	Комфортний рівень температури
Міське середовище	58	Якість води	
	59	Міська зелень	
	60	Задоволеність міською чистотою	
<i>Доступність</i> 400 балів	Міжнародна мережа	61	Міста з прямими міжнародними рейсами
		62	Міжнародні вантажопотоки
	Ємність повітряного транспорту	63	Кількість авіапасажирів
		64	Кількість прибуттів та вильотів в аеропортах
	Міський транспорт	65	Щільність станції
		66	Використання громадського транспорту
		67	Час у дорозі до аеропортів
	Зручність транспорту	68	Час у дорозі
69		Затори на дорогах	
70		Простота пересування на таксі чи велосипеді	

GPCI-2021 не показав суттєвих змін у містах-лідерах, але загальноміські карантини, обмеження на поїздки, поведінкові обмеження та зміни у стилях роботи, пов'язані з епідемією COVID-19 з початку 2020 року, вплинули на різні показники. Це спричинило помітний вплив на динаміку світових міст.

Лондон зберіг своє перше місце десятий рік поспіль, але загальний показник зменшився. Основною причиною цього стало значне падіння доступності, оскільки сила Лондона в міжнародних транспортних мережах була втрачена через вплив нової коронавірусної інфекції (COVID-19). Не дивлячись на це, Лондон покращив свій рейтинг у життєздатності та довкіллі та має збалансовані сильні сторони в усіх секторах.

Як місто вищого рівня, Нью-Йорк має безперечні сильні сторони в економіці та дослідженнях і розвитку. У середовищі «Навколишнє середовище» Нью-Йорк покращив свій рейтинг, підвищивши оцінку «Задоволеність міською чистотою». Тим не менш, життєздатність, яка була щорічною проблемою для міста, впала ще нижче в рейтингу через падіння балів за робоче середовище. В результаті розрив між сильними та слабкими областями міста збільшився

Токіо покращив свій рейтинг порівняно з минулим роком, наздогнавши Лондон і Нью-Йорк. Хоча він поступився третім місцем Лос-Анджелесу в області досліджень і розробок, він піднявся на 9 місце в рейтингу

життєздатності. Поліпшення гнучкості робочого стилю, яке стримало місто минулого року, сприяло цьому покращенню. У Cultural Interaction місто покращило свій «потенціал встановлення тенденцій» шляхом проведення Олімпійських ігор і наблизилося до третього місця Нью-Йорка.

Хоча серйозних змін у рейтингах провідних міст не відбулося, обмеження на поїздки, обмеження діяльності та зміни стилів роботи, пов'язані з епідемією COVID-19, суттєво вплинули на динаміку міст світу (рис. 8).

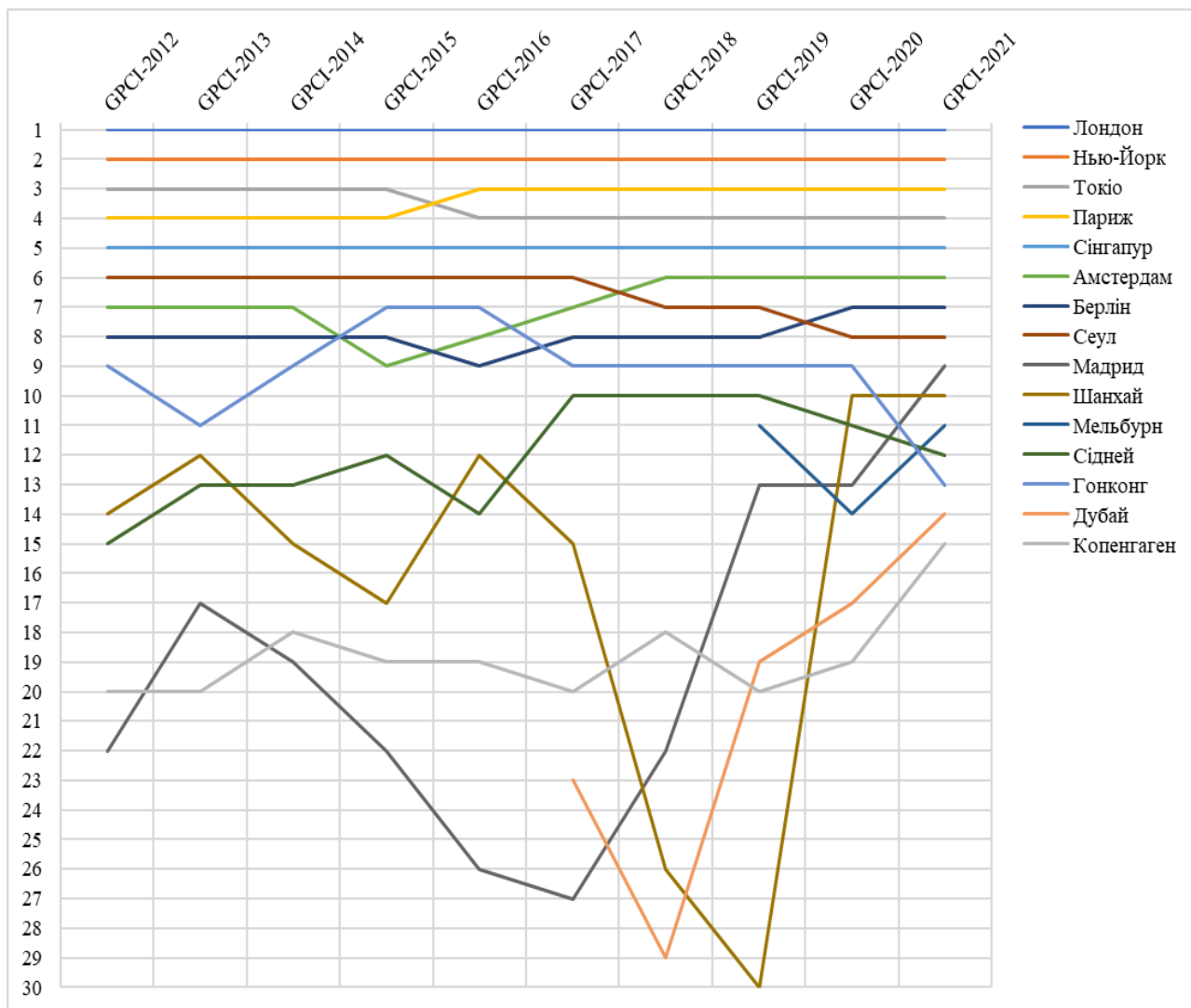


Рисунок 8 – Коливання рангу міст світу за Global Power City Index у 2012-2021 рр.

COVID-19 найбільшим чином торкнувся наступних показників: капіталізація фондового ринку та 500 найбільших компаній світу в економіці; кількість культурних заходів та кількість іноземних гостей у рамках культурної взаємодії; загальний рівень безробіття та гнучкість робочого стилю в умовах життя; якість повітря у навколишньому середовищі та містах з прямими міжнародними рейсами та кількість авіапасажирів в умовах доступності.

За кількістю авіапасажирів усі 48 міст GPCI продемонстрували значне зниження кількості внутрішніх та міжнародних пасажирів. Містами з найбільш значним зниженням були Гонконг (-88%), Сінгапур (-83%) та Тайбей (-81%).

Щодо якості повітря, то в 38 із 48 міст середньорічна концентрація PM<sub>2,5</sub> покращилася, а в Сінгапурі – на 40%.

Що стосується гнучкості робочого стилю, Женева і Токіо ще гнучкіші, ніж у той же час минулого року, коли епідемія COVID-19 вже почалася.

Що стосується кількості культурних заходів, у той час як великі міста, такі як Пекін, Лондон та Москва, отримали нижчі бали, «потенціал створення тенденцій» Токіо був значно збільшений завдяки проведенню Олімпійських ігор у Токіо влітку 2021 р., хоча вони були відкладені на рік. і вперше в олімпійській історії пройшов без глядачів.

Обмеження на поїздки та зміни способу роботи та життя через пандемію COVID-19 справили величезний вплив на рейтинг.

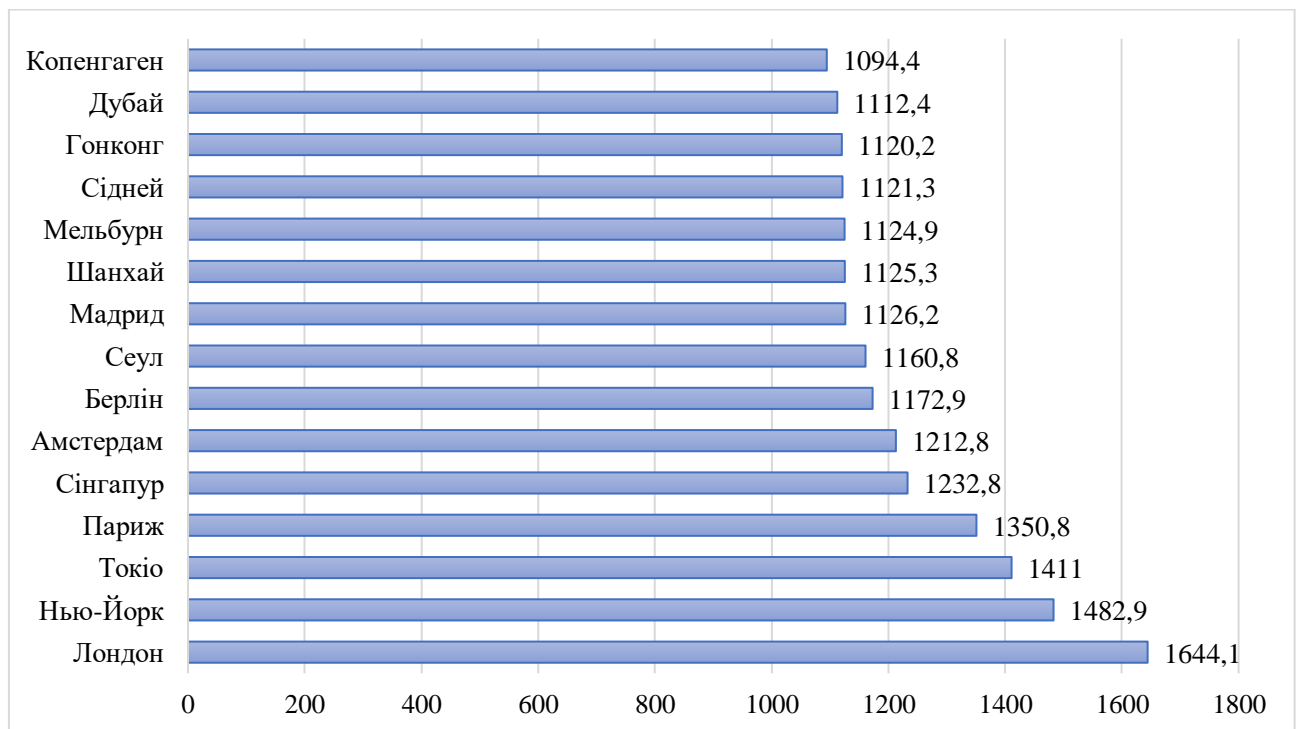


Рисунок 9 – Комплексний бальний рейтинг міст світу за Global Power City Index у 2021 рр. [26]

Обидві функції «Доступність» і «Життєздатність» зазнали великих коливань у рейтингу через вплив пандемії COVID-19. По доступності Шанхай піднявся з 3-го на 1-е місце, а Мадрид піднявся з 2-го на 1-е місце з благоустрою. У категорії «Економіка» розрив у балах між Лондоном №2 та Пекіном №3 скоротився порівняно з минулим роком, а у категорії «Дослідження та розробки» Лос-Анджелес увійшов до трійки лідерів. не відбулося великих змін у першій десятці міст з екології, Сідней та Мельбурн увійшли до першої п'ятірки.

У функції «Економіка», хоча великих змін порівняно з попереднім роком не відбулося, розрив між Пекіном та Лондоном скоротився, оскільки оцінка китайської столиці збільшилася, а оцінка Лондона зменшилася.

Показники між позиціями № 4 і № 7 демонструють невеликий розрив, тоді як Гонконг з його позиціями, що зміцнилися, у списку 500 кращих компаній світу і Цюріх з вищим балом за ставкою корпоративного податку наблизилися до Токіо. Шанхай, який цього року увійшов до десятки найкращих, досяг швидкого прогресу, підвищивши свою оцінку завдяки сильним показникам темпів зростання ВВП, а також значному збільшенню кількості коворкінгів у порівнянні з минулим роком, що підвищило його рейтинг у різноманітності варіантів робочого місця.

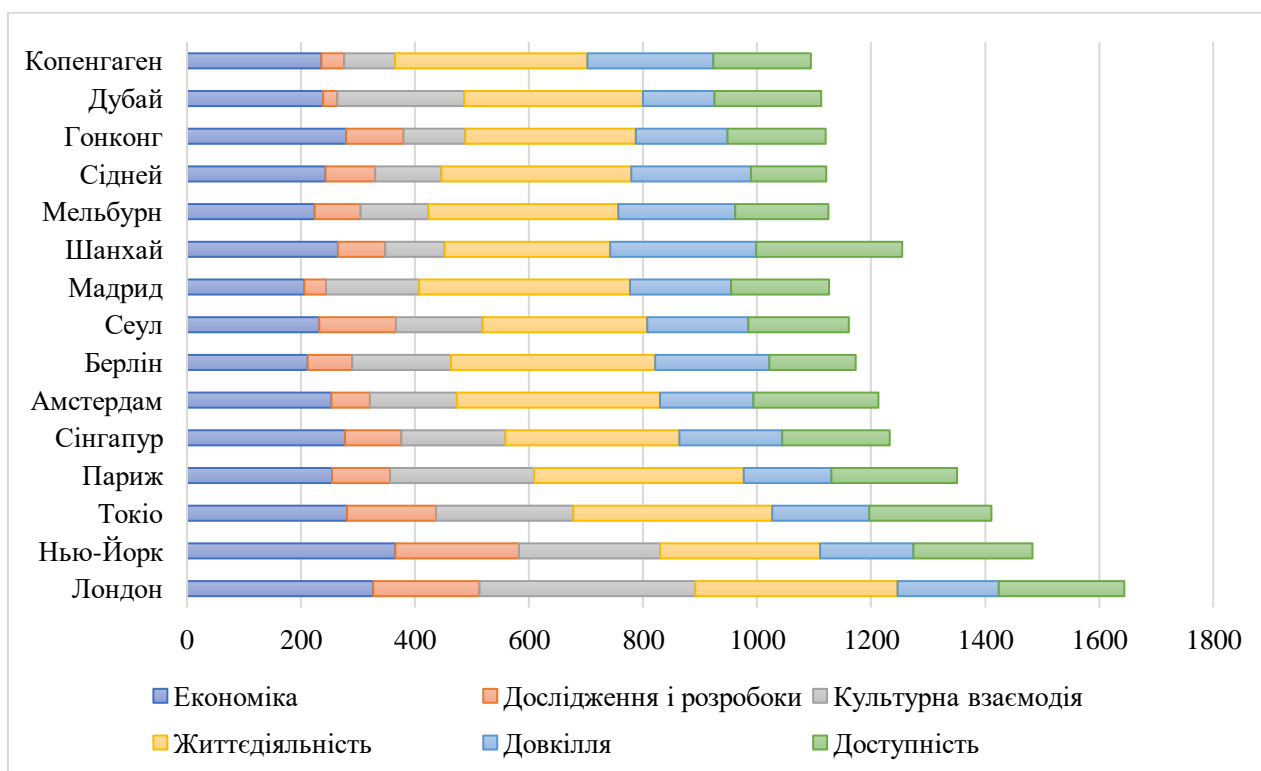


Рисунок 10 – Комплексний бальний рейтинг міст світу за складовими Global Power City Index у 2021 рр. [26]

За межами 10 найкращих міст Європа демонструє високі результати: Женева посіла 12-те місце, Париж - 13-те, а Гельсінкі - 24-те. Спільним для цих міст є зростання темпів зростання ВВП, оскільки Париж підскочив на понад 10 пунктів. Оскільки оцінки цих міст за показником «привабливість ринку» зросли після виходу Лондона з ЄС у рамках дослідження «Специфіка функції: економіка», цілком імовірно, що європейські міста продовжуватимуть впливати на їхні рейтинги в майбутньому.

У галузі досліджень та розробок Лос-Анджелес перевершив Токіо і вперше увійшов до трійки лідерів. Насамперед це сталося за рахунок підвищення показників за такими показниками, як «Найкращі університети світу», «Лауреати премій у галузі науки та техніки» та «Кількість стартапів». Хоча Токіо також збільшив свій бал за кількістю стартапів, оскільки не зміг покращити свої бали за іншими показниками, його рейтинг також постраждав. Періс знову змогла увійти до десятки найкращих завдяки покращенню

результатів у номінації «Переможці призів у галузі науки та техніки». Зайнявши 11 місце, Сінгапуру завадили нижчі бали за кількістю іноземних студентів, а також за кількістю стартапів, при цьому місто впало в рейтинг.

У той час як 5 з 10 найкращих міст знаходяться у Сполучених Штатах, китайські та австралійські міста займають місця між 12 та 16 місцями, і буде цікаво подивитися, яке місце вони займуть у майбутньому.

У функції культурної взаємодії Лондон зберігає своє перше місце 14 рік поспіль з моменту запуску GPCI в 2008 році. Зокрема, Лондон перевершує інші міста своїми сильними сторонами, завдяки яким він входить до трійки лідерів за 12 із 16 показників культурної взаємодії.

Хоча перші 3 міста залишилися колишніми, #2 Париж та #3 Нью-Йорк помінялися місцями. Це можна пояснити зниженням показників Нью-Йорка за показниками «Туристичні пам'ятки», «Привабливість магазинів» та «Привабливість ресторанів», а також зростанням показників Парижа за показниками «Кількість іноземних відвідувачів» та «Кількість міжнародних конференцій». Амстердам значно підскочив з 16-го місця на 12-те, збільшивши бали за «Туристичні пам'ятки» та «Привабливість ресторанів».

Кількість іноземних відвідувачів є одним із показників, на який вплинула пандемія COVID-19, оскільки в усіх містах різко скоротилося кількість іноземних відвідувачів у 2020 році: Лондон № 1 – на 74,4%, а Шанхай – на 87,3%.

У рейтингу благоустрою Мадрид піднявся з 2-го місця минулого року на 1-е місце завдяки вищим показникам гнучкості робочого стилю та збереженню відмінних результатів у категоріях «Благополуччя» та «Безпека та безпека». «Мілан», який торік займав 20-е місце, значно виріс і увійшов у першу десятку завдяки покращенню всіх показників у групі показників «Легкість життя». Токіо також перемістився з 12-го місця в топ-10 цього року, а його результати щодо гнучкості робочого стилю підштовхнули його з 41-го місця минулого року на 2-е місце.

Тим часом Ванкувер і Відень вийшли з топ-10, Ванкувер опустився за показниками загального рівня безробіття, а Відень — за гнучкістю робочого стилю. У цьому році Workstyle Flexibility зазнав значних змін, оскільки великі міста по всьому світу відчули наслідки COVID-19 і змінили стилі роботи, щоб сприяти гнучкості.

У функції «Довкілля», хоча склад першої десятки не змінився, фактичний рейтинг змінився. Сідней та Мельбурн отримали високі бали та увійшли до п'ятірки найкращих завдяки позитивним результатам у показниках «Задоволеність міською чистотою», «Міська зелень» та «Викиди CO<sub>2</sub> на душу населення». Тим часом позиції Берліна та Ванкувера впали.

Амстердам, який продемонстрував найбільше підвищення рейтингу, збільшив свої бали в порівнянні з минулим роком завдяки відмінним результатам за показниками «Викиди CO<sub>2</sub> на душу населення», «Якість повітря», «Якість води», «Міська зелень» та «Задоволеність міською чистотою».

Можливо, через вплив поведінкових обмежень та обмежень на поїздки, пов'язані з пандемією COVID-19, приблизно 80% цільових міст GPCI повідомили про покращення якості повітря. У Сінгапурі сталося найбільше зниження середньорічної концентрації дрібних твердих частинок (PM<sub>2,5</sub>) в атмосфері приблизно на 40%. В інших містах, таких як Лондон, Токіо та Париж, зниження становило майже 15%. Однак були також міста, в яких було зареєстровано збільшення на 30% і більше, наприклад Сан-Франциско і Вашингтон, округ Колумбія.

У функції «Доступність» наслідки пандемії COVID-19 цілком очевидні. У той час як торішній №3, Шанхай, піднявся на позицію №1, Лондон, який був першим у попередньому році, опустився на №3 через його результати за кількістю авіапасажирів. Хоча оцінка Лондона знизилася, відносна оцінка Шанхаю зросла, незважаючи на зменшення кількості пасажирів. Крім того, Шанхай зміг отримати високу оцінку за кількістю прибутків та вильотів в аеропортах.

Гонконг, який торік займав 10-е місце, опустився на 13-те, а Сінгапур увійшов до першої десятки. Це також було відображенням зміни показників кількості авіапасажирів. На додаток до цього показника Чикаго також покращив свої показники з пробок на дорогах. Показники заторів на дорогах покращилися у багатьох містах, у тому числі у 6 американських містах, оскільки у результатах було помічено зменшення заторів.

Дивлячись на графіки нижче, стає ясно, що у багатьох містах кількість відвідувачів скоротилася приблизно на 1/3. Порівняно з іншими містами Шанхай, який зайняв перше місце, зазнав падіння більш ніж наполовину, на 51%. Однак у №3 у Лондоні спостерігалось падіння на 26%, що свідчить про крайні наслідки пандемії COVID-19.



## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Криза COVID-19 майже повністю зупинила міжнародний туризм, особливо сильно постраждав міський туризм та малий бізнес. У той же час заходи щодо стримування пандемії, такі як перехід на віддалену роботу та прискорене використання комунікаційних технологій, послужили посиленню тенденцій, пов'язаних з туризмом, таких як мобільне життя та міграція способу життя. Обмеження, накладені як на міжнародні поїздки, так і на внутрішні переміщення, закриття дозвілля та майже повна зупинка індустрії зустрічей – усе це вплинуло на міський туризм, а вплив поширився на багато сфер, таких як культура, втрата робочих місць та соціально-економічний спад.

У більш короткостроковій перспективі важливо відновити довіру мандрівників. Це означає сприяння безпечному поверненню міжнародних міських мандрівників, мінімізацію невизначеності щодо обмежень на поїздки та продовження розробки заходів реагування для підтримки потенціалу та виживання сектора. Співпраця та солідарність між містами зараз важливіша, ніж будь-коли, насамперед для підтримки відновлення туризму та сприяння створенню довгострокового загального бачення сталого міського туризму.

Повернення туристів до міст по всьому світу принесе більше, ніж просто робочі місця та відновлення економіки. Це принесе надію, впевненість і допоможе відродити те, що робить міське життя таким захоплюючим, від культури до гастрономії, підприємництва та нових ідей. Однак, незважаючи на те, що розгортання вакцинації та зняття урядами обмежень на поїздки вказують на поступове відновлення туристичної діяльності, багато проблем міського туризму, що існували до COVID-19, залишаються.

Міста тепер мають шанс перезапуститися, сприяючи включенню стійкого туризму до своїх програм відновлення як рушійної сили зайнятості та створення багатства, а також міжкультурного обміну, соціальної інтеграції та збереження культури. Необхідно прийняти нові моделі управління, щоб забезпечити повну інтеграцію та узгодження туризму з ширшою міською політикою міст.

Заглядаючи у майбутнє, процес відновлення потребує розробки політики, що забезпечує задоволеність життям як мешканців, так і гостей, забезпечуючи умови для життя, безпеку, інфраструктуру та послуги для всіх. Нинішня криза надає міським напрямкам можливість переосмислити роль туризму на порядку денному свого міста відповідно до *Нової програми розвитку міст* [32] та *Цілей сталого розвитку* [38]. Ця політика у сфері міського туризму має бути узгоджена з *Новою програмою розвитку міст* Організації Об'єднаних Націй та з Метою 11 «Зробити міста та населені пункти відкритими, безпечними, життєстійкими та стійкими», що робить Цілі сталого розвитку стандартною основою для об'єднання всіх відповідних учасників, які стоять за відродження міського туризму. Принципи Глобального етичного кодексу туризму ЮНВТО також мають бути присутніми на всіх рівнях, щоб максимізувати переваги

сектора при мінімізації його потенційно негативного впливу на навколишнє середовище, культурну спадщину та суспільство у всьому світі.

Задля досягнення цих завдань, а також враховуючи принципи Глобального етичного кодексу туризму UNWTO надає рекомендації щодо розвитку міського туризму за трьома напрямками (рис. 7.1).

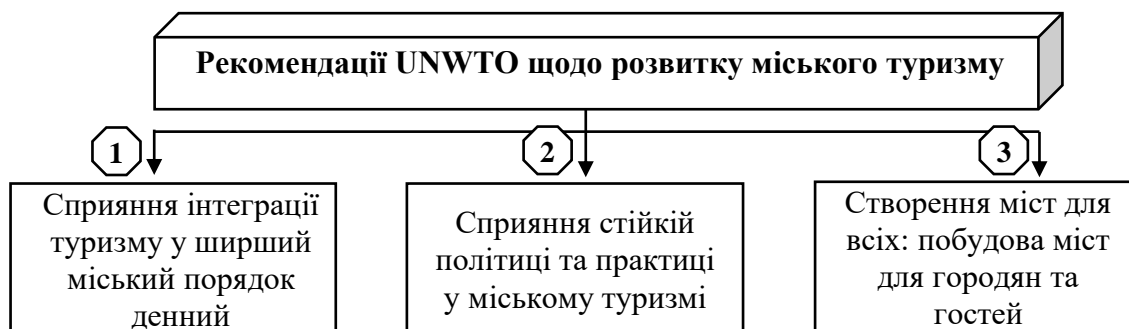


Рисунок 11 – Рекомендації UNWTO щодо розвитку міського туризму [42]

Напрямок *«Сприяння інтеграції туризму у ширший міський порядок денний»* включає наступні настанови [42]:

1) туризм має бути повністю інтегрований у ширший порядок денний міста як засіб забезпечення його ефективного внеску у розвиток інклюзивних та стійких міст;

2) міста повинні встановити моделі управління та механізми співпраці для міського туризму, які залучатимуть туристичну адміністрацію, а також інші відповідні сфери на всіх рівнях – національному, місцевому та регіональному, приватному секторі та місцевих громадах;

3) туризм слід включити в системи моніторингу та вимірювання міст, які забезпечують прийняття рішень, планування та управління на основі фактів;

4) туризм має бути частиною міської політики та стратегії для досягнення реалізації Нової програми розвитку міст та Цілей сталого розвитку, зокрема Цілі 11 *«Зробити міста та населені пункти інклюзивними, безпечними та стійкими»*.

Напрямок *«Сприяння стійкій політиці та практиці у міському туризмі»* включає наступні настанови [42]:

5) міський туризм повинен просувати стійкі методи більш ефективного використання ресурсів та скорочення викидів та відходів у рамках економіки замкнутого циклу;

6) міста повинні впроваджувати концепцію розумних туристичних дестинацій міського типу шляхом повної інтеграції наступних складових у свою політику та стратегію: управління, інновації, технології, доступність та стійкість у трьох сферах – соціальній, економічній та екологічній;

7) міста повинні сприяти загальнодоступному міському туризму відповідно до Рекомендацій UNWTO щодо доступного туризму для всіх;

8) міста повинні максимально використовувати великі дані та технології для кращого планування, вимірювання та управління міським туризмом, а також сприяти прийняттю заснованих на фактичних даних рішень з ключових питань, таких як інфраструктура, пропускна спроможність, житло, транспорт та мобільність, управління природними та культурними ресурсами та залучення суспільства до туризму;

9) міста повинні розробляти інноваційні туристичні продукти та досвід, а також використовувати технології для диверсифікації туристичних потоків у часі та просторі, стимулювати більш тривале перебування та залучати сегменти відвідувачів, які роблять більший внесок у їх довгострокове бачення та стратегію;

10) міста повинні просувати вимірювання та моніторинг міського туризму, щоб забезпечити сталий розвиток напрямків актуальним та своєчасним чином. Щодо цього Мережа обсерваторій сталого туризму UNWTO може стати моделлю для розгляду, оскільки вона забезпечує основу для систематичного, своєчасного та регулярного моніторингу використання ресурсів та кращого розуміння впливу туризму у дев'яти областях: сезонність; працевлаштування; економічні вигоди; менеджмент; місцеве задоволення; керування енергією; керування водними ресурсами; управління стічними водами; поводження з твердими відходами;

11) стійкість міського туризму буде успішною лише в тому випадку, якщо буде прийнято комплексну та довгострокову стратегію планування, засновану на комплексному підході за участю багатьох зацікавлених сторін.

Напрямок *«Створення міст для всіх: побудова міст для городян та гостей»* включає наступні настанови [42]:

12) міста мають посилити повну інтеграцію місцевих громад у планування та управління туризмом;

13) міста повинні сприяти включенню місцевих громад у туристичний ланцюг створення вартості, забезпечуючи, щоб переваги від туризму призвели до створення добробуту на основі громади, гідних робочих місць та соціальної інтеграції, особливо для жінок, молоді та менш захищених груп;

14) міста повинні сприяти внеску туризму у створення міст як просторів, що сприяють відродженню міст, культурному різноманіттю, міжкультурному діалогу, інноваціям, генерації та обміну знаннями;

15) міста повинні розглядати туристів як «тимчасових мешканців» і забезпечити, щоб туристична політика сприяла залученню відвідувачів і мешканців у цілісний та повністю інтегрований спосіб;

16) міста повинні планувати та керувати розвитком міста та міським туризмом інтегрованим способом для мешканців та гостей міста.

*Нову програму розвитку міст* (Програму) було прийнято 20 жовтня 2016 р. на Конференції Організації Об'єднаних Націй з житла та сталого міського розвитку (Хабітат III), що проходила у м. Кіто. Вона також була схвалена на 68-му пленарному засіданні Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 23 грудня 2016 р. [32].

Програма представляє загальне бачення більш стійкого майбутнього, в якому всі мають рівні права і доступ до благ і можливостей, що надаються містами, і в якому для досягнення цього стійкого майбутнього міжнародне співтовариство переосмислює міські системи та фізичну форму міського простору.

У Програмі визнається, що культура та культурна різноманітність є джерелами збагачення людства і роблять важливий внесок у сталий розвиток міст, населених пунктів та громадян, наділяючи їх можливістю грати активну та унікальну роль в ініціативах у галузі розвитку. У Новій програмі розвитку міст далі визнається, що питання культури повинні враховуватися в контексті пропаганди та впровадження нових раціональних моделей споживання та виробництва, що сприяють відповідальному використанню ресурсів та усуненню згубних наслідків зміни клімату.

Програма представляє зміну парадигм, засновану на наукових досягненнях урбаністики, вона базується на стандартах та нових принципах планування, будівництва, розвитку міст, управління ними та покращення стану міських районів відповідно до *п'яти головних компонентів реалізації Програми*:

- 1) національні стратегії розвитку міст;
- 2) міське законодавство та нормативні вимоги;
- 3) міське планування та проектування;
- 4) місцева економіка та муніципальні фінанси;
- 5) адаптація Нової програми розвитку міст до місцевих умов.

*Мета реалізації Програми* полягає у створенні таких міст та інших населених пунктів, де всі люди можуть користуватися рівними правами та можливостями, а також своїми основними свободами, керуючись цілями та принципами Статуту Організації Об'єднаних Націй, включаючи неухильне дотримання норм міжнародного права. У цьому плані Нова програма розвитку міст ґрунтується на Загальній декларації прав людини, міжнародних договорах у галузі прав людини, Декларації тисячоліття та Підсумковому документі Всесвітнього саміту 2005 року. Вона складена на основі інших документів, таких як Декларація про право на розвиток.

Прийняття Програми базується на основі наступних *взаємозалежних принципів* [32]:

– ліквідації бідності у всіх її формах та проявах, включаючи викорінення крайньої бідності; забезпечення рівних прав та можливостей, соціально-економічного та культурного розмаїття та інтеграції у міському просторі, покращення умов життя та побуту, освіти, продовольчої безпеки та харчування, охорони здоров'я та благополуччя, у тому числі шляхом припинення епідемій;

– забезпечити створення стійкої та всеосяжної міської економіки шляхом використання переваг агломерації, що надаються добре спланованою урбанізацією;

– забезпечити екологічну стійкість шляхом заохочення застосування екологічно чистої енергії та сталого використання земель та ресурсів у галузі міського розвитку, охорони екосистем та біорізноманіття.

Реалізація нової програми передбачає [32]:

1) перегляд способів планування, фінансування, розвитку, управління та регулювання міст та інших населених пунктів при визнанні сталого міського та територіального розвитку як необхідної умови досягнення сталого розвитку та процвітання для всіх;

2) визнання провідної ролі національних урядів, у відповідних випадках, у розробці та здійсненні всеосяжних та ефективних заходів міської політики та законодавства з метою сталого міського розвитку та не менш важливий внесок субнаціональних та місцевих органів управління, а також громадянського суспільства та інших відповідних зацікавлених сторін, на основі принципів прозорості та підзвітності;

3) прийняття стійких інтересів людей, які враховують вікові та гендерні аспекти та комплексні підходи до питань міського та територіального розвитку шляхом здійснення заходів політики, стратегій, створення потенціалу та вжиття заходів на всіх рівнях, виходячи з основних факторів змін.

Ключовим завданням план здійснення Програми у галузі туризму є зобов'язання надавати підтримку та сприяння міській економіці для поступового переходу до вищої продуктивності праці за рахунок секторів з високою доданою вартістю шляхом сприяння диверсифікації, технологічній модернізації, науковим дослідженням та інноваціям, включаючи створення якісних, гідних та продуктивних робочих місць, у тому числі за рахунок надання *підтримки культурним та креативним галузям, сталому туризму, виконавчому мистецтву та діяльності зі збереження спадщини.*

З моменту спалаху COVID-19 світовий туризм зіштовхнувся із новими можливостями та проблемами. Тенденція світового туризму зокрема помітно змінилася. Всесвітня федерація туристичних міст (World Tourism Cities Federation (WTCF)) [40], враховуючи глобальний туристичний ландшафт і тенденції розвитку в нову епоху, виходить із фундаментальної позиції сприяння процвітаючому розвитку туристичних міст і узгоджується з цілями, встановленими як на порядку денному ООН у сфері сталого розвитку на період до 2030 року, так і в Новій програмі розвитку міст на всіх фронтах, пропонуючи порядок денний та цілі розвитку світових туристичних міст у наступному десятилітті. Це спрямовано на надання багаторівневої програми дій та плану розвитку, доступних для всіх сторін, щоб вони могли приєднатися до відновлення та розвитку світових туристичних міст у постпандемічну епоху.

Запропонований WTCF *Порядок денний майбутнього розвитку світових туристичних міст (2021-2030)* [23], який розвивається навколо концепції «Кращого міського життя через туризм», викладає передумови, історичні можливості, основні концепції, керівні принципи, цілі розвитку, плани дій з чотирьох точок зору: 1) новий порядок денний, 2) нові цілі, 3) нові дії та 4) нові стандарти. Порядок денний, офіційно опублікований під час WTCF Beijing

Fragrant Hills Tourism Summit 2021 WTCF, має життєво важливе значення для керівництва відновленням і розвитком світових туристичних міст у еру після пандемії.

WTCF запропоновано 12 пріоритетних завдань розвитку світових туристичних міст (рис. 12) на найближче десятиліття (2021-2030 рр.) з прив'язкою до цілей сталого розвитку, зафіксованих у документах, у тому числі Порядок денний у галузі сталого розвитку на період до 2030 року ООН, Нова програма розвитку міст UN-НАВІТАТ, Туризм та Цілі сталого розвитку – шлях до 2030 року ЮНВТО та Пекінська декларація WTCF.

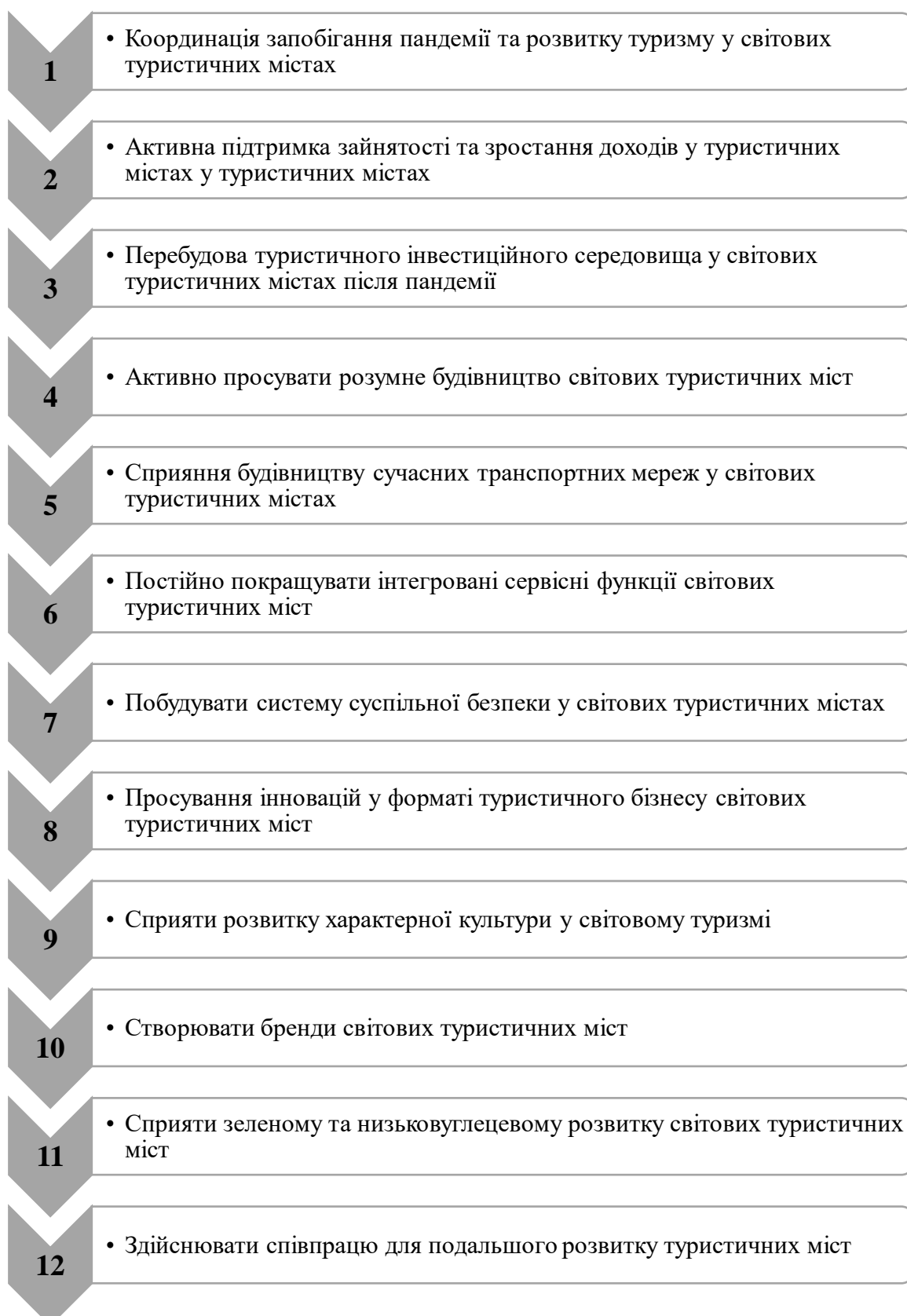


Рисунок 12 – Пріоритетні завдання розвитку світових туристичних міст [23]

1. *Координація запобігання пандемії та розвитку туризму у світових туристичних містах* [23]:

запобігання пандемії та боротьба з нею у туристичних містах світу;  
вивчення та формулювання конкретного та здійсненого плану поживлення світового міського туризму;

поступове відновлення туристичної діяльності у містах упорядкованим, багаторівневим, регіональним та багатоетапним чином;

вжиття ефективних заходів для активізації туристичного ринку у великих містах;

вивчення створення довгострокового управління та механізму для профілактики захворювань та безпеки туризму.

2. *Активна підтримка зайнятості та зростання доходів у туристичних містах у туристичних містах* [23]:

прийняття ефективних заходів підтримки туристичних компаній для подолання труднощів;

споживання міського туристичного ринку, що постійно розширюється; зосередження уваги на культивуванні нових типів суб'єктів ринку для світового туризму;

повною мірою використати роль міського туризму у боротьбі з бідністю.

3. *Перебудова туристичного інвестиційного середовища у світових туристичних містах після пандемії* [23]:

розробка та впровадження активнішої політики для підтримки інвестицій у туризм;

сприяння відкриттю та спільному використанню туристичних ресурсів у світі;

сприяння диверсифікованому розвитку інвестицій у світові туристичні міста;

координація розвитку туристичних міст на різних рівнях;

прискорення розвитку туристичних ресурсів у слаборозвинених районах.

4. *Активно просувати розумне будівництво світових туристичних міст* [23]:

сприяння розбудові інформаційної інфраструктури в туристичних містах;

активне просування цифрової трансформації світових туристичних міст;

активний розвиток нових форм високотехнологічного туризму;

посилення нагляду за туристичним ринком в епоху інтернету.

5. *Сприяння будівництву сучасних транспортних мереж у світових туристичних містах* [23]:

активне вдосконалення транспортних засобів у містах світового туризму;

повна реалізація рушійного ефекту світових туристичних міст;

побудова зеленої та низьковуглецевої транспортної системи в містах світового туризму.

6. *Постійно покращувати інтегровані сервісні функції світових туристичних міст* [23]:

закріплення інтегрованих сервісних функцій світових туристичних міст;

підвищення якості професійних послуг у туристичних містах світу;

розширення можливостей надання зручного обслуговування в містах світового туризму.

7. *Побудувати систему суспільної безпеки у світових туристичних містах* [23]:



комплексне підвищення рівня безпеки в туристичних містах;  
 посилення будівництва системи порятунку в надзвичайних ситуаціях для туристичних міст;

удосконалення сервісної платформи інформації про безпеку в містах світового туризму;

дослідження побудови механізму гарантування глобальної безпеки туризму.

8. *Просування інновацій у форматі туристичного бізнесу світових туристичних міст* [23]:

енергійно сприяти комплексному розвитку туристичної галузі;  
 активно просувати зелений та низьковуглецевий туризм.

9. *Сприяти розвитку характерної культури у світовому туризмі* [23]:

приділення уваги покращенню культурної якості міст світового туризму;

надання кращих послуг для культурного туризму;

посилення охорони культурної спадщини в туристичних містах.

10. *Створювати бренди світових туристичних міст* [23]:

приділення уваги бренду та іміджу міста;

просування бренду та іміджу міста;

посилення захисту бренду та іміджу міста;

11. *Сприяти зеленому та низьковуглецевому розвитку світових туристичних міст* [23]:

активно просувати сталий розвиток світових туристичних міст;

пропаганда більш зеленої та здорової концепції життя;

ефективно контролювати перерозвиненість туристичних ресурсів.

12. *Здійснювати співпрацю для подальшого розвитку туристичних міст* [23]:

сприяння обміну персоналом між світовими туристичними містами на впорядкованій основі;

сприяння обміну та співпраці між туристичними містами;

активне просування обміну інформацією між світовими туристичними містами;

пропаганда та просування будівництва зон вільної торгівлі світового туризму;

зміцнення культурних обмінів між світовими туристичними містами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безверхнюк Т., Вишневська В. Методологічний підхід до застосування концепції життєвого циклу в маркетингу проектів розвитку туристичних територій. Актуальні проблеми державного управління. 2020. № 1(81). С. 26-31.
2. Безручко Л.С. Туризм у містах: суть, чинники та проблеми розвитку. Географія та туризм, 2017. Вип. 39. С.45-53.
3. Богославець О.Г., Бойко Н.О., Інновації в туристичній інфраструктурі міста: європейській досвід та українські реалії. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2018. № 16. С.
4. Буднікевич І.М., Гавриш І.І. Концепція територіального маркетингу як основа формування та підвищення привабливості регіонів. Регіональна економіка. 2016. №3. С. 76-85.
5. Гладкий О.В., Скляр О.А. Особливості формування та розвитку міського туризму в Україні. Географія та туризм, 2017. Вип.38. С.71-81.
6. Діденко К.Д. Роль історичних міст України в розвитку внутрішнього туризму. Український географічний журнал. 2014. № 3. С. 52-56.
7. Економіка міста та урбаністика: матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (23 березня 2018 р.). К.: КНЕУ, 2018. 311 с
8. Кальченко О. М. Територіальний маркетинг як чинник розвитку туризму. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2011. № 1. С. 177–182.
9. Леонт'єва Ю. Ю. Формування та реалізація стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації : Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. економ. наук за спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка». Харківська національна академія міського господарства. Харків 2010. 20 с.
10. Мальська М.П., Гаталяк О.М. Туризм у містах: підручник. К. : ЦУЛ, 2018. 224 с.
11. Нездоймінов С.Г. Управління розвитком міського туризму на засадах маркетингу. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України" (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. 881 с. С.111-117.
12. Оболенцева Л. В. Формування туристичного іміджу міста як стратегічний напрям розвитку маркетингу території. Бізнес Інформ. 2020. №12. С. 157–164.
13. Подлепіна П.О., Сабадир В.М. Глобальні міста в міжнародному туризмі. Вісник Харківського національного університету імені В. Н.

КАРАЗІНА. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм», 2017. Вип. 6. С. 198-205.

14. Радіонова О.М. Туризм як детермінанта розвитку сучасного міста. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 9. С. 786-791.

15. Регіональний туристичний продукт: проектний підхід до забезпечення конкурентоспроможності : монографія; за заг. ред. Іжі М. М., Бабова К. Д., Безверхнюк Т. М. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. 626 с.

16. Руденко Л.Г. Класифікація міжнародних функцій міст та їх прояв в Україні. Український географічний журнал. 2014. № 4. С. 38–45.

17. Смирнов І. Г. Іміджмейкинг та брендинг туристичної дестинації (на прикладі міського туризму). Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка. Серія «Географічні науки». 2017. Вип. 8. С. 154–174.

18. Смирнов І.Г. Іміджмейкинг та брендинг туристичної дестинації (на прикладі міського туризму). Наукові записки СумДПУ імені А.С. Макаренка. Географічні науки, 2017. Вип.8. С.154-174.

19. Смирнова Т.А., Приварникова І.Ю. Формування бренда міста як інноваційний шлях підвищення його привабливості для туризму. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. 2015. Вип. 5. С. 93-100.

20. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку : монографія / за ред. проф. В. В. Александрова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. 268 с.

21. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І.М. Писаревського. Х.: ХНАМГ, 2011. 284 с.

22. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / за ред. А. А. Мазаракі. Київ, 2013. 388 с.

23. Agenda for the Future Development of World Tourism Cities (2021-2030). URL:

[http://media.wtcf.org.cn/M00/02/11/rBFBuGE0qXaAd5lkAL84\\_sq2D1o788.pdf](http://media.wtcf.org.cn/M00/02/11/rBFBuGE0qXaAd5lkAL84_sq2D1o788.pdf)

24. Ashworth, G. J. Urban Tourism: an Imbalance in Attention. URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19891869075>.

25.

26. Gârbea, R.V. (2013). Urban tourism between content and aspiration for urban development. Management & Marketing, 11(1), 194-201.

27. Global Power City Index 2021. URL: <https://mori-m-foundation.or.jp/english/ius2/gpci2/index.shtml>

28. Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose. Urban Tourism as an Economic Factor in Aachen. URL: <https://uni-goettingen.de/>.

29. Kerstin Bock. The Changing Nature of City Tourism and its Possible Implications for the Future of Cities. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40309-015-0078-5>.

30. Law, C. (2002). Urban Tourism – The Visitor Economy and the Growth of Large Cities, EMEA: Thomson Learning.

31. New Urban Agenda. URL: <https://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-English.pdf>
32. The World Tourism Cities Development Report 2020. URL: <http://media.wtcf.org.cn/M00/02/17/rBFBuWE0r9KAaszAEy-tmPihwY124.pdf>
33. Top 100 City Destinations Index 2021. URL: <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-211202-top-100-city-destinations-index.html>
34. Top 100 City Destinations Index 2019. URL: <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-2019-100-cities.html>
35. Top 100 City Destinations Index 2018. URL: <https://www.euromonitor.com/article/top-100-city-destinations-2018-the-irresistible-draw-of-cities>
36. Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>
37. Tourism and the Sustainable Development Goals. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417254>
38. UNWTO/WTCF City Tourism Performance Research. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419616>
39. World Tourism Cities Federation. URL: <https://en.wtcf.org.cn/>
40. World tourism organization. URL: <https://www.unwto.org/>