

Оздоровительный, рекреационный и спортивный туризм

УДК 338.48

DOI: 10.14529/hsm21s123

ГОРОДСКОЙ ТУРИЗМ: СУЩНОСТЬ, ВЗАИМОСВЯЗИ, МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия

Цель исследования – анализ содержания и особенностей эволюции и обоснование значения городского туризма для социально-экономического развития региона. **Материалы и методы исследования.** Проведён сбор и анализ первичной и вторичной информации относительно эволюции и социально-экономического содержания городского туризма как одного из новых, формирующихся видов туристской деятельности. **Результаты.** Определено содержательное наполнение понятия «городской туризм» как краткосрочное посещение города по определённому комплексу причин, выявлены преимущества и негативные последствия развития городского туризма для региона, обоснован тезис о мультипликативном эффекте городского туризма и его воздействии на развитие смежных отраслей и экономику региона в целом. **Заключение.** Анализ эволюции и современного состояния развития городского туризма продемонстрировал, что данный вид туризма является перспективным, так как оказывает положительное воздействие на экономическую, социокультурную, инновационную сферы жизнедеятельности современного общества.

Ключевые слова: городской туризм, город, путешествие, мультипликативный эффект, регион, виды туризма, достопримечательности.

Введение. Растущий интерес к посещению крупных городов позволяет выделить новый вид путешествий – городской туризм. Сегодня это молодое направление в сфере туризма, несмотря на то, что перемещение между населёнными пунктами – древнейшая форма путешествий, которая обрела популярность ещё в Древней Греции и Риме. Цель посещения городов определялась, как правило, экономическими и политическими мотивами, в то же время параллельно возникло представление о событийном туризме, когда целью путешествия было участие в каком-либо мероприятии. В 1997 году было сформулировано определение городского туризма, которое введено в словарь общей географии Г. Лезера [9] в следующей формулировке: «Городской туризм являет собой краткосрочное (обычно 1–4 дня) посещение города по следующим причинам: интерес к истории или искусству города, интерес к посещению событий и приобретению разных видов товаров в данном городе». Исследователи Г. Нойенфельдт и О. Розе [10] характеризуют термин

«городской туризм» в двух вариантах в зависимости от целей посещения городов. Первый вариант предусматривает посещение по личным причинам (для того, чтобы насладиться атмосферой, оценить облик, понять образ жизни городских жителей). Во втором варианте речь идет о посещении в формате экскурсионных туров выходного дня. В дальнейшем Д. Клок и К. Кестер классифицировали и уточнили понятие «городской туризм», заложив основную цель путешествия в города, связав посещение с культурно-познавательной сферой, а также с разнообразными городскими мероприятиями [8].

Материалы и методы. Городской туризм аккумулирует свойства разных видов туризма и в зависимости от целей может характеризоваться как:

- посещение городов с целью шоппинг-туризма;
- посещение выставок либо официальных мероприятий;
- как туристский маршрут с целью осмотра достопримечательностей;

Оздоровительный, рекреационный и спортивный туризм

Элементы разных видов туризма в рамках городского туризма
The structure of urban tourism subtypes

Виды туризма Subtype	Описание элемента Description
Деловой туризм и образовательный туризм Business and education tourism	Поездки делового сегмента за пределы места проживания с целью укрепления партнерских взаимоотношений, исполнения задач, поставленных компанией перед сотрудником, для получения новой информации, касающейся места работы. Образовательная деятельность, например, изучение иностранного языка, обучение в вузе в сочетании с отдыхом и т. д. Business travel outside the place of residence to strengthen partnerships, fulfill the tasks assigned by the company to the employee, obtain new information regarding the place of work. Educational activities such as learning a foreign language, studying at a university, etc.
Событийный туризм Event tourism	Организация различных событий, мероприятий, являющихся центром притяжения для туристов. Organization of various events and activities that attract tourists
Культурно-познавательный туризм Cultural and educational tourism	Обогащение новыми знаниями, культурой, историей. Gaining knowledge, including cultural and historical
Лечебно-оздоровительный туризм Medical and wellness tourism	Посещение городов, стран с целью восстановления здоровья и сил, лечения, профилактики заболеваний. Visiting cities and countries to restore health and strength, receive treatment, prevent diseases
Шопинг-туризм Shopping tourism	Поездка в другой город/страну с целью приобретения товаров и услуг, которые по какой-либо причине недоступны туристу в месте его постоянного проживания. A trip to another city / country to purchase goods and services that are not available in the place of permanent residence

- деловые поездки или командировки;
- туризм с лечебно-оздоровительными целями;
- паломничество и др.

Следовательно, городской туризм необходимо рассматривать как сложную социально-экономическую категорию, интегрирующую в себе элементы и направления различных видов туристской деятельности и отражающую целевые установки городского путешествия [4].

Желая приобрести цельный и в то же время разнообразный комплекс услуг, путешественники, приезжая в города, по-разному используют возможности городской среды, архитектурное и культурно-историческое наследие, особенности флоры и фауны, обусловленные развитой разновекторной интенсивностью социальной сферы.

Так как городской туризм совмещает в себе элементы различных видов туризма, имеет смысл охарактеризовать каждый из них. Компоновка видов или элементов туризма, которые интегрированы в городской туризм, подчёркивает его значимость в совре-

менных условиях. Совокупность видов туризма, которые формируют содержание городского туризма с учетом их прямого или косвенного влияния, отражена в таблице [3].

Представленная совокупность элементов даёт понять, что целостное понятие «городской туризм» совмещает в себе различные типы взаимосвязей. Косвенный тип означает, что город может не иметь на своей территории определенных объектов, способных реализовать какую-либо потребность городского туриста. Прямая взаимосвязь – это наличие базовых компонентов городского туризма. То есть без данных объектов немислим городской туризм, например: культурно-исторические центры, музеи и памятники, мемориалы и прочие памятные места, связанные с историей города [7].

Результаты и обсуждение. В целом городской туризм нацелен на культурно-рекреационные потребности путешественников, сопряженные с желанием изучить город, познакомиться с его архитектурным, этническим и культурно-религиозным наследием. Турист стремится ощутить «душу» городского про-



Факторы, влияющие на впечатление потребителя городского туризма
Factors influencing the impression of urban tourists

странства, почувствовать индивидуальный облик либо закрепить ранее имеющийся образ в своем сознании, уловить атмосферу и основные черты быта городского населения, осмыслить технологическое и техническое благоустройство города [1].

Как уже было сказано, городской туризм – это совокупность различных видов туризма и их отдельных компонентов. То есть при оценке качества предоставляемых туристических и/или экскурсионных услуг, разного рода культурных достопримечательностей и иных точек туристского интереса у туриста возникают определенные воспоминания и впечатления. На рисунке представлены основные факторы, которые влияют на формирование впечатлений туриста, посетившего тот или иной город.

Все перечисленные факторы в совокупности формируют у туриста восприятие образа городского пространства, что, в свою очередь, дает возможность получить новые знания и эмоции, формирует опыт общения с жителями города. Значимость подобного восприятия дает возможность туристу ощутить особую атмосферу города, важной составляющей которого становится и стиль жизни городских жителей.

В XXI веке городской туризм можно рассматривать как своеобразный феномен современного мира. Влияние городского туризма

можно заметить в различных областях жизнедеятельности социума. Он оказывает воздействие на экономическую, социокультурную, инновационную сферы жизнедеятельности общества [2, 5].

Развитие городского туризма способствует углублению и развитию культурных связей между городами и регионами. Городской туризм даёт возможность гораздо лучше узнать местных жителей, понять характер, темп и стиль жизни горожан, выяснить национальные особенности и мотивы поведения жителей [8].

Заключение. Можно констатировать, что развитие городского туризма в регионе содействует развитию смежных отраслей, что, в свою очередь, дает возможность извлечь мультипликативный эффект, в том числе [6]:

- способствует развитию и увеличению загрузки средств размещения;
- влияет на совершенствование городской инфраструктуры;
- доходы, привлеченные за счет туризма, реализуют на развитие городского хозяйства;
- оказывает воздействие на социальную жизнь региона;
- оптимизирует экологическую обстановку и режим природопользования;
- создает вторичный спрос на продукты, услуги и т. д.

Активизация городского туризма позволяет получить дополнительный ресурс в виде

финансовых отчислений в бюджет региона, которые при правильном использовании могут быть направлены на содержание памятников архитектуры, благоустройство городского пространства и облагораживание территории. Городской туризм оказывает влияние на развитие инфраструктуры города, способствует росту инвестиций, инициирует развитие социальной составляющей.

Влияние городского туризма на экономику отдельных регионов заключается в значительном росте ВВП, сказывается на формировании городской среды, что, в свою очередь, повышает уровень качества жизни населения [6]. Помимо этого городской туризм оказывает пролонгированное воздействие на экономическое развитие смежных отраслей, таких как транспорт, торговля, изготовление сувенирной продукции и т. д.; представляет собой один из движущих факторов социально-экономического развития региона.

Литература

1. Голомидова, О.Ю. Культурно-исторические начала городской культуры / О.Ю. Голомидова // *Вестник Гуманитар. ун-та.* – 2018. – № 1 (20). – С. 98–103.
 2. Иванов, А.А. Политизация въездного туризма в СССР в период холодной войны: причины и последствия / А.А. Иванов // *Современные проблемы сервиса и туризма.* – 2016. – Т. 10. – № 4. – С. 71–79.
 3. Ивлиева, О.В. Современная динамика развития туристской отрасли в Северо-Кавказском федеральном округе / О.В. Ивлиева // *Социальные, экономические, технологические и экологические аспекты устойчивого развития регионов России: сб. науч. ст. Всерос. науч. конф., посвящ. 30-летию СНИЦ РАН и СГУ. Сочинский науч.-исследоват. центр РАН.* – Сочи, 2018. – С. 326–330.
 4. Ильина, Е.Л. Формирование туристского предложения на основе типизации туристско-рекреационных ресурсов / Е.Л. Ильина, А.Н. Латкин, И.П. Кульгачев // *Научный вестник МГИИТ.* – 2019. – № 1 (57). – С. 25–33.
 5. Колесова, Ю.А. Особенности проектирования туристского продукта для лиц с ограниченными возможностями здоровья / Ю.А. Колесова, А.В. Шпенглер // *Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы V Междунар. науч.-практ. интернет-конф., 2018.* – С. 179–184.
 6. Макринова, Е.И. Развитие туризма в Белгородской области: современное состояние, проблемы и перспективы / Е.И. Макринова, А.П. Сотник // *Актуальные проблемы развития туризма: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой.* – М., 2018. – С. 272–277.
 7. Мищенко, В.В. Практика реализации государственных программ в регионах: итоги, проблемы, перспективы / В.В. Мищенко, А.Ю. Резинкин // *Бизнес. Образование. Право.* – 2019. – № 2. – С. 42–48.
 8. Севрюков, И.Ю. Конгресс-туризм как драйвер роста региональных и национальных экономик / И.Ю. Севрюков, Л.Б. Нюрнбергер, Н.Е. Петренко // *Инновации и инвестиции.* – 2019. – № 5. – С. 322–327.
 9. Hartmut Leser (Hrsg.) *Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie / Leser Hartmut.* – München, Braunschweig, 1997. – 125 p.
 10. Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose. *Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen.* – www.geogr.uni-goettingen.de
- Нюрнбергер Лариса Борисовна**, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой бизнеса в сфере услуг, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ». 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56. E-mail: l.b.nyurenberger@nsuem.ru, ORCID: 0000-0002-6254-3866.
- Петренко Никита Евгеньевич**, аспирант, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ». 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56. E-mail: n.e.petrenko@edu.nsuem.ru, ORCID: 0000-0002-3321-7981.

Поступила в редакцию 7 ноября 2020 г.

URBAN TOURISM: NATURE, RELATIONS, REGIONAL MULTIPLIER EFFECT

L.B. Nyurenberger, l.b.nyurenberger@nsuem.ru, ORCID: 0000-0002-6254-3866,

N.E. Petrenko, n.e.petrenko@edu.nsuem.ru, ORCID: 0000-0002-3321-7981

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation

Aim. The purpose of the study is to analyze the content and characteristics of evolution, as well as to substantiate the importance of urban tourism for the socio-economic development of the region. **Materials and methods.** The collection and analysis of primary and secondary data on the evolution and socio-economic content of urban tourism as one of the new, emerging types of tourist activity is carried out. **Results.** The content of urban tourism as a short-term visit to the city for certain reasons is determined, the advantages and negative consequences of urban tourism are revealed, the multiplier effect of urban tourism and its impact on the related industries and economy of the region are substantiated. **Conclusion.** Analysis of the evolution and the current state of urban tourism has shown that this type of tourism is promising, since it has a positive impact on the economic, socio-cultural and innovative development of modern society.

Keywords: urban tourism, city, travel, multiplier effect, region, territory, attractions.

References

1. Golomidova O.Yu. [Cultural and Historical Beginnings of Urban Culture]. *Vestnik Gumanitarnogo universiteta* [Bulletin of the Humanitarian University], 2018, no. 1 (20), pp. 98–103. (in Russ.)
2. Ivanov A.A. [Politicization of Inbound Tourism in the USSR During the Cold War. Causes and Consequences]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma* [Modern Problems of Service and Tourism], 2016, vol. 10, no. 4, pp. 71–79. (in Russ.)
3. Ivliyeva O.V. [Modern Dynamics of Development of the Tourism Industry in the North Caucasian Federal District]. *Sotsial'nyye, ekonomicheskiye, tekhnologicheskkiye i ekologicheskkiye aspekty us-toychivogo razvitiya regionov Rossii. Sbornik nauchnykh statey vserossiyskoy nauchnoy konferentsii, posvyashchënnoy 30-letiyu SNITs RAN i SGU* [Social, Economic, Technological and Environmental Aspects of Sustainable Development of Russian Regions. Collection of Scientific Articles of the All-Russian Scientific Conference Dedicated to the 30th Anniversary of the SNIC RAS and SSU], 2018, pp. 326–330. (in Russ.)
4. Il'ina E.L., Latkin A.N., Kul'gachev I.P. [Formation of a Tourist Proposal Based on the Typification of Tourist and Recreational Resources]. *Nauchnyy vestnik MGIIT* [Scientific Bulletin of MGIIT], 2019, no. 1 (57), pp. 25–33. (in Russ.)
5. Kolesova Yu.A., Shpengler A.V. [Features of the Design of a Tourist Product for Persons with Disabilities]. *Problemy, opyt i perspektivy razvitiya turizma, servisa i sotsiokul'turnoy deyatel'nosti v Rossii i za rubezhom. Materialy V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii* [Problems, Experience and Prospects for the Development of Tourism, Service and Socio-Cultural Activities in Russia and Abroad. Materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference], 2018, pp. 179–184. (in Russ.)
6. Makrinova E.I., Sotnik A.P. [Tourism Development in the Belgorod Region. Current State, Problems and Prospects]. *Aktual'nyye problemy razvitiya turizma. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Actual Problems of Tourism Development. Materials of the International Scientific and Practical Conference], 2018, pp. 272–277. (in Russ.)
7. Mishchenko V.V., Rezinin A.Yu. [Practice of Implementation of State Programs in the Regions. Results, Problems, Prospects]. *Biznes. Obrazovaniye. Pravo* [Business. Education. Right], 2019, no. 2, pp. 42–48. (in Russ.)

Оздоровительный, рекреационный и спортивный туризм

8. Sevryukov I.Yu., Nyurenberger L.B., Petrenko N.E. [Congress Tourism as a Driver of Growth of Regional and National Economies]. *Innovatsii i investitsii* [Innovations and Investments], 2019, no. 5, pp. 322–327. (in Russ.)

9. Hartmut Leser (Hrsg.) *Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie*. Leser Hartmut. München, Braunschweig, 1997. 125 p.

10. Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose. *Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen*. Available at: www.geogr.uni-goettingen.de.

Received 7 November 2020

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Нюренбергер, Л.Б. Городской туризм: сущность, взаимосвязи, мультипликативный региональный эффект / Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко // Человек. Спорт. Медицина. – 2021. – Т. 21, № S1. – С. 153–158. DOI: 10.14529/hsm21s123

FOR CITATION

Nyurenberger L.B., Petrenko N.E. Urban Tourism: Nature, Relations, Regional Multiplier Effect. *Human. Sport. Medicine*, 2021, vol. 21, no. S1, pp. 153–158. (in Russ.) DOI: 10.14529/hsm21s123
