

ТУРИСТИЧНА ПРАКТИКА МІСТА

Міста змінюються для приваблення туристів та отримання економічного ресурсу. Однак ці зміни можуть мати як позитивний (туристичний збір та налагоджена інфраструктура приносять місту дивіденди), так і негативний характер (відчутні утиски, яких можуть зазнавати самі мешканці міста, оскільки їхній простір стає дедалі більш обмеженим і вони часто перестають почувати себе господарями у власному місті). Відповідно, перед владою міста постає проблема дотримання балансу між здійсненням заходів для приваблення туристів та збереження комфорту самих мешканців.

Місто – це особлива структура фізичного та географічного простору. Воно є основною формою поселення, місцем, де відбуваються усі ключові події людського цивілізаційного розвитку та взаємодії. Міський простір є місцем життя, існування людини як особистості, індивідуальності в її матеріальному, соціальному та культурному (ціннісному), комунікативному вимірах. Структура простору міста може розглядатися з позиції місцевих мешканців як: 1) урбанізована територіальна структура, поселенська структура, що поєднує у собі передові промислові технології, якісну робочу силу; 2) культурне середовище – як продукт і як інструмент його творення і відтворення як з боку мешканців так з позиції туриста; 3) простір, що охоплює всі прояви туризму, які можливі у межах міської території.

Практика розвитку туризму в місті передбачає використання рельєфу, клімату і внутрішніх вод, рослинного та тваринного світу, споруд і устаткування для туристичної привабливості даного простору.

Важливим елементом туристичного простору міста, за рахунок якого

міста прагнуть «заманити» до себе туристів, є туристичний потенціал, який повинен гармонійно поєднуватися з туристичною інфраструктурою. Наявність об'єктів туристичної атракції є головним стимулюючим фактором у розвитку міського туризму і доповнюються елементами туристичної інфраструктури. Міста, підлаштовуючись під потреби туристів, повинні не лише створювати, а й використовувати відповідну туристичну інфраструктуру: об'єкти та символи, фізичні пам'ятки, символічні/історичні місця (історичні та культурні пам'ятки, релігійні місця); елементи сфери обслуговування, спрямовані на забезпечення територіальної доступності наявних об'єктів (інформаційні вказівники, електронні туристичні табло, інформаційні центри); об'єкти та елементи сфери благоустрою, спрямовані на підвищення туристичної привабливості міста (якість харчування, якість житла, громадський транспорт, стан доріг, екологічна ситуація, розважальні та культурні події, ціни на товари і послуги, наявність необхідних товарів в магазинах); рівень сервісу (якість обслуговування у закладах громадського харчування, безпека перебування у місті, зручність пересування у місті, зручність бронювання подорожі) тощо.

Забезпечення притоку туристів у місто здійснюється за рахунок змін простору міста під впливом туристичних практик. Основними складовими змін міста є:

- органи місцевого самоврядування, а саме – міські ради (включно із депутатським корпусом), які працюють над іміджем та образом міста, який приносить прибуток;

- бізнес-структури, які працюють над збільшенням власного капіталу та формують позитивний підприємницький образ міста, який є привабливим для туристів;

- мешканці міста, для яких туристи можуть бути як родичами або друзями, яким демонструють міські туристичні об'єкти, так і джерелом прибутку – мешканці міста можуть здавати свої помешкання або окремі кімнати в них туристам, виробляти та розповсюджувати сувенірну продукцію, продавати власні малюнки міста або портрети туристів на замовлення тощо;

– туристи, які є суб'єктами, на які спрямована діяльність перерахованих складових простору та носіями його змін, які можуть здійснювати зміни як самостійно, шляхом створення власних, альтернативних туристичних практик, так і опосередковано, через включення у практики, запропоновані іншими агентами.

Перераховані складові репрезентують туристичний простір міста з метою досягнення запланованого результату. Репрезентації туристичного простору міста можуть відбуватися: 1) міською владою, яка створює відповідний образ міста для покращення співпраці із бізнес-структурами або презентації мешканцям своїх досягнень; 2) бізнес-структурами, які представляють свої моделі образу міста для того, щоб залучити туристів до відвідування міста; 3) мешканцями міста, які презентують місто у випадку приїзду до них гостей із інших міст; 4) туристами, які презентують своє бачення відвіданого міста у особистих розповідях друзям та в соціальних мережах.

Репрезентація туристичного простору міста є показом «картинки» міста, можливостей його інфраструктури, окремих фрагментів та/або елементів території міста, його символів.

Отже, зміна міста під впливом туристичних практик передбачає формування туристичного образу міста через: ландшафт та клімат, які створюють природній фон туристичної діяльності в межах міського простору; соціальний статус міста (столиця або провінція) і специфіку соціальної діяльності містян; особливості архітектури міста, яка зберігають «міські символи» і формує емоційний настрій та колорит мешканців і гостей міста.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>