

незадовільний стан громадського транспорту; відсутність на вулицях мап із маршрутом руху громадського транспорту.

Більшість туристів скаржаться на те, що проблемним є пошук інформації про туристичні пам'ятки Харківського регіону. Серед натяків на негатив було також вказано на незадовільну систему туристичного ознакування на вулицях Харкова, по якій важко орієнтуватися у місті та знаходити туристичні об'єкти. Туристи скаржаться на недостатню увагу до закладів культури, зокрема місцевих музеїв та театрів як однієї із можливих ключових туристичних принад міста.

Таким чином, підсумовують проведення дослідження можна прийти до висновку, що з метою формування позитивного туристичного іміджу та сприйняття Харкова як відомого та привабливого туристичного регіону необхідно вжити чималих маркетингових заходів та зусиль, де, в першу чергу, необхідно звернути увагу на покращення та удосконалення саме системи інформаційного забезпечення.

С.М. Пересічна, канд. техн. наук, доц (*КУК, Київ*)

А.О. Беляк, студ. (*КНУКіМ, Київ*)

СУЧАСНИЙ СТАН ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В КИЄВІ

На сьогодні туризм є однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. Саме тому стратегією розвитку міста Києва до 2025 року туризм визначено одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку міста. Специфічною рисою туристичної сфери є те, що вона поєднує в собі щонайменше 50 суміжних галузей: культуру, мистецтво, науку, освіту, спорт, готельне господарство, медицину, торгівлю, харчування, транспорт, зв'язок, фінанси, побут, будівництво тощо.

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства. Вплив туризму на економіку та імідж держав у світі важко недооцінити, оскільки саме він робить великий внесок у зміцнення контактів і налагодження міжнародних зв'язків, виступає вагомим фактором у зміцненні авторитету держави та кожного окремого міста на міжнародній арені, створює імідж, формує національну гідність, стимулює розвиток світової торгівлі, гуманітарної сфери, міжнародного співробітництва, відродження культурної спадщини та традицій, залучає інвестиції, розвиває інфраструктуру тощо [1, с. 4].

Місто Київ як столиця України має вигідне економіко-географічне розташування, є найбільш привабливою та популярною туристичною принадою країни. Через Київ проходять найважливіші залізничні,

автомобільні магістралі та повітряні траси країни, що надзвичайно важливо для розвитку зовнішньоекономічних та культурних зв'язків міста.

У місті функціонують 194 колективних закладів розміщення, з них 157 готелів (29% від загальної кількості готелів в Україні). Туристичною діяльністю займаються понад 2500 підприємств (24% від загальної кількості по Україні) [1, с. 2].

Протягом останніх років туристичні потоки до столиці мали тенденцію до зниження (табл. 1–3), й цю тенденцію вдалося подолати лише на зламі 2015–16 рр. [2, с. 7]. Основними чинниками спаду туристичних потоків до м. Києва у 2013–2014 роках є суспільно-політична ситуація в Україні. Так, у 2014 році за даними Держприкордонслужби України Київ відвідали 927,0 тис. іноземних громадян, що на 41,84% менше ніж у 2013 році.

Таблиця 1

**Динаміка туристичних потоків за видами туризму
в м. Києві 2012–2015 рр.**

Показник	Од. виміру	2012 р.	2013 р.	+/-, %	2014 р.	+/-, %	2015 р.	+/-, %
Іноземний туризм*	тис. осіб	1496,2	1594,1	+ 6,5	927,0	- 41,8	1069,3	+ 15
Внутрішній туризм**	тис. осіб	568,2	575,3	+ 1,2	608,8	5,8	712,3	+ 17
Візитний туризм***	тис. осіб	1540,6	1837,6	+19,2	1693,3	- 7,8	2031,9	+ 20

- * – за даними Державної прикордонної служби України,
 ** – за даними статистичного спостереження № 1 – КЗР,
 *** – за даними статистичного спостереження [1].

Внаслідок чого знизились й інші показники, такі як завантаженість номерного фонду у закладах розміщення і середня тривалість перебування. Крім того, практична відсутність фінансування розвитку туристичної сфери міста у 2013–2014 роках, незначна кількість промоційних заходів, недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури, відсутність центрального органу виконавчої влади в галузі туризму, державної програми розвитку туризму, також негативно вплинули на розвиток туристичної сфери міста Києва.

Разом з тим, у 2015 році спостерігається збільшення кількості туристів в середньому на 15–17% (табл. 3), що відповідно позитивно відобразилось і на інших показниках [1, с. 3].

Таблиця 2

Показники завантаженості закладів розміщення та середньої тривалості перебування туристів у м. Києві за 2012–2014 роки

Показник	Од. виміру	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Середньорічна завантаженість закладів розміщення	%	45	41	26
Середня тривалість перебування туристів	днів	4,3	2,2	2,4

Таблиця 3

Динаміка кількості в'їзду іноземних громадян

Показник	2013 р.	2014 р.	+/-, %	2015 р.	+/-, %
Кількість іноземних громадян, тис. осіб	1594,1	927,0	- 41,8	1069,3	+15,3

Слід зазначити очікувану позитивну динаміку в'їзду іноземних громадян до м. Києва в 2018 р. – до 1910,0 тис. осіб. Такий же самий зріст можна спрогнозувати і по внутрішнім туристам: у 2017 році – 1194,2, а у 2018 році – 1580,1 тис. осіб.

Привабливість м. Києва як об'єкта туризму визначається такими факторами:

- історична і культурна спадщина міста, що нерозривно пов'язана з історією і культурою як українців, так і інших слов'янських народів;
- наявність найбільшого в державі готельно-туристичного комплексу;
- наявність виставкових центрів та закладів готельно-ресторанного господарства для проведення міжнародних конгресів, симпозіумів, семінарів, виставок, ярмарків, фестивалів;

- великий потенціал для розвитку пізнавального та подієвого туризму;
- найбільший центр православ'я – передумова розвитку релігійного туризму;
- можливість проведення міжнародних змагань з кулінарної майстерності, різних видів спорту (спортивно-оздоровчий туризм);
- потенціал розвитку екотуризму (зеленого туризму);
- наявність туристичних об'єктів, внесених до списку об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО: Київський Софійський собор, Києво-Печерська лавра, церква Спаса на Берестові, ансамбль історичного центру Львова, Дуга Струве, Букові праліси Карпат та давні букові ліси, резиденція митрополитів Буковини і Далмації [3, с. 2];
- акваторія Дніпра є основою для розвитку водних видів туризму.

Враховуючи вдале геополітичне положення, можна стверджувати, що м. Київ відкрите, як для іноземного, так і для внутрішнього споживача. Тому щорічно його відвідують щонайменше 1,5 млн іноземних громадян [1, с. 2].

За показниками управління туризму КМДА, 2016-й рік став найефективнішим у контексті реалізації цільової програми та спільних проєктів з представниками бізнесу в сфері міжнародних відносин: проведено більше 33 різних заходів для формування туристичної привабливості Києва, приріст туристичного потоку, в порівнянні з 2015 роком, збільшився більш ніж в два рази.

За даними незалежних експертів та результатами відповідних досліджень кожен іноземець витрачає під час перебування в м. Києві в середньому 100 євро і можна спрогнозувати, що в 2018 році при середній тривалості перебування 4 дні, вони залишать в столиці України біля 350 млн євро (10 млрд грн.).

За експертними оцінками внутрішній турист витрачає у Києві в середньому 650 грн на добу, тому при тривалості перебування туриста 4 дні можна очікувати їх витрати у сумі 4,1 млрд грн [1, с. 3].

Враховуючи існуючу позитивну тенденцію по збільшенню туристичних потоків можна очікувати, що м. Київ у 2018 році відвідають 2489,36 тис. туристів, а столиця отримає дохід від них у розмірі 12,5 млрд грн або 651,5 млн євро. При цьому до бюджетів всіх рівнів може надійти понад 600 млн грн.

Світовий досвід показує, що проведення загальновідомих заходів має позитивний вплив на туристичну галузь країни-організатора.

Так, досвід проведення пісенного фестивалю у різних містах Європи показав, що прямі доходи від туристів зазвичай не покривають витрати на організацію конкурсу. Однак це не означає, що країни-господині залишаються в мінусі. Існують інші джерела доходів: плата від телеканалів, внески учасників, доходи від продажу квитків і одне з найбільших джерел – доходи від розміщення реклами.

Крім реклами, місяця проведення Євробачення стають більш привабливими для туристів у наступні роки.

Зокрема, більше 50% іноземних туристів, що відвідали Мальмо під час конкурсу 2013 року, відповіли, що ймовірно або точно відвідають місто ще раз. Схожим чином, 60% відвідувачів Копенгагена під час Євробачення-2014 відповіли, що точно прийдуть сюди ще раз.

Відповідно, остаточний економічний ефект Євробачення буде набагато більшим за надходження протягом самого конкурсу.

Конкурс «Євробачення» вважається унікальною можливістю популяризації приймаючої країни як місця для туризму. На Євробачення 2017 року до Києва прибуло близько 60 тис. туристів [4].

З метою зацікавлення іноземців, Департамент культури КМДА було проведено цілу низку культурно-мистецьких заходів у столиці під час проведення конкурсу, а саме: День Києва, театральної премії «Київська пектораль», мистецької премії «Київ», міжнародного дня музеїв, фестивалю духовної християнської музики та співу, відзначення чергової річниці хрещення Русі та ін.

Таким чином, проведення міжнародного пісенного конкурсу «Євробачення» мало позитивний ефект на туристичний потенціал столиці, показало сучасний імідж Києва як європейського міста, з високим рівнем надання послуг та новітніми технологіями, а культурно-мистецькі заходи представили українську культуру на якісно новому рівні.

Список джерел інформації

1. Рішення КМДА Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016–2018 роки від 11 лютого 2016 року № 91/91 [Електронний ресурс] / В. Кличко. – Режим доступу: http://kmr.ligazakon.ua/SITE2/1_docki2.nsf/alldoc.
2. Тараненко А. Статистичні показники київського туризму / А. Тараненко // Український туризм. – 2016. – № 1. – С. 7–9.
3. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wyr.com.ua/spisok-objektiv-svitovoji-spadschini-junesko-v-ukrajini.html>.
4. Озвучено кількість туристів, які відвідали Київ на Євробаченні-2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://styler.rbc.ua/ukr/zhizn/ozvucheno-kolichestvo-turistov-kotorye>.