

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри

„_____” _____ 2024 р. Г. П. Склад

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В
УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ:
РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ”***

***зі спеціальності 242 “Туризм”
освітня програма “Туризм” ступеня магістра***

Виконавець роботи Омельченко Тетяна Владиславівна

(підпис, дата)

Науковий керівник доц. Карпенко Ніна Миколаївна

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Сутнісні характеристики та суспільне значення культурно-пізнавального туризму.....	6
1.2. Передумови та чинники розвитку культурно-пізнавального туризму	23
1.3. Методи та методика оцінки розвитку культурно-пізнавального туризму	40
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	45
2.1. Організаційні засади та нормативно-правова база розвитку культурно- пізнавального туризму в Україні.....	45
2.2. Стан організації туристичної діяльності та розвитку ринку культурно- пізнавального туризму в Київській області	58
2.3. Дестинації культурно-пізнавального туризму в Київській області	75
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	91
3.1. Стратегічні напрями розвитку вітчизняного ринку культурно- пізнавального туризму в умовах повоєнного відновлення України.....	91
3.2. Обґрунтування основних напрямів підвищення привабливості регіональних культурно-пізнавальних туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародному ринках.....	107
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	112
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	113
ДОДАТКИ	122

ВСТУП

В усьому світі туризм є досить поширеним та перспективним видом діяльності у даний період часу, не дивлячись на всі перешкоди його функціонування. За своїм змістом туризм – це багатофункціональне явище, бо завдяки йому відбувається активний вплив на життєдіяльність держави та суспільства, зокрема: підвищується привабливість та конкурентоспроможність країни на міжнародній арені, розвивається сфера послуг, організовується відпочинок та зайнятість населення. Внаслідок цього в багатьох країнах туризм вважають вагомим ресурсом прибутків.

Одним із популярних видів туризму є культурно-пізнавальний туризм, який полягає у відвідуванні туристами пам'яток духовної та матеріальної культури, ознайомленні з традиціями та звичаями, а також сучасним життям певного регіону. Його особливість полягає у наповненні поїздки екскурсійною програмою, має різноманітні форми та підвиди. Крім того, на відміну від інших видів туризму, він не залежить від сезонного попиту. Розвиток культурно-пізнавального туризму є вагомим чинником у налагодженні культурних зв'язків, збільшенні кількості туристських потоків та розширенні міжнародного співробітництва.

Україна, яка має значний історико-культурний потенціал, може і повинна розвивати даний вид туризму, особливо в повоєнний період. Дуже багато пам'яток археології, історії, архітектури, містобудування, монументального та садово-паркового мистецтва, об'єктів ландшафту, науки та техніки сконцентровано в місті Києві та Київській області. Серед них є об'єкти, що мають національне та світове значення. Дослідження цього потенціалу сприятиме популяризації культурно-історичної спадщини міста Києва та Київської області, підвищенню конкурентоспроможності регіону як туристичного центру європейського рівня, збільшенню кількості туристичних

потоків та подоланню наслідків занепаду галузі.

В різний час сутності культурно-пізнавального туризму в Україні приділяли увагу науковці. Дослідженню стану та перспективам організації туризму в Київській області приділяли увагу Л.М. Воловик, В.Л. Глібовець, С.В. Грибанова, В.К. Кіптенко, О.В. Мітюк, С.Ю. Сировець. Аналіз історико-культурної спадщини Київської області як ресурсної бази активізації туризму в даному регіоні здійснили О.О.Бейдик, В. В. Безуглий, О.В. Головащенко, М.І.Долішній, Н. І. Дрокіна, О.М.Ігнатенко, В.Ф. Кифяк, Д.А.Корнева, К.В.Кривега, О.О.Любіцева, К.П. Поливач, Н.М.Сажнева, В.І. Стафійчук та ін.

Метою роботи є дослідження сучасного стану розвитку і організації культурно-пізнавального туризму в Україні та Київській області, окреслення повоєнних перспектив розвитку даного виду туризму в країні та в Київській області, зокрема. На підставі мети у роботі поставлені наступні завдання:

- розкрити сутнісні характеристики та суспільне значення культурно-пізнавального туризму;
- проаналізувати передумови та чинники розвитку культурно-пізнавального туризму;
- вивчити методи та методику оцінки розвитку культурно-пізнавального туризму;
- охарактеризувати організаційні засади та нормативно-правову базу розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні;
- дослідити сучасний стан розвитку ринку культурно-пізнавального туризму в Україні;
- зробити аналіз DESTИНАЦІЙ культурно-пізнавального туризму в Київській області.
- обґрунтувати основні напрями підвищення привабливості регіональних культурно-пізнавальних туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародному ринках.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси дослідження розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні та Київській області.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Київській області.

У кваліфікаційній роботі використовувалися наступні методи: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема картографічний, абстрагування, узагальнення, аналіз і синтез, індукція й дедукція, статистичний, системний аналіз. Використовувався метод економіко-статистичного аналізу.

Інформаційною базою для підготовки кваліфікаційної роботи слугували: законодавчі та нормативно-правові акти України, що регламентують діяльність у галузі культурно-пізнавального туризму, матеріали Державної служби статистики України, матеріали Головного управління статистики у Київській області та м. Києві, наукові періодичні видання, статистичні бюлетені туристичної діяльності, актуальні електронні ресурси Інтернету.

Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані та оприлюднені в матеріалах кафедрального круглого столу студентів та аспірантів “Туризм і молодь – 2024” (м. Полтава, 2024 рік).

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробленні пропозицій, які спрямовані на розширення обсягів культурно-пізнавального туризму в Київській області.

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних інформаційних джерел, додатків. У роботі міститься 4 таблиці, 10 рисунків, 4 додатки (в них 8 таблиць), список використаних джерел складає 95 найменувань. Робота викладена на 134 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутнісні характеристики та суспільне значення культурно-пізнавального туризму

У сучасному постіндустріальному суспільстві туризм є одним із провідних напрямів соціально-економічного, культурного і політичного розвитку більшості держав і невід'ємним елементом споживчої моделі поведінки значної частини населення світу (див. табл. А.1).

Культурно-пізнавальний туризм – це подорож із пізнавальними цілями, яка знайомить туриста з культурними цінностями, розширює його кругозір [26]. Розглянемо підвиди культурно-пізнавального туризму (див. рис. 1.1.1):

- культурно-історичний туризм (інтерес до історії країни, відвідування історичних пам'яток та пам'ятних місць, тематичні лекції з історії та інше);

- культурно-подієвий туризм (інтерес до стародавнього традиційного або сучасного постановочного культурного заходу або події);

- культурно-релігійний туризм (інтерес до види релігії або релігії країни, відвідування культових споруд, місць паломництва, ознайомлення з релігійними традиціями, ритуалами та обрядами, тематичні лекції по релігії);

- культурно-археологічний туризм (інтерес до археології країни, відвідування пам'ятників давнини, місць знайомств, участь у археологічних експедиціях);

- культурно-етнографічний туризм (інтерес до культури народностей або народу), об'єктів, предметів та явищ національної культури, побуту, одягу, мови, народності, традицій етнічної творчості);

- культурно-етнічний туризм (відвідування батьківщини предків,

ознайомлення з культурною спадщиною свого народу, етнічних заповідних територій, етнічних тематичних парків);

- культурно-антропологічний туризм (інтерес до представників етносу в розвитку, з точки зору еволюції; відвідування країни з метою ознайомлення з сучасною «живою культурою»);

- культурно-екологічний туризм (інтерес до взаємодії природи та культури, до природно-культурних пам'яток, відвідування природно-культурних об'єднань, участь у культурно-екологічних програмах) [11].

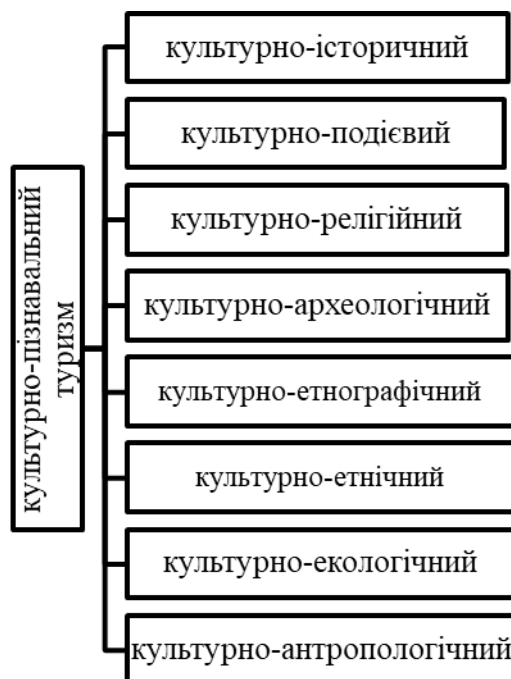


Рис. 1.1.1 Структура культурно-пізнавального туризму, складено за [11, 23]

В основі культурно-пізнавального туризму лежить потреба в духовному освоєнні культури. Такий різновид туризму формує гармонічно розвинену особистість, дає можливість активно пізнавати і виховувати такі її культурно-психологічні властивості, як смак, відповідальність, патріотизм [14]. Привернення уваги до людської гідності та індивідуальності, визнання самобутності культур та моральних цінностей народів також є актуальним завданням туризму. Отже, можна сказати, що культурно-пізнавальний туризм

впливає не тільки на світогляд людини, але і на все її життя. Роль культурно-пізнавального туризму в сучасному світі величезна. Він торкається всіх сфер діяльності суспільства, в тому числі культури, економіки, освіти, соціальних комунікацій, соціально-політичного життя. Інтенсивність туристського розвитку, масштаби туризму багато в чому залежать від визнання світовим співтовариством цінностей культурного та природного потенціалу країни, її спадку [23].

За допомогою культурно-пізнавального туризму ми можемо вивчити і зрозуміти принципи виживання та спосіб життя багатьох народів у різних куточках нашої планети. Він дає можливість відкрити доступ до будь-яких історичних та культурних цінностей. Такий туризм одночасно навчає і розважає, дозволяє накопичити безцінний досвід зустрічей з різними культурами та розробити свою систему цінностей і пріоритетів. Людина пізнає світ, і тим самим утворює власну картину цього світу. Ця картина світу подалі впливає на її життя, поведінку та дії в кожній конкретній ситуації. Культурні діячі різних епох і народів стають кумирами, а модель їх поведінки прикладом для наслідування. Культурно-пізнавальний туризм дає нам шанс познайомитися з надбанням іншої культури, епохи, іншим способом життя та нормами поведінки, іншими традиціями.

У зв'язку з тим, що поняття культурно-пізнавального туризму вельми різнобічно, і має як безліч значень, так і безліч цілей, то культурно-пізнавальну діяльність туриста можна згрупувати наступним чином:

- знайомство з різними історичними, архітектурними або культурними епохами шляхом відвідування архітектурних пам'яток, музеїв, історичних маршрутів;
- відвідування театралізованих вистав, музичних, кіно, театрів, фестивалів, релігійних свят, бою биків, концертів і оперних сезонів, виставок картин, скульптур, фотографій і т. п.;

- відвідування лекцій, семінарів, симпозіумів, курсів іноземної мови, комунікативних тренінгів;
- участь в демонстраціях фольклору, національної кухні і прикладного мистецтва на фестивалях фольклорних ансамблів і виставках національної народної творчості.

У даний час розвиток культурно-пізнавального туризму пов'язаний, перш за все, з тим, що він сприяє створенню позитивного іміджу, інвестиційній привабливості, сприяє підвищенню освітнього і культурного рівня населення, поваги до своєї національної культури і культур інших народів і країн. Розвиток культурно-пізнавального туризму відіграє важливу роль і у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення. Розвиток сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, вдосконалення системи медичного обслуговування населення, впровадження нових засобів поширення інформації, збереженню та розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами і народами. туризм є засобом відкритого доступу до людських цінностей, культурної спадщини, духовного оздоровлення. Крім того, туризм є засобом комунікацій, взаєморозуміння між людьми, засобом розвитку інтелекту.

У науковій та навчальній літературі термін «культурно-пізнавальний» або «пізнавальний» туризм дедалі частіше став замінюватися на термін «культурний» туризм. Слід зазначити, що одні автори дають даному поняттю новий зміст, вважаючи, що виник новий вид туризму, поділяючи при цьому «культурний» і «пізнавальний» як самостійні види туризму, інші дослідники розглядають «пізнавальний» туризм як різновид «культурного», треті, говорячи про культурно-пізнавальний туризм, дотримуються інших термінів, наприклад, "екскурсійний", "екскурсійно-пізнавальний", "історико-краєзнавчий" або "інтелектуальний" [7, 11, 14, 26].

Поняття «культурний туризм» («cultural tourism») офіційно на міжнародному рівні вперше згадується у матеріалах Всесвітньої конференції з питань культурної політики (1982 р.).

Виходячи зі значення англійського терміна «cultural tourism», який і кілька десятиліть тому визначався як «культурно-пізнавальний чи пізнавальний туризм», сьогодні не відбулося зародження принципово нового виду туризму, оскільки не змінилася його основна вихідна мета – знайомство з історією та культурою країни у всіх її проявах (архітектурою, живописом, музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, образом та стилем життя людей країни відвідування). Те, що сталося насправді – це зміна ставлення до феномену даного виду туризму, його гуманітарної функції та глобальної місії, що є наслідком дії низки факторів.

Зокрема, акцентуалізація діяльності багатьох міжнародних організацій на «культурному» напрямі у вигляді концепцій, проектів, конгресів, конференцій, декларацій, конвенцій, серед яких Конвенція про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини; Доповідь ООН про розвиток людини: Культурна свобода у сучасному різноманітному світі (2004); Загальна декларація ЮНЕСКО про культурне розмаїття (2001); Доповідь Всесвітньої комісії ЮНЕСКО з питань культури та розвитку «Наша творча різноманітність» (1996); Декларація Мехіко з політики у галузі культури Всесвітньої конференції з питань культурної політики. (1982); Міжнародна конвенція ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини (2003), викликана входженням світової цивілізації в епоху глобалізації, загрозою нівелювання, часткової зміни або повного зникнення національних культур, збільшенням числа катастроф як природного, так і техногенного характеру, воєн та терористів які також можуть призвести до знищення культурної спадщини, а також тенденцій роз'єднання народів, зростання нетерпимості, конфліктності через розбіжності етнічних, релігійних та інших поглядів.

Варто підкреслити надання нової місії культурному (культурно-пізнавальному) туризму як інструменту світу, розвитку, зближення народів, виховання поваги, терпимості, порозуміння з урахуванням гуманітарних цінностей туризму; зокрема, ця місія відображається у створенні мережі кафедр ЮНЕСКО з культурного туризму з метою миру та розвитку у різних туристичних університетах та школах світу.

Отже, терміни «культурний», «культурно-пізнавальний» чи «пізнавальний» туризм, відповідаючи англійському терміну «cultural», визначають і той ж вид туризму, метою якого у сенсі є пізнання національної культури країни відвідування.

ЮНЕСКО розглядає культурний туризм як відмінний від інших вид туризму, що «враховує культури інших народів» [94].

У Хартії з культурного туризму Міжнародної Ради з пам'ятників та об'єктів (ICOMOS) культурний туризм визначається як форма туризму, основною метою якого, крім інших цілей, є «відкриття пам'ятників та об'єктів». ICOMOS характеризує культурний туризм як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавальний чи освітній та найчастіше елітарного характеру присвячений уявленню та роз'ясненню культурної ідеї».

Генезис культурного туризму посідає середину XVIII в., коли поняття культурного туризму означало практику подорожей Європою, що склалася на той час (1750-1850) для вивчення витончених мистецтв. Сини аристократів вирушали у тривалі турне (*grand tours*) у супроводі своїх домашніх вихователів-наставників для того, щоб повернутися освіченими чи «культурними» людьми. У XIX ст. поняття культурного туризму використовувалося купцями, які подорожували у тому, щоб розвинути свою майстерність (*to develop "class"*). У сучасних умовах з розвитком авіації, появою та поширенням масових форм туризму, «культурний» туризм набув свого сучасного значення.

У нашому дослідженні терміни «культурно-пізнавальний» і «культурний»

будемо вважати за тотожні.

У ХХІ ст. культурний туризм покликаний служити ідеям інтелектуальної та моральної солідарності людства, утвердження ідеалів толерантності у суспільстві, тобто. повазі, прийняттю та правильному розумінню багатого різноманіття культур нашого світу. Культурні контакти, коли індивідуальні мандрівники або цілі спільноти передають свої ідеї та культурні традиції іншим країнам та народам, здійснюються у серії міжкультурних проєктів ЮНЕСКО та Всесвітньої туристської організації. Серед них такі великі довгострокові міжрегіональні проєкти створення культурно-історичних маршрутів, як «Великий шовковий шлях» і «Невільницький шлях».

За даними експертів ВТО, культурний туризм сьогодні становить від 18 до 25% в'їзного турпотоку і ця частка зростатиме в майбутньому, хоча даний вид туризму не може бути масовим як через специфіку туристських мотивацій, національних моделей дозвілля і розподіл вільного доходу, так і через обмеженість можливостей широкого доступу туристичних потоків до об'єктів культури та культурної спадщини [13].

Розвиток культурного туризму базується на використанні потенціалу етнокультур та культурної спадщини країн та регіонів. Як зазначається у програмній роботі ВТО «Культурна спадщина та розвиток туризму», «одним із стовпів індустрії туризму стало властиве всьому людству бажання побачити та пізнати культурну самобутність різних частин світу. У внутрішньому туризмі культурна спадщина стимулює національну гордість за свою історію. У міжнародному туризмі культурна спадщина стимулює повагу та розуміння інших культур і, як наслідок, сприяє миру та взаєморозумінню» [13].

Але через інтернаціоналізацію та глобалізацію, тобто, нові умови розвитку світової спільноти, з одного боку, а також насичення ринку однотипними продуктами, зростання конкуренції, розширеної диференціації та сегментації попиту, необхідності розширення туристської пропозиції,

економічної диверсифікації, з іншого, справді відмічено появу нових підвидів культурного туризму.

У новому контексті глобальної місії культурного туризму як чинника та інструменту зближення народів, запобігання конфліктності та нетерпимості, виховання поваги та толерантності та виходячи з поняття культури як «творення артефактів, історично первородних та унікальних назавжди», а також як «спектру творчих актів усвідомлено історично визначених і відкритих один одному як у синхронному, так і діяхронному історичному просторі-часі» культурний туризм розвивається сьогодні у трьох взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих напрямках:

- 1) пізнання культури та культурної спадщини,
- 2) охорона та відродження культури,
- 3) діалог культур.

Тобто культурному туризму притаманні сьогодні три основні гуманітарні функції (див. рис. 1.1.2):

- 1) культурно-пізнавальна та освітня,
- 2) культуроохоронна та консерваційна,
- 3) комунікаційна та миротворча.



Рис.1.1.2 Гуманітарні функції культурно-пізнавального туризму,
складено авторкою за [2, 5]

Головним змістовним компонентом культурного турпродукту є культурна спадщина. Під «культурною спадщиною» розуміється сукупність всіх об'єктів та явищ матеріальної та нематеріальної (духовної) культури народу, народності, етнічної групи, створених минулими поколіннями і переданих наступним поколінням, які є основою для збереження культурної самобутності, чинником згуртування нації та становлять універсальну цінність. історії, естетики, етнології, антропології, мистецтва, науки і є таким чином надбанням всього людства. До об'єктів та явищ культурної спадщини відносяться:

- пам'ятники архітектури, монументальної скульптури, живопису, археології, історії;
- твори художньої літератури, усної народної творчості, класичної та народної музики;
- предмети народного побуту та костюми;
- споконвічні народні промисли;
- фольклор, звичаї, традиції, свята, релігійні обряди та ритуали; - національні мови;
- досягнення науки.

Культурну спадщину певного народу завжди пов'язують із певним географічним ареалом проживання та історичним періодом розвитку.

Цінність культурної спадщини зростає з часом. Насамперед це пов'язано з його фізичним старінням, зміною, руйнуванням та втратою. Масовий туризм також сприяє руйнуванню та видозміні культурної спадщини народів через її комерційне використання.

Основними факторами та причинами руйнування та знищення культурної спадщини є наступні:

- природне фізичне старіння та руйнування матеріальних об'єктів культурної спадщини;
- природний відхід поколінь людей – споконвічних носіїв матеріальної та

нематеріальної культури;

- насильницьке руйнування культурної спадщини внаслідок військових конфліктів та терористичних актів;
- політичні, міжнаціональні та міжкультурні конфлікти, що призводять до етнічних чисток, а отже, до знищення етнічної культури окремих народів;
- неписьменна державна політика в галузі культурної спадщини або відсутність такої політики зовсім;
- зростання масового туризму з різким підвищенням навантаження на об'єкти культурної спадщини через зростання їх відвідуваності;
- розвиток туристичної інфраструктури та матеріальної бази на територіях культурної спадщини, викликане зростанням масового туризму і неминуче впливає на стан об'єктів та характер явищ культурної спадщини;
- насильницьке руйнування об'єктів матеріальної культури внаслідок туристичного вандалізму;
- комерціалізація культурної спадщини внаслідок розвитку міжнародного туризму та зростання попиту на різні об'єкти та явища культури у складі культурного турпродукту.

Під комерціалізацією культурної спадщини розуміється процес перетворення культурної спадщини на товар, при якому об'єкти та явища культури оцінюються ринковими категоріями, виключно з точки зору їхньої обмінної вартості, прибутковості, конкурентоспроможності на ринку. В умовах глобального розвитку туризму з тенденціями зростання культурного туризму у всіх його проявах процес комерціалізації культурної та природної спадщини набув глобального характеру, охопивши всі регіони світу, перетворивши проблему збереження культури країн та народів для наступних поколінь в одну із світових проблем.

Слід зазначити, що культурна спадщина у складі турпродукту важко оцінюється з погляду його кількості, якості та реальної споживчої вартості.

Його вартість може визначатися лише суб'єктивно, індивідуально, конкретним споживачем культурного турпродукту. Лише сам споживач може визначити, яке культурне, духовне та естетичне задоволення може принести йому особисто культурну спадщину, це багато в чому визначає цінність самого турпродукту. Особливо це стосується явищ нематеріальної культури, які мають ніякої матеріальної цінності.

Окремі компоненти вартості культурної спадщини у складі турпродукту можна прорахувати, а саме: тривалість споживання, частота споживання, кількість та вид об'єктів чи явищ культури, включених до базової вартості пакету турпослуг.

Необхідно наголосити, що комерційна цінність чи вартість культурної спадщини залежить від рівня очікувань клієнта. Клієнт повинен отримати те, що обіцяно, але не всі запити клієнта можуть бути задоволені за дуже високу ціну. З іншого боку, ціна має бути занижена. Якщо якість продукту гарантована, а сам продукт ексклюзивний, він не повинен коштувати дешево. Проте спочатку якість та цінність культурної спадщини мають оцінюватись експертами, а не туроператорами.

Специфічність культурного турпродукту, що враховує специфіку туристських мотивацій та попиту, визначає додаткові критерії якості турпродукту в культурному туризмі, крім таких загальновизнаних, як пізнавальність, повнота та достовірність інформації, естетичність, оптимальність маршруту та багато інших. Аналіз турпродукту багатьох країн показав, що серед специфічних туристських мотивацій попиту особливо виділяються пошук новизни, справжність культурної спадщини, міжкультурність, що передбачає орієнтованість турпродукту на національний лінгвокультурний сегмент ринку споживачів, міжкультурний принцип міжкультурне спілкування з носіями культури, що вивчається.

Критерій новизни культурного турпродукту має на увазі відчуття

незвичайності, нетрадиційності, нестандартності, відмінності від своєї культури. Очікування споживачів пов'язані з переживаннями: здивування, потрясіння, захоплення, відкриття нового. На думку дослідників, конструкт новизни володіє чотирма взаємопов'язаними вимірами: хвилювання, уникнення повсякденності, зняття нудьги і подив (див. рис. 1.1.3).

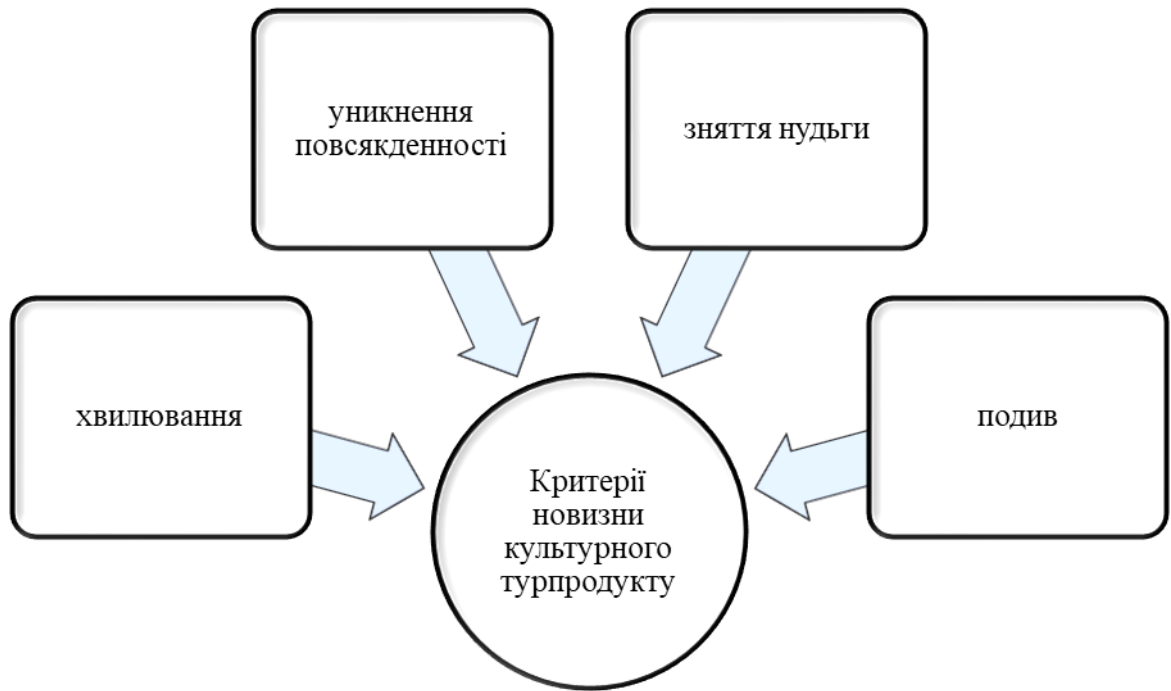


Рис. 1.1.3 Критерії новизни культурного турпродукту, складено за [9, 26]

Критерій справжності культурної спадщини (об'єктів та явищ культури) у складі турпродукту як критерій її якості неоднозначний, і це також пов'язано з диференціацією рівня очікувань та потреб споживачів. Справжність створюється культурно-історичними умовами. Вона зменшується і навіть втрачається, коли продукт втрачає зв'язок з культурним та природним середовищем. Ступінь справжності відрізняє один продукт від іншого, але й попит на справжність може бути різним. Аналіз публікацій з даної проблематики дозволяє зробити висновок про те, що більш досвідчені і більш «інтелектуальні» мандрівники висувають більш високі вимоги до ступеня справжності об'єктів і явищ культури, в той час як менш досвідчених і менш

«інтелектуальних» питання справжності цікавить у меншій ступеня. З цієї точки зору, споживачів культурного турпродукту можна поділити на три основні групи.

До першої групи належать туристи, які цікавляться повною культурно-історичною справжністю і мають обґрунтовані знання та чіткі критерії її оцінки (наприклад, пам'ятка архітектури не повинна бути піддана ніяким пізнішим реставраціям; предмет культури повинен бути зроблений споконвічним способом із традиційних матеріалів самим носієм даної культури і бути функціональним, обряд повинен точно відповідати всім історичним канонам і бути живим, а не постановковим).

До другої групи можна віднести туристів, які згодні вважати справжніми ті артефакти культури, які зазнали часткових змін згодом чи у відповідь ринковий попит, тобто. справжній продукт може розвиватися, доповнюватись, адаптуватися під потреби та очікування туристів (наприклад, реставровані пам'ятники, відроджені ремесла, предмети, виготовлені із сучасних матеріалів, «осучаснені» народні свята).

До третьої групи належать туристи, які прагнуть історичної достовірності об'єктів і явищ культури (наприклад, «туристський арт» – предмети, спеціально вироблені у відповідь туристський попит, які є артефактами культурної спадщини; постановочні ритуали, обряди, народні свята; відновлені «з нуля» пам'ятки архітектури, тематичні парки, які відтворюють національно-культурне середовище; етнічні ресторани на неетнічних територіях).

Постановочні та стилізовані культурні заходи, які можуть утворювати основу для культурно-подієвого туризму, з одного боку, можуть бути відродженню народних традицій, звичаїв, ритуалів та свят, а з іншого боку, велика небезпека, що ці постановкові «події» спотворюють культуру, ламають традиції, модернізують їх задля комерціалізованого попиту та глобалізації.

Туристський попит на культурну спадщину, з одного боку, створює

загрозу її стану та існуванню, але з іншого, доходи від туристської діяльності, пряме фінансування туристами народних ремесел та мистецтв сприяють збереженню традиційних явищ та об'єктів культури, а також відродженню майже або повністю втрачених. Розвиток культурного туризму дало поштовх розвитку наукових досліджень у галузі культурної спадщини, а це також опосередковано послужить його збереженню та відродженню.

Критерій міжкультурності, як було зазначено вище, несе у собі основний принцип обліку національно-культурної специфіки як ініціативного, і рецептивного співтовариств, особливостей психології, сприйняття, поведінки, і навіть тісної взаємодії культур через всі види комунікації. Інакше кажучи, міжкультурність – це міжкультурна комунікація у найширшому сенсі. У сучасних умовах комунікації пронизують усі сфери життєдіяльності сучасної людини: соціальну сферу, політику, культуру, економіку, управління. Міжкультурна комунікація – невід'ємний чинник туризму та домінанта міжнародної туристської діяльності.

Міжкультурну комунікацію слід розглядати як: 1) саму діяльність, 2) умова та організаційний принцип цієї діяльності, 3) фактор та критерій якості турпродукту, 4) професійно значуща якість та компетенцію фахівця у сфері туризму, 5) обов'язковий компонент змісту професійної туристської освіти.

Міжкультурна комунікація як діяльність передбачає взаємодію представників різних культур у процесі спільної професійної діяльності у туризмі: у рамках діяльності ТНК, партнерської діяльності постачальників турпослуг та туроператорів, ініціативних та рецептивних туроператорів, діяльності компаній рецептивної спільноти з прийому та обслуговування іноземних туристів. Міжкультурна комунікація як умова та організаційний принцип може використовуватися при проектуванні та розробці турпродукту, розвитку маркетингових комунікацій, плануванні та здійсненні рекламної та виставкової діяльності, організації прийому та обслуговування іноземних

туристів на території приймаючої етнокультурної чи полікультурної спільноти.

Міжкультурна комунікація як професійно значуща якість і як компонент змісту професійної освіти в туризмі повинна розглядатися в різних площинах: як інваріантна і як варіативна складова компетенції фахівця у сфері туризму. Це означає, що вимоги до рівня міжкультурної комунікативної компетенції різні контактного і неконтактного туристського персоналу.

Дійсно, естетичність культурного турпродукту в цілому або окремої екскурсії, наприклад, неминуче знизиться, якщо про унікальні культурні об'єкти та явища буде розказано мізерною мовою, з мовними помилками, у неадекватному стилі та з іншими грубими порушеннями. Важливо підкреслити, що у культурному туризмі споживачі висувають високі вимоги саме до культурної складової продукту.

У змістовному розумінні міжкультурна комунікація як професійна діяльність у туризмі може бути диференційована у вигляді чотирьох основних інформаційних напрямів: 1) новаційна, 2) орієнтаційна, 3) стимуляційна, 4) кореляційна [59].

Зростаючий інтерес та увага до культурного туризму останнім часом, як ніколи, актуалізують проблему міжкультурної комунікації, що пронизує всі сфери життя рецептивної спільноти. Насамперед, потрібне просвітництво приймаючої спільноти (через ЗМІ, освіту, науку, засоби культури), спрямоване формування поваги, толерантності та духу гостинності стосовно туристам інших культур.

Таким чином, формування установок на міжкультурну комунікацію необхідне, по-перше, у самій спільноті (готовність та здатність приймаючої спільноти до міжкультурних контактів, включаючи державні інститути та служби, ЗМІ, бізнес-спільноти, населення країни, що приймає в цілому), по-друге, у туристській галузі (адаптація програм та маршрутів під національні лінгвокультурні цільові ринки, їх інформаційне забезпечення та супровід,

міжкультурний тренінг персоналу), по-третє, у туристській професійній освіті (міжкультурна комунікація має стати основним принципом побудови системи та формування змісту професійної освіти у туризмі) . На думку дослідників міжкультурної комунікації, для ефективного міжкультурного спілкування необхідно, щоб комуніканти мали загальну когнітивну базу, властиву тому чи іншому лінгвокультурному співтовариству, тобто. певною сукупністю знань та уявлень. В основі когнітивної бази лежать так звані прецедентні феномени, що відображають специфіку національного характеру, етнічної та мовної свідомості. Прецедентні феномени є специфічними знаками, символами або сигналами певних культурно-історичних фактів, що характеризують ціннісну базу лінгвокультурної спільноти.

Глобальні політичні та інституційні процеси, глобальна дипломатія XXI ст. – це тренд сучасного глобалізованого світу. Культурна дипломатія та діалог культур у зовнішньополітичній діяльності – це один із пріоритетних інструментів зовнішньополітичної та дипломатичної діяльності більшості сучасних держав у поліцентричному світі XXI століття.

Індустрія туризму, будучи проявом та чинником глобалізації, а певному сенсі та її втіленням, відчуває помітний вплив таких сил, як інформаційні технології, соціальна диференціація суспільства, зміна клімату та інших. В даний час туризм став не просто мандрівкою заради отримання насолоди від спілкування з природою, в сучасній дипломатії туризм відіграє все більш важливу роль, туризм вже перейшов межі міжнародних відносин і вийшов на передову лінію дипломатії, сформувавши специфічну галузь дипломатії, як туристична дипломатія.

Комплексний та мобільний характер сучасного туризму сформував попит на безпечне та комфортне для життя та здоров'я середовище, здатне забезпечити необхідні умови для реалізації громадянами їх права на відпочинок та свободу пересування. Сучасний глобалізований світ важко уявити без

туризму. Він розглядається міжнародними організаціями, планується національними урядами, обговорюється у засобах масової інформації, зрештою ми самі зустрічаємося з ним щодня.

У 2016-2019 роках вираз «туристична дипломатія» став одним із широко вживаних серед людей у нашому суспільстві. Туризм став складовою і невід’ємною інституційною частиною національної дипломатії. Туристична дипломатія стає важливим каналом формування та поширення іміджу та просування міжнародного визнання країни.

Туристична дипломатія сьогодні – це інноваційна технологія культурної індустрії, історико-культурного туризму в глобальному світовому просторі.

При вивченні особливостей розвитку історико-культурного туризму та його значення О. О. Донцов та М. О. Трюхан наголошують на концепції історично-культурної спадщини та короткій назві даного виду туризму – туризм спадщини [26].

За кордоном велика увага приділяється збереженню культурної спадщини й організації історико-культурного туризму. Міжнародна рада з питань пам’яток і визначних місць (ICOMOS), Пан’європейська федерація культурної спадщини (Europa Nostra) координують зусилля країн з проблем використання пам’яток історії та культури в туризмі на європейському континенті та в світі, що сприяє соціокультурному та економічному розвитку країн та регіонів, розвитку міжкультурного діалогу.

Таким чином, культурно-пізнавальний туризм України має виступати в якості інструменту подальшого формування національної ідентичності, а також інструменту «м’якої сили» в формуванні гідного іміджу нашої держави у міжнародному співтоваристві.

1.2. Передумови та чинники розвитку культурно-пізнавального туризму

Загальноприйнятою є думка, що розвиток туризму на кожній окремій території залежить від факторів [28, 42]:

- природно-географічних (клімат, рельєф місцевості та інше);
- культурно-історичних (пам'ятки архітектури, історії і т. п.);
- демографічних (вік населення регіону, збільшення числа працюючих жінок, зростання питомої ваги самотніх людей);
- соціально-економічних (підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення, зміна структури вільного часу);
- матеріально-технічних (розвиток інфраструктури – транспорту, закладів розміщення, підприємств громадського харчування, рекреаційної сфери, роздрібної торгівлі та інше);
- політичних (стабільність у регіоні, економічна і фінансова ситуація, рівень безпеки подорожей у регіоні).

Культурно-пізнавальний туризм полягає у відвідуванні історичних, культурних або географічних пам'яток. Це найпопулярніший і наймасовіший вид туризму. Мета таких подорожей – знайомитися з туристичними пам'ятками (пам'ятниками історії, архітектури, мистецтва; природними та етнічними особливостями; сучасним життям народу).

Напрямами культурно-пізнавального туризму є:

- знайомство з різноманітними історичними, архітектурними чи культурними епохами відвідин архітектурних пам'яток, музеїв, історичних маршрутів;
- відвідування культурних вистав: відвідування фестивалів (музичних, театральних, кіно), релігійних свят, бою биків, виставок тощо;
- відвідування лекцій, семінарів, курсів наукової мови;

- участь у фольклорних фестивалях [36].

Культурний туризм має значення для самих туристів (пізнавальне, освітнє, рекреаційне) та ефект тим міст і регіонів, у яких розвивається. Позитивне значення туризму очевидно, перш за все, тією економічною вигодою, яку можуть отримати міста та їх жителі від інвестицій підприємств, оренди будівель, здавання приватних будинків у оренду, від продажу предметів ремесел, промислів тощо. Явно також удосконалення якості життя мешканців за рахунок реставрації чи реконструкції житлового фонду, покращення інфраструктури поселень та територій. У соціальному суспільстві туризм вирішує, представляючи нові робочі місця, проблему зайнятості мешканців; залучає їх до цінностей міжнародної культури, у тому числі шляхом спілкування. Культурний туризм – важливий чинник у суспільстві.

Культурно-пізнавальний туризм має справу з двома основними складовими: природною та культурною спадщиною. Це і спеціальні культурні ландшафти, і пам'ятники архітектури, і музеї різних типів, і історичні міста та поселення, і археологічні розкопки, і ремесла, і свята, і, нарешті, народна кухня.

Культурно-пізнавальний туризм поєднує в широкий спектр споживчої туристської діяльності, що формує розуміння відмінних характеристик окремої DESTИНАЦІЇ, культурно-історичної спадщини, сучасного мистецтва, манери життя, а також бізнес-практики, що забезпечує доступність та інтерпретацію культури DESTИНАЦІЇ.

Виділення культурно-пізнавального туризму як специфічного сектора у системі туризму проводиться за трьома трендами:

1. Характер діяльності туриста, що полягає у придбанні нового досвіду та вражень для задоволення культурної потреби. Ця ознака виробляє концептуальну відмінність культурного туризму з інших видів туристської діяльності.

2. Мотивація туристів, залучених у культурний туризм. Ця ознака

охарактеризує вид попиту туристів у культурному туризмі.

3. Характеристика пропозиції – особливих туристських ресурсів, втягваних у задоволення попиту сфері культурно-пізнавального туризму.

Охарактеризувавши культурно-пізнавальний туризм за цими ознаками, можна дати його розгорнуте визначення, що відповідає сучасному розумінню. Культурно-пізнавальний туризм – це переміщення індивідів за межі їх постійного місця проживання, мотивоване повністю або частково інтересом відвідування культурних пам'яток, включаючи культурні події, музеї та історичні місця, художні галереї та музичні та драматичні театри, концертні майданчики та місця традиційного проведення часу місцевого населення, що відображають історична спадщина, сучасна художня творчість та виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності та повсякденний стиль життя резидентів з метою отримання нової інформації, досвіду та вражень для задоволення їх культурних потреб [55].

Приблизно до 80-х років минулого століття культурний туризм аналізувався як відносно незначна ніша туристичного ринку. Сьогодні, згідно з новими даними, культурний туризм є головною спрямованістю масової туристичної активності, а його щорічне зростання – на рівні 15%.

Туризм розширює ареал своєї діяльності за рахунок підвищення доступності та досяжності туристських об'єктів внаслідок розвитку транспортних засобів у поєднанні з широкою інформатизацією. Досяжність багатьох атрактивних туристичних об'єктів, що склалася в останні десятиліття, обумовлена, зокрема, швидким розвитком транспорту, в т. ч. спеціалізованого туристичного, що робить можливим відвідування найвіддаленіших і найнепрístupніших куточків нашої планети без шкоди навколишньому середовищу. Розвиток транспортних послуг у поєднанні з широкою інформатизацією створюють можливість чітко пов'язувати маршрути за часом перебування в точках пересадок, у місцях тимчасового проживання туристів,

робити туристичні програми більш вивіреними та насиченими. Це, у свою чергу, дозволяє розробляти максимально зручні для користувача маршрути.

Таким чином, потенційні туристичні об'єкти стають не просто досяжними окремим ентузіастам, а й реально доступними досить широким верствам мандрівників, дозволяючи економно витратити їх обмежені ресурси, у тому числі тимчасові, фізичні, психологічні, фінансові. Це відбувається на тлі того, що все більше людей можуть дозволити собі подорожі, оскільки зростання їх доходів одночасно супроводжується відносним зниженням цін на туристські послуги, викликаною гострою конкуренцією у туристичній індустрії. З іншого боку, «стиль життя» як комбінація характеристик трудової та дозвільної діяльності замінює професійну позицію у трудовій сфері як основу для формування соціального статусу людини. Відповідно, наростає процес «професіоналізації» у дозвільній діяльності та підвищується значення формування своєї «кар'єри» у споживчій сфері. Туризм надає широкі змоги реалізації цього процесу [55].

Реакція на глобалізаційні процеси, що ведуть до уніфікації стилю життя та забезпечують його товарів та послуг у світовому масштабі, зумовлює зростання значення локальних та регіональних систем цінностей. Регіональна та місцева культура надають ефективні засоби для ідентифікації відмітних характеристик територій та людей, що їх населяють.

Дані загальні умови розвитку туризму поширюються і на культурний туризм. Однак на розвиток культурного туризму істотно впливають і інші фактори, як з боку попиту, так і з боку пропозиції послуг, зумовлені сучасними характеристиками соціально-економічного формування територій різного рангу, трудової та споживчої діяльності населення та туризму як галузі бізнесу.

З боку пропозиції:

1. Зростання числа та різноманітності культурних пам'яток. Цей чинник діє у кількох напрямках. По-перше, інтенсивно здійснюються інвестиції у

формування культурних об'єктів. Це пояснюється тим, що останні призначені для підвищення привабливості даного місця не тільки для відвідування туристами, скільки для життя та роботи місцевих жителів, для забезпечення різноманітності їхньої діяльності в умовах підвищення значення дозвілля та гедоністичної концепції життєдіяльності та тим самим – для успішної конкуренції з іншими місцевостями. з приводу залучення інвестицій та кваліфікованої робочої сили. Власний театр, галерея, історичний музей тощо. стають атрибутом місцевої гордості та престижу (і боротьби за місцеву владу). Залучення туристів найчастіше стає другорядною, але необхідною складовою реалізації таких проєктів, оскільки місцева аудиторія надто мала [59].

По-друге, завершення етапу індустріального розвитку призвело до багатьох територій до необхідності радикальних змін у профілі своєї економічної діяльності для створення робочих місць і на цій основі підтримки стандартів соціального розвитку. Відповіддю на виклики постіндустріальної економіки став розвиток про творчих культурних. Культурні індустрії розглядаються сьогодні як найважливіший каталізатор як економічного розвитку міст, так і культурного оновлення, що знайшло вираження в русі відродження міст через культуру.

По-третє, розширення складу об'єктів, що визначаються сьогодні як культурні, зокрема, за рахунок залучення до сфери культурного споживання об'єктів, що відображають виробничу та побутову традицію. Пошуки втраченого коріння стимулюють збереження та використання як культурні пам'ятки тих атрибутів культури, з якими історично пов'язане формування національної, регіональної чи місцевої самобутності, що йде під тиском постіндустріальної економіки та глобалізаційних уніфікуючих процесів.

2. Поширення державної регіональної та національної, а також наддержавних форм підтримки та стимулювання культурного туризму, у тому числі шляхом фінансування збереження культурних артефактів та реалізації

великих культурних проєктів. Так, Рада Європи активно сприяє розвитку культурного туризму як засобу поширення європейської культури.

3. Зростання доступності інформації про культурний розвиток та пам'ятки в умовах тотального поширення сучасних технологій. Віртуальне знайомство з культурними пам'ятками, даючи людям нові різноманітні інформацію та образи, одночасно постійно стимулює їх на особисту присутність, на відвідування нових туристичних об'єктів.

4. Нові та більш досконалі комунікаційні технології (як транспортні, так і інформаційні) створюють можливість диференціації туристських продуктів у розрахунку на вузькі сегменти ринку, які стають у ціновому відношенні конкурентоспроможними з масовою, стандартизованою туристичною пропозицією [85].

З боку попиту:

1. В умовах глобалізації та супроводжуючої її уніфікації стилів життя культурні пам'ятки служать важливим засобом ідентифікації (етнічної, національної, конфесійної, культурної), з одного боку, та забезпечення культурної різноманітності – з іншого. Саме в рамках культурного туризму розвивається туризм, орієнтований на інтереси національних, конфесійних та сексуальних та інших субкультурних меншин.

2. У зв'язку з прискореним темпом життя, коли на очах одного покоління кардинально змінюється спосіб життя, збільшується кількість людей, які «не встигають» за змінами, що зазнають дискомфорту в сучасних умовах, або шкодують про втрату коренів, переривання традицій. Зростаюча за гостротою і за кількістю людей, що її відчують, ностальгія за минулим стимулює відвідування місць, для одних створюють умови для «емоційного» відпочинку, оскільки зберегли риси та/або асоціюються з приємними життєвими спогадами, для інших – є формою підтримки зв'язків з традиціями, підживлення коренів» [89].

3. Сучасний етап постіндустріального споживання, що характеризується насиченням попиту на матеріальні продукти та різноманітні послуги, супроводжується «голодом» на почуття та емоції. З іншого боку, в сучасному світі люди відчують постійні стреси (на роботі, на транспорті, у побуті) і шукають можливості відпочити та розважитися, а якщо й навчатися, то граючи. Культура як жодна інша сфера має видовищно-розважальний потенціал і надає широкі та різноманітні можливості для реалізації відповідних запитів сучасного споживача.

4. Зростає знакова цінність туризму для диференціації статусної позиції. Згадана насиченість попиту матеріальні товари та послуги призводить до втрати ними значення для диференціації статусної позиції; на перший план виступає символічна знакова цінність, що символізує успіх, спосіб життя, ідеологічні уподобання, персональні якості. Культурний туризм через різноманітність своєї ресурсної бази створює численні можливості для формування символічного образу самого споживача.

5. Широкомасштабна відмова від традиційної щорічної (зазвичай літньої) тривалої відпустки в корисність кількох більш коротких за строками, але частіших перерв у роботі, яка вважається однією з наслідків та ознак тренду розмивання меж часу праці та дозвілля. Важливим критерієм вибору профілю та місця туристичної діяльності стає насиченість вражень, які можуть бути своєрідними «мітками», що дозволяють відокремити дозвілля від роботи, відпустку – від повсякденного перебігу життя; а крім того, суб'єктивно збільшують тривалість короткого періоду відпочинку. Культурний туризм у розмаїтті своїх видів, ресурсів і форм надає широкі можливості для отримання яскравих вражень, що запам'ятовуються, і стає все більш привабливим напрямом туристської діяльності [88].

6. Підвищення значення в постіндустріальному суспільстві дозвілля як засобу самореалізації призводить до зміни функціональної характеристики

дозвільної діяльності в цілому та туристської, зокрема: пріоритетним у дозвіллі стає можливість особистого розвитку та розкріпачення творчої енергії. Саме культурний туризм стає важливим засобом саморозвитку, особливо щодо творчого самовираження, де він займає домінуючі позиції в системі різних видів туризму.

7. Культурні пам'ятки увійшли до списку «місць, обов'язкових для відвідування», інакше кажучи, їх відвідання набуло рис ритуалу, що закріплює поширення цієї дії як соціальна норма, «правила туристської поведінки». Наприклад, за оцінками, три чверті туристів у Європі відвідують культурні пам'ятки, включаючи тих, хто не пов'язує свою подорож із наміром задовольнити інтереси у сфері культури. За іншими оцінками, близько 30% європейських туристичних дестинацій вибираються для відвідування через присутність там об'єктів культурної спадщини, а з урахуванням значних культурних подій та фестивалів ця цифра зростає до 45-50%. У зв'язку з цим, можна відзначити, що культурні пам'ятки не так дійсно залучають відвідувачів, скільки служать засобом фокусування активності туристів і тим самим зброєю в конкурентній боротьбі між туристичними дестинаціями [90].

8. Зі зростанням досвідченості туристів зростає їхня незадоволеність знеособленою стандартною туристичною пропозицією, яка не враховує індивідуальних запитів і тому не забезпечує отримання емоційно яскравих, надовго запам'ятовуваних і значущих за змістом, як показують дослідження, 40% культурного споживання має місце під час відпусток і свят. Сучасний турист пред'являє попит на здобуття унікального досвіду, високою мірою орієнтованого на його індивідуальні можливості, здібності та потребу у творчому самовираженні своєї індивідуальності [81, 90].

Культурне самовираження народу завжди викликає інтерес. Природна допитливість туриста щодо різних куточків світу і народів, що їх населяють, утворюють один з найбільш сильних спонукальних туристських мотивів.

Культура – рівень розвитку суспільства на його історичному шляху. Слово культура походить від латинського *cultura* і означає обробіток, виховання, повагу. Звичайне визначення слова культура – виховання людини, її моральні якості та рівень поведінки.

Культурна спадщина будь-якого народу становлять не лише твори художників, архітекторів, музикантів, письменників, праці вчених тощо, але й нематеріальне надбання, що включає фольклор, народні промисли, фестивалі, релігійні ритуали тощо.

Основою культурно-пізнавального туризму є історико-культурний потенціал країни, що включає все соціокультурне середовище з традиціями та звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності. Мінімальний набір ресурсів для пізнавального туризму може дати будь-яка місцевість, але його масового розвитку потрібна певна концентрація об'єктів культурної спадщини. При відвідуванні іншої країни туристи сприймають загалом культурні комплекси, складовою яких є природа.

Атрактивність культурних комплексів визначається їх художньою та історичною цінністю, модою та доступністю по відношенню до місць попиту. Особливості культури різних регіонів світу все частіше спонукають людей проводити відпустку у подорожі. Об'єкти, відвідувані туристами, сприяють їхньому духовному збагаченню, розширенню кругозору. Культура одна із основних елементів туристського інтересу. Пізнавальний туризм охоплює всі аспекти подорожі, за допомогою якої людина дізнається про життя, культуру, звичаї іншого народу.

Туризм, таким чином, є важливим засобом створення культурних зв'язків та міжнародного співробітництва. Розвиток культурних чинників усередині регіону є засобом розширення ресурсів залучення туристських потоків. У багатьох країнах туризм може бути включений до так званої політики культурних відносин. Культурно-пізнавальний туризм знайомить туриста з

культурними цінностями, розширює його культурний світогляд. У цьому турист отримує знання, відповідаючи своїми культурними запитами своєму вибору.

Об'єкти національної культурної спадщини мають бути представлені розумно та творчо. Науково-технічний прогрес зробив свою справу: продукція однієї країни практично не відрізняється від аналогічної продукції іншої країни.

У культурі однаковість неприпустима. Регіон, який бажає стати популярним туристичним напрямком, повинен мати унікальні культурні комплекси та пропонувати їх на туристичний ринок.

Оцінка культурних комплексів для туристичних цілей може проводитись двома основними методами:

- 1) ранжуванням культурних комплексів за їхнім місцем у світовій та вітчизняній культурі;
- 2) необхідним та достатнім часом для огляду пам'яток, що дозволяє порівнювати різні території щодо перспективності історико-культурного потенціалу для туризму [7].

Ці методи багато в чому суб'єктивні: культурні комплекси, високо оцінювані фахівцями, який завжди викликають адекватну реакцію в туристів. Необхідний та достатній час для огляду об'єктів певною мірою визначається їх доступністю та побудовою екскурсійних маршрутів. Зрештою, уявлення про цінність культурних комплексів залежить від рівня освіти, національних особливостей туристів. Найчастіше інтерес до об'єктів культури визначається модою.

В основі ресурсної основи культурно-пізнавального туризму найважливіше місце посідають культурно-історичні ресурси, які є спадщиною минулого і старого соціального розвитку. Простори, утворені культурно-історичними об'єктами, певною мірою визначають залежність рекреаційних потоків та напрями екскурсійних маршрутів. Культурно-історичні об'єкти

можна поділити на матеріальні та духовні. Матеріальні носять у собі сукупність засобів виробництва та інших матеріальних цінностей суспільства на кожній історичній стадії його розвитку, а духовні – це сукупність досягнень суспільства у створенні науки, мистецтва, літератури, в організації державного та суспільного життя, праці та побуту.

Тобто, культурний базис визначних пам'яток поділяє культурні ресурси на такі категорії:

- матеріальна культура включає різноманітні за типами і формами «артефакти», де природний матеріал і об'єкт перетворюється на речовинний, тобто. у предмет, створений творчою діяльністю людини;
- нематеріальна культура – невловимий світ ідей, створюваних членами суспільства.

Усю соціальну спадщину можна розглядати як синтез матеріальної та нематеріальної культур. Нематеріальна культура включає духовну діяльність та її продукти. Вона поєднує пізнання, моральність, виховання, просвітництво, право, релігію. Нематеріальна (духовна) культура включає ідеї, звички, звичай та вірування, які люди створюють, а потім підтримують. Духовна культура також характеризує внутрішнє багатство свідомості, ступінь розвиненості самої людини.

Фактично не вся спадщина минулого відноситься до культурно-історичних ресурсів. До них прийнято зараховувати культурно-історичні об'єкти, досліджені науковими методами та оцінювання як такі, що мають суспільне значення. Можуть використовуватися при існуючих технічних і матеріальних потенціалах задоволення рекреаційних потреб деяких людей протягом певного часу [4].

Серед культурно-історичних об'єктів важливу роль відіграють пам'ятки історії та культури, які вирізняються найбільшою привабливістю і на цій основі є головним засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації.

Залежно від своїх основних ознак пам'ятки історії та культури поділяють на 5 основних видів: історії, археології, містобудування та архітектури, мистецтва, документальні пам'ятки.

До пам'ятників історії них можуть бути віднесені споруди, пам'ятні місця, будинки та предмети, які пов'язані з важливими історичними подіями у житті народу, а також з формуванням науки і техніки, культури та побуту народів, з життям видатних людей держави.

Пам'ятники археології – це городища, кургани, залишки стародавніх поселень, укріплень, виробництв, каналів, доріг, стародавні місця поховань, кам'яні статуї, наскельні зображення, старовинні предмети, ділянки історичного культурного прошарку стародавніх населених пунктів [4, 5, 59].

Образотворче мистецтво – вид культури, що з туризмом тим, що у популярних курортах, наприклад у приміщеннях готелів, вставляють твори національного образотворчого мистецтва, щоб ознайомити туристів із культурою даного регіону. Також відомі фестивалі, які репрезентують різні види національного мистецтва [46, 49].

Музика та танці теж привабливі види культури. Популярні музичні фестивалі щороку збирають багатьох учасників. У багатьох готелях туристи знайомляться з національною музикою під час вечірніх програм, на вечорах та концерті. Етнічні танці – елемент національної культури, що викликають характерність. Можна сказати, у кожному регіоні є свої національні секрети. Яскравими прикладами музичної та танцювальної культури є танці народів Африки, японський театр «кабуки» та ін.

Народні промисли – народна творчість у вигляді виготовлення різноманітних товарів, які виконані місцевими фахівцями, наприклад, сувеніри, які мають особливий попит у туристів. У деяких туристичних центрах створюються спеціальні магазини у національному стилі, де місцеві майстри виготовляють вироби безпосередньо у присутності покупців.

Історична спадщина є культурним потенціалом регіону. Наявність унікальних історичних об'єктів може визначити успішний розвиток туризму в регіоні інформації про історичний потенціал місцевості. Серед цікавих нововведень у сфері презентації історичної спадщини та залучення туристів можна виділити спеціальні світлозвукові шоу-програми, що набули поширення в Європі та країнах Середземномор'я. Специфіка таких шоу полягає у особливому відтворенні окремих сторінок історії з використанням різних спецефектів. Доцільно проводити культурні заходи у традиційних місцях туристичного призначення.

Літературні пам'ятки регіону мають більш обмежену в порівнянні з іншими елементами культури привабливість, але все ж таки можуть бути причиною організації різнопланових туристичних програм і маршрутів. Літературні твори мають силу створювати враження про країну та її культуру. Доведено, що наявність чи відсутність певного роду літератури в країні вказує на стан її культурної та політичної систем. У розважальні програми для туристів доцільно включати літературні вечори, тим більше що деякі готелі мають у своєму розпорядженні чудово обладнані бібліотеки. В рамках пізнавального туризму організовуються літературні тури місцями, пов'язаними з іменами авторів та героями відомих літературних творів.

Рівень індустріального розвитку регіону є серйозним мотивом для відвідування цього регіону туристами, особливо іноземними, станом економіки іншої країни, що цікавиться, промисловістю, виробленою продукцією і т.п. Турфірмам слід сприяти організації та проведенню спеціалізованих турів на заводи, фабрики, промислові та інші об'єкти.

Об'єкти освіти (коледжі, університети та ін.) та науки (спеціалізовані музеї та виставки) можуть стати елементами культури. Наприклад, всесвітньо відомі університети Оксфорд та Кембридж давно стали самостійними об'єктами показу для туристів. Екскурсії на наукові об'єкти можуть бути

організовані як спеціалістів конкретної галузі знань, так масових туристів.

Наприклад, космічний Центр управління польотами імені Джона Кеннеді у Флориді щороку приваблює величезну кількість туристів і пропонує освітню та наукову інформацію навіть досвідченим у цій галузі знань туристам [14].

Об'єкти харчування з національною кухнею викликають велику цікавість у туристів. Туристи люблять куштувати національні страви країни, якою подорожують. Деякі ресторани, пропонуючи іноземним туристам національні страви, пояснюють, які продукти і як вони приготовлені. Особливий інтерес у туристів викликають кафе, ресторани, шинки, оформлення яких гармоніює з пропонованим меню.

Туристи вважають харчування важливим елементом культури, тому особливості національної кухні, асортимент страв, їх якість обов'язково залишать слід у спогадах не лише про відпочинок, а й країну. Таким чином, збереження культурної спадщини в регіоні має визначальне значення для залучення туристичних потоків.

У процесі історичного розвитку кожен народ утворює свою власну систему духовних і культурних цінностей (культурна спадщина), яка завжди цікава і приваблива для туристів (як місцевих, так і іноземних). Туризм забезпечує широкими можливостями для контактів з іншими культурами, пізнання історії та культури інших народів.

Елементами історико-культурної спадщини як чинника розвитку туризму можуть вважатися (див. рис. 1.2.1):

1. Архітектурні об'єкти.
2. Особливості та традиції побуту та господарської діяльності представників конкретного народу, жителів міст та сіл, традиційні ремесла.
3. Культурні заклади.

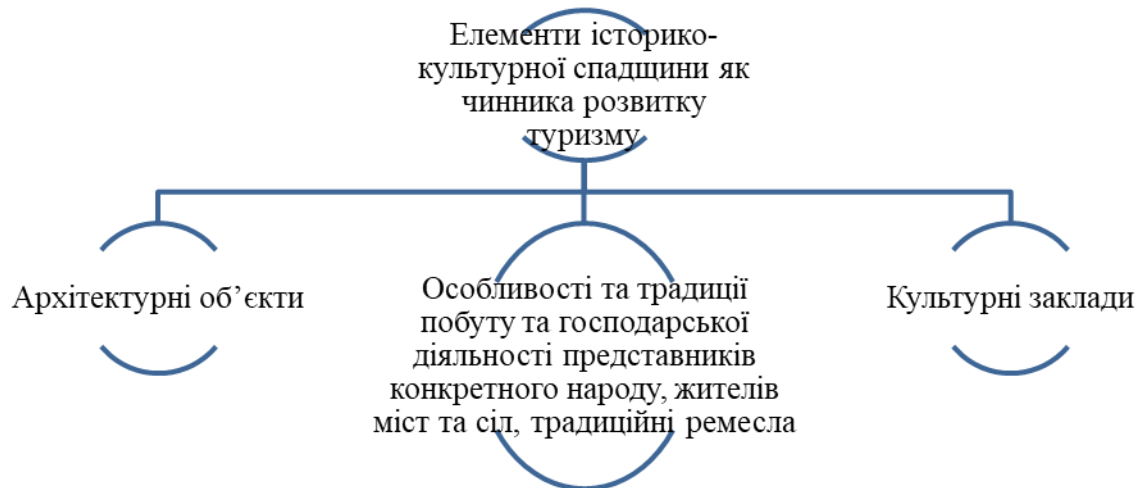


Рис. 1.2.1 Історико-культурна спадщина як чинник розвитку туризму, за [2, 59]

У числі архітектурних об'єктів у плані розвитку туризму можна виділити культові побудови (церкви, храми і т.д.), міські та сільські побудови, стародавні палати, замки, фортеці, мости, археологічні, монументальні об'єкти.

У розвитку туризму значної ролі грають етнокультурні особливості жителів конкретної території. Наприклад, в гірських територіях досягненнями традиційної культури населення можна вважати різного роду будинки і місця проживання, унікальний перелік рослинних видів, що використовуються як в цілях медицини, як і для приготування їжі, терасове землеробство, ремесла.

Розвитку туризму сприяють культурні установи (концертні зали, театри та кінотеатри, музеї, будинки-музеї, виставки, вернісажі, виставкові зали, галереї тощо) [18].

Рівень культури, що диференціює культурні об'єкти, за складністю сприйняття. Виділяються [5]:

- висока культура – кращі образи культури, які мають елітарний характер;
- популярна культура – доступна за розумінням і має низький рівень.

До масової культури можна віднести, зокрема, історико-розважальні центри, які поширені у країнах.

Практика споживання культурних благ туристами є характерною

діяльністю туриста (включаючи специфічні норми та очікування) щодо відвідуючої дестинації або культурної пам'ятки, що виявляє його компетентність і навички як у сфері культури, так і у сфері туризму. Це культурний ресурс, що перебуває на боці за споживача-туриста. Проте, даний базис угруповання культурних ресурсів дозволяє продовжити систематизацію культурних пам'яток з погляду масштабів та характеру їх використання у культурному туризмі, зокрема, за такими критеріями.

Потенціал «туристської включеності», що диференціює культурні ресурси за рівнем культурної значущості та популярності:

- культурні цінності загальносвітового значення, здатні залучити маси туристів. Вони мають універсальний характер і цікаві як для резидентів, так і для туристів: художні колекції світового класу; меморіали всесвітньо відомих подій; пам'ятні місця, пов'язані з діяльністю відомих діячів;

- менш значні культурні цінності – надбання змішаного інтересу та користування туристами (насамперед вітчизняними, знайомими з нюансами рідної історії, літератури, мистецтва, традицій, яким може бути запропонований значно ширший спектр культурних цінностей та їх інтерпретації, ніж іноземному туристу) та місцевим населенням;

- культурні цінності, що становлять інтерес і використовуються в основному місцевим населенням (історія та/або архітектурний вигляд окремі квартали та вулиці, об'єкти релігійного культу та цивільні споруди, кінотеатри, бібліотеки, ігротеки, парки та ін.).

Між ресурсами різного рівня туристичної атрактивності немає непереборних бар'єрів. Для туризму всі пам'ятки культурні об'єкти формують елементи єдиної соціокультурної системи, які можна пов'язані сценарієм поведінки туриста. Сюжетно пов'язані об'єкти всіх рівнів атрактивності можуть бути споживачеві як певна цілісна пам'ятка. Це дозволяє досягти синергетичного ефекту: навіть незначні об'єкти, кожен з яких окремо не може

залучити хоч скільки-небудь значний потік, у сукупності набуває зовсім іншого масштабу туристичного інтересу.

Залежно від того, як використовуються культурні пам'ятки, їх можна розділити на 2 види функцій:

- пізнавальні, тобто, які служать для пізнання та розуміння культури;
- розважальні, які розвіюють нудьгу і знімають напругу життя, в процесі пізнання [5, 26].

Чинник виробництва турпродукту. У цій якості використовуються:

- реально існуючі культурні ресурси території (матеріальні та нематеріальні), з якими можна раціонально співвіднести ті чи інші об'єкти чи суб'єкти культурної діяльності (історична чи культурна подія); архітектурно-планувальний ансамбль, музей образотворчих мистецтв;
- симулятивні ресурси, які формуються у вигляді уявної унікальності дестинації або культурної пам'ятки через характеристики, що приписуються їй, такі як «батьківщина Санта-Клауса» (фінське містечко Рованіємі – батьківщина Санта-Клауса – приймає щорічно 350-400 тис. цілком реальних туристів);
- технологічні ресурси, які в контексті культурного туризму слід розглядати передусім з погляду використання інформаційних та телекомунікаційних технологій. Так, прикладом використання даного виду ресурсів для формування продукту для культурного туризму можуть стати віртуальні подорожі культурними пам'ятками в мережі.

Таким чином, до об'єктів культурно-пізнавальної спадщини відносяться об'єкти нерухомого майна, що виникли в результаті історичних подій, які є цінністю з погляду історії, археології, архітектури, містобудування, мистецтва та ін., і є свідченням епох і цивілізацій, справжніми джерелами інформації про зародження та розвиток культури.

1.3. Методи та методика оцінки розвитку культурно-пізнавального туризму

Сьогодні до туристичного використання все більше залучають історико-культурні об'єкти, адже вони дозволяють задовольнити культурно-пізнавальну потребу людини. Попри розуміння важливості залучення цього виду туристичних ресурсів до рекреаційно-туристичного освоєння, на нинішній день більшість унікальних об'єктів не включені у туристичні маршрути, і спостерігається постійний їх занепад. Тому надзвичайно актуальним є дослідження історико-культурного потенціалу території та оцінка придатності об'єктів для туризму, що сприятиме залученню коштів до відновлення вказаних пам'яток.

Щодо сучасних методик оцінки історико-культурних ресурсів для туризму, то варто вказати, що вони орієнтуються на констатування кількості таких об'єктів на території, а не на якість їх збереження та можливість використання у туризмі. Складність оцінки історико-культурних ресурсів полягає, в першу чергу, в тому, що дослідження повинні включати як матеріальні, так і нематеріальні об'єкти, а це в свою чергу, вимагає різних критеріїв оцінки. Аналіз методик оцінки історико-культурних ресурсів для туризму вказує на існування двох основних підходів: кількісного та якісного.

Так, за допомогою кількісного підходу В. Мацола проводить оцінку туристичної привабливості певної території. Зокрема, досліджує привабливість за щільністю пам'яток на 100 км² (за основу оцінки рекомендовано брати пам'ятки загальнонаціонального та міжнародного значення (див. табл. Б.1)). Але такий підхід не розкриває технологічних та естетичних особливостей використання пам'яток [46].

Значно вдосконалив методику та запропонував О. Бейдик. Згідно неї до

уваги береться теж кількісний підхід, та при цьому ресурси детально ранжируються і проводиться комплексне їх вивчення. За таким підходом автором оцінено усі виділені блоки історико-культурних ресурсів, що дає можливість вивести загальну оцінку рівня забезпеченості кожної області історико-культурним потенціалом [3]. Однак, кількісний показник пам'яток не дає уяви про рівень їх пізнавальної цінності й туристичної привабливості.

Чіткіше уявлення про можливості використання історико-культурного потенціалу в туризмі дає якісний підхід, який взято за основу в методиці С. Кузика. Усі пам'ятки території оцінюються в балах, при чому до уваги беруться їх якісні параметри, але на остаточну оцінку впливають і кількісні. Зрозуміло, що бальний підхід не дає точних результатів, але при рекомендаціях для туристичного освоєння отримані результати можуть братись за основу. Автор пропонує оцінювати історико-культурні об'єкти за допомогою визначення їх рекреаційного значення, а також ступеня придатності та доступності для організації культурно-пізнавальних занять. У запропонованій методиці подано 14 підгруп, які виділили під час структуризації п'яти підвидів історико-культурних туристичних ресурсів. Зокрема, автором виділено наступні підгрупи: археологічні об'єкти; меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, війнами і бойовими діями та культурними традиціями; пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури; пам'ятки архітектури та містобудування; пам'ятники оборонного будівництва; сакральні споруди або культові споруди; пам'ятки народної архітектури; громадські споруди; палацово-паркові ансамблі; сучасні пам'ятки архітектури; пам'ятки професійних художніх промислів; пам'ятки народних художніх промислів; пам'ятки музейної культури; пам'ятки фольклору. Кожній з підгруп притаманний набір показників, що оцінюються за п'ятибальною шкалою: 16 – дуже низька; 26 – низька; 36 – середня; 46 – висока; 56 – дуже висока [41, с.

13]. Бальна шкала оцінок історико-культурних туристичних ресурсів представлена у таблиці Б.1.

Після оцінки усіх історико-культурних об'єктів досліджуваної території за представленою методикою запропоновано знайти інтегральний показник пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів за формулою:

$$A = \sum_{i=1}^f P_i + \sum_{i=1}^f T_i + \sum_{i=1}^f S_i + \sum_{i=1}^f R_i + \sum_{i=1}^f F_i, (1.3.1), \text{ де}$$

A – інтегральний показник пізнавальної цінності історико-культурних ресурсів поселення, місцевості; P – компоненти пам'яток історії та культури; T – компоненти архітектурних пам'яток; S – компоненти художніх промислів і ремесел; R – компоненти етнографічних пам'яток; F – компоненти пам'яток народної творчості.

Для зручності оцінювання потрібно застосовувати коефіцієнт пізнавальної цінності, причому чим ближче його значення до одиниці, тим більшою є цінність.

$$K_p = A / A_{\max}, (1.3.2), \text{ де}$$

A – сума балів пізнавальної цінності історико-культурних ресурсів; $A_{\max}$ – максимально можлива сума балів.

Ранжування рівнів пізнавальної цінності виділяється за наступними показниками: 0,86-1,00 – унікальні; 0,65-0,85 – високоатрактивні; 0,45-0,64 – середньоатрактивні; 0,25-0,44 – малоатрактивні; менше 0,25 – неатрактивні [42, с. 148-153].

Відзначимо, що сьогодні представлена методика є однією із найбільш популярних, коли йде мова про оцінку історико-культурного потенціалу території. Зокрема, вказану методику використано О. Клапчук при оцінці рекреаційно-туристичного потенціалу Львівської області, проте вона адаптована під комплексне дослідження всіх видів ресурсів. Що стосується оцінки історико-культурних об'єктів, то дослідниця вказану методику дещо

спростила, виділивши тільки три підвиди історико-культурних ресурсів та 9 підгруп [37, с. 21-22].

Попри цінність представленого методу оцінки, варто звернути увагу на деякі його недоліки, зокрема на те, що він дає нам загальне уявлення про туристичну цінність ресурсів, та коли йде мова про організацію конкретного виду туризму, виникає потреба у більш детальному оцінюванні різноманітних ресурсів.

Окрім методичних підходів, які призначені для комплексного вивчення рекреаційно-туристичних ресурсів та оцінюють історико-культурні ресурси для туризму загалом, сьогодні представлені і методики, які досліджують історико-культурні ресурси для конкретних видів туризму. Серед таких методик відзначимо розробки Т. Божук, що призначені для оцінки сакральних споруд для релігійного туризму. Ця методика дозволяє оцінити досліджуваний об'єкт за 23 критеріями, кожен з яких оцінюється у три бали. Відповідно, об'єкт може отримати максимум 69 балів.

Таким чином, оцінка сакрального об'єкта визначається за формулою:

$$A_0 = \sum x_i, \quad (1.3.3), \text{ де}$$

A_0 – оцінка сакрального об'єкта в балах; x_i – оцінка показника в балах.

Виконавши оцінку для кожного сакрального об'єкта, можемо визначити оцінку сакрально-туристичного потенціалу території за формулою:

$$A_{\text{тер}} = \sum_{i=1}^n A_{0i} = A_{01} + A_{02} + \dots + A_{0n}, \quad (1.3.4), \text{ де}$$

$A_{\text{тер.}}$ – оцінка сакрально-туристичних ресурсів певної території (населеного пункту) в балах, A_{0i} – оцінка сакрального об'єкта (i -го) в балах [6, с. 262].

При визначенні критеріїв оцінки сакрального об'єкта враховується сучасний стан, історико-культурна, рекреаційно-пізнавальна та духовна

цінність самого об'єкта, а також рівень сприйняття його туристом. Ця оцінка застосовується до всіх об'єктів у населеному пункті, і отримані результати додаються, тому вона є сумарною і прямо пропорційно залежить від кількості досліджуваних об'єктів у поселенні. Таким чином, запропонована методика дозволяє оцінити усі основні якісні параметри сакральних об'єктів.

Ще одним позитивом вказаної методики є те, що дослідження конкретних сакральних об'єктів проводиться за допомогою обліково-оціночних карток сакральних об'єктів. За допомогою запропонованих оціночних бланків можна структурувати отриману інформацію та з легкістю застосувати її у запропонованій методиці. Варто відзначити, що цю методику доцільно адаптувати і для інших видів туризму, які ґрунтуються на використанні історико-культурних об'єктів.

Отже, сьогодні в науковій літературі склалася низка підходів до оцінки історико-культурних об'єктів для потреб туризму. Проте більшість з них стосуються загальної оцінки і зводяться до вивчення кількості об'єктів на певній території. Хоч існують пропозиції щодо оцінювання якісних параметрів історико-культурних об'єктів як загалом для туризму, так і для конкретних видів туризму, що дозволяє на основі таких досліджень запропонувати оптимальні шляхи для туристичного використання ресурсів.

При оцінці історико-культурних об'єктів для туризму важливо подати конкретні рекомендації щодо тих видів туристичної діяльності, які доцільно розвивати на основі досліджуваних ресурсів. А коли йде мова про вивчення низки населених пунктів, то існує потреба у ранжуванні їх за різною придатністю для якогось виду туризму. Це дозволить залучити до нових турів тільки населені пункти, що мають перспективніші історико-культурні об'єкти.

У другому розділі буде проведено аналіз сучасних тенденцій розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні та Київській області.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Організаційні засади та нормативно-правова база розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні

Збереження національної культурної спадщини, значну частину якої становлять нерухомі пам'ятки історії та культури, є важливим напрямком державної політики України в сфері культури. Охорона національної культурної спадщини проголошена в Конституції України обов'язком держави (стаття 54). Державою прийнято низку законодавчих актів у цій галузі, зокрема Закони України: «Про охорону культурної спадщини» (2000 р.), «Про охорону археологічної спадщини» (2004 р.), «Про затвердження загальнодержавної програми збереження та використання об'єктів культурної спадщини на 2004-2010 роки» (2004 р.), «Про тимчасову заборону приватизації пам'яток культурної спадщини» (2005 р.), «Про ратифікацію Конвенції про охорону підводної культурної спадщини» (2006 р.). Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 12 серпня 1992 р. № 466 «Положення про Державний реєстр національного культурного надбання», здійснюється облік «об'єктів матеріальної та духовної культури виняткової історичної, художньої, наукової чи іншої культурної цінності, що мають важливе значення для формування національної самосвідомості українського народу і визначають його вклад у всесвітню культурну спадщину». Постановою Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2001 р. № 1760 затверджено «Порядок визначення категорій пам'яток для занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України» 6 . Іншими документами уряду, зокрема, постановою від 27 грудня 2001 р. № 1761 «Про занесення пам'яток історії, монументального

мистецтва та археології національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України», та постановою від 3 вересня 2009 р. № 928 «Про занесення об'єктів культурної спадщини національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України» сформовано його основу з найбільш цінних об'єктів.

Укази Президентів України «Про забезпечення підготовки і випуску багатотомного енциклопедичного видання “Звід пам'яток історії та культури України”» від 11 грудня 2000 р. та «Про додаткові заходи з підготовки і випуску багатотомного енциклопедичного видання “Звід пам'яток історії та культури України”» від 28 листопада 2007 р. мають за мету забезпечити і прискорити процес виявлення, дослідження й наукового опису всіх типів і видів нерухомих пам'яток у країні.

Відповідно до Закону України «Про охорону культурної спадщини», за типами нерухомі об'єкти культурної спадщини поділяються на споруди (витвори), комплекси (ансамблі) та визначні місця. Їх класифікація за видами виокремлює об'єкти археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва, ландшафтні, науки і техніки (ст. 2). Станом на 2019 р. під охороною держави перебувало 131293 пам'яток, у т. ч., за діючою на той час класифікацією за видами, археологічних – 57206 (з них – 418 пам'яток національного значення), історичних – 51364 (з них – 142 пам'ятки національного значення), монументального мистецтва – 5926 (з них 44 – національного значення), пам'яток архітектури і містобудування – 16800 (з них 3541 – національного значення).

Науковці О. Д. Король та М. П. Крачило справедливо зазначають, що туризм є: «складним об'єктом управління, що знаходиться на стику взаємодії природних і суспільних процесів» [40]. Внаслідок цього важливо побудувати в державі науково обґрунтовану дієву модель управління на всіх рівнях туристичної сфери. Метою управління туризмом є піднесення насамперед

соціально-економічної ефективності туристичного господарства. Ця мета повинна досягатися на основі чіткої системи взаємопов'язаних заходів щодо поліпшення розвитку туризму країни вцілому та її окремих частин. На їх думку, управління туризмом як функція держави і приватного сектору повинно бути спрямоване на гармонійний розвиток суспільства в інтересах підвищення ефективності виробництва туристичного продукту.

В управлінні туризмом виділяються наступні форми:

- ефективна організація економічної діяльності в країні, одним із напрямків якої є що туристичне господарство;
- координація діяльності безпосередньо туристичних об'єктів, тобто процес цілеспрямованого впливу на об'єкти туризму [40, с. 180].

Організаційні структури, метою діяльності яких є менеджмент туризму, представлені в Україні спеціалізованими державними установами, що діють на національному, регіональному та місцевому рівнях та приватними організаціями. Такі органи необхідні для планування та координації розвитку туризму в країні, збуту туристичного продукту. При цьому всі рівні управління повинні тісно співпрацювати [35].

Відповідно до статті 7 Закону України «Про туризм» [71], до органів, що здійснюють регулювання в сфері туризму належать: Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральні органом виконавчої влади, що забезпечують формування державної політики у сфері туризму та курортів, Верховна Рада Автономної Республіки Крим та Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, а також інші органами в межах їх компетенції.

Відповідно до Конституції України Верховна Рада України є єдиним органом законодавчої влади в нашій державі. Варто зазначити, що у складі Верховної Ради України XI скликання працює Комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики, предметом відання якого є серед іншого туризм та

туристична діяльність. Завданнями даного комітету в сфері туризму є контроль за виконанням стратегій та програм, прийнятих для розвитку туризму, а також внесення на розгляд Верховної Ради України проектів законів, що регулюють зазначену сферу діяльності.

Відповідно до Закону України «Про Кабінет Міністрів України», дана установа є вищим органом виконавчої влади України. До його повноважень належить прийняття постанов, розпоряджень, схвалення інших документів, які регулюють діяльність у всіх сферах державного управління України, і в тому числі у сфері туризму. Також Кабінет Міністрів України приймає рішення щодо встановлення двосторонніх зв'язків з іншими країнами щодо розвитку туризму та схвалює розподіл бюджетних коштів на розвиток сфери туризму і забезпечення діяльності органів виконавчої влади нижчого рівня [31].

Відповідно до Закону України «Про центральні органи влади» [72] міністерство є центральним органом виконавчої влади, яке забезпечує формування та реалізує державну політику в одній чи декількох визначених Кабінетом Міністрів України сферах, проведення якої покладено на Кабінет Міністрів України Конституцією та законами України. Центральні органи виконавчої влади можуть утворювати служби, агентства, інспекції, комісії, бюро. Діяльність центральних органів виконавчої влади спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України через відповідних міністрів згідно із законодавством [39].

Центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України, в даний час є Державне агентство розвитку туризму, підпорядковане Міністерству інфраструктури України. Метою його діяльності є: підготовка пропозицій для вдосконалення нормативно-правової бази з регулювання туристичної діяльності, сприяння покращенню іміджу України у світі, збільшенню кількості туристів з цільових ринків та розвитку туристичної інфраструктури, запровадження інновацій, розвиток ділового та

внутрішнього туризму, підвищення ефективності управління туристичною сферою, систематизація статистичних даних тощо, Зокрема, цим органом у 2020 році було проведено: експертизу альтернативного проекту Закону про внесення змін до Закону України "Про туризм" та деяких інших законодавчих актів щодо створення економічних стимулів розвитку туристичної галузі [24].

В умовах децентралізації влади важливого значення набувають органи управління культурно-пізнавальним туризмом регіонального (місцевого) рівня, до яких належать: Київська обласна державна адміністрація, Київська міська рада та районні державні адміністрації, а також органи місцевого самоврядування.

Основними перевагами цього для сфери туризму, як зазначає Н. Колєда, є узгодженість обласних та місцевих програм із загальною стратегією розвитку туризму та курортів; якість реалізації туристичних проектів, а також рівень кваліфікації публічних службовців, від яких залежить реалізація реформ у сфері туризму [38].

Нормативно-правова база розвитку туризму ґрунтується на відповідних положеннях Основного Закону України – Конституції та міжнародно-правових стандартах в даній сфері. Зокрема, в таких міжнародних правових документах, як Загальна декларація прав людини, Міжнародний пакт про громадянські та політичні права, Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права проголошено права на: свободу пересування, відпочинок, свободу вибору сфери професійної діяльності. Крім вищезазначених, міжнародним співтовариством прийнято значну кількість спеціальних документів, спрямованих на регулювання різних напрямків туристичної діяльності. Таким чином, враховуючи курс України на входження в європростір та утвердження її визнання на світовій міжнародній арені, вищевказані міжнародні нормативно-правові документи служать додатковим поштовхом для розвитку вітчизняної туристичної індустрії та необхідності приведення національного туристичного

законодавства до міжнародних стандартів.

Основні права та свободи громадян, що можуть бути пов'язані з туризмом, закріплені в Конституції України. Зокрема, ст. 33 передбачено, що всім особам, які на законних підставах перебувають на території України, гарантується вільний вибір місця проживання, свобода пересування, в тому числі право вільно залишати територію нашої країни з дотриманням встановленої процедури. В ст. 45 нормативно-правового акту проголошено, що всі особи, які працюють, мають право на відпочинок, в тому числі шляхом надання їм щотижневого відпочинку та щорічних оплачуваних відпусток. Право громадян займатися підприємницькою діяльністю в сфері туристичного бізнесу випливає із статті 42, адже згідно з даною нормою Основного Закону нашої держави, всім громадянам надане право займатися підприємницькою діяльністю, яка не заборонена законом. Крім того, законодавець проголосив, що держава повинна забезпечувати захист конкуренції та не допускати зловживання монопольним становищем на ринку. Що стосується захисту прав споживачів туристичних продуктів, то встановлено, що контроль за безпечністю та якістю їх надання також покладається на державу [39].

Отже, проаналізовані конституційні положення становлять вихідну правову базу для організації туристичної діяльності в Україні.

Першим законодавчим актом України, спрямованим на регулювання туристичної діяльності став Закон України «Про туризм». Даним законом визначено загальні соціально-економічні, правові та організаційні засади реалізації державою політики в сфері туризму тощо. Таким чином, його можна вважати базовим законодавчим актом, що регулює туристичну діяльність [71].

Відповідно до статті 6 даного законодавчого акту, державна політика в сфері туризму передбачає:

- встановлення основних пріоритетних напрямків державної політики в даній сфері господарської діяльності та їх реалізації, а також координації

наукових досліджень та підготовки фахівців у галузі туризму;

- забезпечення нормативного регулювання відносин у сфері туризму,
- зокрема, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян, а також запровадження форм статистичної звітності та обліку;
- проведення ліцензування туристичної діяльності та визначення кваліфікаційних вимог до посад осіб, що здійснюють туристичний супровід;
- розроблення порядку класифікації туристичних ресурсів України та їх оцінки, охорони та використання;
- спрямування коштів бюджетів різних рівнів для розроблення та реалізації програм розвитку туризму;
- організація та здійснення державного контролю щодо дотримання законодавства в туристичній галузі та інші способи реалізації державної політики, передбачені чинним законодавством України.

Крім того, в Законі України «Про туризм» визначено, що цілями державної політики у сфері туризму є: забезпечення охорони довкілля, культурних та історичних цінностей та їх раціонального використання, розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, нових перспективних туристичних маршрутів, приведення у відповідність до потреб галузі прикордонного, податкового, валютного та іншого законодавства.

Варто зазначити, що Закон України «Про туризм» закріпив законодавче визначення понять туризм, турист, туристичний продукт, супутні туристичні послуги та товари тощо, а також встановив організаційні види та форми туризму. Зокрема, цим законом культурно-пізнавальний туризм виділено в окремий вид туризму. До учасників відносин, які можуть виникати при здійсненні туристичної діяльності, в ньому віднесено: юридичних та фізичних осіб, що створюють туристичний продукт чи надають туристичні послуги (перевезення, тимчасове розміщення, харчування, екскурсійне, курортне, спортивне, розважальне та інше обслуговування) чи здійснюють посередницьку

діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Умовами організації туристичної діяльності згідно з даним законом в Україні є: ліцензування туристичної діяльності, державна реєстрація суб'єктів господарської діяльності, що надають послуги в даній сфері, встановлення готелям, закладам харчування і курортним закладам відповідної категорії; укладення договорів на туристичне обслуговування; страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок; фінансове забезпечення діяльності туроператора та турагента; дотримання трудових та соціальних гарантій для працівників туристичної галузі за використання їхньої праці, майнова відповідальність суб'єктів підприємництва за використання туристичних ресурсів [71].

З метою підвищення рівня надання туристичних послуг та створення рівних умов та можливостей для всіх суб'єктів туристичної діяльності запроваджене ліцензування турагентської та туроператорської діяльності, порядок проведення якого регулюється Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [65].

Важливе значення має закріплення на законодавчому рівні права на захист порушених прав туристів як споживачів туристичних послуг, на яких розповсюджуються такі самі гарантії, як і на споживачів в інших сферах діяльності. Загальні умови регулювання відносин між виробниками, продавцями, виконавцями та надавачами послуг усіх форм власності та споживачами товарів, робіт та послуг визначені у Законі України «Про захист прав споживачів» [63].

Договірні відносини, що виникають у туристичній діяльності (наприклад, надання туристичних послуг, страхування, перевезення туристів), регулюються Цивільним кодексом України [87].

Ведення господарської діяльності в сфері туризму повинно здійснюватися із дотриманням положень Господарського кодексу України [21].

Оподаткування діяльності, пов'язаної із здійсненням господарської діяльності в сфері туризму, здійснюється відповідно до Податкового кодексу України [58].

Однією із проблем містобудування сучасних населених пунктів є необхідність автентичного збереження тих зон, що становлять історико-культурну цінність. Особливо гостро ця проблема стосується міста Києва. З метою забезпечення сталого розвитку територій з урахуванням державних, громадських та приватних інтересів, забезпечення при цьому охорони культурної спадщини, забудова територій міста повинна проводитися із дотриманням законів України «Про регулювання містобудівної діяльності» та «Про основи містобудування» [67].

Культурно-пізнавальний туризм повинен сприяти збереженню культурного надбання українського народу та його раціональному використанню. Для регулювання правових, організаційних, економічних та соціальних відносин у сфері охорони національної культурної спадщини діє спеціальний Закон України «Про охорону культурної спадщини». В законі закріплені поняття, що стосуються культурної спадщини, їх класифікація за типами та видами об'єктів, визначено спеціально уповноважені державні органи з їх охорони, порядок проведення державної реєстрації та обліку [69].

Враховуючи особливу цінність деяких пам'яток культурної спадщини, з метою унеможливлення їх приватизації законодавцем прийнято Закон України «Про Перелік пам'яток культурної спадщини, що не підлягають приватизації». Зокрема, в Київській області не можуть бути приватизованими наступні об'єкти: Костел Іоанна Предтечі Хрестителя, Будівля гімназії, Торгові ряди в місті Білій Церкві; Адміністративний будинок у місті Васильків; Церква Трьох Святих у селі Пищики; Церква Святого Архангела Михаїла в місті Переяславі;

Будівля чоловічої гімназії у місті Сквирі; Костел у місті Тараща; будинок залізничного вокзалу у місті Фастів та інші. Даним законом також визначено перелік культурної спадщини міста Києва, що не підлягає приватизації, до якого включено 331 об'єкт. Серед них: житлові будинки, що мають історичне чи архітектурне значення, особняки, будівлі музеїв, купецького зібрання, приміщення деяких інститутів, училищ, церкви та інші культові споруди, палаци, обсерваторія, деякі приміщення метрополітену та цілий ряд інших [70].

Правове, економічне, соціальне підґрунтя діяльності музейних установ в Україні закріплено в Законі України «Про музеї та музейну справу». Даний закон поширює свою дію на всі музеї та заповідники країни в частині їх музеєфікації, а також обліку, використання та зберігання, охорони, реставрації, консервації, музейних предметів, колекцій та предметів музейного значення. В ньому також визначено особливості проведення наукового обліку Музейного фонду України та його правовий статус.

Відповідно до статті 15 даного закону, музейні фонди України визнаються національним багатством, невід'ємною складовою культурної спадщини України, яка повинна охоронятися законом. Музейні предмети Музейного фонду України є культурними цінностями, що постійно зберігаються на території України та за її межами або згідно з міжнародними договорами підлягають поверненню в Україну. На музеї, юридичних та фізичних осіб державою покладається обов'язок забезпечувати збереженість Музейного фонду України, а також сприяти поповненню його колекцій [66].

Відносини, пов'язані із охороною археологічної спадщини врегульовано в Законі України «Про охорону археологічної спадщини». Зокрема, в статті 4 даного закону визначено, що повноваження щодо здійснення державного управління у сфері охорони археологічної спадщини України належать Кабінету Міністрів України та спеціально уповноваженим органам охорони культурної спадщини, в тому числі: центральним органам виконавчої влади, що

забезпечують формування та реалізацію державної політики у сфері охорони культурної спадщини, Київській міській державній адміністрації, виконавчим органам сільських, селищних, міських рад. Державне фінансування охорони археологічних пам'яток здійснюється за рахунок загального та спеціального фондів Державного бюджету України. Крім того, передбачено, що фінансування заходів у сфері охорони, дослідження, захисту археологічної спадщини України може відбуватися за рахунок коштів власників археологічних об'єктів чи уповноважених ними органів або осіб, які набули права володіння, користування чи управління пам'ятками, а також коштів замовників робіт, благодійних внесків та пожертвувань, у тому числі валютних та інших джерел, не заборонених законодавством України [68].

Постановою Кабінету Міністрів України від 03.09.2009 року №928 затверджено «Перелік об'єктів культурної спадщини, які заносяться до Державного реєстру нерухомих пам'яток України» [56]. Див. додаток.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 06.03.2017 року № 168-р схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. В ній визначено, що основними цілями розвитку туризму в Україні на період до 2026 року є: створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів; забезпечення комплексного (соціального, екологічного, економічного, інноваційного) та ефективного використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій; забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури

діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів тощо [79].

Одним із напрямків розвитку Київської області згідно із Стратегією розвитку Київської області на 2021-2027 роки, затвердженої рішенням Київської обласної ради від 19.12.2019 року № 789-32-VII визначено розширення в регіону туристичної діяльності, зокрема передбачається: підвищувати ефективність управління даною сферою, вдосконалювати нормативно-правову базу, сприяти збільшенню кількості туристів та покращенню якості їх обслуговування [77].

Таким чином, організація туристичної діяльності передбачає функціонування системи центральних та регіональних органів державної влади та управління, до повноважень яких належить координація та регулювання зазначеної діяльності, ліцензування в передбачених випадках та контроль за дотриманням всіма суб'єктами вимог чинного законодавства. Верховна Рада України як законодавчий орган здійснює у сфері туризму законодавчу функцію. Кабінет Міністрів України наділений повноваженнями схвалювати програми розвитку галузі та направляти бюджетні спрямування. Центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику в галузі культурно-пізнавального туризму є Державне агентство розвитку туризму, підпорядковане Міністерству інфраструктури України. Важлива роль в регулюванні розвитку культурно-пізнавального туризму Київської області належить регіональним органам державної влади та самоврядування – Київській обласній державній адміністрації, Київській міській раді, районним державним адміністраціям та органам місцевого самоврядування відповідних адміністративно-територіальних одиниць області. Зокрема, ці органи в результаті проведення децентралізації наділені більшими повноваженнями та фінансовими ресурсами. Одним із шляхів вирішення проблем культурно-пізнавального туризму

Київської області повинні стати законодавчі зміни щодо направлення коштів, отриманих від справляння туристичного збору, на розвиток туристичної галузі регіону. Таким чином з'являться більші можливості для успішної реалізації Стратегій розвитку регіону в сфері туризму та охорони історико-культурної спадщини Київщини.

Проведений аналіз свідчить, що культурно-пізнавальний туризм регламентується значною кількістю законодавчих та підзаконних нормативно-правових актів. Серед них можна виділити загальні: Господарський, Цивільний, Податковий кодекси та Закони України «Про туризм», «Про містобудування», «Про основи містобудування», «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про захист прав споживачів». Значна кількість законодавчих актів спрямована на регулювання культурно-пізнавального туризму. До них належать Закони України «Про охорону культурної спадщини», «Про Перелік пам'яток культурної спадщини, що не підлягають приватизації», «Про музеї та музейну справу», «Про охорону археологічної спадщини», постанови Кабінету Міністрів України щодо схвалення Стратегій розвитку туризму та організації виконання законів в даній сфері та цілий ряд інших. За час дії всіх вище перелічених законодавчих актів до них було внесено дуже значну кількість змін та доповнень. Разом з тим, законодавство України в сфері туризму є морально застарілим та не завжди його вимоги відповідають міжнародним туристичним стандартам. Крім того, з метою систематизації законодавства, що регулює туристичну діяльність вбачається за необхідне прийняття Туристичного кодексу України, що включатиме як загальні положення, так і окремий розділ про регулювання культурно-пізнавального туризму.

Наступним кроком буде дослідження стану організації туристичної діяльності та розвитку ринку культурно-пізнавального туризму в Київській області.

2.2. Стан організації туристичної діяльності та розвитку ринку культурно-пізнавального туризму в Київській області

Щорічно туристичний ринок зазнає втручання факторів, дію яких або неможливо передбачити, або важко подолати. Суцільні політичні катаклізми ряду країн активного туризму, зміни в кліматі традиційних туристичних DESTINATION, епідеміологічний стан в країнах третього світу не залишає вітчизняним туристам вибору щодо маршруту подорожі і зорієнтовує його залишати кошти в межах країни.

Позитивні зрушення реорганізації туристичного ринку з'явилися не завдяки виваженій державній політиці з підтримки і розвитку інноваційних процесів в сфері туризму, а завдяки саморегулюючим ринковим механізмам, міжнародній конкуренції та приходу на український ринок закордонних операторів, які диверсифікували свій асортимент на внутрішній туризм.

Київська область є дуже привабливим регіоном для туристів. З одного боку цьому сприяє вигідне географічне розташування, з іншого – знайомство з новою країною багато туристів розпочинають саме зі столиці. Місто Київ має тисячолітню історію, гарну архітектуру, що поєднує стародавні пам'ятки та будівлі у сучасних архітектурних стилях, музеї, виставкові центри, театри, об'єкти ландшафтного дизайну, осередки культурного надбання тощо. Крім того, існуючі об'єкти історико-культурної спадщини, культурного відпочинку та дозвілля столиці та області розраховані на різні вікові та соціальні групи населення.

Як бачимо з наведеної карти на рис. 2.2.1, Київська область має зручне географічне розташування. Вона розташована переважно у Правобережній частині України в межах географічних зон Полісся та Лісостепу. На півночі область межує з Республікою Білорусь (Гомельська область), на заході – з Житомирською та Вінницькою та областями, на сході – з Полтавською та

Чернігівською областями та з Черкаською областю з південного боку.

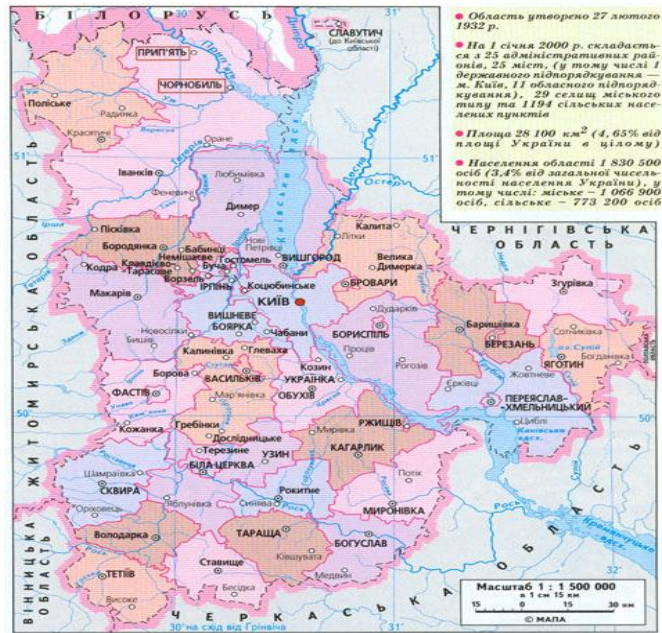


Рис. 2.2.1 Адміністративна карта Київської області, за [15]

Станом на 01.01.2022 року адміністративно-територіальний устрій Київської області налічує 7 районів, що об'єднують 69 територіальних громад. Всього в області нараховується 1180 населених пунктів, в тому числі 25 міст, 30 селищ міського типу, 1125 сільських населених пунктів. Адміністративним центром Київської області є місто Київ, яке має спеціальний статус.

Для розвитку туристичної діяльності Київська область має вдале транспортне забезпечення. Через її територію проходять автомобільні транспортні шляхи міжнародного, державного та обласного значення, функціонує залізничне сполучення за 5 магістральними напрямками та розміщено 2 аеропорти. Річковий транспорт охоплює транспортне сполучення по річках Дніпро, Десна, Прип'ять [73, с. 187].

Але незважаючи на це, М. П. Бутко та Н. О. Алешугіна справедливо вказують на ряд обставин у транспортному забезпеченні Київської області, що негативно впливають на збільшення туристичних потоків. По-перше,

міжнародні та внутрішньодержавні автомобільні магістралі, що проходять через Київську область, не відповідають європейським стандартам по багатьох критеріях, а саме — щодо можливої швидкості пересування, наявності комплексних пунктів сервісного обслуговування, технічної та медичної допомоги, оснащеності телекомунікаційними засобами. Крім того, територіальні та районні дороги в Київській області також не відповідають сучасним вимогам як по технічному стану, так і по рівню облаштованості. По-друге, перешкодою більш інтенсивного використання залізниці у туристичному обміні з країнами Східної Європи є неоднакова ширина залізничної колії в Україні та в європейських країнах. Не менш складною проблемою українських залізниць є старіння основних фондів. Таким чином, для підвищення ефективності транспортного обслуговування туристів Київської області необхідно вирішити цілий ряд проблем у даній галузі.

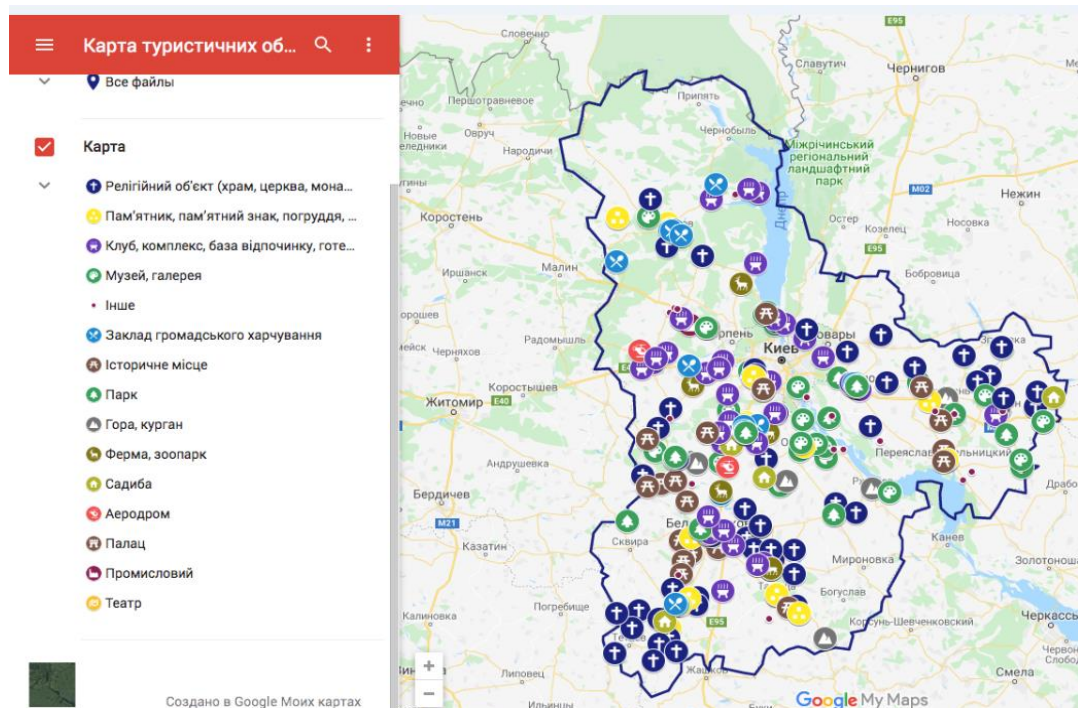


Рис. 2.2.2 Картосхема туристичних об'єктів Київської області, за [77]

Протягом 2014-2019 років в області вживалися заходи щодо ефективного

використання туристичного потенціалу, основою якого є майже 6 тис. об'єктів історико-культурної спадщини, зокрема 2060 пам'яток археології, 1175 пам'яток історії, та 316 пам'яток архітектури (див. рис. 2.2.2). Це давні поселення, городища, могильники, кургани, змійові вали, місця битв та історичних подій, археологічні пам'ятки, занесені до Реєстру нерухомих пам'яток, пам'ятки національного значення, серед яких більшість – це культові споруди XV-XIX століть. Крім цього на території області знаходиться 18 пам'яток садово-паркового мистецтва та 20 – науки і техніки.

За останніх 5 років потік туристів в область зріс на 39,0 відсотків (див. табл. 2.2.1 та рис. 2.2.3). Проте через повільні темпи введення в дію нових готелів та реконструкцію існуючих баз відпочинку і туристичних баз їх послугами не можуть скористатися майже 25 тис. туристів, насамперед що відвідують м. Чорнобиль та інші чорнобильські об'єкти.

Туристичний потенціал Київської області не використовується ефективно через застарілу мережу туристичних маршрутів та відсутність мобільних туристичних додатків з детальною інформацією про туристичні локації області.

Таблиця 2.2.1

Кількість туристів, обслужованих турагентами та туроператорами, за видами туризму в Україні та Київській області у 2010-2019 роках, осіб [82]

Роки	Кількість обслужованих по Україні, всього	В тому числі			Кількість обслужованих по Київській області, всього	В тому числі			%, гр.6 до гр. 2
		в'їзні (іноземці)	виїзні	внутрішні		в'їзні (іноземці)	виїзні	внутрішні	
2011	2199977	234271	1250068	715638	12679	85	9724	2870	0,6
2012	3000696	270064	1956662	773970	18341	532	14645	3164	0,6
2013	3454316	232311	2519390	702615	24459	299	18511	5649	0,7
2014	2425089	17070	2085273	322746	13143	18	11465	1660	0,5
2015	2019576	15159	2085273	322746	11560	5	10207	1348	0,6
2016	2549606	35071	2060974	453561	25008	-	22569	2439	1
2017	2806426	39605	2289854	476967	36983	11	34811	2161	1,3
2018	4557447	75945	4024703	456799	66385	40	63025	3320	1,5
2019	6132097	86840	5524866	456799	86926	26	84374	8437	1,4

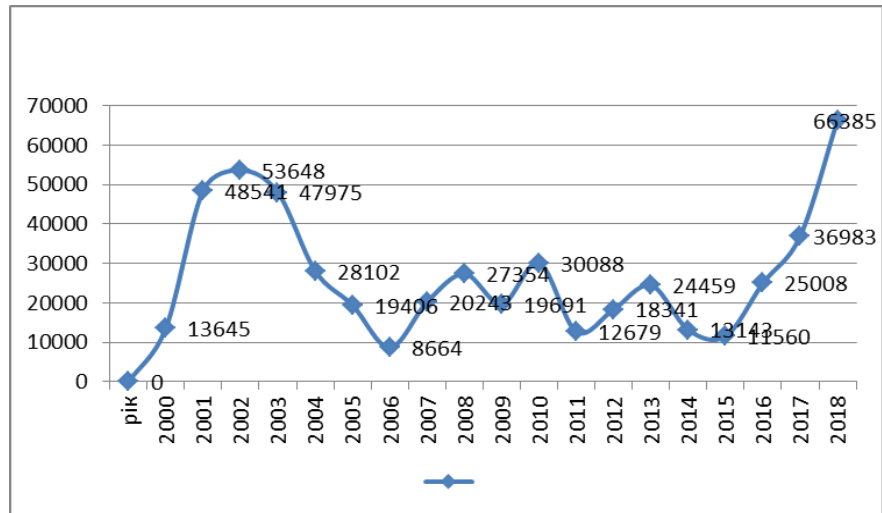


Рис. 2.2.3 Чисельність туристів у Київській області, складено за [19]

За даними Головного управління статистики в Київській області, у 2021 році значно збільшився пасажирообіг в даному регіоні України, внаслідок чого перевищено показник 2020 року на 130,7% та на 122% збільшено кількість перевезень пасажирів різними видами транспорту [19].

Таким чином, за останні роки в цілому відстежується позитивна тенденція до збільшення туристичних потоків як в цілому по Україні, так і зокрема, в Київській області. Разом з тим, спостерігаємо спад туристичної активності, що відбувався у 2014-2015 роках. Однією із головних причин цього явища стали воєнні дії на сході нашої країни, особливо це відобразилося на в'їзному туризмі (див. табл. Г.1-Г.4).



Рис. 2.2.4 Туристичні потоки до міста Києва, 2016-2021 роки [34]

Із поданої діаграми на рис. 2.2.4 вбачається, що за останні роки прослідковується позитивна тенденція до збільшення загальної кількості внутрішніх та в'їзних туристів, що відвідали столицю України. Разом з тим, кількість іноземних туристів у 2020 році на 1157 тисяч осіб, а у 2021 році на 1243 тисяч осіб була меншою від кількості внутрішніх туристів.

Таким чином, можемо стверджувати, що іноземні та внутрішні туристи надають перевагу відвідуванню міста Києва, а не Київської області. Разом з тим, беручи до уваги, що в Київській області зосереджено логістичний вузол всієї країни, позитивна динаміка розвитку в'їзних туристичних потоків до даного регіону служить індикатором всієї індустрії гостинності нашої держави.

У 2021 році серед туристів, що в'їжджали в Україну через місто Київ, переважали громадяни таких країн: Сполучені Штати Америки (близько 26 тисяч осіб), Ізраїль (22 тисячі осіб), Туреччина (21 тисяча осіб), Німеччина (19 тисяч осіб), Саудівська Аравія (14 тисяч туристів). Що стосується останніх, то активізація їх зацікавленості нашою країною стала поштовхом адаптуватися туристичному бізнесу до запитів мусульман.

Таблиця 2.2.2

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності у 2017-2019 роках [82]

Регіон	Юридичні особи			Фізичні особи		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Україна	1743	1833	1867	1726	2460	2797
Київська область	39	45	51	77	172	180
м. Київ	77	856	884	172	237	346

До суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність в Київській області, як і в цілому по Україні, належать: туроператори, турагенти та особи, що здійснюють екскурсійну діяльність (див. табл. 2.2.2 та табл. Г.1-Г.4). Зазначимо, що суб'єкти туристичної діяльності (фізичні та юридичні особи), в межах чинного законодавства мають право: створювати туристичний продукт; надавати туристичні послуги (перевезення, тимчасове розміщення туристів,

харчування, екскурсійне, курортне, спортивне, розважальне та інше обслуговування); здійснювати посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг [16, с. 29].

Таким чином, кількість зареєстрованих суб'єктів туристичної діяльності у 2017-2019 роках мала тенденцію до збільшення як в цілому по Україні, так і в Київській області та безпосередньо в місті Києві. У 2019 році суб'єкти туристичної діяльності (юридичні особи) Київської області становили 0,7%, а по місту Києву 47,3% від загальної кількості зареєстрованих по Україні. Зокрема, суб'єкти туристичної діяльності (юридичні особи), що зареєстровані по місту Києву, становлять майже половину від загальної кількості, зареєстрованих по Україні. На відміну від юридичних осіб, частка фізичних осіб – суб'єктів туристської діяльності є значно меншою. У 2019 році вона складала 6,4% зареєстрованих по Київській області та 12,4% – по місту Києву. Серед юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності міста Києва у 2019 році переважали турагенти 504 суб'єкти (57%). Частка туроператорів становила 40,8% або 361 суб'єкт, екскурсійну діяльність серед юридичних осіб здійснювали 19 осіб (2,1%). За аналогічний період серед фізичних осіб – підприємців було зареєстровано по місту Києву 346 суб'єктів туристичної діяльності, в тому числі 331 туроператор та 15 осіб, що здійснювали екскурсійну діяльність.

Варто зазначити, що у Київській області та, зокрема, місті Києві до початку поширення інфекційного захворювання COVID-19 та карантинних обмежень, було розміщено найбільшу кількість в'їзних та внутрішніх туристів в Україні в порівнянні з іншими регіонами нашої держави. Проте, незважаючи на достатньо високі показники кількості осіб, які користувались колективними засобами розміщення, динаміка зменшення їх кількості в порівнянні з попередніми роками свідчить про зниження попиту на такі засоби розміщення. Так, наприклад, у Київській області в 2019 році кількість осіб що перебували у

колективних засобах розміщення складають тільки 85,3% в порівнянні з 2019 роком, у Львівській – 93,3%, у Дніпропетровській – 98,03%, у Харківській – 85,7% до попереднього року [92].

За даними компанії ЕУ в Україні, протягом 2021 року, на фоні різкого поживавлення попиту, середній рівень заповнюваності готелів високого цінового сегмента Києва продемонстрував значне відновлення, зокрема протягом другого півріччя 2021 року становив близько 40% (у порівнянні з 18% за аналогічний період 2020 р.). Разом з тим, рівень заповнюваності у 2021 році ще досягнув показників 2019 року, що становили близько 46% [51].

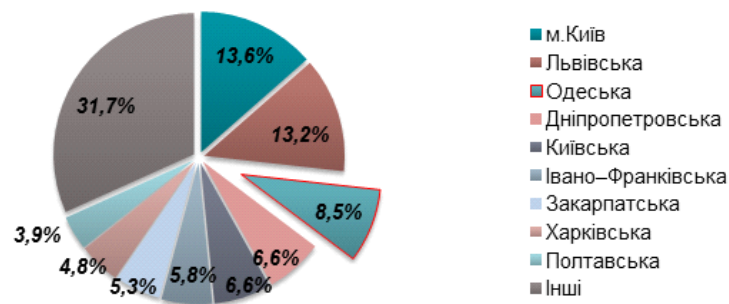


Рис.2.2.5 Регіональний розподіл готелів в Україні, 2018 р., за [93]

У 2021 році номерний фонд готелів різних категорій в місті Києві налічував 11074 номерів різних категорій, в тому числі 1-2 зірки – 17%, 3 зірки – 36%, 4 зірки – 33%, 5 зірок – 14%.

Як бачимо з наведеної діаграми, в місті Києві у 2021 році переважали трьох та чотирьох зіркові готелі. Разом з тим, зважаючи на зменшення попиту, у 2021 році в місті Києві відрився тільки один готель (3-зірковий IQ Hotel на 174 номерів за адресою місто Київ, вул. В. Гетьмана, 6).

Легалізація грального бізнесу передбачає обов'язкове розташування казино та ігрових залів на базі готелів середнього і вищого цінового сегмента. На кінець 2021 року три п'ятизіркові готелі Києві вже отримали ліцензію на здійснення даного виду діяльності, серед яких: Fairmont Grand Hotel (казино на

1600 м²), Premier Palace Hotel Kyiv (казино на 1000 м²), InterContinental Kyiv (казино на 506 м²).

Показник середньої вартості номеру (ADR), за даними ЕУ в Україні, за період з січня по листопад 2021 року у готелях високого цінового сегменту Києва збільшився на 24% у валюті в порівнянні з аналогічним періодом 2020 року та становив близько \$174, відповідно перевищив показники доковідного 2019 року (близько \$153) (рис. 2.2.6). З цього приводу аналітики вважають, що суттєве зростання показника ADR у поєднанні з відновленням рівня заповнюваності призвели до різкого збільшення показника дохідності на номер (RevPAR) у готелях високого цінового сегмента – на 150% у валюті (в порівнянні з аналогічним періодом минулого року). За підсумками січня-листопада 2021 р. показник RevPAR становив близько \$70 (проти \$28 в цьому ж періоді 2020 р.) та повністю відновився до рівня докарантинного 2019 року.

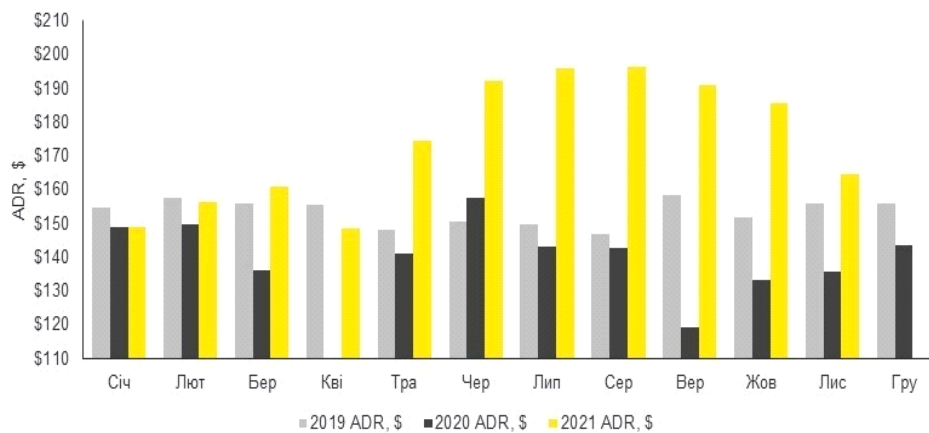


Рис. 2.2.6 Динаміка середньої вартості номеру (ADR) у готелях високого цінового сегменту, Київ, з січня 2019-го до листопада 2021 р. [51]

Враховуючи вимоги часу, готельєрами міста Києва було запроваджено деякі нововведення. Зокрема, враховуючи проєпідеміологічні вимоги, ними значно підвищено вимоги до безпеки, в тому числі розширено протокол прибирання номерів, запроваджено наявність засобів індивідуального захисту,

збільшено частоту проведення дезінфекції громадських зон. Враховуючи попит на проведення заходів різних видів у гібридному форматі, тобто офлайн/онлайн, що вимагає відповідного технічного оснащення для конференц-залів, в готелях Києва почали облаштовувати Zoom-кімнати. Крім того, ряд готелів столиці впровадили систему безключового доступу до номерів за допомогою власних телефонів, QR-коди та електронні інвойси задля мінімізації паперової продукції та фізичного контакту. Для туристів з Саудівської Аравії в готелях Києва почали надавати Коран під час заселення та запроваджувати халяль або спеціальні позначки для позицій без м'яса в закладах харчування [22].

У 2021 році в місті Києві розпочала свою роботу «Академія гостинності», метою діяльності якої є промоція столиці України як міжнародного туристичного центру, пріоритетом якого повинно бути дотримання європейських стандартів гостинності. Цей проект, який є пілотним, реалізовувався в рамках Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 роки. Його реалізація передбачає залучення громадськості до активної співпраці в сфері туризму, підготовці справжніх господарів міста, які завжди раді гостям і вміють фахово проконсультувати, порадити, супроводити кожного, хто завітав до столиці України. За результатами навчання волонтери оволоділи навичками організації обслуговування туристів, ознайомляться із популярними та ще незвіданими принадами туристичної столиці України, а також будуть зараховані до числа добровільних помічників Управління туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації [34].

На офіційних сайтах Київської обласної державної адміністрації та міста Києва розміщено карти розміщення історико-культурних об'єктів, розташованих в даному регіоні, а також інформацію про популярні туристичні маршрути та заходи, що проводяться з даного напрямку організації дозволя

населення.

Підтвердженням того, що галузь туризму в місті Києві та Київській області є перспективною, є розміри туристичного збору, отримані від здійснення даного виду діяльності в регіоні. Зокрема, доходи міста Києва від туристичного збору за 2021 р. становили 73 млн. гривень. Таким чином, цей показник на 10 мільйонів перевищує отриманий збір у 2019 році (63 мільйони) та на 40 мільйонів перевищує показник 2018 року. Таким чином, розвиток туризму є перспективним напрямком наповнення бюджету столиці.

На підставі проведеного дослідження можемо зробити висновок, що Київська область має зручне автомобільне та залізничне транспортне сполучення як з іншими регіонами України, так і зарубіжжя. Крім того, на її території розміщено 2 аеропорти. Вирішення проблем транспортної галузі, таких як покращення якості автомобільних доріг внутрішнього та міждержавного значення, якості обслуговування пасажирів залізничним транспортом та інших сприятиме збільшення туристичних потоків до даного регіону. Крім того, встановлено, що позитивною є тенденція до збільшення суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), що здійснюють діяльність по місту Києву та Київській області. У місті Києві розміщено 13,6% від загальної кількості всіх аналогічних закладів, що зареєстровані в Україні, при цьому переважають трьох та чотирьох зіркові готелі. Інформація про історико-культурні об'єкти розміщується на офіційних сайтах міста Києва та Київської області. Аналіз зростання кількості надходжень від туристичного збору в місті Києві свідчить про те, що даний напрямок господарської діяльності є перспективним, внаслідок чого необхідно розвивати його види, в тому числі це стосується культурно-пізнавального туризму.

Реалізацію державної культурної політики в Київській області забезпечує цілісна мережа закладів та установ, серед яких заклади культури і мистецтва, у тому числі:

- клубних закладів – 829;
- бібліотек – 885;
- музеїв – 26;
- заповідників – 2;
- парків культури і відпочинку – 2;
- шкіл естетичного виховання – 58;
- коледж культури і мистецтв – 1;
- Академічний обласний музично-драматичний театр імені

П. К. Саксаганського;

- Симфонічний оркестр «Академія»;
- Будинок органної та камерної музики;
- обласний центр народної творчості та культурно-освітньої роботи;
- обласний центр охорони і наукових досліджень пам'яток культурної спадщини;
- курси підвищення кваліфікації працівників культури;
- редакційно-видавничі групи – 3.

В області пройшов другий етап адміністративної реформи, внаслідок чого утворено управління культури, національностей та релігій та відповідні відділи в районах та містах області. Розроблено та затверджено Положення про управління культури, національностей та релігій, штатний розпис. Управлінням та відділам делеговано повноваження щодо дотримання законодавства у сфері міжконфесійних та міжнаціональних відносин.

Заклади культури знаходяться в центрі громадського життя області. У клубних закладах – головних осередках розвитку аматорського мистецтва та народної творчості працює 4545 художніх колективів та любительських об'єднань, з них 2159 – для дітей. Учасниками клубних формувань є понад 49 тис. осіб, з них більше 26 тис. дітей. Протягом цього року в клубних закладах пройшло понад 61 тис. культурно-освітніх та розважальних заходів,

відвідувачами яких були понад 4,8 млн. осіб.

При національно-культурних товариствах діє 11 художніх колективів та об'єднань, які залучаються до культурно-мистецьких акцій в районах та містах області.

Розвиваються міжнародні культурні зв'язки між регіонами Київщини та країнами близького і далекого зарубіжжя. Так, Київщину відвідали офіційні делегації і творчі колективи з країн Прибалтики, Німеччини, Польщі, Казахстану, Ізраїлю. Представники області презентували Київщину у Південній Кореї, Греції, Словаччині, Чехії, Естонії.

Місцевими органами влади проводилась робота щодо підтримки у належному стані закладів культури. Зокрема, протягом 2018 року: відремонтовано 23 дитячі школи естетичного виховання на суму 276,7 тис. грн., проведено ремонти в 9 музеях на суму 157,3 тис. грн., проведені поточні ремонти у 273 клубних та бібліотечних закладах на суму 1625,25 тис. грн., та капітальні ремонти у 39 приміщеннях на суму 3877,6 тис. грн.

Протягом 2018 року зазначені музеї відвідали більше 50 тис. осіб, організовано близько 4,5 тисяч екскурсій.

На території Київської області під охороною держави перебуває близько 6000 об'єктів культурної спадщини, з них: 2010 пам'яток археології, які запропоновано внести до державного Реєстру нерухомих пам'яток місцевого значення, 1164 пам'ятки історії, 164 пам'ятки архітектури.

Станом на 01.12.18 на території Київщини зареєстровано статuti 1777 релігійних організацій 38 церков та конфесій. Релігійні організації області використовують 1326 культових та пристосованих під молитовні будівлі. Релігійна ситуація в області контрольована, прогнозована та стабільна.

Виконувались завдання, визначені актами та дорученнями Президента України, Кабінету Міністрів України, депутатів всіх рівнів.

Важливим напрямом діяльності закладів культури є відродження і

розвиток традиційного народного мистецтва. В області працює 1258 народних умільців та майстрів декоративно-ужиткового мистецтва. В цьому році проведено близько 80 виставок творів народних умільців.

У виконанні просвітницьких та інформаційних функцій провідну роль відіграють бібліотеки. Нині налічується 885 установ, переважна більшість яких - 769 бібліотек розташовані в сільській місцевості. Послугами бібліотек щорічно користується понад 600 тис. читачів. Сукупний бібліотечний фонд становить понад 10,3 млн. прим. Книговидача складає понад 9 млн. примірників книг.

В області продовжується активна робота із впровадження новітніх комп'ютерних технологій в діяльність бібліотек. Зростає парк комп'ютерної техніки, що нині нараховує 552 комплекти. Доступ до мережі Інтернет мають 2 обласні бібліотеки та понад 100 бібліотек області, створено 450 Інтернет-місць для користувачів. Проводиться робота щодо організації доступу до Інтернету в сільських бібліотеках-філіалах. Працівники Славутицької централізованої бібліотечної системи активно впроваджують проект «Електронна бібліотека».

Останніми роками управлінням заплановано низка культурно-мистецьких та організаційних та навчальних заходів, надання методичної та практичної допомоги закладам культури та творчим колективам столичного регіону, в межах компетенції виконуватися усі діючі нормативно-правові акти та програми розвитку Київщини – як культурного центру України.

Сьогодні можемо констатувати, що в Україні облік культурних ресурсів переважно здійснюється з метою забезпечення збереження історико-культурної спадщини або розвитку туризму. Але роль культурних ресурсів Київщини як джерела конкурентних переваг регіону є значно ширшою. На нашу думку, культурні ресурси можуть стати основою конкурентних переваг у таких основних напрямках:

1. Суспільний розвиток. Культурні ресурси є основою різностороннього людського розвитку, а тому, в першу чергу, повинні бути базисом культурного

розвитку населення території, де вони розташовані. На жаль, ця функція культурних ресурсів майже упущена у стратегіях регіонального розвитку, і покладена на освітню сферу, неприбуткові організації та окремих ентузіастів. Але саме культурний розвиток населення є основою прогресу загалом, і таке упущення відображається на загальних демографічних тенденціях: крім рівня освіченості у галузі культури, знижується рівень екологічної, економічної, соціальної, медичної та ін. культури, деградує інститут сім'ї, загострюються негативні міграційні процеси.

2. Розвиток локального ринку культурного продукту. Більшість сучасних програм актуалізації культурних ресурсів сьогодні орієнтовані на використання їх потенціалу для стимулювання розвитку туризму. Однак практично не враховується необхідність розвитку внутрішнього ринку культурного продукту, обов'язкова розробка та реалізація програм зі стимулювання споживання культурного продукту місцевим населенням.

3. Культурні ресурси для розвитку туризму. Основними культурними ресурсами України, які активно використовуються як об'єкти туризму сьогодні переважно є архітектурне середовище та видатні пам'ятки культури та історії, а основні зусилля стимулювання туристичної галузі зосереджені на створенні відповідної інфраструктури (готелі, дороги, заклади харчування). Однак розвитку саме напряму культурного туризму, коли туристичними об'єктами є не тільки історико-культурні надбання, а й сучасні культурні ресурси, на жаль приділяється дуже мало уваги.

Вважаємо, що суб'єктами комплексного обліку культурних ресурсів, паралельно із Державним агентством розвитку туризму повинні стати, насамперед, центри інноваційного розвитку та агенції регіонального розвитку, а також локальні громади, які крім обліку цього виду ресурсів, мають оцінювати їх соціально-економічний потенціал та ефект від його використання.

У Київській області взято під охорону держави 5430 пам'яток історії та

культури. Серед них 1844 – археології, 3171 – історії, 188 – мистецтва, 159 – архітектури, 68 – заповідних об'єктів природи, зокрема 12 пам'яток садово-паркового мистецтва, чотири з яких – національного значення.

На Київщині нині лише офіційно зареєстровано майже 2000 пам'яток археології, які презентують історію краю починаючи з часів, коли людина з'явилася на Європейському континенті. Вагому частину обласної археологічної спадщини «поглинула» столиця. Її межі після 1945 р. невпинно розширювалися, до них входили численні приміські села (Пирогів, Чапаївка, Троєщина, Красний Хутір та багато інших), урочища (найвідоміше з яких Оболонь) разом із розташованими там десятками археологічних пам'яток.

Загальна ж кількість місцезнаходжень стародавніх поселень, поховань, фортець і городищ, відомих науковцям, звичайно, перевищує цю цифру. Адже від виявлення старожитностей до їх офіційної реєстрації минає певний час. Щороку на території області працюють археологічні експедиції. Виявляють нові пам'ятки під час погодження землевідводів та будівництва.

Особливе місце посідають заповідники, де представлена археологічна спадщина різних періодів – від трипільської культури до Київської Русі.

Переяслав-Хмельницький національний історико-етнографічний заповідник включає понад 26 музеїв. Серед них – Музей трипільської культури, де можна ознайомитися з історією відкриття і досліджень, побачити цікаву колекцію знахідок. Представлено археологічні старожитності й у багатьох інших музеях заповідника. Особливо слід відзначити експонування решток давніх жител і споруд, а також їх реконструкції. Переяславський заповідник – єдине місце, де музеєфіковано залишки житла трипільської культури, відтворено житло давніх слов'ян. Вишгородський заповідник опікується храмом св. Бориса і Гліба, а також городищем давньоруської доби, має музей.

Велика кількість пам'яток належить до доби останнього зледеніння, коли на Київщині (8-10 тис. років тому) на Київщині жили мисливці на північного

оленя. Реліктами тундрових ландшафтів є нині порослі лісом піщані дюни, розкидані по території області від Полісся до Обухівського району. На вершинах багатьох із них можна знайти вироби із кременю – сліди сезонних стоянок. Високі дюни були гарним спостережним пунктом, до того ж відносно сухим місцем над болотистою рівниною в заплавах Дніпра, Десни, Тетерева, Здвижа та інших річок.

До берегів Дніпра та інших річок тяжіють поселення доби неоліту (VI-V тис. до н.е), коли край населяло кілька племен мисливців і рибалок, представлених такими археологічними культурами, як дніпро-донецька та ямково-гребінцевої кераміки. Це населення вже було знайоме з такими елементами відтворюючого господарства, як вирощування злаків та розведення домашніх тварин.

На Київщині нині відомо близько 200 пам'яток трипільської культури, які датуються V-III тис. до н.е. Це залишки поселень і сезонних стоянок, поховання. На кількох десятках із них проводилися розкопки, знахідки з яких можна побачити в музеях Києва та місцевих краєзнавчих музеях. Кількість відомих науковцям трипільських пам'яток за останні 15 років зросла вдвічі.

Київщині нині бракує власного археологічного заповідника, який опікувався б характерними для цієї території археологічними пам'ятками. Маються на увазі городища скіфського часу, зарубинецької культури, давньоруського часу, змійові вали, місця поселень трипільської та черняхівської, інших культур, курганні некрополі. Ділянки, де розташовані (або найкраще збережені) такі пам'ятки, має бути вилучено із землекористування, збережено для наступних поколінь. Збережено і як частину національної культурної спадщини, і як об'єкт для наукових досліджень.

Наступним кроком дослідження буде аналіз атрактивних дестинацій культурно-пізнавального туризму в Київській області.

2.3. Дестинації культурно-пізнавального туризму в Київській області

Слово “дестинація” у перекладі з англійської мови (destination) означає місце призначення чи мету поїздки. Тому з погляду фразеології поява терміна «туристська дестинація» стала закономірною. Вперше туристська дестинація, як визначальний компонент системи туризму, було розглянуто датським ученим М. Лейпером 1979 р. і ідентифікувалася їм як «певна географічна територія, приваблива мандрівників» [12, 36].

У своїй системі Лейпер виділив такі утворення, як:

- регіон, де формується попит на туристський продукт, який є місцем початку та закінчення подорожі та де відбуваються основні маркетингові процеси стимулювання попиту;

- транзитний регіон, який відвідується туристом, коли місце проживання вже залишено, але обраної дестинації він ще не досяг;

- регіон, відвідування якого є основною метою поїздки туриста, тобто туристська дестинація як така. Зазначені вище територіальні утворення перебувають у тісному взаємозв'язку, причому лише за умови їх єдності туристична діяльність стає можливим.

У сучасному світі історико-культурній спадщині притаманне виконання багатьох функцій в суспільстві, серед яких: підвищення якості життя населення, розвиток туристичної галузі, подолання бідності та багато інших, що в комплексі сприяє збалансованому розвитку різних сфер життєдіяльності людей. Таким чином, можна стверджувати, що ресурси історико-культурної спадщини становлять підґрунтя розвитку багатьох галузей економіки, однією із основ яких є туризм [85, с. 57].

Історико-культурна спадщина може включати в себе нематеріальні та матеріальні елементи, до яких належать: витвори мистецтва, особливості побуту, фольклор, традиції та звичаї, історичні пам'ятки, споруди, пам'ятки

архітектури, літературні твори, будівлі та місцевості тощо. Особливістю саме культурно-пізнавального туризму є використання наявних матеріальних і духовних пам'яток [26, с. 79].

У Положенні про Державний реєстр національного культурного надбання, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 12 серпня 1992 року № 466 закріплено перелік видів та типів об'єктів, що становлять виняткову наукову, історичну, культурну чи художню цінність. Дана класифікація наведена в таблиці 2.3.1. та табл. Б.2.

Таблиця 2.3.1

Види та типи об'єктів національного історико-культурного надбання, за [25]:

пам'ятки історії	споруди, будинки, пам'ятні місця і предмети, пов'язані з найважливішими історичними подіями в житті народу, розвитком науки, техніки, культури, життям і діяльністю видатних діячів;
пам'ятки археології	кургани, городища, залишки стародавніх городищ, укріплень, шляхів, каналів, поселень, виробництв, поховань, наскельні зображення, старовинні предмети, кам'яні скульптури, ділянки історичного культурного шару стародавніх населених пунктів та археологічні знахідки, що є визначними пам'ятками національної культури і характеризують певні етапи історичного розвитку
пам'ятки мистецтва	визначні твори образотворчого, декоративно-ужиткового та монументального мистецтва
документальні пам'ятки	унікальні акти державності, інші важливі архівні матеріали, фото-, кіно- та фонодокументи, рідкісні друковані видання, старовинні рукописи
пам'ятки архітектури та містобудування	унікальні комплекси та ансамблі, окремі об'єкти архітектури, а також пов'язані з ними твори живопису та монументальної скульптури, садово-паркового та декоративно-ужиткового мистецтва, природні ландшафти

Визначною історико-культурною спадщиною України є об'єкти, розташовані в Київській області та місті Києві, таким чином можемо стверджувати, що цей регіон є потужним ресурсом розвитку культурно-пізнавального туризму нашої країни.

Ядро історико-культурного туристичного потенціалу Київської області становлять майже 6 тис. об'єктів історико-культурної спадщини, в тому числі

2060 пам'яток археології, 1175 пам'яток історії, та 316 пам'яток архітектури. Це давні поселення, городища, могильники, кургани, змійові вали, місця битв та історичних подій, археологічні пам'ятки тощо. До Реєстру нерухомих пам'яток культурної спадщини національного значення у Київській області занесено 29 історико-культових об'єктів, включаючи: давні поселення та городища (наприклад, городище літописного міста Юр'єва; городище літописного міста Вишгорода; городище в с. Хотів; городище літописного міста Треполя та багато інших); могильники, кургани (курган «Могила», курган «Глушевська Могила», курган «Гайдамацька Могила», курганний могильник в с. Черепин та інші); археологічні комплекси (городище літописного міста Бакожина та інші); місця проживання видатних людей (зокрема, садиба співака І. С. Козловського, садиба майстра народнодекоративного живопису К. В. Білокур тощо); місця історичних подій (літописне місто Переяслав – столиця Переяславського князівства); об'єкти монументального мистецтва [53].

Перші історичні поселення Київщини датуються періодом палеоліту (20-15 тисяч років тому), які розташовувалися на територіях, де в даний час знаходяться міста Київ та Фастів, а також село Добраничівка Київської області.

Сучасна територія Київської області є частиною тих земель, де в I тис. н. е. сформувалося ядро великого східно-слов'янського етнічного масиву. Зокрема, поблизу сіл Зарубинців та Черняхова знайдено могильники, що дали назву ранньослов'янським археологічним культурам – зарубинецькій (II ст. до н. е. – II ст. н. е.) та черняхівській (II-IV ст. н. е.). Важливе значення мають пам'ятки мідного віку недалеко від с. Трипілля, що засвідчили про існування своєрідної трипільської культури (VI-III тис. до н. е.). Трипілля – одне з найяскравіших культурних явищ в історії первісного суспільства всієї Європи, а досліджені знахідки є найбільшими з археологічних відкриттів XX сторіччя [47].

Київщина – центр давньоруської княжої держави Київська Русь. У

літописах того часу згадуються населені пункти сучасної Київщини – Київ, Вишгород, Чорнобиль, Коростень, Переяслав, Василів та інші. З Київщиною пов'язані: геніальний твір «Слово о полку Ігоревім», написаний одним із учасників боїв з половцями біля Переяслава 1187 р., у якому вперше згадується слово «Україна»; перший твір з історії ранніх слов'ян та Давньої Русі чернець-літописця Нестора «Повість временних літ»; епічні думи часу боротьби проти турецько-татарських поневолювачів «Хмельницький та Барабаш», «Іван Богун», «Самійло Кішка», «Маруся Богуславка»; народні пісні про гайдамацьких ватажків Максима Залізняка, Микиту Швачку, Семена Палія, Івана Бондаренка.

За часів національного визвольного руху XVI-XVII ст. Київщина згадується у подорожніх записках європейських дипломатів і мандрівників та козацьких літописах, а також універсалах та документах цієї епохи. Історичними постатями, пов'язаними з Київщиною того часу є Богдан Хмельницький, Максим Кривоніс, Морозенко, Іван Богун та інші.

Значну історико-культурну спадщину в Кивському регіоні залишили часи гетьманщини, особливо це стосується часів правління гетьмана Івана Мазепи. Твори великого українського філософа того часу Григорія Сковороди, який у 1753 році викладав у колегіумі в місті Переяславі, свідчать дійсно про новий рівень філософської думки України того часу.

Вищенаведене свідчить про значний історико-культурний потенціал Київщини. Варто зазначити, що 8 міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення. Для здійснення аналізу історико-культурного потенціалу Київської області розглянемо найбільш важливі об'єкти, що знаходяться на території регіону.

У 2017 році Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року [79], де зазначено, що єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів – це

стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

В контексті цих процесів ще більш доречними є твердження про зростання ролі Києва як історико-культурного центру. Значну роль у цьому виконує той фактор, що Києву випала змога стати колискою однієї із світових цивілізацій – слов'янсько-православної.

Столиця є багатою на культові споруди. В першу чергу, це Києво-Печерська лавра, Михайлівський Золотоверхий монастир та Національний заповідник «Софія Київська» й ряд інших. Всі ці пам'ятки мають довгу та багату історію і завжди цікавлять гостей міста. Їх територія не обмежується лише культовими спорудами, а включає в себе ще музеї, печери, дзвіниці тощо й дає змогу привернути увагу самого найвибагливішого туриста.

Зростання кількості мусульман в Україні, та й у Києві в цілому, свого часу поставило питання існування мечеті. Перший молитовний будинок було відкрито ще 3 жовтня 1897 року. Однак повноцінна мечеть не була збудована аж до часів незалежності України. 5 лютого 1996 року Київська Держадміністрація прийняла рішення про виділення Духовному Управлінню мусульман України земельні ділянки під будівництво та обслуговування меморіально-молитовного будинку і вже у 2000 році храм Ар-Рахма (Милосердя) відкрив свої двері для парафіян. Біля мечеті розміщено історичне Щекавицьке кладовище, що має мусульманську частину, а отже, це підсилює її роль як історичної пам'ятки [17, с. 144].

Окремо варто відзначити середмістя Києва як туристичний центр. В першу чергу, це головна вулиця столиці – Хрещатик. У часи незалежної України Хрещатик став обов'язковим місцем програми відвідування міста

гостями та мешканцями столиці. У суботу, неділю та в дні державних свят рух транспорту вулицею перекривають. Тут постійно влаштовують відкриті концерти, а 24 серпня щороку відбуваються військові паради.

Відлік історії Хрещатика як міської вулиці чимало дослідників починає від 1797 року, а вже згодом це буде артерія, що з'єднуватиме головні частини міста. Історично на ній будуть розміщуватися Київська біржа, готель «Національ» та перший хмарочос на українських землях, так званий хмарочос Гінзбурга. Однак, під час Другої світової війни Хрещатик вщент зруйновано, і його відбудова вже буде здійснена в дусі радянського монументального класицизму [34].

Окремо варто відзначити політичну складову в контексті туризму. Хрещатик разом із Майданом Незалежності багато разів був центром акцій протесту. Так, взимку 2000-2001 років на Майдані відбувалися акції протесту «Україна без Кучми». У 2004 році Хрещатик та Майдан Незалежності став центром Помаранчевої революції. Надзвичайно драматичними були акції протесту у листопаді 2013 – лютому 2014 років, що дістали назву «Революції Гідності», в ході якої Хрещатик було перекрито барикадами, на вулиці встановлювали намети, польові кухні. Також Хрещатик став одним із місць зіткнень між протестувальниками і бійцями силових структур, унаслідок яких загинуло більше сотні осіб і кількост було поранено. Ці місця набувають сакрального значення та привертають увагу гостей столиці України.

Важливим серед туристичних об'єктів є Андріївський узвіз та ряд його архітектурних пам'яток. Основна забудова вулиці виконана в 90-х роках XIX – на початку XX століття.

Нині, відтворений у стародавньому вигляді, узвіз – це місце виставки-продажу живопису і виробів народної творчості просто неба. Андріївський узвіз називають київським Монмартром. Тут завжди можна побачити художників, що демонструють свої роботи, зразки прикладного мистецтва –

прикраси, посуд із скла і кераміки, фігурки з дерева, іграшки, медалі, монети тощо.

Незважаючи на час, на узвозі панує атмосфера міста кінця XIX – початку XX століття. Вулиця відома тим, що в будинку № 13 жив письменник Михайло Булгаков, нині в цьому будинку діє присвячений йому літературно-меморіальний музей. На Андріївському узвозі також працює унікальний Музей однієї вулиці. У ньому показано історію Андріївського узвозу у картинах, фотографіях та інших речах від давнини до наших часів [84, с. 45].

З метою зацікавлення туристів місцева влада пробувала осучаснити класичний вигляд узвозу та в 2017 році ініціювала відкриття нової будівлі «Театру на Подолі», означивши його як «храм мистецтва XXI століття», чим викликала величезні дискусії серед громадськості.

Ще однією нетиповою будівлею для української архітектури, в стилі англійської готики, є «Замок Річарда – Левове серце» (1902–1904). Однак саме таке виконання будинку спільно з містичними легендами викликають величезний інтерес і притягують на Андріївській узвіз туристів. На жаль, за всі роки незалежності України замок так і не було дореставровано та відкрито для загального доступу [84, с. 95].

Події Другої світової війни знайшли своє відображення багатьох культурно-пам'яткових місцях столиці. В першу чергу, це монументальна скульптура «Батьківщини-матері» (1981) на території Національного музею історії України у Другій світовій війні. Інтерес дана скульптура викликає в першу чергу своїми розмірами (102 метри) та розміщенням на високому правому березі річки Дніпро. Додатковим стимулом для відвідування даної пам'ятки туристами є її оглядовий майданчик, розміщений на щиті фігури, адже це відкриває вид на надзвичайну панораму самого міста [84, с. 42]. Дискусії громадськості викликали спроби влади прибрати із пам'ятки архітектури радянську символіку в контексті прийнятих Верховною Радою

України законів про декомунізацію, чим ще більше посилили інтерес до даного об'єкту.

Палацове будівництво завжди залишалося візитівкою багатьох країн світу. В Києві є Маріїнський палац, який зведено в 1750–1755 рр. за зразком палацу, що проектувався Б. Растреллі для Олексія Розумовського, фаворита та чоловіка імператриці Єлизавети Петрівни. Під час відвідування Києва 1744 року Єлизавета сама обрала для нього місце [17, с. 183-189].

У незалежній Україні в Маріїнському палаці проходять урочисті державні події – нагородження, прийоми, вручення вірчих грамот послами іноземних держав, саміти і зустрічі офіційних делегацій на найвищому рівні. На жаль, з 2007 року по 2018 рік тривала його реконструкція, таким чином перекривши доступ туристів до даної архітектурної пам'ятки. Наразі об'єкт введено в експлуатацію, і є всі підстави говорити про Маріїнський палац як місце паломництва туристів. Також цьому сприяє факт наявності поряд із палацом величезного одноіменного парку та оглядових майданчиків з видом не лише на лівий берег Києва, а й на історичну частину міста – Поділ.

На жаль, часто як екскурсоводами та туристами оминається увагою така історична місцевість Києва як «Латинський квартал». Цікавою вона є як своєю історією походження, так і архітектурною забудовою, адже це обличчя історії міста середини XIX століття. Дана місцевість – це територія, зосереджена навколо головного корпусу Київського національного університету імені Тараса Шевченка [30, с. 75]. Район отримав свою назву за аналогією з латинським кварталом в Парижі, названим так на честь району, заселеного студентами Сорбони. Сьогодні в побуті киян назва «Латинський квартал», практично, не фігурує.

Історія Латинського кварталу в Києві безпосередньо пов'язана зі спорудженням і початком роботи Університету імені святого князя Володимира у другій половині XIX століття. Умовно, межі «Латинського кварталу»

проходять по вулиці Саксаганського, вулиці Паньківській, вулиці Великій Васильківській, сучасному бульвару Тараса Шевченка та вулиці Терещенківській [17, с. 357-362].

Офіційно прийнятою датою заснування міста Києва вважають 482 рік. За легендою, його засновниками є полянський князь Кий та його брати Щек і Хорив, а також сестра Либідь. Назву місто отримало на честь ім'я найстаршого з братів – Кия, якого традиційно і вважають засновником міста. Таким чином, місто Київ має більше ніж півторатисячний вік. Крім того, Київ з давніх давен був центром державності та видатних знакових історичних подій. Тож не дивно, що столиця України налічує значну кількість історико-культурних пам'яток.

За інформацією Київської міської Ради в місті Києві станом на 01.01.2018 року на обліку перебувало 3564 пам'ятки історико-культурного значення, серед яких 344 – національного значення, 2021 – місцевого значення та 1199 щойно виявлених об'єктів.

У місті Києві переважають пам'ятки історії (1230), архітектури та містобудування (1207) об'єкти. Пам'ятки археології становлять незначну кількість – 62 одиниці. Садово – паркові та ландшафтні об'єкти представлені в місті Києві 26 об'єктами. 1174 пам'ятки історії та культури міста Києва вважаються щойновиявленими. Особливо необхідно звернути увагу на пам'ятки, що потребують реставрації та відтворення, кількість яких становить 12 об'єктів.

Як зазначає І. Тарутінова, особливістю пам'яток історико-культурної спадщини міста Київ є те, що один і той же об'єкт може бути водночас пам'яткою історії, архітектури та мистецтва, тому кількість об'єктів охорони може відрізнятися від загальної кількості виявлених пам'яток [83].

О. Чернишева наголошує, що в даний час Київ є другим містом України (після Львова) за кількістю пам'яток архітектури (понад 1500), внаслідок чого є

важливим історико-культурний центр не лише нашої держави, а й усієї Європи. В першу чергу, це зумовлено історією самого Києва, адже широкого розквіту сучасна столиця України починає набувати вже за періоду Київської Русі. Внаслідок цього столиця України є багатою на культові споруди. В першу чергу, це Києво-Печерська лавра та Національний заповідник «Софія Київська», що визнані Всесвітньою спадщиною ЮНЕСКО.

На території міста Києва розміщені заповідники: Софія Київська, Києво-Печерська лавра, «Стародавній Київ», «Лук'янівське кладовище», «Бабин Яр», «Биківнянські могили».

Культові об'єкти Києва за категоріями розподіляються наступним чином: 34 церкви та собори (в тому числі: 5 у Деснянському районі, 17 – у Подільському, 1 – у Святошинському, 5 – у Солом'янському, 6 – у Шевченківському), 9 дзвіниць, 7 каплиць та 20 монастирів. До найбільш значимих культових споруд Києва належать: Андріївська церква, Володимирський собор, Воскресенський греко-католицький собор, Видобуцький монастир, Свято-Покровська Голосіївська пустинь, Кирилівська церква, Михайлівський Золотоверхий монастир, Храми Святого Миколая, Церква Успіння Богородиці Пирогощі на Подолі, Покровський монастир.

Найстаріший пам'ятник міста Києва встановлено на честь Магдебурського права, датований 1802-1808 роками. В даний час в місті налічується 10 монументальних пам'ятників видатним державним, релігійним, військовим та політичним діячам України, а саме: Володимирі Великому, Пилипу Орлику, Княгині Ользі, Миколі Святоші, Петрові Сагайдачному, Ярославу Мудрому, Анні Ярославні, Петрові Сагайдачному, Князю Святославу, В'ячеславу Чорноволу та Богдану Хмельницькому. 21 пам'ятник Києва встановлено на честь подій історії України та світу у XX сторіччі (наприклад, воїнам-афганцям, воїнам-інтернаціоналістам, жертвам Чорнобильської катастрофи). 19 пам'ятних знаків Києва встановлено на честь діячів та історії

зарубіжжя, а також знаків побратимства, зокрема таким діячам як Шота Руставелі, Махатмі Ганді та іншим. Останнім часом набули популярності сучасні оригінальні пам'ятники та скульптури, наприклад, Козаку Мамаю, Кінному трамваю, Запорізьким козаку та кобзарю тощо. Зазначений перелік монументальних пам'ятників та пам'ятних знаків міста Києва не є вичерним.

Архітектурними пам'ятками міста Києва визнано: Червоний корпус Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київський міський будинок вчителя, Національна опера України імені Тараса Шевченка, Золоті Ворота, Будинок самотнього лицаря, Національний науково-природний музей та цілий інших об'єктів.

Отже, Київ по праву посідає особливе місце серед культурних столиць світу і цьому сприяє його географічне положення між Заходом та Сходом. На жаль, мають місце ряд проблем, що гальмують дані процеси. Це, в першу чергу, недостатнє державне фінансування, яке має бути спрямоване на підтримку історико-культурного потенціалу столиці, реставраційні роботи та втілення сучасних технологій для більшої зацікавленості туриста. Величезним недоліком є хаотична забудова міста, яка руйнує не лише історичне обличчя Києва, але й його рекреаційні зони. Однак, у зв'язку із загальноєвропейським процесом та приведенням у відповідність українського законодавства до норм Європейського Союзу, є всі шанси на виведення Києва на гідний світовий рівень європейської культурної столиці.

Місто Біла Церква є спадкоємицею міста Юріїв, що було засноване Ярославом Мудрим в далекому 1032 році. Археологічною пам'яткою міста є городище XI-XIII сторіч. На околиці міста розміщено дендрологічний парк «Олександрія», розміщений на території 400 га, який належить до найбільших парків України та є унікальною пам'яткою садово-паркового мистецтва кінця XVIII-початку XIX сторіч, над створенням якого працювали видатні архітектори та садівники Європи того часу. Таким чином, парк «Олександрія»

може бути цікавим для культурно-пізнавального туризму, як об'єкт ландшафтного дизайну з елементами романтизму та сентименталізму, зокрема розміщеними в ньому цікавими архітектурними скульптурами, колонадою, містком тощо. Об'єктами культурно-пізнавального туризму Білої Церкви є: Зимовий палац Браницьких, збудований у 1796 році як яскравий зразок палацового булівництва того часу, Торгові ряди Торгової площі, культові споруди – храм на честь Різдва Пресвятої Богородиці, Церква Покрови Божої Матері, Костел Святого Іоанна Хрестителя (Будинок органної та камерної музики) [54].

У Бориспільському районі Київської області знаходиться Покровський собор, що був зведений в кінці XX сторіччя як згадка про те, що у 1117 році князь Володимир Мономах, як повідомляють літописні джерела: «заклав церкву на честь Бориса та Гліба на Альті, де пролилася кров Бориса». Також цікавим об'єктом є Книшковий меморіальний парковий комплекс, який створений у 2007 році на території історичного кладовища, на якому поховані багато відомих людей: декабрист В. Лукашевич, етнограф-фольклорист і автор слів гімну України П. Чубинський, герой Радянського Союзу М. Бабкін. Пам'ятником провінційного зодчества кінця XVIII – початку XIX століть є колишній будинок маєтку Розумовських-Рєпніних, в якому розміщено в даний час Яготинську картинну галерею. З ім'ям Олексія Розумовського, сина гетьмана лівобережної України Кирила Розумовського, пов'язано появу Свято-Троїцького собору, розташованого у місті Яготині, що був збудований за проектом архітектора Миколи Львова. Цей собор цікавий тим, що його згадував у своїх творах «Близнюки» та «Щоденник» Тарас Григорович Шевченко. На жаль, у 1936 році будівля храму була знищена, але у 1999 році – 2016 роках відбудована. В даний час там знаходиться православний храм [33].

У Вишгороді знаходиться храм святих Бориса та Гліба, розташований на високому мисі, в межах давньоруського городища Вишгорода X-XIII століть, на

території Вишгородського історико-культурного заповідника. У 1960-1968 роках було побудовано Київську ГЕС, особливістю якої є те, що вперше в колишньому Радянському Союзі будівлю гідроелектростанції об'єднали з бетонною водозливною греблею з 20 водозливами. Однією із улюблених локацій туристів в місті Вишгороді є Маяк на косі на Київському морі, що розташований на хвилерізі ГАЕС, тому він є об'єктом, до якого обмежено доступ туристів. Разом з тим, він добре проглядається з набережної та вишгородських круч.

Місто Ірпінь, яке розташоване за 7 кілометрів від міста Київ має всі можливості стати лідером рейтингу кращих українських міст, так як славиться своїм чистим повітрям та розвинутою інфраструктурою. З назвою цього міста пов'язано декілька історичних легенд. Особливістю парку «Покровський» є наявність великої кількості розміщених в ньому дерев'яних скульптур, серед багато різних звірів, героїв мультфільмів та казок. Ще один цікавий культурний об'єкт даного міста – парк «Письменників», в якому розміщено будинок письменників (колишній дачний будинок київського підприємця Івана Чоколова), в якому в різні часи працювали: Андрій Малишко, Микола Бажан, Володимир Сосюра, Остап Вишня, Олександр Довженко, Павло Тичина, Олесь Гончар, Михайло Стельмах, Максим Рильський та багато інших. Цей парк є дуже привабливим та тематичним. Його родзинкою є скульптура з пером, а також скульптури поета, закоханих, велосипедиста, гномів, дівчини з пензликом, джентльмена з парасолькою, відпочивальника на газоні та інші скульптурні композиції [33].

У 2011 році був відкритий Бучанський міський парк, цікавий своїми озерами, фонтанами, скульптурами, велодоріжками, мотузковим парком, міні-зоопарком тощо. Дане місце є гарною локацією для проведення культурного сімейного відпочинку.

У місті Боярка знаходиться Свято-Михайлівська церква, розташована на

місці давньоруського поселення (городища), яке отримало свою назву від річки Притварки, що протікає поруч. З 1741 по 1786 зазначена споруда належала Києво-Печерській Лаврі.

У місті Фастів розташовані дві культові споруди – Фастівський костел Воздвиження Святого Хреста (оригінальна неоготична пам'ятка, побудована у романо-готичному стилі, характерному для архітектурних споруд останньої чверті XIX століття) та Покровська церква (дерев'яний православний храм, визнаний архітектурною пам'яткою національного значення як шедевр української дерев'яної архітектури). Ознайомитися із об'єктами природної та екзотичної для даної місцевості рослинності, такими як тсуга канадська, псевдотсуга тисолиста, верба Матсуди, можна у дедропарку «Молодіжний». Ще однією його родзинкою є те, що тут росте тис ягідний, який занесений до Червоної книги України [29].

У 123 км від Києва розташоване невелике містечко Богуслав, яке було засновано у 1032 році Ярославом Мудрим. Саме тут знаходиться знаменитий пам'ятник природи – Богуславське гранітне оголення, або так звана гранітна «яма». Вчені припускають, що вік цих скель сягає 2 мільярдів років. Хаотично розкидані валуни утворюють цілий гранітний острів, що омивається двома рукавами Росі. Скелі з червоного і сірого граніту досягають у висоту 10-12 м і формують каньйон довжиною 1,5 км. Тут часто можна спостерігати мальовничі річкові пороги, серед яких знаходиться глибока ванна, та сама «яма». Серед місцевих жителів це місце називають «місцем сили». В місті знаходиться багато пам'ятних скульптур, серед яких пам'ятники Ярославу Мудрому та Марусі Богуславці.

У 988 році князь Володимир заснував місто Васильків, назване на честь святого Василя. Історики висловлюють припущення, що в цьому місті народився Феодосій Печерський.

У місті Обухів розташоване Обухівське зелене озеро, яке згідно із

історичними даними існує понад 200 років. На його вершині знайдені залишки тшинецької археологічної культури 16-12 ст до.н.е, а також об'єкти кераміки часів Київської Русі. У даний час це місце є улюбленим місцем відпочинку місцевих жителів та туристів.

Місто Ржищів відоме завдяки давньоруському городищу XI-XIII століть, яке ототожнюється з літописним містом-фортецею Іван. На його території було знайдено залишки дерев'яних укріплень. Крім того, до наших днів збереглися залишки земляного валу стародавнього городища, і, якщо задатися такою метою, то можна відшукати охоронний знак «Городище».

Таблиця 2.3.2

Структура Національного історико-географічного заповідника «Переяслав»,
за [52]

тематичні музеї	23 об'єкти, в тому числі: музей архітектури давньоруського переяславу, музей заповіту Т. Г. Шевченка, музей народної архітектури та побуту наддніпрянщини, музей класика єврейської літератури Шолом-Алейхема, музей пам'яті Поліського району, музей історії лісового господарства Наддніпрянщини, музей історії бджільництва середньої Наддніпрянщини, музей історії народного сухопутного транспорту середньої Наддніпрянщини, музей хліба, музей «Поштова станція» та інші
церковні споруди	11 об'єктів, в тому числі церква святої Параскеви с. В'юнище, Вознесенський монастир, Михайлівський монастир, Успенський собор та інші
вітряки	16 об'єктів, що представляють типові млини того часу різних регіонів України - Київського, Черкаського, Полтавського, Чернігівського, Сумського, Харківського
предмети історико-культурної спадщини	140 об'єктів, в тому числі комплекси споруд: «Садина гончара», «Садина пасічника», «Садина заможного селянина – землевласника» та інші
експонати основного фонду	170 тисяч об'єктів, в тому числі унікальні предмети часів трипільської культури, скіфських часів, козацької доби

Місто Переяслав належить до найстаріших міст Київської області . Його назва вперше згадується в договорі між Руссю та Візантією 907 року як одна із трьох найбільш фортець Київської держави того часу. До наших днів збереглася церква Святого Михаїла, збудована у 1646-1666 роках та

Бориглобська церква, збудована у 1839 році. В цьому місті Тарас Шевченко написав знаметий «Заповіт» [54].

Особливо для розвитку культурно-пізнавального туризму в Київській області необхідно звернути увагу на роль Національного історико-географічний заповідника «Переяслав», розміщеного в місті Переяслав, який є одним із найбільших заповідників не тільки Київської області, а й України (табл. 2.3.2).

На території даного заповідника постійно відбуваються мистецькі заходи, майстер-класи, культурологічні заходи, виставки тощо, інформація про які розміщена на офіційному сайті даного комплексу [52].

Отже, проведений аналіз історико-культурної спадщини Київської області та безпосередньо міста Києва дає підстави стверджувати, що цей регіон України має надзвичайно потужну ресурсну базу для розвитку культурно-пізнавального туризму. В Київській області зосереджено майже 6 тисяч об'єктів, а в місті Києві – близько 4 тисячі таких об'єктів. Разом з тим, необхідно зауважити, що ефективне та раціональне використання історико-культурної спадщини у створенні регіональних туристичних продуктів є важливим чинником розвитку туристичних дестинацій, стимулювання міжрегіональних та міждержавних комунікацій та підвищення культурного рівня населення.

Наступним кроком буде визначення стратегічних напрямів розвитку вітчизняного ринку культурно-пізнавального туризму в умовах повоєнного відновлення України.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Стратегічні напрями розвитку вітчизняного ринку культурно-пізнавального туризму в умовах повоєнного відновлення України

Під час війни на карті України і Київської області зокрема, з'явилося безліч міст та громад, які незламно і героїчно чинили і чинять спротив агресору. Маріуполь, Чернігів, Харків, Буча, Гостомель, Ірпінь, Бородянка та багато інших міст і громад. Ними вже зараз пишаються ті, хто там ніколи не був. І українці й іноземці захочуть побувати у місцях, де російський агресор чинив звірства, а наш народ героїчно виборював свободу.

У світі є багато прикладів, коли після масштабних конфліктів країни швидко відновлювалися і ставали по-новому привабливими для гостей.

Потраєсіння, спричинені війною, вносять великі зміни і залишають глибокі рани, створюється нова спадщина, а постконфліктний «туризм пам'яті» з часом змішується з іншими напрямками – культурним, гастрономічним, спортивним, гірським, морським, зеленим та іншими видами туризму.

Слід також врахувати можливість залучення туристів із сусідніх держав, зокрема Республіки Молдова, для яких відвідання України має певні переваги: логістична доступність, відсутність мовного бар'єру, напрацьовані маршрути. Проте, практична реалізація цього попиту залежатиме від спроможності налагодити діяльність курортної інфраструктури в умовах обмежень під час війни.

Туризм Київщини має високий потенціал розвитку в таких продуктах, як тури вихідного дня та діловий туризм (MICE), рекреаційний та реабілітаційний туризм, а також в області природних і культурних ресурсів (наприклад,

гастротуризм, сільський туризм, медичні заклади/центри оздоровлення).

Загострення кризових явищ, руйнувань інфраструктури у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення регіональної політики у зазначеній галузі, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі економіки.

Реалізація Програми розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки спрямована на вирішення актуальних проблем регіону [61]:

- необхідність розробки маркетингової програми розвитку туризму;
- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- відсутність дієвого механізму для презентації ділових можливостей регіону на міжнародній арені для проведення найбільших подій;
- недосконала статистична звітність;
- низька реалізація туристичного потенціалу Київщини;
- відсутність дієвого механізму для реалізації державно-приватного партнерства на базі асоціацій, громадських організацій.

Створення й реалізація таких заходів забезпечить необхідні передумови для зростання туристичних потоків і коштів, які туристи витрачають під час кожної подорожі, зменшення безробіття, збереження й раціональне використання природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу, зацікавить потенційних інвесторів до створення туристичної інфраструктури у Київській області (див. табл. В.1).

Якісний ексклюзивний туристичний продукт, створений на території з унікальним ресурсним потенціалом під туристичним брендом Київщини, який би викликав у споживача певні позитивні емоції, виведе регіон на якісно новий рівень як в Україні, так і за її межами.

Основними цілями Програми є:

1. Розвиток людського потенціалу, наближення якості життя до європейських стандартів.
2. Формування конкурентоспроможної системи маркетингу регіонального туризму.
3. Забезпечення належного рівня безпеки туристів.
4. Просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на турах вихідного дня і продуктах рекреаційного, реабілітаційного туризму та відвідування місць пам'яті.
5. Розбудова туристичної та відновлення транспортної інфраструктури.
6. Розвиток системи орієнтування в регіоні.

Основними стратегічними завданнями Програми є:

- збільшення кількості туристів і екскурсантів;
- зростання надходжень до бюджетів усіх рівнів від надання туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності;
- розвиток та відновлення туристичної інфраструктури;
- зростання зайнятості населення в туризмі та супутніх галузях економіки;
- маркетинг туризму області, її територій і громад;
- розвиток міжрегіонального і міжнародного співробітництва.

Програмою визначаються такі пріоритетні напрями розвитку туризму:

1. Просування туристичного потенціалу Київщини шляхом проведення PR-заходів:

- для активізації та розвитку туристичного потенціалу, та ознайомлення з туристичними можливостями Київської області пропонується здійснити наступні кроки:
- просування туристичного бренду регіону;
- виготовити та розповсюдити інформаційну та презентаційну продукцію

про туристичну привабливість регіону;

- виготовити сувенірну продукцію з метою збільшення кількості туристів та відвідувачів, які цікавляться етнічним туризмом, супутніми напрямками (гастрономічним, сільським, місцями пам'яті);

- забезпечити проведення рекламних кампаній туристичних можливостей Київської області;

- забезпечити виготовлення промороликів щодо туристичних можливостей та туристичної привабливості Київської області;

- забезпечити виконання роботи з організації транслявання промороликів про туристичну привабливість Київської області в засобах масової інформації України та/або світу;

- забезпечити функціонування (адаптивність) та регулярне оновлення туристичного порталу Київської області;

- організувати проведення промоційних турів по Київській області.

2. Популяризація туристичного потенціалу Київської області серед населення.

Ефективне використання туристичного потенціалу Київської області забезпечуватиметься через проведення наступних заходів:

- організація та проведення семінарів, форумів, нарад, конференцій тощо з питань розвитку туризму в Київській області;

- забезпечення проведення кампаній з популяризації сучасних видів туризму (у т.ч. рекреаційного, реабілітаційного туризму, гастрономічного, місцями пам'яті).

3. Розробка та популяризація маршрутів пам'яті Київської області.

Розробка маршрутів пам'яті та популяризації цього проекту серед внутрішніх та зовнішніх туристів та з метою вшанування пам'яті учасників, жертв та подій російсько-української війни реалізуватимуться наступні заходи:

- розробка маркетингової програми та комунікаційної стратегії розвитку маршрутів пам'яті Київської області;
- розробка, забезпечення функціонування, адаптивність та регулярне оновлення сайту з додатковою реальністю «Місця пам'яті».

4. Розвиток рекреаційного та реабілітаційного туризму у Київській області.

З метою розвитку рекреаційного та реабілітаційного туризму у Київській області будуть організовані екскурсії туристичними локаціями Київської області для ветеранів та травмованих військовослужбовців, а також для дітей, які потребують особливої соціальної уваги та підтримки.

На сьогодні туристична галузь Київської області, як і України загалом, опинилась у дуже складному становищі. Через війну на Сході та анексію Криму в країні більшість іноземців відмовляються від поїздок. Страхові компанії, туристичні організації та авіаперевізники не гарантують безпеку в Україні. Навіть служби в МЗС не рекомендують туристам відвідувати Україну.

Порожні готелі, гіді без роботи та турагенції на межі закриття. Цьогоріч туристичний форум вперше проігнорували іноземні компанії. Потік туристів до України майже зупинився, експерти з туризму зазначають: в усьому винні війна та державна політика [81, с. 129].

Існує думка про те, що війна – не час для розвитку туризму. Але представники туріндустрії наводять приклади Ізраїлю, Чорногорії, Румунії, Грузії й інших країн, в яких відродження і становлення цієї галузі розпочалося або під час військових дій, або після їх закінчення.

Ізраїль – це чудовий приклад країни, яка майже від самого початку свого існування живе в постійному стані війни з арабськими сусідами, а водночас це одна з найбільш розвинутих країн світу. Вони не мали виходу – мусили будувати заможну, розвинену державу в той же час, коли паралельно в країні

відбувалися постійні теракти, а багато мусульманських країн погрожували державі знищенням.

Другий приклад для України – це Хорватія 1992-1995 років. Хорватія, яка щойно проголосила незалежність і була під тиском сербського агресора, не чекала до 1995 року (тобто до закінчення війни на Балканах) з тим, щоб почати розвивати туризм. Вона вже в 1992 році створила всі умови для того, щоб стати абсолютним лідером на царині туризму в цій частині Адріатики та щоб туристи могли без зайвої затримки на кордонах приїхати туди. Туризм став важливою частиною хорватської економіки і забезпечив цій молодій державі економічне зростання.

Саме тоді, коли наша економіка дуже слабка, коли ворог загрожує і розхитує ситуацію в Україні, необхідно розвивати ті галузі, які можуть дати Україні мільярдні надходження. Вкладений у туризм один долар дає 7 доларів інвестицій суміжним галузям економіки: ресторанно-готельному бізнесу, транспортів, сфері розваг. Кожні десять туристів дають роботу двом працівникам, а кожне робоче місце в туризмі створює чотири місця в суміжних галузях. Тому розвиток туристичної галузі має бути пріоритетним напрямком відбудови української економіки, особливо в Західній Україні.

Навіть під час війни потрібно активізувати всі ресурси та засоби на шляху до європейської інтеграції, розробляти та впроваджувати зміни, які дозволять прикордонним регіонам розвиватися за рахунок того єдиного, що в них є – туристичної привабливості. Увагу до України з боку практично усього світу можна використати з користю для створення інтересу в закордонних туристів: надавати інформацію про нашу історію, культуру, туристичні маршрути, а не тільки про бойові дії. Також можна організовувати дні України при наших посольствах у країнах ЄС. Міф про тотальну війну в Україні для потенційних туристів та інвесторів треба активно спростовувати, уточнюючи, що військовими діями охоплені лише 7% її території.

Проблемними питаннями є відсутність ефективного менеджменту в державному туристичному секторі, недосконала і застаріла нормативно-правова база. Потребує змін Закон України «Про туризм», щоб привести наше законодавство в цій галузі у відповідність до європейського.

Відсутня загальнонаціональна програма розвитку туризму, немає комплексного підходу, маркетингової стратегії держави, ефективного механізму залучення інвестицій. В'їзні іноземні туристи забезпечували приплив в Україну до 6 мільярдів доларів. Таким потенційним капіталом не варто нехтувати. А якщо успішно розвивати внутрішній туризм, додатково можна зберегти в Україні 5-6 мільярдів доларів, які наші співвітчизники витрачають на відпочинок у Єгипті, Туреччині, Альпах.

Передбачуваний обсяг додаткових коштів в економіку країни може складати від 10 мільярдів доларів і більше.

Це – перше, що потрібно зробити, щоб Україна стала більш відкритою для європейців. Україна мусить бути економічно сильною, а підстави для того треба створити вже зараз.

Під менеджментом розуміється система управлінської діяльності, що забезпечує успішне функціонування самих різних соціальних інститутів – організацій, покликаних здійснювати деяку соціально-значиму діяльність. Соціально-культурна сфера – складне, неоднозначне поняття. Одні автори визначають соціально-культурну сферу як сукупність підприємств, що випускають продукт, пов'язаний з життєдіяльністю людей, і в цьому випадку до соціально-культурній сфері ставляться дуже багато галузей економіки, такі як автомобілебудування, виробництво побутової техніки і ін. Інші вкладають у поняття соціально-культурної сфери сукупність підприємств, що виконують соціально-культурні функції, що мають значення для культурного рівня всього суспільства, в цьому випадку в соціально-культурну сферу потрапляє достатньо вузький перелік підприємств – театри, бібліотеки, клуби, музеї. Під соціально-

культурною сферою ми будемо розуміти сукупність галузей, підприємства яких виробляють товари та послуги, необхідні для задоволення соціально-культурних потреб людини. Діяльність у соціально-культурній сфері здійснюється організаціями, установами, підприємствами різної відомчої приналежності (державними, муніципальними, приватними, громадськими організаціями) та форми власності, а також приватними особами.

Менеджмент в соціально-культурній сфері представляє для нас особливий інтерес. По-перше, тому що в його технологічному змісті розкривається все багатство менеджменту взагалі – як уже говорилося, у сфері культури діють самі різні фірми. По-друге, перспективи такого розгляду важливі для з'ясування можливостей співпраці зі сферою культури інших сфер ділової активності. Головна особливість менеджменту в соціально-культурній сфері полягає в тому, що гроші в цій сфері заробляються переважно не на основі простої комерції, а на основі залучення коштів зацікавлених донорів: спонсорства, патронажу, благодійності. По-третє, ще більш очевидно інша обставина – наростання вимог до менеджментної компетентності фахівців і працівників соціально-культурної сфери. Перехід від суто адміністративно-розподільчої технології управління сферою до все більш широкого використання економічних методів, від чисто дотаційного бюджетного фінансування структур до фінансування програм, до конкуренції за бюджетні кошти, необхідності широкого залучення позабюджетних коштів, ідеологічний і політичний плюралізм, господарська самостійність – все це радикально змінює вимоги до професіоналізму туриста-менеджера в соціально-культурній сфері. Якщо раніше він бачив себе переважно працівником «ідеологічного фронту», педагогом-вихователем, то тепер він повинен бути практично орієнтований в технології маркетингу в комерційній та некомерційній діяльності, бути економічно і юридично грамотним фахівцем, коротше кажучи – бути повноцінно компетентним у питаннях туризму і менеджменту, без

знижок на «специфіку» сфери [48]. Бізнес і культура в сучасному суспільстві «скуті одним ланцюгом» – припускають і доповнюють один одного, немислимі один без одного. Ця «приреченість» на співробітництво має глибокий політологічний сенс, надзвичайно важливий для розвитку і перетворення суспільства. Тільки суспільство, в якому склалася і визріли розвинені форми співпраці ділового світу і сфери культури, здатне до саморозвитку та саморегуляції соціально-економічних і соціально-культурних процесів – по можливості незалежно від держави.

Зазвичай специфіку менеджменту у сфері культури і туризму пов'язують з особливостями «духовного виробництва». «Продукти» такої діяльності носять не стільки матеріальний характер, скільки пов'язані з феноменами свідомості (сприйняття, розуміння, мислення, переживання і т.д.), не піддаються безпосередньому прямому рахунку, складуванню. Їх виробництво часто співпадає з їх споживанням (перегляд вистави, кінофільму, прослуховування концерту, читання книги і т.д. Книга, яку не читають, картина, яку не дивляться тощо, не є художніми цінностями). Більше того, на відміну від продуктів матеріального виробництва, знищуваних у процесі споживання, культурні цінності в процесі споживання нарощують свою цінність (чим більше народу прочитало книгу, бачило картину, чуло концерт і т.п., – тим вище їх соціальна значимість). Однак під послугами у сфері культури тепер вже можна і потрібно розуміти не тільки послуги безпосередньо відвідувачам, а й донорам, готовим виділяти кошти і підтримувати цю діяльність. Сфера культури – сфера переважно некомерційної діяльності. Головна особливість менеджменту у сфері культури полягає в тому, що гроші в цій сфері з'являються переважно не на основі комерції, а на основі залучення коштів, залучення інтересів різних сил і інстанцій: органів влади, що відають бюджетними коштами, спонсорів, благодійних організацій та інших доходів. Однак при всій їх важливості вони не відрізняють менеджмент в соціально-культурній сфері від будь-якого

менеджменту послуг. Менеджмент в соціально-культурній сфері може полягати виключно у створенні організаційних та економічних умов саморозвитку соціально-культурного життя. І в цьому полягає справжній зміст характеру менеджменту в соціально-культурній сфері [48]. Бізнес все більше інтегрується з іншими сферами життя суспільства: політикою, культурою, туризмом, наукою, освітою, мистецтвом, спортом. Все більшого поширення отримали спонсорство та благодійність, патронаж. Все це не тільки різко змінило і збагатило своїм змістом технологію менеджменту, додало йому характер соціально та культурологічно орієнтованої діяльності. Важливо, що всі ці особливості проявляються на тлі бурхливого розвитку сучасних інформаційних технологій, інформатизації та комп'ютеризації, мультимедіа, освоєння можливостей Інтернету, без якого немислимі вже сучасна реклама, PR, інші бізнес-технології. Інтенсивно проникають ці технології і в соціально-культурну сферу, відкриваючи перед нею абсолютно нові горизонти розвитку. Сучасний ринок все більш явно глобалізується. Починається тотальна конкуренція всіх з усіма. На перший план виходить здатність зайняти своє унікальне місце в мережі глобальних ринкових зв'язків. А це можливо тільки за умови залучення уваги до свого бізнесу, досягнення популярності будь-якими засобами. У цьому плані сучасний бізнес, як втім і політика, все більш зближуються за своєю технологією з шоу-бізнесом та соціально-культурною діяльністю в цілому. У своєму технологічному змісті сучасний менеджмент остаточно набув рис і форми технології соціально-культурної діяльності. Всі ці особливості сучасного менеджменту, які є закономірним виразом дії внутрішніх тенденцій розвитку самого менеджменту, помітно зближують його зі сферою культури і соціально-культурною сферою в цілому. Всі ці обставини висувають нові вимоги до компетентності і професіоналізму сучасного менеджера. До традиційних вимог знання технології, організації, фінансового контролю та маркетингу в сучасних умовах додаються вимоги культурологічного та гуманітарного характеру.

Менеджер соціально-культурної діяльності, як і будь-який інший фахівець, діяльності може вважатися професійно компетентним, якщо має досить високий рівень освіти, володіє необхідними навичками, вміннями, має професійно-діловий досвід, має організаторські здібності. Крім загальних вимог менеджери соціокультурної сфери повинні відповідати і цілої низки специфічних вимог, обумовлених особливостями самої соціокультурної діяльності та її конкретних суб'єктів:

1. Соціокультурна середовище, що формується в суспільстві, поступово трансформується з середовища тільки споживання в середу причетності, залученості і розвитку людини, що обумовлює необхідність становлення і розвитку особливого типу управління – причетною менеджменту.

2. Управління у соціокультурній сфері виражається в конкретній організації і регулювання діяльності колективів, які в свою чергу забезпечують відтворення соціальної та культурного життя людей; в розробці стратегічних і поточних цілей і завдань соціокультурного розвитку відповідного регіону. Професійна компетентність причетною менеджера визначається орієнтацією його на культуротворчу діяльність з людьми, його здібностями до публічної діяльності, імпровізації і творчого самовираження.

3. Соціокультурний менеджмент і виробничий процес в цій сфері – це не маніпулювання індиферентної масою людей, а гармонійна діяльність, в основі якої знаходяться духовні починання, особистість, людський ресурс, але не ресурс, який визначається як набір індивідів, а представляє собою сукупність організаційних відносин, окреслених певної соціокультурної діяльністю.

4. Виходячи з того, що соціокультурна сфера набула сьогодні характер як некомерційної, так і комерційної діяльності, менеджер соціально-культурної діяльності зобов'язаний бути економічно і юридично грамотним фахівцем, а його діяльність порівнюватися з закономірностями культурно-історичних і сучасних процесів, людського досвіду спілкування і взаємодії.

5. Оскільки в соціокультурній сфері ключовими фігурами виробничого процесу є в основному люди творчої праці, процес регулювання і координації їх діяльності повинен спиратися на мотиваційні і стимулюючі чинники. Сучасний менеджер, незалежно від профілю діяльності його фірми, повинен бути не тільки теоретично, але практично орієнтованим в питаннях загальної та прикладної культурології, соціальної психології, бути знайомим з сучасними культурними процесами в тих суспільствах, в середовищі яких йому доводиться або доведеться мати справу, практично орієнтуватися в механізмах і процедурах прийняття політичних рішень, у сучасному політичному житті, мати розвинуте почуття смаку, гармонії, стилю, володіти іноземними мовами, бути розвиненим і просунутим в плані моральної та інтелектуальної культури. Наростання гуманітарного змісту сучасного менеджменту виявляється практично по всіх векторах практики менеджменту. Фірмовий стиль, організаційна культура, дух корпорації з метафор дуже швидко перетворилися на конкретні технологічні вимоги. Все більше число провідних зарубіжних фахівців з менеджменту схильні розглядати сучасний менеджмент як «культурологічний» по перевазі.

Маркетинговий підхід виходить з того, туристи та рекреанти оцінюють привабливість туристично-рекреаційного комплексу регіону з позицій задоволення потреб у процесі надання та споживання туристичного продукту і суміжних послуг на певній території. Наявність унікальних ресурсів, умов, місць можуть забезпечити регіону місце в різноманітних рейтингах конкурентоспроможності, але не гарантують формування туристичної привабливості регіону для потенційних споживачів регіонального туристичного продукту. Рівень туристичної привабливості визначається ступенем задоволеності споживачів якістю і рівнем регіонального туристичного продукту та унікальністю відчуттів від його споживання. Крім того, туризм не існує сам по собі, він є частиною інших ринків (нерухомості, готельних та ресторанних

послуг, освітніх послуг, медичних послуг, розваг та ін.), тренди розвитку яких необхідно враховувати. Таким чином, за маркетинговим підходом, туристично-рекреаційна привабливість регіону визначається сукупністю стійких уявлень та вражень туриста чи рекреанта про умови, властивості, ознаки, характеристики, можливості та обмеження, які дозволяють використовувати дану територію з туристичними, оздоровчими, пізнавальними цілями та які формують ставлення цільових аудиторій до конкретного регіону.

Важливість підвищення туристичної привабливості регіонів України, окрім грандіозних світових показників оцінки вкладу туризму у процвітання країн та регіонів, засвідчують експертні оцінки, наведені у дослідженні Національного інституту стратегічних досліджень: «При повноцінному розкритті українського туристичного потенціалу надходження до бюджетів усіх рівнів можуть становити приблизно стільки ж (близько 10 млрд. дол. США на рік), скільки отримують країни, співвимірні з Україною за туристично-рекреаційним потенціалом» [32]. Серед низки системних проблем розвитку туристичної та рекреаційної сфери в Україні та її регіонах експерти виділяють недостатність та недоліки у застосуванні маркетингових технологій (реклама, івент-маркетинг, дослідження, комунікації, Інтернет-маркетинг та інші.

Найбільш популярним інструментом територіального маркетингу є брендинг, мета якого полягає у формуванні цілісного і функціонального образу регіону (історичного, туристичного, культурного, соціального, економічного), «унікального за внутрішнім змістом і оригінального за виконанням, що має особливу цінність і вирішує всі актуальні завдання та запити цільової аудиторії» [15]. Для підвищення впізнаваності та туристичної привабливості регіону саме процеси формування туристичного бренду стають частиною територіального «розвитку і управління стратегією і маркетингом» [3].

Привабливість дозволяє оцінити вплив територіальних внутрішніх сил (пропозиція) на зовнішні сили (попит), і навпаки, оскільки між ними існує

зворотний зв'язок. Туристична привабливість в якості вимірювального приладу системи туризму, може краще висловити відносини між «можливим» та «існуючим», так само як і між існуючим» і «тим, що споживається» [9]. Для формулювання профілю туристичної/рекреаційної привабливості регіону доцільно провести польове маркетингове дослідження, а в анкеті внести орієнтовний перелік питань:

- Скільки на певній території наземних атракцій (ліси, гори, скали, долини, пляжі, печери, рослинний і тваринний світ тощо)? Яка їхня доступність для туристів? Якою популярністю вони користуються (місцевою, регіональною, державною, міжнародною)?

- Скільки на певній території є водних атракцій (річки, озера, джерела, болота, водосховища, заплави, водоспади тощо)? Яка їхня доступність для туристів? Якою популярністю вони користуються (місцевою, регіональною, державною, міжнародною)?

- Як оцінюється екологічний, естетичний стан і безпека наявних природних пам'яток?

- Скільки на певній території є пам'яток створених людиною? природні об'єкти (заповідники, заказники, ландшафтні парки, природні маршрути тощо); об'єкти архітектури (фортифікаційні споруди, хрести, церкви, костели, кладовища, пам'ятники, місце народження відомих діячів, палаци, стильні будинки, регіональна забудова тощо); культурні події (фестивалі, покази, прем'єри, виставки творів мистецтва, антикваріату, коней, собак, ярмарки, презентація народних фольклорних колективів, церковні свята, релігійні торжества, паломництва, концерти, сільські забави, дискотеки, музичні конкурси, спортивні змагання, ремісничі майстер класи); атракції рекреації (рибалка, серфінг, плавання, підводне полювання, сплави, байдарках, катамаранах, катання на водних лижах, верхова їзда, піші та велосипедні

прогулянки, збирання лісових ягід і грибів, спостереження за природою, розваги для дітей).

- Якою є доступність до пам'яток? (дуже гарна, добра, погана)?
- Якою популярністю вони користуються (місцевою, регіональною, державною, міжнародною)?
- Які з наявних пам'яток можуть виявитися важливими, якщо мова йде про зацікавленість туристів?
- Яким є рівень розвитку інфраструктури сфери послуг села та найближчих населених пунктів, яка служить як туристам, так і місцевим жителям: готелі (кількість місць), агросадиби (без харчування, з харчуванням, кількість місць), ресторани / кафе (кількість місць), кемпінгів (приватні, орендовані, державні, кількість місць); місця рекреації (санаторії, пансіонати); інформаційні центри; заправні станції, автосервіси, прокатні пункти, дорожня служба; банки, банкомати, термінали, обмін валют; дороги та їх позначення, види транспортного сполучення (залізниця, автобуси, маршрутне таксі); каналізація, централізоване газо-, та водопостачання; пункти охорони правопорядку, пожежної безпеки; об'єкти охорони здоров'я, освіти, культури; засоби масової інформації (преса, радіо, телебачення); магазини, ринки; доступ до мобільного зв'язку, Інтернету, зони Wi-Fi та інше.
- Чи є місцеве населення гостинним?
- Чи знає співтовариство, звідки приїжджають туристи в їх село?
- Чи знають односельчани, до кого приїжджають гості?
- Чи є туристи-репітери, які приїжджають неодноразово до певного господарства?
- Чи мали місце конфлікти між сільськими жителями та туристами?
- Чи були міжнаціональні та міжконфесійні конфлікти?
- Які з оцінених агротуристичних пам'яток здатні розвинутиися в найближчі два роки? Чому це може статися?

- Який вид агротуристичних заходів є найважливішим для успішної туристичної діяльності в селі і околиці? Чому?

- Який вид агротуристичних пам'яток гальмує розвиток туризму? З яких причин це відбувається?

- Що потрібно зробити, щоб обмежити несприятливі фактори розвитку сільського туризму?

- Що буде сприяти якомога ширшому використанні головних туристичних об'єктів?

Підвищення привабливості туристично-рекреаційного комплексу регіону здатне забезпечити додаткові можливості для сталого економічного розвитку та відкриття нових напрямків та сфер прикладання підприємницької активності місцевого населення.

При розробці стратегічних регіональних програм розвитку туризму та підборі інструментів їх реалізації доцільно застосовувати маркетинговий підхід, який передбачає чітку диференціацію регіону (відносно інших регіонів) для виявлення та/або створення унікальних рис, властивостей та умов. За маркетинговим підходом, туристично-рекреаційна привабливість регіону визначається сукупністю стійких уявлень та вражень туриста чи рекреанта про умови, властивості, ознаки, характеристики, можливості та обмеження, які дозволяють використовувати дану територію з туристичними, оздоровчими, пізнавальними цілями та які формують ставлення цільових аудиторій до конкретного регіону.

У заключному пункті буде розглянуто обґрунтування основних напрямів підвищення привабливості регіональних культурно-пізнавальних туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародному ринках.

3.2. Обґрунтування основних напрямів підвищення привабливості регіональних культурно-пізнавальних туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародному ринках

Основними напрямками механізму регіонального управління розвитком туризму повинно стати: удосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн із розвиненою туристичною галуззю; створення цільових програм розвитку туризму на рівні регіонів; формування стратегії розвитку туризму та розробка конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети. Було б доцільно створити в регіонах агентство з маркетингу та заохочення інвестицій, яке б підпорядковувалося державним обласним адміністраціям. У цьому агентстві необхідно передбачити відділ з розвитку туризму.

Однак ситуація в більшості регіонів України у сфері туризму на сьогоднішній день потребує державного втручання і реалізації відповідних заходів щодо регулювання, оскільки питання управління туристичною галуззю на місцях вирішує лише один спеціаліст, який має також інші обов'язки, не пов'язані з туристичною сферою. І навіть у регіонах, де в складі обласних держадміністрацій створені структурні підрозділи з туризму (управління або відділи), більшість їх працівників не мають спеціальної туристичної освіти, не завжди чітко усвідомлюють специфіку роботи цієї галузі. Обов'язковість формування структурних підрозділів з туризму в складі облдержадміністрацій має на меті створення ефективної системи управління, яка б сприяла активізації розвитку туристичної індустрії з максимальним використанням наявного природно-рекреаційного потенціалу та культурної спадщини регіону. Найбільш ефективною формою організації туристичної діяльності в сучасних умовах вважається об'єднання туристичних фірм і автоперевізників, страхових

компаній та органів місцевого самоврядування в галузі туризму, в регіональну туристичну корпорацію.

В Україні туристична діяльність перебуває на стадії реформування та розвитку. Наявні туристичні ресурси використовуються не повністю, проте динаміка туристичного ринку України свідчить про тенденції до зростання числа туристів взагалі, а іноземних – зокрема.

Аналіз принципів організації туристичної галузі країн, що мають розвинуту індустрію туризму, доводить необхідність надання державної підтримки розвитку туризму в Україні, зокрема, у сфері інформаційно-рекламної діяльності. Одним із перспективних напрямків стимулювання розвитку туристичної галузі в Україні, збільшення валютних надходжень від туристської діяльності, удосконалення ринкової інфраструктури є, на наш погляд, створення спеціальних економічних зон туристично-рекреаційного типу. Важливою задачею функціонування таких зон має стати забезпечення передумов для поступового поширення найефективніших елементів ринкового механізму із зон на економіку навколишніх регіонів та економіку країни.

Кабінет міністрів України 3 лютого 2021 року затвердив "План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму" [32].

Зокрема, планом передбачено низку заходів у сфері охорони, відродження та ефективного використання об'єктів культурної спадщини, в тому числі, протягом найближчих років будуть відреставровані та відремонтовані пам'ятки культурної спадщини в рамках реалізації програми "Велике будівництво".

Водночас у 2021-2022 роках у сфері охорони культурної спадщини також планувалося:

- затвердити історико-архітектурні опорні плани з визначенням меж і режимів використання історичних ареалів населених місць;
- переглянути перелік об'єктів культурної спадщини, включених до

Попереднього списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО;

- затвердити науково-проектну документацію з визначення меж та режимів використання буферних зон об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (архітектурного ансамблю Резиденція митрополитів Буковини і Далмації, дерев'яних церков карпатського регіону України та Польщі, Геодезичної дуги Струве);

- розробити та запустити інформаційний ресурс культурної спадщини і культурних цінностей.

Крім того, у 2021 році планували розробити Державну цільову програму розвитку внутрішнього та в'їзного туризму "Мандруй Україною".

Протягом 2021-2023 років у галузі туризму також планувалось:

- провести дослідження щодо змін та перспектив розвитку ринку туристичних послуг, вивчення існуючих цільових аудиторій;
- запровадити Єдиний туристичний реєстр – національну систему збору та аналізу туристичних даних;
- створити умови для розвитку конференц-індустрії, зокрема створити Державне конференц-бюро;
- створити і впровадити офіційний багатомовний туристичний портал;
- розвивати туристично-інформаційні центри;
- розвивати і популяризувати в'їзний та внутрішній туризм в рамках проекту "Мандруй Україною";
- "реалізувати проект "Туристичні магніти України".

Значний комплекс заходів в рамках плану спрямований на розвиток креативних індустрій. Зокрема, планувалось розробити Державну цільову національно-культурну програму розвитку народних художніх промислів на 2021-2025 роки.

Протягом 2021-2023 років також планувалось збудувати "Будинок музики", створити центри культурних послуг в територіальних громадах,

розробити концепцію моделі креативних хабів та запровадити пілотний проект щодо створення креативного хабу у Києві, удосконалити механізми фінансування проектів УКФ, стимулювати підготовку місцевих інвестиційних проектів з розвитку культурної інфраструктури тощо.

Оцінку внутрішніх можливостей участі України у міжнародних туристичних відносинах необхідно розглядати через призму природних та людських факторів. Щодо природних факторів, то згідно з переліком культурної спадщини ЮНЕСКО в Україні зосереджена значна кількість всесвітньо визнаних культурних та історичних об'єктів (комплекс “Софія Київська”, Києво-Печерська Лавра, м. Львів та ін.). Не викликає сумнівів багатий природний та культурний потенціал України, який оцінено не лише міжнародними організаціями, але визнано і охороняється постановами та указами органів державної влади. Внутрішні можливості суб'єктивного характеру (людський фактор) залежать, передусім, від політики уряду щодо цього питання, оскільки бурхливий розвиток туристичного підприємництва не викликає сумніву. Внаслідок проведеного дослідження виявлено, що процес участі України у міжнародному в'їзному туризмі та надання туристичного продукту залежить лише від внутрішніх суб'єктивних (людських) факторів, а саме від державного регулювання. Сюди можна віднести такі заходи та рішення:

- спрощення візових та митних формальностей для осіб, що прямують в Україну тільки з туристичними намірами;

- створення передумов для розвитку інфраструктури туристичного сектора (аеропорти, дороги, готельні та розважальні комплекси тощо), де важко обійтися без зарубіжних інвестицій. Таким чином, виникає питання інвестиційного клімату в державі та податкового законодавства;

- належне ліцензування, сертифікація та стандартизація учасників економічних відносин ринку туристичних послуг;

- розробка державних програм підтримки розвитку туризму, що передбачатимуть агітаційну та рекламну роботу у мас-медіа, на міжнародних туристичних форумах та виставках, у мережі Інтернет;

- створення позитивного іміджу регіону та якісного інформаційного середовища [32].

Приклади таких програм демонструють сьогодні країни південної та центральної Європи і показники їх доходів від туризму підтверджують ефективність таких програм.

Таким чином, туристичне підприємництво в Україні постійно зростає, проте більшість його суб'єктів пропонують зарубіжні туристичні продукти та сприяють виїзному туризму, а це спричиняє вплив коштів за кордон. Лише злагоджена та послідовна державна політика спроможна створити передумови для забезпечення України у міжнародних туристичних відносинах. А перспективою подальших досліджень є поглиблене вивчення та обґрунтування можливостей щодо вдосконалення механізмів державного регулювання туризму.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Роль культурно-пізнавального туризму в сучасному світі величезна. Він торкається всіх сфер діяльності суспільства, в тому числі культури, економіки, освіти, соціальних комунікацій, соціально-політичного життя. Культурно-пізнавальний туризм України має виступати в якості інструменту подальшого формування національної ідентичності, а також інструменту «м'якої сили» в формуванні гідного іміджу нашої держави у міжнародному співтоваристві.

2. Культурно-пізнавальний туризм полягає у відвідуванні історичних, культурних або географічних пам'яток. Це наймасовіший вид туризму. Мета таких подорожей – знайомитися з туристичними пам'ятками (пам'ятниками історії; природними та етнічними особливостями; сучасним життям народу).

3. Складність оцінки історико-культурних ресурсів полягає, в першу чергу, в тому, що дослідження повинні включати як матеріальні, так і нематеріальні об'єкти, а це в свою чергу, вимагає різних критеріїв оцінки. Аналіз методик оцінки історико-культурних ресурсів для туризму вказує на існування двох основних підходів: кількісного та якісного.

4. За останні довоєнні роки прослідковувалась позитивна тенденція до збільшення загальної кількості внутрішніх та в'їзних туристів, що відвідали столицю України. Але іноземні та внутрішні туристи надавали перевагу відвідуванню міста Києва, а не Київської області.

5. Загострення кризових явищ, руйнувань інфраструктури у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення регіональної політики, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних механізмів розвитку сфери туризму як високорентабельної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев І. В., Трусова Т. С. Соціально-економічні передумови та наслідки туристичної діяльності. *Бізнесінформ*. 2014. №7. С. 191-195.
2. Барановська Н. М. Національна історико-культурна спадщина в системі історичної пам'яті та викликів сучасної глобалізації. *Hismorical and Culmural Smudies*. 2016. Vol. 3, no. 1. P. 7-12.
3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ "Київський університет", 2001. 395 с.
4. Безручко Л.С. Оцінка історико-культурного потенціалу Турківського району для потреб релігійного туризму. *Туристичними шляхами Прикарпаття: Збірник наукових праць*. Львів: ЛІЕТ, 2012. С. 67-74.
5. Білецька Т., Левкова О., Савчак І. Концепція нової національної культурної політики України. Культурний код Східного партнерства. URL: http://www.kultura.org.ua/wp-content/uploads/FINALConcept_Road-Map-UA_Culture-Coding-EaP.pdf (дата звернення: 10.11.2023).
6. Божук Т.І. Методичні аспекти визначення оцінки сакральних об'єктів для потреб туризму. *Вісник Львівського державного інституту новітніх технологій та управління імені В'ячеслава Чорновола. Серія «Економічні науки»*. 2008. Вип. 3. С. 260-272.
7. Бойко М. Г. Методологічні засади дослідження соціально-економічної цінності туризму. *Бізнесінформ*. 2013. № 7. С. 208-215.
8. Буднікевич І. М., Гавриш І. І., Крупенна І. А. Інструменти підвищення привабливості туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/19.pdf.
9. Буценко О. Культурна інновація України. Модель 21: Творці змін. URL

<http://www.model21.org.ua/files/cultinnovation-Ukraine.doc>.

10. Верховна Рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

11. Вовчок Я. В. Підготовка майбутніх менеджерів до організації етнографічного туризму у вищих навчальних закладах: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Івано-Франківськ, 2016. 20 с.

12. Воловик Л. М. Особливості розвитку рекреаційно-туристичного комплексу Столичного регіону (на прикладі Кивської області). *Географія та туризм*. 2013. Вип. 26. С. 164-173. URL: http://www.nbu.gov.ua/UJRN/gt_2013_26_23.

13. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. URL: <https://unwto.org/>.

14. Ганчук О. В. Методичні прийоми проведення географічних екскурсій у вищій школі. *Педагогіка вищ. та серед. шк.*. 2012. Вип. 36. С. 339-344.

15. Географія. Пізнавальний сайт. URL: http://www.geoknigi.com/view_map.php?id=31.

16. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.

17. Гирич І. Київ: люди і будинки. К.: Либідь, 2016. 432 с.

18. Глібовець В. Л. Суспільно-географічні аспекти дослідження міст як центрів туризму (на прикладі Столичного суспільно-географічного району) [Текст]: автореферат... канд. географічних наук, спец.: 11.00.02 – економічна та соціальна географія. К. : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2011. 24 с.

19. Головне управління статистики в Київській області. Офіційний сайт. URL: <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua/>.

20. Головне управління статистики у м. Києві. URL: <http://www.kyiv.ukrstat.gov.ua/>.

21. Господарський кодекс України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 2003. №18, №19-20, №21-22. Ст.144. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

22. Готельний ринок оговтується від пандемії: скільки нових готелів відкриється у Києві. URL: <http://100realty.ua/uk/articles/oglyad-rinku-goteliv-kyeva-zapovnyuvanist-zrosla-scherez-vidkladeniy-popit-ale-vse-odno>.

23. Грабар М. Системний розвиток туризму та рекреації у регіоні: автореф. дис. ... канд. екон. наук :08.00.05. Івано-Франківськ, 2016. 20 с.

24. Державне агенство розвитку туризму. URL: <http://www.tourism.gov.ua/about-dart>.

25. Державний реєстр національного культурного надбання. URL: <https://data.gov.ua/dataset/014aba3a-63ed-4edf-b6b1-b26f1ad29953>.

26. Донцов О. О., Трюхан М. О. Історико-культурна спадщина – чинник культурних змін та розвиток туристичної галузі. *Проблеми безперервної географічної освіти та картографії*. 2009. Вип. 10. С. 76-80.

27. Економіка та менеджмент міжнародного туризму: навчальний посібник / Джинджоян В.В., Корнєєв М.В., Ходак О.В., Набаба Н.О. К.: Видавництво “Каравела”, 2024. 37 с.

28. Євтушенко О.В., Курінна А.Т. Роль туризму в розвитку національної економіки України. *Бізнесінформ*. 2018. №11. С. 249-257.

29. Інвестиційний паспорт. Київська область. К. 2012. 46 с.

30. Історія Київського університету: монографія / І. В. Верба, О. В. Вербовий та ін.; кер. авт. кол. В. Ф. Колесник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. 895 с.

31. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.

32. Кабмін затвердив план з розвитку туризму в Україні на найближчі роки. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rozvitok-turizmu-v-ukrajini-2021-plan-zahodiv-z-rozvitku-turizmu-i-kreativnih-industriy-v-ukrajini-novini-11309141.html>.

33. Київська обласна державна адміністрація. URL:

<http://koda.gov.ua/kiiivsnnina/pro-obblast/pasport-kyuivskoyi-oblasti>.

34. Київ. Офіційний туристичний сайт міста. URL: <http://kyivcitytravel.com.ua/akademiya-gostynnosti>.

35. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник / Київ: Знання. 2010. 502 с.

36. Кіптенко В. К. Продукт туристичної території. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 9. С. 119-124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_9_24.

37. Клапчук О.О. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області: монографія. Львів; Івано-Франківськ: Фоліант, 2012. 192 с.

38. Колєда Н. Система управління сферою туризму в умовах децентралізації влади в Україні. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2018. Вип. 4 (39). С. 95-103.

39. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.

40. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: Навч. посіб. Київ: Знання, 2009. 248 с.

41. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 271 с.

42. Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід: монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 254 с.

43. Куріна В. Культурно-пізнавальні можливості етнічного туризму. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/kurina.htm.

44. Леонт'єва Ю. Ю., Тімощенкова О. О. Регіональна туристична дестинація та її соціально-економічний розвиток. *Бізнесінформ*. 2013. № 6. С. 165-170.

45. Логвин М.М., Карпенко Н.М., Шуканов П.В. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації. *Східна*

Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. №4. С. 393-399.

46. Мацола В.І. Рекреаційно-туристський комплекс України: монографія. Львів: ІРД НАН України, 1997. 259 с.

47. Миколаєнко Т. З любов'ю та великою вірою. *Київщина*. 2011. № 5. С. 35.

48. Мельниченко С.В., Ведмідь Н.І. Менеджмент підприємства туристичної індустрії: Навч.-метод. посіб. К.: КНТЕУ, 2005. 217 с.

49. Мітюк О.В. Оцінка привабливості туристичних об'єктів і територій Столичного регіону. URL: <http://www.irvis-pviv.gov.ua>.

50. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скляра. Полтава: ПУЕТ, 2015. 372 с.

51. Нагребельна М. Готельна нерухомість в Україні: підсумки 2021 року / Property Times. 25.01.2022. URL: http://propertytimes.com.ua/itogi_goda/gotelna_nerukhomist_v_ukrayini_pidsumki_2021_roku:текст24153).

52. Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав». URL: <http://www.niez.com.ua>.

53. Омельченко Т. В., Карпенко Н. М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Київській області. *Туризм і молодь – 2021*: матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 21 грудня 2021 року) / за заг. ред. Г. П. Скляра та Ю. В. Карпенка. Полтава : ПУЕТ, 2022. С. 58-62.

54. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство. Навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2003. 352 с.

55. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Випуск 43. Ч. 1. С. 233-242.

56. Перелік об'єктів культурної спадщини національного значення, які заносяться до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Додаток до

постанови Кабінету Міністрів України від 3 вересня 2009 р. № 928. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/239966145>.

57. План заходів з реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Київської області на 2021-2027 роки. URL: <https://koda.gov.ua/kiivshhina/rozvytok-regionu/strategiya-rozvytku/>.

58. Податковий кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. Ст.112. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

59. Поливач К. А. Історико-культурна спадщина як фактор розвитку регіонів та населених міст України [Текст]. *Український географічний журнал*. 2005. № 1. С. 55-62.

60. Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей : Закон України від 21 верес. 1999 р. № 1068-XIV. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 48. Ст. 405.

61. Програма розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки. URL: <https://kor.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/Dodatok-48.pdf>.

62. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.

63. Про захист прав споживачів: Закон України. *Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР)*. 1991. № 30. ст.379. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.

64. Про культуру: Закон України від 14 груд. 2010 р. № 2778-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 24. Ст. 168.

65. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2015. № 23. Ст.158. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>.

66. Про музеї та музейну справу : Закон України від 29 черв. 1995 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. Ст. 191.

67. Про основи містобудування: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1992. № 52. Ст. 683. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2780-12#Text>.

68. Про охорону археологічної спадщини. Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2004. № 26, ст.361). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1626-15#Text>.

69. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 8 черв. 2000 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 39. Ст. 333.

70. Про Перелік пам'яток культурної спадщини, що не підлягають приватизації. Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2009, № 8, ст.105). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/574-17#Text>.

71. Про туризм: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. №31. Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

72. Про центральні органи виконавчої влади: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2011, № 38, ст.385. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3166-17#Text>.

73. Романова А. Столиця України як перспективний ринок в'їзного туризму. *Вісник ХНУ им. В. Н. Каразіна*. 2018. № 8. С. 185-196. URL: <http://international-relationstourism.karazin.ua/themes/irtv/resources/ce31d56ecda6e08f06621654f20e2d79.pdf>.

74. Сировець С. Ю. Територіальна організація туристичного процесу Столичного регіону. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 12. С. 59-64.

75. Статистичний щорічник України за 2021 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2022. 447 с.

76. Статистичний щорічник України за 2022 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2023. 387 с.

77. Стратегія розвитку Київської області на 2021-2027 роки. URL: <https://koda.gov.ua/kiiivshhina/rozvytok-regionu/strategiya-rozvytku/>.

78. Стратегія розвитку м. Києва до 2025 р. URL: www://dp.kga.gov.ua/uk/strategichna-initsiativa-dniprovskaperlina/strategiyarozvitku-m-kieva-do-2025-r.

79. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р URL: www://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017.

80. Тарутінова І. Історія Києва в цифрах / Культурна спадщина Києва: дослідження та охорона історичного середовища. К.: АртЕк, 2003. С. 5-7.

81. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. 448 с.

82. Туристична діяльність в Україні у 2020 році. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm.

83. Туристична Київщина в смартфоні: з'явився сайт з віртуальними турами найцікавішими пам'ятками області. URL: [//www.unian.ua/tourism/news/10804238-turistichna-kijivshhina-v-smartfoni-z-yavivsyasayt-z-virtualnimi-turami-naucikavishnimi-pam-yatkami-oblasti.html](http://www.unian.ua/tourism/news/10804238-turistichna-kijivshhina-v-smartfoni-z-yavivsyasayt-z-virtualnimi-turami-naucikavishnimi-pam-yatkami-oblasti.html).

84. Удовік С. Київ. Фотокнига. Серія «Міста України». К.: Ваклер, 2011. 128 с.

85. Химинець В. В., Цімболинець Г. І. Історико-культурна спадщина як чинник стимулювання економічного розвитку регіону. *Регіональна економіка*. 2020. №3. С. 57-64.

86. Чернишевич О. Київ як історико-культурний центр на межі тисячоліть. *Історико-культурний туризм: український та світовий досвід*. Збірник

матеріалів Міжнародної наукової конференції (Київ, 5 квітня 2019 р.) / Редкол.: О. П. Реєнт (голова), В. П. Капелюшний, І. К. Патриляк, О. П. Гончаров, Н. В. Терес. К.: «Фоліант», 2019. С. 294-299.

87. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. №435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №№ 40-44. С. 283.

88. Циватий В. Г., Громико О. А. Поліцентричність сучасного світоустрою: мегатренд ХХІ століття: (інституційний контекст). *Зовнішні справи*. 2014. № 8. С. 26–29.

89. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: навчальний посібник. Чернівці: Книга- ХХІ, 2007. 292 с.

90. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм. *Соціальний ареал життя особистості*. К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. С. 196–208.

91. Якименко-Терещенко Н.В., Мірко Н.В., Моца А.А. Розвиток індустрії туризму у повоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск № 44.

92. Якименко-Терещенко Н. В., Побережна Н. М., Жань Хо. Визначення проблем розвитку готельно-ресторанного бізнесу на основі фінансово-статистичної області. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/13.pdf.

93. Pro-Consulting (аналітика ринків, фінансовий консалтинг). URL: <http://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elitnyh-gostinic-v-odesse-2019-god>.

94. The UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. Adopted by the 31st Session of the General Conference of UNESCO. Paris, 2 November 2001.

95. World Travel and Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Соціально-економічне значення туризму

Таблиця А.1

Позитивний та негативний вплив важливих соціально-економічних аспектів, пов'язаних з розвитком туризму [89]

Позитивні наслідки	Негативні наслідки
1. Сприяння економічному розвитку країн та регіонів	
Туризм став невід'ємною частиною економіки багатьох країн, що розвиваються, і одним із найважливіших джерел валюти.	Туризм – сфера економіки, яка підпадає під кризи. Для багатьох країн, що розвиваються, не має суттєвого значення.
Збільшення притоку іноземної валюти.	Для «приймаючих» сторін небезпечні туристичні моноструктури, оскільки туризм підпадає під дуже сильні флуктації попиту.
2. Надходження твердої валюти в країну/регіон	
Ефект мультиплікатора	Доходи від туризму у твердій валюті нерідко сильно завищені через великі потреби в імпорті товарів і послуг («відплив» несприятливий нетто-баланс)
3. Ріст добробуту місцевого населення	
Туризм має широкі зв'язки з іншими сферами економічної діяльності, а отже, непрямо впливає на створення робочих місць і доходи. Дієва боротьба з бідністю.	Створення дисбалансу, підвищення цін на внутрішньому ринку.
Залучення інвестицій, розширення сектора послуг, підвищення ступеня диверсифікації економіки.	Виникнення економічної нерівності.
Розвиток більш сучасної інфраструктури, яка використовується не тільки туристами, але й місцевими жителями.	
4. Створення робочих місць	
Сьогодні туризм – одна із сучасних індустрій із найбільш високими можливостями створення робочих місць (у зв'язку з орієнтацією на сервіс, туризм важко «автоматизувати»).	Туризм створює здебільшого низькооплачувані, сезонні робочі місця, які не дають можливості для росту кваліфікації. Кваліфіковані робочі місця часто недоступні для сільського населення, в нього не вистачає вмінь та фінансових можливостей, щоб незалежно вести бізнес.
Велика кількість створюваних робочих місць для працівників із низькою кваліфікацією не завжди є негативним фактором, оскільки вони заповнюються	«Імпорт» управлінського персоналу.

Продовження таблиці А.1

місцевими жителями без високого освітнього рівня.	
Туризм також створює частину кваліфікованих робочих місць для виконання різних завдань (гіди, менеджери у сфері туризму та охорони природи).	
5. Вплив на сферу культури	
Сприяння взаєморозумінню між народами і «модернізації».	Руйнування культурних цінностей, що склалися (ріст злочинності, проституції).
Посилення культурної самосвідомості місцевого населення.	Комерціалізація традиційних культурних цінностей.
Привернення уваги до проблем третього світу.	Ізольованість туристичних центрів від реального життя приймаючих сторін.

Додаток Б.
Історико-культурні ресурси

Таблиця Б.1

Бальна шкала оцінок історико-культурних туристичних ресурсів [42]

№з/ п	Групи і підгрупи об'єктів	Оцінка, бали
I. Археологічні об'єкти		
1.1.	Території первісного заселення	1
1.2.	Стоянки, поселення	2
1.3.	Кургани	3
1.4.	Древні городища (прості)	4
1.5.	Древні городища – складні (з декількома лініями оборони, дитинцем і довколишнім містом)	5
II. Меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно- визвольними змаганнями, війнами і бойовими діями та культурними традиціями		
2.1.	Пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, національно- визвольними змаганнями, бойовими традиціями, що підтверджуються історичними джерелами	1
2.2.	Окремі пам'ятки, меморіальні дошки, пам'ятні знаки простих форм	2
2.3.	Окремі пам'ятки, меморіальні дошки, що мають високу мистецьку цінність	3
2.4.	Групи пам'яток, меморіальні, парки, споруди, дошки, пам'ятні знаки простих форм	4
2.5.	Група пам'яток, меморіальні музеї, парки, споруди та пам'ятні знаки, що мають високу мистецьку цінність	5
III. Пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури		
3.1.	Пам'ятні місця, пов'язані з учасниками історичних подій національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що підтверджуються історичними джерелами	1
3.2.	Окремі пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури спрощені (з обмеженою інформацією)	2
3.3.	Окремі пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що мають високу мистецьку цінність	3
3.4.	Групи пам'ятників учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури простих форм (з обмеженою інформацією)	4
3.5.	Групи пам'ятників учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що мають високу мистецьку цінність	5
IV. Пам'ятки архітектури (громадська архітектура, промислова архітектура, архітектурні монументи) та містобудування		
4.1.	Фрагменти архітектурних споруд	1
4.2.	Середньої збереженості архітектурні споруди	2
4.3.	Добре збережені архітектурні споруди	3
4.4.	Реставровані пам'ятки архітектури без музейної експозиції	4
4.5.	Пам'ятки архітектури з музейною експозицією	5
V. Пам'ятники оборонного будівництва (укріплення, замки із бастіонними укріпленнями, монастирі, найновіші фортифікаційні споруди XIX-XX ст.)		
5.1.	Частково збереженні елементи оборонних споруд	1
5.2.	Середньої збереженості елементи оборонних будівель або окремих архітектурних комплексів	2
5.3.	Повністю збережені елементи або окремі комплекси пам'яток оборонного будівництва	3
5.4.	Реставровані пам'ятки оборонного будівництва без музейної експозиції	4
5.5.	Добре збережені і оновлені пам'ятки оборонного будівництва з музейною експозицією	5

VI. Сакральні споруди або культові споруди (церкви, костели, синагоги тощо)		
6.1.	Фрагменти культових споруд	1
6.2.	Окремі культові різностильові споруди	2
6.3.	Комплекс культових різностильових споруд	3
6.4.	Окремі культові стильові споруди	4
6.5.	Комплекс культових стильових споруд	5
VII. Пам'ятки народної архітектури (поселення, двори, господарські і житлові будівлі, дерев'яні церкви та ін.).		
7.1.	Окремі будівлі з елементами народної архітектури	1
7.2.	Окремі будівлі, що є пам'ятниками народної архітектури	2
7.3.	Окремі садиби – пам'ятки народної архітектури	3
7.4.	Окремі вулиці, або групи будівель, що є пам'ятниками народної архітектури	4
7.5.	Поселення, що визнані як пам'ятники народної архітектури, або спеціально зведені (музеї під відкритим небом)	5
VIII. Громадські споруди (народні школи, народні дома, шпиталі, корчми, млини)		
8.1.	Частково збережені елементи громадських споруд	1
8.2.	Середньої збереженості елементи громадських споруд	2
8.3.	Повністю збережені елементи громадських споруд	3
8.4.	Реставровані пам'ятки громадських споруд	4
8.5.	Добре збережені пам'ятки громадських споруд	5
IX. Палацово-паркові ансамблі		
9.1.	Окремі залишки палацово-паркових ансамблів	1
9.2.	Окремі фрагменти палацово-паркових ансамблів	2
9.3.	Упорядковані фрагменти палацово-паркових ансамблів	3
9.4.	Добре збережені палацово-паркові ансамблі	4
9.5.	Добре збережені і впорядковані палацово-паркові ансамблі	5
X. Сучасні пам'ятки архітектури		
10.1.	Окремі пам'ятки архітектури, що збудовані з використанням сучасних будівельних матеріалів, технологій, композиційних вирішень	3
10.2.	Окремі сучасні пам'ятки архітектури, що зведені з використанням найновіших технічних засобів	4
10.3.	Група сучасних пам'яток архітектури, що зведені з використанням найновіших технічних засобів	5
XI. Пам'ятки професійних художніх промислів		
11.1.	Наявність музейних експозицій, що побудовані на базі зібраних зразків фахових народних майстрів	3
11.2.	Наявність окремих майстрів з експозицією власних творів	4
11.3.	Наявність декількох професійних майстрів та музейних експозицій, складених із художніх творів фахових майстрів	5
XII. Пам'ятки народних художніх промислів (ткацтво, килимарство, вишивка, художня обробка шкіри, художнє плетіння, деревообробка, гончарство)		
12.1.	Наявність музейних експозицій, що побудовані на основі зібраних зразків народних умільців	3
12.2.	Наявність окремих народних умільців з експозицією власних творів	4
12.3.	Наявність декількох народних умільців та музейних експозицій, складених із художніх творів народних умільців	5
XIII. Пам'ятки музейної культури		
13.1.	Індивідуальні музейні експозиції	3
13.2.	Відомчі музеї пам'яток матеріальної культури	4
13.3.	Етнографічні музеї, музеї народної архітектури і побуту	5
XIV. Пам'ятки фольклору		
14.1.	Наявність окремих традицій, що збереглися у родинному і громадському побуті	3
14.2.	Поширення окремих жанрів, або видів фольклору	4
14.3.	Наявність різножанрового та різновидового складу фольклору	5

Таблиця Б.2

Перелік пам'яток культурної спадщини Київської області, що не
підлягають приватизації, за [56]

Баришівський район				
Курган “Могила”	III тисячоліття до нашої ери - I тисячоліття	с. Поділля	—”—	100001-Н
Біла Церква				
Городище літописного міста Юр’єва	IX-XIII століття	Замкова гора	—”—	100002-Н
Бориспільський район				
Курган “Глушевська Могила”	III тисячоліття до нашої ери - I тисячоліття	с. Любарці	пам’ятка археології	100003-Н
Броварський район				
Городище	IX століття до нашої ери - IV століття	с. Літочки	—”—	100004-Н
Васильківський район				
Городище літописного міста Василюва	IX століття до нашої ери - IV століття, IX-XIII століття	м. Васильків	—”—	100005-Н
Садина співака І. С. Козловського	кінець XIX - початок XX століття	с. Мар’янівка, вул. Шкільна, 3	пам’ятка історії	100006-Н
Вишгородський район				
Городище літописного міста Вишгорода	IX-XIII століття	м. Вишгород	пам’ятка археології	100007-Н
Пам’ятник-музей визволителям м. Києва від фашистських загарбників в 1943 році	1958 рік, 1980 рік	с. Нові Петрівці	пам’ятка історії, монументального мистецтва	100008-Н
Кагарлицький район				
Городище літописного міста Чучина	IX-XIII століття	с. Балико-Щучинка	пам’ятка археології	100009-Н
Городище “Іван Гора” – залишки літописного міста	—”—	смт Ржищів	—”—	100010-Н

Івана				
Києво-Святошинський район				
Городище літописного міста Білгорода і могильник	—”—	с. Білогородка	—”—	100011-Н
Городище “Велике Ходосівське”	IX століття до нашої ери - IV століття	між селами Круглик, Ходосівка та Іванковичі (Васильківський район)	—”—	100012-Н
Городище	—”—	с. Хотів	—”—	100013-Н
Обухівський район				
Городище літописного міста Святополча	IX-XIII століття	с. Витачів	—”—	100014-Н
Городище літописного міста Тумаща	—”—	с. Старі Безрадиці	—”—	100015-Н
Городище літописного міста Треполя	—”—	с. Трипілля	—”—	100016-Н
Городище літописного міста Халепа	—”—	с. Халеп’я	—”—	100017-Н
Переяслав-Хмельницький район				
Літописне місто Переяслав – столиця Переяславського князівства	IX-XIII століття	м. Переяслав-Хмельницький	пам’ятка археології	100018-Н
Пам’ятне місце, де відбувалася Переяславська рада	1654 рік, 1961 рік	—”—	пам’ятка історії	100019-Н
Рокитнянський район				
Городище літописного міста Торчеська	IX-XIII століття	с. Ольшаниця	пам’ятка археології	100020-Н
Курган “Гайдамацька Могила”	III тисячоліття до нашої ери - I тисячоліття	с. Острів	—”—	100021-Н
Сквирський район				
Археологічний комплекс: городище літописного міста Бакожина, поселення і	IX-XIII століття	с. Буки	—”—	100022-Н

МОГИЛЬНИК				
Тетіївський район				
Курганний могильник	IX століття до нашої ери - IV століття	с. Черепин	—”—	100023- Н
Фастівський район				
Могила композитора К. Г. Стеценка	1922 рік	с. Веприк	пам'ятка історії	100024- Н
Малополовецький археологічний комплекс	IV- II тисячоліття до нашої ери, VII -V століття, III-IV століття, XI-XIII століття, XVII- XIX століття	с. Малополовецьке	пам'ятка археології	100025- Н
Городище	IX століття до нашої ери – IV століття	с. Млинок	—”—	100026- Н
Яготинський район				
Курганний могильник	IX-XIII століття	с. Ничопорівка	—”—	100027- Н
Садина майстра народно- декоративного живопису К. В. Білокур	перша половина XX століття	с. Богданівка, вул. К. Білокур	пам'ятка історії	100028- Н
Могила майстра народно- декоративного живопису К. В. Білокур	1961 рік	с. Богданівка		

Додаток В.

Оцінка розвитку культурно-пізнавального туризму

Таблиця В.1

SWOT-аналіз Київської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
Розміщення на перехресті міжнародних транспортних сполучень. Транспортна доступність і транспортна інфраструктура. Унікальні туристичні об'єкти, природні багатства (водойм, зелених масивів). Достатньо розвинена туристична інфраструктура (готелі і хостели, ресторани, музеї). Цінова доступність і різноманітність пропозицій для різних категорій туристів. Розвиток унікальних гастрономічних об'єктів в області. Ресурси для розвитку медичного туризму. Розгалужена мережа навчальних закладів з підготовки кадрів для туризму. Висока частка економічно активного населення. Мобільне населення. Високий національно-патріотичний потенціал. Велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини. Розвинута мережа навчальних закладів.	Непривабливий вигляд, та руйнування багатьох архітектурних споруд. Неможливість використання потенціалу водойм регіону, малих річок і ставків. Одноманітність туристичних послуг, вузька спрямованість атракцій, які б приваблювали туристів. Недостатня промоція регіону, туристично привабливих заходів протягом року, зокрема через мережу Інтернет. Нерозвинена велосипедна інфраструктура регіону (велодоріжки, прокатні станції). Недостатня координація дій обласної і міських інституцій у розвитку туристичної сфери. Недостатня співпраця туристичного бізнесу з місцевою владою. Відсутність єдиної стратегії, бачення розвитку туристичної галузі. Відсутність візуальної ідентифікації та брендування області. Недостатня кількість та якість путівників, (зокрема іншомовних), карт з інформацією про туристичні об'єкти. Нестача в музеях інтерактивних і інноваційних експозицій з використанням цифрових технологій. Неналежний стан облаштування туристичних об'єктів (відсутність громадських вбиралень, вказівників). Недостатність супутніх послуг, відсутність якісних місць продажу сувенірів. Недостатня адаптованість професійної освіти в туризмі до потреб ринку. Відтік працівників туристичної сфери та низька якість обслуговування. Майже повна відсутність параінфраструктури (для маломобільних груп населення). Низька адаптованість туристичних об'єктів і продуктів для іноземного споживача, нестача фахових екскурсоводів. Відсутність бомбосховищ на більшості туристичних локацій.

Можливості	Загрози
Ріст ринку внутрішнього туризму. Розширення переліку країн з безвізовим в'їздом в Україну. Включення Київської області до загальнодержавних туристичних маршрутів, що промотуються на міжнародних виставках. Збільшення зацікавленості у відвідуванні батьківщини в емігрантів і їх нащадків. Залучення грантових програм до розвитку туристичної сфери міста. Активізація співпраці з міжнародними партнерами (міста-побратими, міжнародні турагенства, закордонні дипломатичні установи) та закордонними установами України. Включення територій зони відчуження в туристичну діяльність. Підняття якості товарів та послуг до європейських стандартів. Удосконалення телекомунікацій.	Військові дії. Затяжна економічна криза та зміна структури ринку внаслідок пандемії та війни. Нестабільність національної валюти, пришвидшення інфляційних процесів, що не компенсуються зростанням економіки. Відсутність доступу до «дешевих» кредитів. Перепідпорядкування туристичної сфери з одного міністерства до іншого, бездіяльність центрального органу у зв'язку з цим. Ускладнення стосунків з ключовими закордонними партнерами. Підвищення рівня конкуренції з іншими областями України, зокрема, Львівською, Івано-Франківською, Тернопільською та Чернівецькою областями.

Додаток Г.
Туристична діяльність у Київській області

Таблиця Г.1

Кількість туроператорів та турагентів за регіонами, складено за [76, 82]

								(од)
	2019				2020			
	Кількість туроператорів та турагентів - юридичних осіб	З них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців	Кількість туроператорів в та турагентів - юридичних осіб	З них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців
		туропе-ратори	турагенти			туропе-ратори	турагенти	
Україна	1797	538	1259	2644	1561	452	1109	2306
Вінницька	23	6	17	64	19	6	13	60
Волинська	18	4	14	71	13	2	11	57
Дніпропетровська	111	15	96	318	109	15	94	322
Донецька	29	3	26	65	26	2	24	56
Житомирська	16	3	13	50	16	3	13	43
Закарпатська	29	12	17	55	22	9	13	50
Запорізька	61	3	58	85	57	4	53	90
Івано-Франківська	29	8	21	88	25	7	18	79
Київська	48	6	42	175	47	10	37	173
Кіровоградська	14	–	14	54	13	-	13	44
Луганська	7	–	7	37	6	-	6	31
Львівська	134	61	73	225	97	38	59	168
Миколаївська	21	3	18	63	20	1	19	69
Одеська	120	13	107	141	92	12	80	102
Полтавська	14	–	14	136	14	-	14	110
Рівненська	27	3	24	80	28	2	26	74
Сумська	18	3	15	86	17	2	15	68
Тернопільська	18	7	11	67	14	4	10	51
Харківська	85	8	77	168	84	7	77	150
Херсонська	10	2	8	63	8	1	7	46
Хмельницька	21	2	19	57	18	1	17	45
Черкаська	27	7	20	83	20	6	14	79
Чернівецька	35	7	28	42	28	6	22	27
Чернігівська	17	1	16	40	18	1	17	39
м.Київ	865	361	504	331	750	313	437	273

Таблиця Г.2

Кількість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами, у 2020 році за регіонами, за [82]

	Кількість туристичних пакетів, усього	У тому числі реалізованих				
		іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	туристам, усього	з них		
				внутрішнім туристам для подорожі по Україні	виїзним туристам для подорожі за кордон	в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні
Україна	1225131	320654	904477	141998	751842	10637
Вінницька	4121	–	4121	2937	1184	–
Волинська	1384	104	1280	101	1160	19
Дніпропетровська	12041	3	12038	1606	10432	–
Донецька	4499	–	4499	1427	3072	–
Житомирська	2215	20	2195	115	2080	–
Закарпатська	4304	–	4304	2036	2268	–
Запорізька	10855	1	10854	4674	6169	11
Івано-Франківська	53365	36	53329	50012	1748	1569
Київська	7349	123	7226	344	6836	46
Кіровоградська	1038	–	1038	11	1027	–
Луганська	334	–	334	4	330	–
Львівська	42970	9106	33864	16044	17560	260
Миколаївська	2005	–	2005	135	1870	–
Одеська	10421	2	10419	1505	8769	145
Полтавська	1388	–	1388	121	1267	–
Рівненська	2530	151	2379	705	1673	1
Сумська	3496	–	3496	2168	1328	–
Тернопільська	816	–	816	15	801	–
Харківська	10017	77	9940	2648	7290	2
Херсонська	2152	–	2152	1823	329	–
Хмельницька	3497	360	3137	371	2766	–
Черкаська	1092	–	1092	456	636	–
Чернівецька	2836	–	2836	102	2734	–
Чернігівська	2379	–	2379	90	2289	–
м.Київ	1038027	310671	727356	52548	666224	8584

Таблиця Г.3

Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2020 році, осіб, за [82]

	Кількість туристів, усього	У тому числі за метою поїздки					
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші
Україна	1957410	59627	1871767	14603	1165	4557	5691
Вінницька	7936	–	7936	–	–	–	–
Волинська	2726	–	2657	69	–	–	–
Дніпропетровська	22611	64	22156	283	108	–	–
Донецька	10324	–	10312	10	2	–	–
Житомирська	5052	–	5052	–	–	–	–
Закарпатська	7893	–	7893	–	–	–	–
Запорізька	17984	450	17047	487	–	–	–
Івано-Франківська	54864	55	54805	4	–	–	–
Київська	14086	4897	8587	495	15	92	–
Кіровоградська	1937	–	1924	13	–	–	–
Луганська	404	–	402	2	–	–	–
Львівська	52690	125	41118	11447	–	–	–
Миколаївська	2890	–	2888	2	–	–	–
Одеська	14948	1141	13703	10	67	–	27
Полтавська	2660	24	2636	–	–	–	–
Рівненська	5186	–	5186	–	–	–	–
Сумська	4199	1755	2440	4	–	–	–
Тернопільська	2318	–	2318	–	–	–	–
Харківська	18164	18	18091	55	–	–	–
Херсонська	2426	–	2426	–	–	–	–
Хмельницька	5312	–	5311	1	–	–	–
Черкаська	1811	–	1809	2	–	–	–
Чернівецька	4555	24	4504	7	20	–	–
Чернігівська	4383	–	4383	–	–	–	–
м.Київ	1690051	51074	1626183	1712	953	4465	5664

Таблиця Г.4

Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, у 2020 році за регіонами, за [82]

	Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, усього	У тому числі до туристичних пакетів, реалізованих				
		іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	туристам, усього	з них		
				внутрішнім туристам для подорожі по Україні	виїзним туристам для подорожі за кордон	в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні
Україна	11998352	2846579	9151773	706448	8413407	31918
Вінницька	40853	–	40853	18542	22311	–
Волинська	23407	1290	22117	1210	20713	194
Дніпропетровська	179719	38	179681	18707	160974	–
Донецька	41671	–	41671	7640	34031	–
Житомирська	29972	91	29881	493	29388	–
Закарпатська	52780	–	52780	9715	43065	–
Запорізька	128423	7	128416	47723	80657	36
Івано-Франківська	125826	407	125419	104675	18187	2557
Київська	99132	4600	94532	3218	91142	172
Кіровоградська	11935	–	11935	114	11821	–
Луганська	3189	–	3189	34	3155	–
Львівська	424240	76590	347650	184149	161014	2487
Миколаївська	21120	–	21120	951	20169	–
Одеська	100480	14	100466	14666	85537	263
Полтавська	16225	–	16225	1206	15019	–
Рівненська	43165	453	42712	10394	32315	3
Сумська	19678	–	19678	4135	15543	–
Тернопільська	15604	–	15604	855	14749	–
Харківська	126745	1970	124775	12307	112430	38
Херсонська	16181	–	16181	12520	3661	–
Хмельницька	23143	360	22783	1037	21746	–
Черкаська	8685	–	8685	1092	7593	–
Чернівецька	30815	–	30815	2056	28759	–
Чернігівська	35780	–	35780	1200	34580	–
м.Київ	10379584	2760759	7618825	247809	7344848	26168

