

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання денна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

М. М. Логвин

„_____” _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ
У КИЇВСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ”***

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

Виконавець роботи Архипюк Сергій Сергійович

(підпис, дата)

Науковий керівник к. геогр. н., доц. Логвин Михайло Михайлович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ	6
1.1. Зміст територіальної організації туристичного процесу в регіоні.....	6
1.2. Роль агломерації в системі територіальної організації туризму	15
1.3. Чинники розвитку туристичного господарства в регіоні	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГЕОПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБ’ЄКТІВ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У КИЇВСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ.....	35
2.1. Загальна оцінка розвитку туризму і рекреації у Київській агломерації	35
2.2. Оцінка розвитку закладів розміщення в Київській агломерації	56
2.3. Стан розвитку санаторно-курортних закладів	64
РОЗДІЛ 3. ПОВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У КИЇВСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ.....	73
3.1. Стратегічні напрями розвитку ринку туристичних послуг у Київській агломерації.....	73
3.2. Обґрунтування основних напрямів підвищення привабливості туристичних продуктів у Київській агломерації	81
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	103

ВСТУП

Реформа децентралізації, яка безперечно є однією з найбільш успішних в Україні, сприяла становленню та зміцненню основ функціонування муніципальної влади в Україні, яка в умовах повномасштабної війни продемонструвала здатність протидіяти екстраординарним викликам, забезпечуючи функціонування економіки і життєдіяльність населення. Органи місцевого самоврядування зробили не лише суттєвий внесок у посилення обороноздатності держави, а й надали підтримку громадам, які були окуповані/деокуповані, забезпечили тимчасовим житлом та створили сприятливі умови для інтегрування в громаду вимушено переселених осіб, гарантували своєчасність надання усього комплексу послуг на рівні громади.

Найбільшою силою притягання володіють великі та найбільші міста, котрі мають досить широкий спектр забезпечення матеріальних і духовних потреб населення, до статусу регіонального центру обслуговування населення, Київської агломерації, належить місто Київ. Київ має найбільшу зону соціально-економічного впливу на життя та розвиток периферійних відносно нього територій, що, на сьогодні, виходить далеко за адміністративно-територіальні межі соціально-географічного району. Наявність, пов'язаних з агломераційним центром тісними соціально-економічними взаємозв'язками, міст супутників першого та другого порядків значно розширює зону активного впливу столиці. Збільшення ареалу впливу міської агломерації з ефектом магістралізації простору призводить до інтенсифікації міграційних переміщень населення, що значно розширює ареал здійснення туристично-рекреаційних подорожей, особливо вихідного дня.

Проблемні питання, пов'язані з вивченням стану та розвитку туристичного господарства, функціонування туристичних регіонів і факторів, що впливають на них, розглянуті в працях провідних науковців, зокрема в

роботах М. Борушака, З. Герасимчук, М. Глядіної, В. Данильчука, В. Євдокименка, І. Зоріна, Н. Кабушкіна, В. Киф'яка, М. Мальської, Л. Мельника, А. Олексюк, Т. Ткаченко, І. Смаль, С. Харічкова, І. Школи.

Дослідженню стану та перспективам організації туризму в Київській агломерації приділяли увагу Л.М. Воловик, В. Л. Глібовець, С. В. Грибанова, В.К. Кіптенко, О.В. Мітюк, С.Ю. Сировець. Вивчення туристичного потенціалу Київської області викладені в працях таких вчених, як: Є. В. Панкова, П. О. Масляк, П. І. Шищенко, А. С. Івченко, Н. Г. Сементовський та ін.

Метою роботи є дослідження сучасного стану та повоєнних перспектив розвитку й організації туризму і рекреації в Києві та Київській агломерації. На підставі мети у роботі поставлені наступні завдання:

- розкрити зміст територіальної організації туристичного процесу в регіоні;
- проаналізувати роль агломерації в системі територіальної організації туризму та чинники розвитку туристичного господарства в регіоні
- дослідити загальну оцінку розвитку туризму і рекреації у Київській агломерації;
- оцінити розвиток закладів розміщення в Київській агломерації;
- зробити аналіз стану розвитку санаторно-курортних закладів регіону;
- обґрунтувати стратегічні напрями розвитку ринку туристичних послуг у Київській агломерації;
- запропонувати основні напрями підвищення привабливості туристичних продуктів у Київській агломерації.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси дослідження геопросторової організації туризму і рекреації у Київській агломерації.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні особливості геопросторової організації туризму і рекреації у Київській агломерації.

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, Генеральний план міста Києва, 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 – 2025” (м. Полтава, 2025 рік).

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробленні пропозицій, які спрямовані на розширення обсягів туристичної діяльності у Київській агломерації.

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних інформаційних джерел, додатків. У роботі міститься 13 таблиць, 15 рисунків, 2 додатки (в них 5 таблиць), список використаних джерел складає 114 найменувань. Робота викладена на 108 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

1.1. Зміст територіальної організації туристичного процесу в регіоні

Туристичний процес дійсно є складною системою, яка охоплює взаємодію різних суб'єктів, таких як туристи, туристичні підприємства, органи влади, місцеві громади тощо. У рамках цього процесу формується просторово-часова відповідність попиту й пропозиції, що виражається через обсяг і структуру споживання туристичних послуг.

Аналіз масштабів, рівня та структури внутрішнього туристичного руху дозволяє визначити перспективи розвитку туристичної сфери в окремих регіонах. Наприклад, спостереження за динамікою попиту на конкретні туристичні продукти та послуги дає можливість адаптувати пропозицію, розробити нові туристичні маршрути та вдосконалити інфраструктуру. Крім того, ці дані сприяють плануванню й організації туристичного бізнесу, що особливо важливо для регіонів, які прагнуть розвивати свій туристичний потенціал [88].

Туризм як міждисциплінарний об'єкт дослідження охоплює різноманітні аспекти, що відображаються через його хронологічні (часові), хорологічні (просторові) та діяльнісні вектори розвитку. Ці три напрямки дозволяють глибше зрозуміти еволюцію, розташування та характер функціонування туристичних процесів.

Географія туризму як міждисциплінарна галузь розглядає просторову організацію туризму з урахуванням особливостей території, її ресурсів і можливостей для збалансованого розвитку цієї галузі. Вона вивчає

закономірності розміщення туристичних об'єктів і центрів, враховуючи вплив внутрішніх чинників (таких як демографія, місцева інфраструктура) і зовнішніх (економічні та політичні умови, глобальні тренди в туризмі).

Методологічний апарат географії туризму дозволяє використовувати різні підходи та методи для дослідження цих процесів, такі як картографування, геостатистичний аналіз, просторове моделювання. Це дає змогу не лише аналізувати сучасний стан туристичної сфери, але й прогнозувати розвиток, визначати перспективні напрямки для інвестицій, а також планувати заходи для забезпечення сталого розвитку туризму в конкретних територіях [97].

Так, географія туризму досліджує взаємозв'язки між природним і соціально-економічним середовищем та розвитком туризму, що робить її важливою складовою туризмології. Вона вивчає, як природні ресурси, кліматичні умови, ландшафт та інші фактори середовища сприяють розвитку туристичної діяльності, а також як суспільні й економічні умови – наприклад, транспортна інфраструктура, рівень економічного розвитку, культурні особливості – впливають на формування туристичного попиту та пропозиції.

Окрім цього, географія туризму аналізує, як розвиток туризму сам впливає на зміни в навколишньому середовищі: на природу через антропогенне навантаження та екологічний вплив, а також на соціально-економічне середовище, створюючи робочі місця, сприяючи культурному обміну, але й нерідко приводячи до соціальних і економічних змін у громадах.

Таким чином, географію туризму можна розглядати як науку про закономірності та тенденції геопросторової організації туристичного процесу. Вона системно аналізує, де і чому розвивається туризм, а також які просторові і часопросторові закономірності притаманні цьому процесу, що дозволяє прогнозувати його розвиток і управляти його впливами на довкілля та суспільство.

Нижче подана характеристика базових концепцій, які детермінують певні

сторони територіальної (просторової) організації туризму.

У наукових дослідженнях з географії рекреації і туризму найчастіше застосовують наступні концепції:

- «концепцію територіальних рекреаційних систем;
- концепцію туристичного простору;
- концепцію сприйняття простору;
- концепцію периферії В. Крісталлера;
- концепцію туристичної урбанізації;
- концепцію району (території) туристичної активності» [56].

1. Концепція територіальних рекреаційних систем (ТРС) стала основою для географічних досліджень у сфері туризму, оскільки дозволяє структурувати рекреаційну діяльність на певних територіях. ТРС розглядається як форма організації рекреаційних процесів у межах певної території, що поєднує рекреаційні ресурси, інфраструктуру, умови для відпочинку та туристичні потоки. Це сприяє виявленню закономірностей розміщення туристичних об'єктів, оптимізації інфраструктури та забезпеченню ефективного використання рекреаційного потенціалу територій.

ТРС як об'єкт дослідження рекреаційної географії зосереджується на вивченні просторових процесів, які відбуваються під впливом використання людьми неробочого часу для відпочинку, оздоровлення та культурного розвитку. На той час, коли ця концепція почала набирати популярності, рекреаційна географія також стала активно розвиватися як основна галузь географії, що вивчає розподіл, використання та управління рекреаційними ресурсами. Це дозволило не лише краще зрозуміти механізми просторового планування в туризмі, а й розробити стратегії для сталого розвитку територій, що залучають туристів, з урахуванням екологічних, соціальних та економічних чинників.

З точки зору системного підходу, ТРС є цілісною, динамічною, відкритою

системою, стійкість та надійність якої забезпечується функціональною єдністю складових: відпочиваючих (рекреантів); природних та історико-культурних ресурсів; інфраструктури (транспортної, гостинності, технічної тощо); обслуговуючого персоналу; органів управління, призначених регулювати рекреаційну діяльність [56].

2. Концепція рекреаційно-географічного простору (РГП) була розроблена для глибшого та комплексного розуміння туристичних процесів, оскільки концепція територіальних рекреаційних систем (ТРС) не змогла повністю охопити всі явища, властиві туристичній діяльності. РГП визначено як простір рекреаційної діяльності, що формується та функціонує завдяки циклічним рекреаційним заняттям, які узгоджуються з соціальними, природними та технологічними ритмами (добовими, тижневими, річними/сезонними).

Польські географи [56] зробили значний внесок у розвиток цієї концепції, виділивши структуру, властивості, види та типи РГП. Вони описали його як простір, що включає природні, суспільні, культурні та економічні елементи, де виникають і розвиваються рекреаційно-туристичні процеси. Структура РГП складається з «первинних елементів», які утворюють основний зміст туристичних цілей і забезпечують «туристичні принади» (наприклад, природні ландшафти, культурні пам'ятки), та «вторинних елементів», що підтримують або полегшують реалізацію туристичних потреб (інфраструктура, послуги, комунікації).

Розгляд РГП як інтегрованої частини географічного простору дозволяє аналізувати його як систему з усіма притаманними просторовими та часовими закономірностями. Ця концепція забезпечує ширший підхід до планування та управління туристичними територіями, що враховує вплив соціально-економічних і природних умов, сприяючи сталому розвитку туризму та оптимізації використання ресурсів для рекреаційної діяльності.

Властивостями рекреаційно-географічного (туристичного) простору є:

нестабільність (виникає у розвитку туристичних явищ); неоднорідність; непостійність.

На рис. 1.1. показано три види туристичного простору.

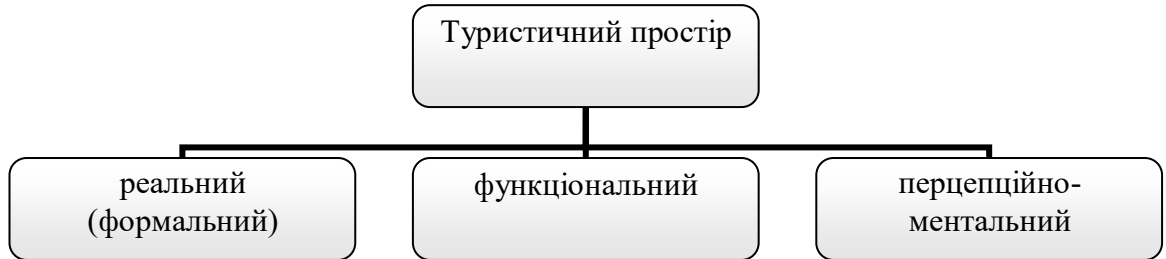


Рис. 1.1.1 Види туристичного простору, складено за [56]

Реальний – ідентифікується із закладами гостинності та супутньою базою; функціональний – із рекреаційно-туристичною активністю людини; перцепційно-ментальний – віртуальне відображення простору.

3. Концепція перцепції (сприйняття) простору є важливою частиною біхевіористичного підходу до вивчення туристично-рекреаційної діяльності, що зосереджується на внутрішніх процесах сприйняття людиною навколишнього середовища. У межах цієї концепції досліджуються психологічні та соціологічні аспекти, які впливають на туристичний вибір і активність, зокрема на формування уявлень про простір і його привабливість для рекреації. Це міждисциплінарні дослідження, які залучають знання з психології, соціології, природничих та економічних наук.

З одного боку, концепція перцепції простору вивчає, як люди оцінюють привабливість ландшафту та інших компонентів простору відповідно до своїх потреб у відпочинку. Наприклад, природні ландшафти, культурні та історичні пам'ятки можуть викликати різні емоції і сприйматися як більш або менш бажані для відвідування. Це сприйняття залежить від індивідуальних цінностей, культурних особливостей і психологічних установок, що формують образ простору, привабливого для рекреації.

З іншого боку, концепція перцепції простору враховується в

маркетингових технологіях для формування уявлень про туристичні продукти у потенційних споживачів. Створення привабливих образів, що сприяють позитивному сприйняттю туристичних об'єктів, використовується у рекламних кампаніях, спрямованих на розвиток інтересу до конкретних туристичних напрямків. Це надає концепції перцепції виробничо-технологічного значення, адже сприйняття простору потенційними туристами може бути керованим і створюваним відповідно до маркетингових стратегій, сприяючи збільшенню туристичних потоків та досягненню комерційних цілей..

4. Концепція периферії (теорія розташування об'єктів туризму і відпочинку), розроблена В. Крісталлером, пояснює, чому для відпочинку часто обираються саме периферійні, малоурбанізовані території, а не центральні урбанізовані міста. Концепція є розширенням його теорії центральних місць, де основними центрами є міські території, що виконують управлінські, економічні та соціальні функції для місцевого населення та мешканців довколишніх територій.

Згідно з цією теорією, міста та інші центральні території не можуть повністю задовольнити рекреаційні потреби своїх мешканців, тому для відпочинку люди обирають периферійні території, де переважає природа, а антропогенний вплив мінімальний. Периферія приваблює туристів можливістю близького контакту з природним середовищем і мальовничими ландшафтами, яких бракує в урбанізованих місцевостях. Це прагнення до усамітнення з природою, подалі від міської метушні, зумовлює попит на такі зони для рекреації.

З розвитком туризму у периферійних територіях відбувається благоустрій для задоволення потреб туристів, що часто включає інфраструктурні зміни, створення об'єктів гостинності та розваг. Це неминуче веде до певної урбанізації периферії, оскільки для забезпечення зростаючого туристичного потоку створюються об'єкти, які перетворюють ці місця на зони, адаптовані до

масового відпочинку. Цей процес призводить до зміни характеру периферійних територій, перетворюючи їх на нові туристичні центри, хоча первісно вони були привабливі своєю природністю і віддаленістю від міських зон.

5. Концепція туристичної урбанізації є логічним розвитком і доповненням концепції Крісталлера, що враховує не лише зростання міських територій і населення, а й поширення міського способу життя та міських рис на сільські території під впливом туризму. Туристична урбанізація охоплює процеси, коли міський стиль життя та економічні, соціальні, культурні риси поширюються на сільську місцевість, перетворюючи її в туристичний простір з міськими елементами. Туризм виступає своєрідним каталізатором цього процесу, адже сприяє запозиченню міських характеристик у сільських регіонах для задоволення рекреаційних потреб.

Туристична урбанізація проявляється двома шляхами: по-перше, через розвиток міст із домінуючою туристичною функцією (курортні міста, історичні центри, туристичні мегаполіси), які поступово змінюються відповідно до потреб туристів і перетворюються на спеціалізовані туристичні центри. По-друге, туристична урбанізація впливає на сільську місцевість, де під впливом туризму відбуваються інфраструктурні зміни, формуються послуги, характерні для міських зон (готелі, ресторани, розважальні об'єкти, дорожня інфраструктура), і змінюється традиційний уклад життя.

Таким чином, туристична урбанізація змінює як міські, так і сільські території, поступово інтегруючи сільські регіони у туристичну економіку, що, з одного боку, приносить економічні переваги, а з іншого — може призводити до втрати культурної автентичності, перетворення природних ландшафтів та навіть виникнення соціальних викликів, пов'язаних із сезонністю туристичних потоків і вимогами до якості обслуговування.

6. Концепція району туристичної активності (Tourist Business District, TBD), розроблена Д. Гецем у 1993 році, пояснює просторову організацію

туризму в багатофункціональних містах і показує, що туристична активність має тенденцію концентруватися в певних міських районах. На основі аналізу він виявив, що у великих містах найбільш сприятливими для розвитку туризму є центральні райони, де поєднуються історичні, культурні та архітектурні пам'ятки з розвиненою соціальною інфраструктурою.

Центральні райони великих міст мають історично сформовану архітектуру та містобудівні особливості, що зберігають пам'ятки архітектури, скульптури та монументального мистецтва, приваблюючи туристів культурною спадщиною. Тут також зосереджені заклади, що забезпечують потреби туристів у харчуванні, розвагах, торгівлі, культурі й освіті. Оскільки центральний район є адміністративним, економічним і культурним ядром міста, тут розташовані готелі та інші заклади розміщення, що робить його зручним для туристичного обслуговування.

Концепція TBD також пояснює, чому більшість туристичних маршрутів, місць проведення заходів та основних туристичних потоків концентруються саме в центральних районах міста. Це дає змогу містам ефективно використовувати свої центральні території для розвитку туристичної інфраструктури і підвищення їх привабливості для туристів. Однак це зосередження може також створювати виклики, такі як перевантаження центральних частин міста і зростання цін на житло й послуги в цих районах, що вимагає стратегічного підходу до управління туристичними потоками.

Концепції просторової організації туризму можна поділити на два основні блоки. Перший блок концепцій зосереджений на визначенні специфічних форм просторової організації туризму, тобто на вивченні, як власне територіально розташовані і функціонують туристичні об'єкти, зони і маршрути. Ці концепції допомагають зрозуміти, які території стають туристичними центрами, як утворюються туристичні райони (наприклад, центральні туристичні райони в містах або периферійні зони відпочинку) і як виглядає структура туристичного

простору.

Другий блок концепцій спрямований на пояснення процесів, що лежать в основі формування просторової організації туризму. Це можуть бути концепції, що вивчають мотивацію туристичних потоків, поведінкові аспекти вибору туристичних напрямків, роль природних, економічних та культурних факторів у формуванні туристичних територій. Наприклад, концепція туристичної урбанізації пояснює, як урбаністичний вплив і запити туризму змінюють міські та сільські території, а концепція перцепції простору досліджує, як суб'єктивне сприйняття місця може впливати на вибір туристами напрямків для відпочинку.

Отже, перший блок концепцій зосереджується на структурних аспектах організації туристичного простору, а другий – на динаміці та факторах, які впливають на його формування та розвиток.

Таким чином, «для комплексної оцінки туристичного процесу в Київській агломерації застосування географічного підходу є надзвичайно важливим, оскільки він дозволяє врахувати просторові, часові та економічні аспекти розвитку туризму в регіоні. Географічний підхід допомагає не лише зрозуміти просторову організацію туристичних потоків, але й визначити основні параметри їх територіальної диференціації.

Важливим елементом у географічній оцінці є території-генератори туристичних потоків. У Київській агломерації таким основним генератором є власне місто Київ. Київ також виступає як важливий вузловий пункт для транзитних туристів, які подорожують через столицю на шляху до інших українських міст або країн.

Території «транзитного» туризму, зокрема райони навколо Києва, це території, через які туристи проходять або зупиняються на короткий час (наприклад, транзитні зупинки в готелях, ресторанах або туристичних зонах)». Вони забезпечують зручний доступ до основних туристичних центрів, але можуть мати менший туристичний потенціал порівняно з м. Київ. Однак для

забезпечення ефективного туристичного потоку важливо враховувати ці зони при плануванні транспортної та сервісної інфраструктури, а також при розробці програм, що заохочують туристів до довших зупинок у цих регіонах.

Загалом, географічний підхід до оцінки туристичного процесу у Київській агломерації дозволяє виявити ключові фактори, що визначають територіальну диференціацію споживання туристичних послуг, а також допомагає ефективно керувати розвитком туристичних потоків, сприяючи економічному зростанню регіону.

У другому параграфі буде проведено вивчення ролі агломерації в системі територіальної організації туризму.

1.2. Роль агломерації в системі територіальної організації туризму

Розвиток міських агломерацій та мегаполісів є складним і багатовимірним процесом, який досліджується переважно в економічних, географічних, містобудівних, соціально-економічних та політичних аспектах. Терміни «мегаполіс» та «агломерація» в Україні поки що не мають чіткого статусу в адміністративно-територіальному устрої, хоча великі міста, які стають центрами агломерацій, відіграють ключову роль у територіальній організації.

Значення міст, особливо великих центрів, посилюється через стрімку урбанізацію, яка розпочалася у XX столітті, що спричинило зростання міського населення і збільшення ролі міських економік. Близько 70% населення України нині проживає в містах [92], що підкреслює важливість розвитку відповідної інфраструктури та управління. Розширення міських територій та зміни в організації адміністративного управління для покращення територіального

устрою є актуальними завданнями для держави, враховуючи зростання міських агломерацій і мегаполісів, що продовжують розвиватися у відповідь на сучасні урбаністичні тенденції [33].

Науково-технічна революція і швидкі темпи урбанізації сприяють трансформації міст у дедалі складніші системи. Вони вже давно перестали бути лише місцем проживання – міста стають центрами економічного, культурного й технологічного розвитку, що формують сучасний спосіб життя та впливають на розвиток особистості. Сучасні міста мають вирішальний вплив на спосіб життя населення, оскільки в них зосереджені інновації, можливості для розвитку і нові форми комунікацій. Роль міста полягає не лише в забезпеченні базових потреб мешканців, але й у створенні умов для розвитку суспільства, сприяння інтеграції нових технологій і підвищення якості життя [109].

Індустріальна епоха суттєво прискорила науково-технічний прогрес і демографічні процеси, що сприяло швидкому розвитку міст і зміцненню їх ролі у суспільстві та країні. Так виник новий феномен індустріальної цивілізації – міська агломерація або мегаполіс [1]. Цей феномен охоплює зростання великих міст, утворення навколо них низки менших населених пунктів, які інтегруються у спільний економічний і культурний простір.

Прикладами таких агломерацій є Токайдо в Японії, що налічує близько 55 мільйонів жителів, та Босваш у США з населенням понад 20 мільйонів. Англійський мегаполіс, до складу якого входять Лондон, Бірмінгем, Манчестер і Ліверпуль, охоплює близько 30-35 мільйонів людей. Ці приклади свідчать про значний вплив міських агломерацій на загальний економічний і культурний розвиток держав.

В Україні поняття "міська агломерація" і "мегаполіс" є новим, особливо з точки зору адміністративно-територіального устрою. Згідно з енциклопедичними визначеннями, агломерація (від лат. *agglomerare* – приєднувати, накопичувати) означає компактне угруповання поселень із

тісними виробничими, культурними та рекреаційними зв'язками. Це явище здебільшого охоплює міські поселення, які функціонують як єдина соціально-економічна система [109].

Варто погодитися з думкою українського вченого В. М. Бабаєва, який під поняттям «міська агломерація» має на увазі «компактне скупчення населених пунктів, в основі якого лежить певне місто, об'єднаних в єдине ціле інтенсивними господарськими, трудовими, культурно-побутовими та рекреаційними зв'язками» [4].

Л. А. Биченко додає до ознак агломерації як територіальне утворення з наступними властивостями: «агломерація виникає на базі великого міста та створює значну зону урбанізації, поглинаючи суміжні населені пункти; відрізняється високим ступенем територіальної концентрації різних виробництв, насамперед промисловості, наукових та навчальних закладів, а також високою щільністю населення; надає вирішальний перетворюючий вплив на навколишнє середовище, змінюючи економічну структуру території та соціальні аспекти життя населення; наявність постійних приміських електропоїздів, автобусів» [8, с. 3].

Інколи під терміном «мегаполіс» визначають «компактну форму міського розселення, засновану на територіальній, виробничій, трудовій, соціально-економічній, культурно-побутовій, рекреаційній інтеграції головного міста (населення якого зазвичай більше мільйона) з прилеглими містами та селищами (але іноді утворюються і бази міст із чисельністю жителів менш як 500 тис.)» [109].

Український вчений І. Л. Парасюк пропонує аж 36 критеріїв для порівняння понять «місто», «мегаполіс», «агломерація» та «субрегіон», згруповані за такими ознаками: «1) географічні; 2) адміністративно-правові; 3) демографічні; 4) конституційні та організаційно-правові; 5) економічні та економіко-правові; 6) статистичні; 7) земельно-правові та містобудівні; 8)

інфраструктурні; 9) екологічні; 10) евристичні» [72].

Урбанізація і розвиток транспортної інфраструктури сприяють формуванню смуг розселення вздовж основних магістралей, створенню потужних промислових зон за межами населених пунктів, концентрації фінансових установ і активному зростанню бізнес-інфраструктури. Ці фактори є рушійною силою для формування мегаполісів – великих, комплексних міських систем із широким спектром соціально-економічних зв'язків і можливостей.

Важливо розуміти, що мегаполіс завжди є частиною агломерації, але не кожна агломерація досягає рівня мегаполісу. Мегаполіс об'єднує кілька агломерацій або міст із високим рівнем взаємозалежності, інтеграції та економічної активності, тоді як агломерація може включати менше угруповання міських поселень із тісними, але менш масштабними зв'язками [26].

Мегаполіс можна вважати дуже великим містом із мільйонним населенням та потужною інфраструктурою, яке є центром для багатьох соціально-економічних процесів і культурного життя. Агломерація ж охоплює сукупність кількох міст, які можуть бути різного розміру, а також прилеглі сільські поселення, що мають тісні функціональні та економічні зв'язки між собою і з центральним містом.

Такі столиці, як Париж, Токіо, Каїр та інші великі міста, часто водночас є і мегаполісами, і агломераціями. Вони не тільки мають високу щільність населення та розвинену інфраструктуру, але й включають у себе навколишні міські і сільські території, об'єднані інтегрованою мережею виробничих, транспортних та культурних зв'язків.

Приналежність населених пунктів до певної агломерації дійсно базується на функціональній зв'язаності їхніх жителів із головним містом чи декількома великими поселеннями в цій агломерації. Основні чинники, що забезпечують

цю зв'язаність, – це свобода вибору місця роботи, можливість легкого пересування, розвинена транспортна інфраструктура (електропоїзди, метро, автобуси, пороми) та мережа автошляхів. Вони формують єдиний географічний та економічний простір, у якому мешканці можуть жити в одному місці, а працювати або проводити дозвілля в іншому, що є характерною ознакою агломерацій. Така інтеграція створює для населення свободу вибору в межах єдиного соціально-економічного організму, сприяючи розвитку мобільності та ефективнішій організації життя в регіоні [26, с. 8].

На сучасному етапі великі міста зі своїми агломераціями за складністю управління займають особливе місце, поступаючись лише державам, хоча деякі експерти вважають, що міста-системи є навіть більш складними соціальними структурами. За останні роки у провідних європейських країнах міста-мегаполіси стали ключовими елементами в процесі побудови сучасної держави. Саме великі міста відображають глибинні структурні зміни в економіці, відповідають на соціальні потреби суспільства та визначають темпи розвитку всієї виробничо-територіальної бази країни. Їхній вплив поширюється на різні аспекти національної інфраструктури, що робить їх важливими учасниками у формуванні економічної стабільності та суспільного добробуту [26].

В Україні на сучасному етапі територіального розвитку важливу роль відіграє формування Київської столичної агломерації. Зростання кількості суб'єктів – підприємств, організацій, які надають соціальні послуги населенню, та посилення їхньої діяльності у межах цієї агломерації можуть значно змінити сприйняття ролі муніципальних органів. Така трансформація передбачає їхній розвиток від традиційних адміністративних структур до більш комплексних та активних виробників місцевих послуг і благ. Завдання Києва і прилеглих територій як «локального ядра спільноти» в першу чергу мають бути спрямовані на «вивчення найважливіших потреб населення, встановлення пріоритетів, визначення стандартів послуг, які мають надаватися, пошук

оптимальних шляхів забезпечення даних стандартів» [25].

Поряд із високим рівнем урбанізації спостерігається і зовсім інша (протилежна) ситуація, коли велике місто-мільйонер перестає бути таким. За даними Державного комітету статистики України [92] населення міста Дніпропетровська зменшилося до 999 577 осіб.

На даний момент у більшості пострадянських країн статус міських агломерацій та мегаполісів де-юре не визначений. Швидкий темп адміністративно-територіальних реорганізацій випереджає розвиток сучасного місцевого самоврядування. Постійний розвиток великих міст поступово стає основою збалансованого розвитку цілої держави. Тому, щоб повною мірою відповідати вимогам сучасності, необхідно в найкоротші терміни вирішити питання законодавчого закріплення понять «міська агломерація» і «мегаполіс», визначити їх правовий статус та розробити необхідні нормативно-правові акти.



Рис. 1.2.1 Адміністративно-територіальний поділ Київської агломерації, за [46]

Київська агломерація є найбільшою в Україні (див. рис. 1.2.1), об'єднуючи столицю та прилеглі міста-сателіти, такі як Бровари, Бориспіль, Васильків, Вишгород, Вишневе, Боярка, Обухів, Ірпінь і Буча. Крім того, Фастів і Біла Церква, хоч і знаходяться на відстані понад 60 км від Києва та не мають спільних меж із ним, також належать до столичної агломерації. У 2020

році вперше було проведено комплексне дослідження жителів цього регіону. Опитування показало, що майже чверть мешканців населених пунктів, розташованих у радіусі 30 км від Києва, вважають себе киянами. Для тих, хто живе на відстані понад 30 км, цей показник становить 14%.

З'ясувалося, що до початку карантину та повномасштабної війни майже чверть жителів із 30-кілометрової зони щоденно їздили до Києва, а серед мешканців, які проживають далі 30 км, таких було 17%. Основною причиною таких поїздок є робота, а також медичні, адміністративні послуги та навчання, які концентруються в столиці й залишаються основними причинами регулярного трафіку в межах агломерації.

Таблиця 1.2.1

Характеристика міст Київської агломерації, за [27]

Місто	Площа, км ²	Наявне населення	Густота населення (осіб/км ²)	Відстань до майдану Незалежності автошляхами, (км)
Київ	847	2 962 200	3 497	0
Бровари	34	108 074	2 948	25
Бориспіль	37	63 000	2 750	39
Вишгород	9	29 913	2 871	20
Васильків	21	37 529	1 857	36
Ірпінь	111	99 715	740	26
Буча	27	36 111	1 033	28
Вишневе	25	40 919	1 457	16
Боярка	13	35 411	2 689	28
Обухів	24	33 664	1 348	45
Українка	6	15 997	2 595	45
Фастів	43	48 265	1 186	73
Ржищів	35,6	7 523	209	78
Березань	32,9	16 554	2689	80
Біла Церква	67,8	210 331	6186	89
Переяслав	32	27 618	863	90
Узин	80	12 000	150	90
Кагарлик	21	14 000	665	80

Київська агломерація, безумовно, є найбільшим і найбільш розвинутим урбаністичним утворенням в Україні, але на даний момент вона не має юридичного статусу. Це надміське формування включає столицю та її

передмістя (табл. 1.2.1), що мають тісні соціально-економічні зв'язки з Києвом. Агломерація є найбільшою в Україні за кількістю населення, площею та фінансово-економічними показниками, із населенням, що перевищує 4 млн. осіб.

Структуру Київської агломерації можна умовно поділити на три зони:

1. Ядро – це безпосередньо місто Київ, яке є економічним, культурним та адміністративним центром.
2. Перший пояс – міста-супутники, що знаходяться безпосередньо в межах передмістя Києва, з тісними зв'язками з столицею.
3. Другий пояс – міста, що віддаленіші від Києва, але мають потужні економічні та соціальні зв'язки з агломерацією.

Таблиця 1.2.2

Характеристика селищ Київської агломерації, за [27]

Селища міського типу	Площа території, км ²	Чисельність населення (осіб)	Відстань до Києва (км)
Ворзель	7	6028	28
Глеваха	9,61	8900	10,5
Гостомель	6,4	14779	7
Калинівка (Броварський р-н)	1,47	3748	25
Калинівка (Васильківський р-н)	7,12	5292	36
Козин	18,9	3331	25
Коцюбинське	0,87	15539	19
Чабани	11,2	4321	3

До них належать наступні територіальні утворення:

- Броварська (Бровари-Калинівка-Велика Димерка) – 140 тис. осіб;
- Ірпінська (Ірпінь-Буча-Гостомель-Ворзель) – 140 тис. осіб;
- Обухівсько-Українська (Обухів-Українка-Трипілля) – 50 тис. осіб;
- Вишневська (Вишневе-Святопетрівське) – 40 тис. осіб;
- Боярська (Боярка-Тарасівка-Нове) – 40 тис. осіб.

У табл. 1.2.2 показано, що до Київської агломерації також відносяться «селища (деякі входять в Ірпінську та Обухівську міські ради)» [1].

Крім того, навколо Києва знаходяться такі найближчі адміністративні райони (табл. 1.2.3).

Таблиця 1.2.3

Характеристика міст Київської агломерації, за [27]

Райони	Площа території, км ²	Чисельність населення (осіб)	Відстань від райцентру до Києва (км)
Бориспільський	1485	53 194	39
Броварський	1198	67 992	25
Вишгородський	2031	39 801	9
Києво-Святошинський	726	89 437	0
Васильківський	1184	57 816	21
Обухівський	773	16 525	24
Разом	7397	267406	-

Таким чином, до складу Київської агломерації, окрім міста Києва, входять 11 міст, 8 селищ та 51 сільська територіальна громада на території 6 прилеглих до Києва районів – разом 70 територіальних громад [1].

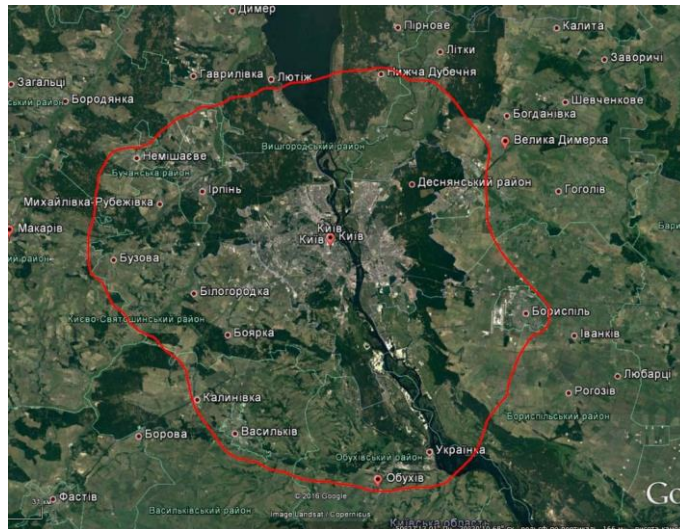


Рис. 1.2.2 Графічне та візуальне представлення Київської агломерації, за [1]

Побудова умовної межі для Київської агломерації дозволяє сформувати загальне уявлення про територію, яку охоплює це міське утворення (рис. 1.2.2). На карті межі агломерації зазвичай зображені схематично, що дає змогу охопити основні міста-супутники та населені пункти, які мають тісний соціально-економічний зв'язок із Києвом. Такий підхід є зручним, оскільки

агломерація включає безліч сільських та селищних рад, і точне нанесення всіх меж на карту ускладнюється через їхню дрібність і велику кількість.

Знімок Київської агломерації з космосу в нічний час наочно демонструє ефект урбанізації та інтеграції міста з його супутниками. У нічному освітленні Київ разом із навколишніми містами і селищами формує суцільну світлову зону, яка показує, як далеко простягається міський вплив і яка територія охоплюється інфраструктурою (рис. 1.2.3). Це світлове «сяйво» відображає рівень економічної активності, транспортної інфраструктури та щільності населення, ілюструючи межі агломерації набагато точніше, ніж будь-яка умовна лінія на карті.



Рис. 1.2.3 Світлова зона Київської агломерації [1]

Узаконення агломерації почалися у 2018 р., коли в Київській МДА прагнули створити щось на кшталт метрополії Великого Парижа. Даний проєкт отримав назву «Великий Київ». Об'єднання населених пунктів навколо столиці в агломерацію планувалось закінчити у 2025 р.

Ключова перешкода – категорія «агломерація» відсутня в українському правовому полі. Значить, для започаткування цього субрегіонального рівня управління, необхідні зміни до законодавства. І оскільки немає правових механізмів управління всією територією (агломерацією), не існує і глобальної спільної стратегії розвитку. У тому ж Великому Парижі, до якого входять понад

130 муніципалітетів і який часто наводять як зразок для київської агломерації, статус метрополії закріплений законом [1].

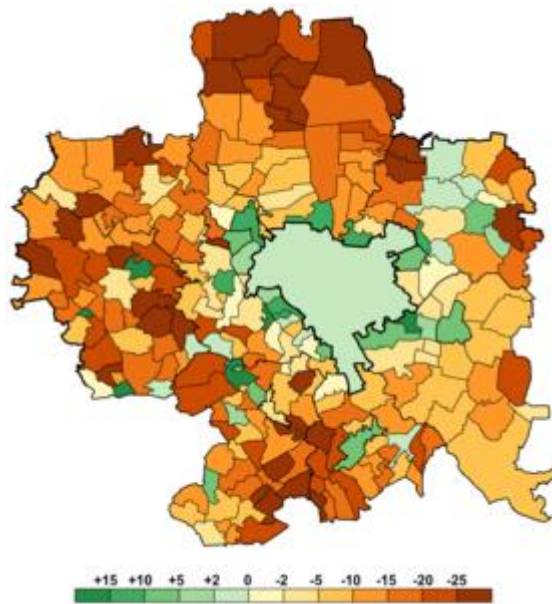


Рис. 1.2.4 Динаміка чисельності населення Київської агломерації, за [46]

«Концепція стратегічного розвитку Києва, ухвалена рішенням Київської міської ради від 16 вересня 2010 р. № 35/4847 встановила планувальну модель розвитку Києва в довгостроковій перспективі в формі відкритої містобудівної системи – Київської агломерації із забезпеченням транспортно-планувальних зв'язків між зонами прикладання праці, сільбищними територіями, громадськими центрами та рекреаційними зонами» [1].

У 2019 р. міста Київ, Бориспіль, Боярка, Бровари, Буча, Васильків, Вишневе, Обухів, Фастів, Ворзель, Гостомель, Коцюбинське та декілька сіл (всього 19 рад) (рис. 1.2.4) створили асоціацію органів місцевого самоврядування під назвою «Київська агломерація» [49]. Створення цієї асоціації стало важливим кроком для об'єднання зусиль і розвитку кооперації між містом Київ і прилеглими населеними пунктами. Первинною метою цього об'єднання була платформа для співпраці та обговорення спільних викликів, однак після початку війни та руйнувань цей формат взаємодії набув нового

значення. Сьогодні потреби громади стосуються не лише економічного чи інфраструктурного розвитку, а й відновлення критичної інфраструктури, житла, організації захисних споруд та зміцнення безпеки в регіоні.

Наприклад, фортифікаційні споруди в Приірпінні, що захищають Київ, ілюструють, як важливо для агломерації діяти єдиним фронтом. Спільні зусилля з відбудови та підтримка від Києва можуть значно прискорити повернення до нормального життя у постраждалих населених пунктах. Також організація ефективного пасажирського транспорту між містами та селами області і столицею є пріоритетним завданням, яке сприятиме мобільності та відновленню економічної активності.

Спільна відповідальність, взаємодопомога, обмін ресурсами і досвідом у відбудові між громадами асоціації «Київська агломерація» здатні не лише забезпечити оперативне відновлення, а й зміцнити стійкість регіону на майбутнє.

Констатуємо, що до Київської агломерації входить місто-центр Київ і населені пункти навколо нього. Київ є однією адміністративною одиницею, а громади Бучі, Борисполя чи Вишгорода – іншими, які до того ж входять до різних районів Київської області. Вони не можуть розв'язати спільні проблеми на міському рівні, бо є різними містами, а на районному – бо належать до різних районів.

1.3. Чинники розвитку туристичного господарства в регіоні

Аналіз факторів, що впливають на розвиток туристичного господарства, є основою для стратегічного планування туризму в регіоні. В рамках цього підходу важливо розрізняти дві основні групи факторів – соціально-економічні

та природні, які обумовлюють стан і перспективи туристичної галузі [59].

1. Природні фактори: до цієї групи належать кліматичні умови, ландшафт, водні ресурси, природні парки та заповідники. Вони формують базові можливості для розвитку туризму, створюють привабливі місця для відпочинку на природі, екотуризму та рекреації.

2. Соціально-економічні фактори: вони включають як природні, так і антропогенні чинники, що пов'язані з діяльністю людини. У ній виділяють:

- природні соціально-економічні фактори: наявність туристичних ресурсів, таких як історичні, культурні пам'ятки, місця традиційних ремесел, а також народна архітектура. Вони часто є об'єктами національної спадщини, що приваблюють туристів своєю культурною значущістю.

- антропогенні фактори: рівень розвитку інфраструктури (транспортна мережа, заклади розміщення, харчування, дозвілля), економічна стабільність, доступ до послуг, рівень безпеки. Ці чинники мають значний вплив на доступність, комфорт і привабливість регіону для туристів.

Враховання та комплексне дослідження цих факторів дозволяють планувати заходи для підвищення туристичної привабливості, розвитку нових напрямів (наприклад, гастротуризму, екотуризму) та загалом ефективно управляти туристичним потенціалом регіону [59].

Таблиця 1.3.1

Фактори впливу на розвиток туризму та їх зміст, за [40, 57]

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

Одна з моделей [59] зводилась до поділу факторів на генеруючі, тобто такі, що сприяють розвитку туристичних ресурсів, та ті, які реалізують туристичні потреби.

Вважається, що функціонування сфери туризму в конкретному регіоні залежить від наступних факторів [40, 57] (див. табл. 1.3.1).

Фактор впливу на організацію та розвиток сфери туризму, науковці розрізняють за масштабом туристичного ринку. Згідно такого поділу виділяють три рівні (глобальні, національні, регіональні) [85, с. 83].

За І. Школою [108], «значний вплив на формування туристичного ринку регіону справляють базові складові туристичного продукту, а саме капітал, технології, кадри. Він пропонує таку класифікацію факторів на рівні держави: доходи споживачів, ціни на товари й послуги, демографічний аспект, ступінь механізації виробництва та споживання, рівень урбанізації території». В. Кифяк, називає фактори, які є важливими для існування туристичного ринку, зокрема, «демографічні особливості, матеріальне та соціальне становище населення, рівень освіти громадян, середня тривалість відпустки в державі, професійна зайнятість» [68, с. 10-12].

М. Борушак більш детально класифікує фактори впливу на організацію та розвиток туризму. Він наголошує, що «розвиток туризму в регіонах відбувається повільно порівняно з цим процесом у світових туристичних регіонах. Дослідник виділяє так звані фактори, що гальмують сталий розвиток туризму в регіонах України, а саме недостатній рівень використання наявних туристичних ресурсів, низький рівень розвитку інфраструктури, недостатній рівень розвитку залізничної мережі регіонів. Окрім того, ним виділяються статичні й динамічні фактори, що впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів» [13].

Класифікація факторів на статичні та динамічні дозволяє точніше визначити їхній вплив на розвиток туризму, оскільки вони мають різний

характер і змінюваність у часі.

Статичні фактори включають природно-географічні та культурно-історичні компоненти:

- природно-географічні фактори: рельєф, клімат, багатства надр (наприклад, мінеральні води, печери) і загальна привабливість природи. Ці фактори важливі для створення умов для рекреації, оздоровлення, а також розвитку екотуризму і природних заповідників.

- культурно-історичні фактори: архітектурні пам'ятки, історичні місця, культурні об'єкти, які приваблюють туристів незалежно від сучасних змін. Вони слугують стабільним елементом туристичного потенціалу і забезпечують довготривалий інтерес до регіону.

Динамічні фактори – це змінні обставини, які впливають на розвиток туризму та можуть змінюватися з часом:

- демографічні: зміни чисельності, структури населення, рівня доходів, що впливають на кількість туристів та їх потреби.

- соціально-економічні: рівень економічного розвитку регіону, інфраструктурні зміни, доступність і якість сервісів.

- матеріально-технічні: розвиток транспортної, комунікаційної інфраструктури, інноваційні технології в туристичних послугах.

- політичні: стабільність і безпека регіону, регулювання туризму, що можуть як сприяти притоку туристів, так і обмежувати його.

Саме стан туризму на сьогодні є важливим фактором для його подальшого розвитку, оскільки високий рівень обслуговування, розвинена інфраструктура та позитивний імідж регіону сприятимуть зростанню популярності цього напрямку в майбутньому. Баланс статичних і динамічних факторів, їх аналіз і управління можуть стати основою для стійкого та конкурентного розвитку туризму в регіоні [13, с. 27].

З. Герасимчук та М. Глядіна [23, с. 17], виділяють стримуючі та

активізуючі фактори, що є корисно для оцінки перспектив розвитку рекреаційної сфери, оскільки дозволяє врахувати як перешкоди, так і стимули до зростання цієї галузі.

Стримуючі фактори – це обмеження або бар'єри, що перешкоджають ефективному розвитку рекреаційної діяльності в регіоні:

- нерозвиненість інфраструктури або її застарілість, що знижує привабливість для туристів;
- екологічні проблеми, які погіршують умови для відпочинку на природі.
- політична нестабільність або недостатнє законодавче регулювання, що обмежує інвестиції в сферу туризму.
- економічні обмеження, наприклад, недостатнє фінансування або відсутність державної підтримки, які уповільнюють розвиток рекреаційних об'єктів.

Активізуючі фактори – це чинники, що сприяють розвитку рекреаційної сфери (екстенсивні: спрямовані на збільшення кількості рекреаційних послуг і об'єктів без значних інновацій, наприклад відкриття нових рекреаційних зон, будівництво баз відпочинку або пансіонатів; інтенсивні: спрямовані на покращення якості існуючих послуг, підвищення їх конкурентоспроможності та ефективності).

Економічні фактори мають важливе значення для розвитку рекреаційної сфери, яка стимулює зростання добробуту суспільства шляхом створення нових робочих місць, збільшення податкових надходжень, залучення інвестицій та розвитку малого бізнесу в регіоні [23, с. 17].

«З точки зору сталого розвитку туризму з наведених класифікації варто виокремити фактори, що характеризують саме сталий розвиток. До них слід віднести економічні, соціальні та екологічні фактори» [14]. Впливовими факторами впливу на розвиток сфери туризму стан підприємництва галузі є «організаційно-економічні, соціально-економічні, природно-кліматичні,

історико-культурні. Організаційно-економічні фактори включають туристичну інфраструктуру розвитку туризму, нормативно-правову базу, обсяг попиту та його динаміку, обсяги економічних ресурсів, ємність ринку, інвестиційний клімат, податково-кредитну політику» [14, 59].

Соціально-економічні, природно-кліматичні та історико-культурні фактори відіграють важливу роль у розвитку туристичного потенціалу регіону, кожен з них сприяє створенню унікальної туристичної пропозиції та може бути використаний для залучення відвідувачів [96].

1. Соціально-економічні фактори охоплюють:

- рівень доходів та життя населення, що впливає на можливості подорожувати, а також на споживчі потреби та очікування туристів.

- рівень освіти населення, що впливає на рівень обслуговування у сфері туризму, адже обізнаність з культурою, мовами, та спеціалізованими знаннями підвищує якість туристичних послуг.

- чисельність та структура населення формують як внутрішній попит на туристичні послуги, так і обсяги трудових ресурсів, що можуть бути задіяні в туристичному секторі.

- наявність кваліфікованих кадрів у сфері туризму, від яких залежить якість сервісу та можливості для розвитку інноваційних туристичних продуктів.

2. Природно-кліматичні чинники включають:

- потужність і різноманітність природно-географічного потенціалу, як-от гори, річки, озера, ліси, що забезпечують умови для різних видів туризму: екологічного, спортивного, рекреаційного.

- сприятливі кліматичні умови, які визначають сезонність туризму та комфорт відвідувачів, наприклад, теплий клімат приваблює більше туристів для літнього відпочинку, а гірські регіони з тривалим сніговим покривом – для зимових видів спорту.

- екологічність та стан довкілля: туристи віддають перевагу чистим,

екологічно безпечним місцям, а наявність природоохоронних зон, заповідників та парків підвищує привабливість регіону.

3. Історико-культурні фактори охоплюють:

- релігійні, культурні, історичні пам'ятки, що є потужним стимулом для культурного та пізнавального туризму. Наприклад, давні архітектурні споруди, музеї, місця релігійного паломництва притягують туристів, бажаючих доторкнутися до історії чи культури.

- культурні цінності регіону, що формують особливий образ і створюють унікальну атмосферу, приваблюючи туристів з метою отримання нових вражень та досвіду.

Таблиця 1.3.1

Класифікація загроз та ризиків регіонального розвитку підприємництва у туристичній сфері, за [59]

Чинники впливу	Зміст чинників
фінансові	економічні кризи та економічний стан туристичних регіонів, високі темпи інфляції, мінливість курсів валют, коливання цін, нестабільність умов оподаткування, недостатнє Фінляндія туристичної сфери в регіоні
інноваційні	низький рівень застосування туристичними підприємствами новітнього програмного забезпечення, систем бронювання, геоінформаційних технологій, морально та технічно застаріле обладнання обслуговування туристів
інтелектуально-кадрові	низький рівень підготовки фахівців, низький рівень ЗВО з підготовки кадрів, низький рівень кваліфікаційної персоналу, використання недосконалих форм і методів управління персоналом, низька корпоративна культура, соціальна незабезпеченість працівників
політико-правові	збройна агресія в Україні та інші міжнародні політичні та військові конфлікти, політична нестабільність, недосконала нормативно-правова база, низький рівень дотримання міжнародних стандартів якості, низькі темпи реальної децентралізації влади
інфраструктурні	незадовільний стан автомобільних доріг, недостатній розвиток та нерівномірність розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, особливо в сільських регіонах, нерівномірність освоєння природно-туристичного потенціалу
безпекові	природні чи техногенні катастрофи, порушення екологічних норм та стандартів, забруднення та надмірне використання туристичних територій, фізична небезпека туристів, незахищеність ресурсів, небезпека на маршрутах

Ці фактори в комплексі визначають привабливість регіону для туризму та створюють умови для його сталого розвитку. Врахування соціально-економічних, природно-кліматичних та історико-культурних аспектів допомагає розробити стратегії, що орієнтовані на довгострокове підвищення туристичної конкурентоспроможності регіону [96].

Усі викладені фактори є ключовими для регіонального розвитку туризму. Однак, багато факторів гальмують розвиток галузі в регіонах. Тому варто озвучити систематизацію потенційно загрозливих факторів [59]: фінансові, інноваційні, інтелектуально-кадрові, політико-правові, інфраструктурні та безпекові, або екологічні (табл. 1.3.1).

Нерівномірність розвитку туристичної галузі в різних регіонах України створює значні виклики, які проявляються у вигляді загроз і ризиків для стійкого розвитку туризму. Ці проблеми відображаються на можливостях використання природних і культурних ресурсів, а також на економічних перспективах регіонів. Основні загрози та ризики можна узагальнити так [38]:

1. Нерівномірність розміщення туристичної інфраструктури. Більшість об'єктів розташовані в кількох найбільш популярних туристичних регіонах, тоді як інші регіони мають менше туристичних послуг і об'єктів. Це обмежує доступність туризму для внутрішніх туристів та знижує зацікавленість іноземних відвідувачів у менш розвинених регіонах.

2. Нерівномірне освоєння природно-ресурсного потенціалу. В деяких регіонах існує значний невикористаний потенціал для екологічного, оздоровчого або культурного туризму. Наприклад, природні багатства Полісся чи історичні об'єкти Східної України мають великий потенціал для розвитку, але через відсутність відповідної інфраструктури та інвестицій залишаються маловідомими й недоступними для туристів.

3. Диспропорційний економічний та соціальний розвиток. У регіонах із високим рівнем туристичної активності зазвичай спостерігається більший

соціально-економічний розвиток, тоді як менш розвинені регіони можуть відставати за рівнем життя, що створює диспропорції в економічному зростанні та зайнятості. Відсутність рівномірного розвитку може також призводити до соціального напруження та міграції населення з менш розвинених регіонів.

4. Інноваційні рішення та сучасні технології в сфері туризму, такі як цифровий маркетинг, інформаційні платформи для туристів та смарт-туризм, здебільшого впроваджуються у великих містах і популярних туристичних центрах, тоді як у малих містах і сільських регіонах вони залишаються недоступними. Це знижує конкурентоспроможність менш популярних регіонів і обмежує їх привабливість.

Для подолання цих загроз та ризиків важливо спрямувати зусилля на [38]:

- інвестування у розвиток інфраструктури в менш популярних регіонах;
- підтримку програм сталого розвитку, які враховують екологічні та культурні особливості кожного регіону.
- впровадження інноваційних підходів, які дозволять розвивати нові форми туризму (наприклад, сільський, екотуризм).

Таким чином, збалансований підхід до розвитку туризму допоможе зменшити регіональні диспропорції, сприятиме економічному піднесенню різних регіонів і забезпечить можливості для їх гармонійного розвитку [38].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГЕОПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У КИЇВСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

2.1. Загальна оцінка розвитку туризму і рекреації у Київської агломерації

Сучасний туристичний ринок залишається вразливим до зовнішніх, часто непередбачуваних чинників, які можуть суттєво впливати на вибір туристичних напрямків.

Основні виклики, що впливають на розвиток сучасного туризму: 1) політичні катаклізми: політична нестабільність у певних країнах може швидко змінити туристичні потоки, коли мандрівники обирають безпечніші альтернативи; 2) кліматичні зміни: зміна клімату впливає на популярні туристичні дестинації, які можуть стати менш привабливими через екстремальні погодні явища або погіршення екологічних умов; 3) епідеміологічна ситуація: глобальні епідемії, зокрема COVID-19, мали істотний вплив на міжнародний туризм.

Попри ці ризики, на внутрішньому туристичному ринку України спостерігаються позитивні зміни, що стали можливими завдяки:

- саморегулюючим ринковим механізмам: в умовах обмеження на виїзний туризм попит на внутрішні поїздки активізував діяльність малого та середнього бізнесу, створення нових маршрутів, послуг і продуктів для українських туристів.

- міжнародній конкуренції та приходу закордонних операторів: присутність іноземних компаній стимулює розвиток інновацій та підвищення стандартів обслуговування на внутрішньому ринку.

- диверсифікації туристичних послуг: закордонні оператори та українські підприємства активно розширюють асортимент, пропонуючи нові форми

туризму, такі як гастрономічний, агротуризм, етнографічні маршрути, що збагачує туристичні пропозиції всередині країни.

Загалом, попри відсутність масштабної державної підтримки, ринок внутрішнього туризму в Україні демонструє гнучкість і зростання завдяки ринковим процесам і зростанню конкурентоспроможності. Для подальшого розвитку важливо підтримувати цю динаміку через інноваційні підходи, модернізацію інфраструктури і маркетингову підтримку нових напрямів, що сприятиме зміцненню українського туризму на внутрішньому та міжнародному рівнях.

Київська область є одним із найпривабливіших регіонів для туристів завдяки багатству культурних, історичних та природних ресурсів. Зручне географічне розташування робить цей регіон ідеальним стартом для знайомства з Україною, особливо з огляду на те, що більшість міжнародних туристів починають свою подорож зі столиці – Києва.

Київ привертає увагу своєю тисячолітньою історією, де на кожному кроці можна знайти пам'ятки, що поєднують у собі стародавню архітектуру з сучасними будівлями.

Поєднання історико-культурних і природних ресурсів Києва та Київської області забезпечує унікальні можливості для розвитку різноманітних видів туризму: культурного, рекреаційного, екологічного, а також подієвого туризму, що приваблює відвідувачів із різних країн світу. Це різноманіття дозволяє задовольнити інтереси найширшого кола туристів, від дітей та сімей до іноземних мандрівників і досвідчених дослідників культурної спадщини.

Адміністративно-територіальний устрій Київської області: 7 адміністративних районів (об'єднують 69 територіальних громад) (рис. 2.1.1). Усього в області 1180 населених пунктів (25 міст, 30 селищ, 1125 сільських населених пунктів). Адміністративний центр Київської області – м. Київ зі спеціальним статусом.



Рис. 2.1.1 Адміністративно-територіальний поділ Київської області, за [27]

Для розвитку туристичної діяльності Київська область має вдале транспортне забезпечення: наявність автомобільних транспортних шляхів міжнародного, державного та обласного значення, залізничне сполучення за 5 магістральними напрямками, 2 аеропорти, річковий транспорт надає транспортне сполучення річками Дніпро, Десна, Прип'ять [86, с. 187].

М. П. Бутко та Н. О. Алєшугіна [16] звертають увагу на важливі аспекти транспортного забезпечення Київської області, які значною мірою обмежують розвиток туризму в регіоні. Зокрема, наявна інфраструктура міжнародних і внутрішньодержавних автомобільних магістралей у Київській області не відповідає європейським стандартам. Основні недоліки включають обмеження швидкості пересування, недостатню кількість сервісних зон для обслуговування туристів, відсутність пунктів технічної та медичної допомоги, а також недостатню оснащеність сучасними телекомунікаційними засобами. Крім того, дороги місцевого рівня також не відповідають сучасним технічним вимогам і мають низький рівень облаштованості.

Ще однією перешкодою для розвитку туристичних потоків є відмінність у ширині залізничної колії між Україною та країнами Європи, що ускладнює

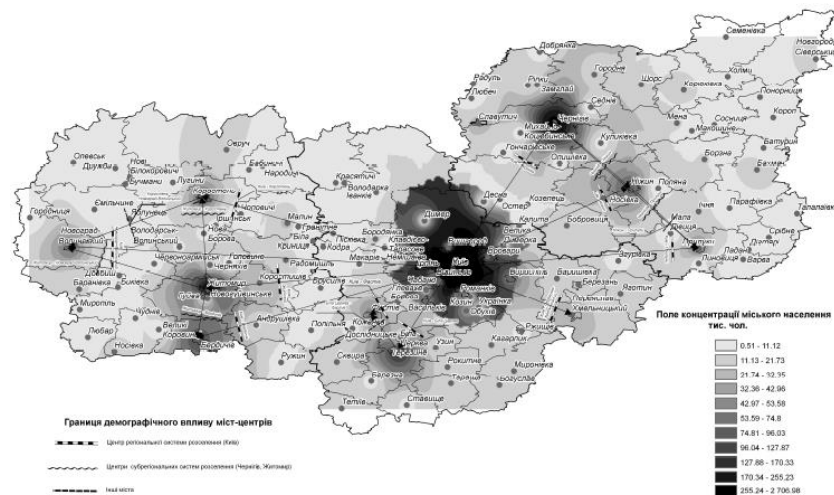
пряме залізничне сполучення з країнами Східної Європи. Також стан залізничної інфраструктури характеризується високим ступенем зносу основних фондів, що обмежує ефективність і привабливість цього виду транспорту для туристів.

Отже, для розвитку туризму та забезпечення належного рівня транспортного обслуговування в Київській області необхідно реалізувати заходи, спрямовані на модернізацію як автомобільної, так і залізничної інфраструктури. Це включає підвищення якості доріг, створення необхідної інфраструктури для обслуговування туристів, оновлення рухомого складу залізниць і забезпечення міжнародної інтеграції транспортної мережі України з європейськими стандартами.

Кожен населений пункт, незалежно від рівня його розвитку, виконує певні соціальні функції, що забезпечують задоволення потреб населення через надання різноманітних послуг. Такі послуги можуть включати освіту, медичне обслуговування, культурні заходи, транспорт, житлово-комунальні та інші необхідні для життєдіяльності елементи. Соціально-економічний статус населених пунктів у суспільно-господарському житті держави обумовлює, наскільки різноманітним і доступним є набір послуг, а також рівень якості їх надання. Таким чином, роль кожного міста або села в територіальній структурі країни визначається не лише його економічним потенціалом, але й здатністю виконувати соціально значущі функції для покращення якості життя мешканців [89].

Соціально-економічне ранжування населених пунктів у Київській агломерації надає можливість визначити функціонально-територіальну структуру системи міжпоселенського обслуговування. У цій системі великі міста, насамперед Київ, виконують роль головних центрів тяжіння завдяки розвиненій інфраструктурі, різноманітності послуг і здатності задовольняти як матеріальні, так і духовні потреби населення. Як найбільше місто України, Київ

виконує функцію загальнодержавного центру обслуговування, надаючи послуги, що забезпечують потреби не лише безпосередньо в межах агломерації, а й на більш віддалених територіях. Такий вплив поширюється поза адміністративні межі агломерації, що свідчить про значущість столиці як економічного, культурного і соціального осередку для розвитку прилеглих регіонів (рис. 2.1.2).



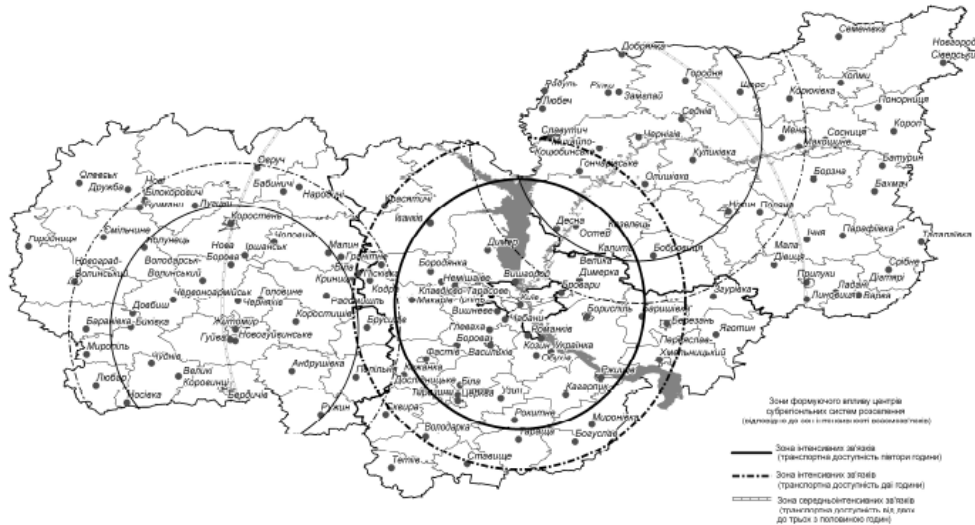


Рис. 2.1.3 Вплив центрів субрегіональних систем розселення, [89]

Виходячи з виконуваної соціально-економічної ролі в житті держави, як і кожному місту, Києву є притаманним виконання ряду функцій як у господарському, так і в соціальному аспекті, а саме [89]:

- політичної;
- зовнішньополітичної;
- рекреаційної;
- демографічної;
- відтворюючої;
- функції міжгалузевої взаємодії;
- екологічної;
- системності та
- відцентрової [89].

Київ виконує широкий спектр функцій, що зумовлені його унікальним статусом як столиці та головного економічного центру України. З одного боку, як і інші міста, він є цілісним територіально-системним утворенням, де зосереджені ключові державні, культурні, освітні та економічні функції. З іншого боку, Київ виступає ядром Київської агломерації, об'єднуючи навколо себе економічно і соціально міста-супутники та утворюючи значний

консолідуючий центр господарської діяльності.

Зростання зони впливу агломерацій супроводжується ефектом просторово-часової компресії, що сприяє зростанню міграційних потоків та розширенню географії подорожей вихідного дня. Проте, стан інфраструктури та туристичних об'єктів у містах-супутниках (див. рис. 2.1.4) першого та другого порядку залишається проблемним, адже він не завжди відповідає сучасним потребам споживачів. Для забезпечення ефективного обслуговування туристів та населення агломерації необхідні значні інвестиції в модернізацію інфраструктури цих міст.

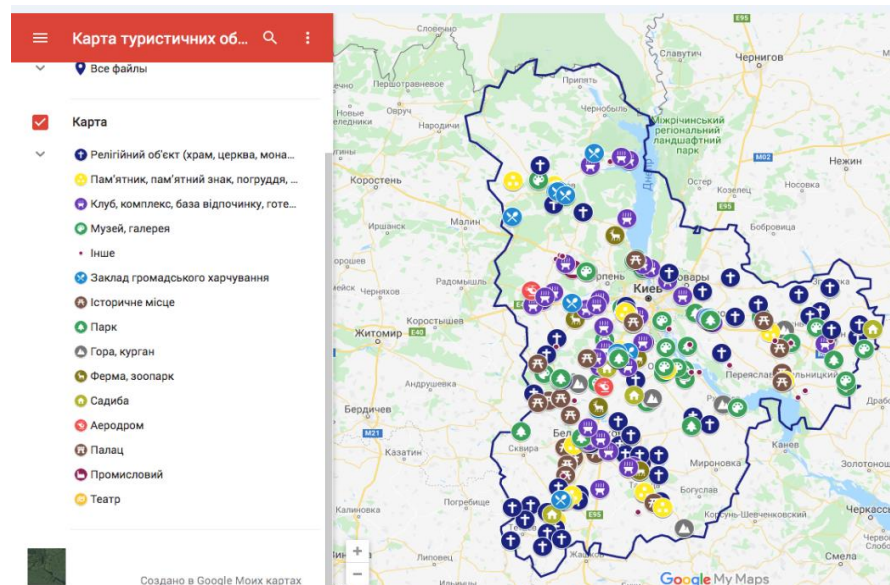


Рис. 2.1.4 Розміщення туристичних об'єктів Києва та Київської області, за [93]

Протягом 2018-2022 років у Київській області здійснювали заходи, спрямовані на розвиток її туристичного потенціалу, основу якого становлять близько 6 тисяч об'єктів історико-культурної спадщини (див. рис. 2.1.4). Серед них – 2060 пам'яток археології (включно з давніми поселеннями, городищами, курганами та змійовими валами), 1175 пам'яток історії, 316 пам'яток архітектури, зокрема численні культові споруди XV-XIX століть, які мають національне значення та включені до Реєстру нерухомих пам'яток. Ці об'єкти пов'язані з важливими історичними подіями та битвами, а також є значущими

пам'ятками археологічної науки.

Крім того, на території області збереглися 18 об'єктів садово-паркового мистецтва та 20 пам'яток, пов'язаних з наукою і технікою. Це надбання створює значні можливості для розвитку туристичного потенціалу регіону, приваблюючи культурних туристів та сприяючи популяризації національної спадщини. Для подальшого розвитку необхідне вдосконалення туристичної інфраструктури, що дозволить підвищити комфорт і доступність відвідування цих об'єктів та сприятиме розвитку культурного туризму в області.

«Київська область налічує понад 56 міст та сіл, які мають туристичний потенціал та намагаються привабити до себе туристів. До переліку міст, які розкрили свій туристичний потенціал входять: Ірпінь, Біла Церква, Вишгород, Чорнобиль та інші» [3]. До списку найбільш відвідуваних туристичних місць Київської області входять: Чорнобильська зона відчуження, затоплена церква та Лиса гора у Ржищеві, Ландшафтний парк в с. Буки, Зоопарк «12 місяців», Добропарк, Парк «Київська Русь», Етнокомплекс «Українське село», гора Тотоха, Змієві Вали (с. Круглик та с. Ходосівка), Трипілля, проте є безліч і інших цікавих туристичних місць [3].

«Через особливість певних туристичних місць, відкриваються нові напрями вподобань туристів, таких місць, як Чорнобиль – радіоактивний туризм. Даний напрям швидко зайняв туристичний сегмент ринку, а попит продовжує зростати з кожним роком все більше. Тури до Чорнобиля пропонує близько 20 різних туристичних підприємств, що свідчить про популярність напрямку не тільки серед українців, але й цікаві іноземцям» [3].

У 2018 році туристичну DESTИНАЦІЮ в Київській області відвідало близько 80 тисяч туристів, у 2019 році – понад 124 тисячі. У 2021 р., незважаючи на пандемію, кількість відвідувачів перевищила 200 тисяч, серед яких більшість становлять іноземці. Популярність цього регіону значно зросла завдяки кінотуризму після виходу серіалу «Чорнобиль», що спричинив зростання

інтересу до історичних подій, пов'язаних із Чорнобильською зоною відчуження. Серед відвідувачів особливо популярні екскурсії в зону, що дозволяють побачити місця знімання та ознайомитися з реальними локаціями, пов'язаними з трагедією 1986 року [48].

Попри воєнний стан, туристична індустрія Київщини продовжує розвиватися, зокрема через розробку нових видів подорожей та напрямків для відпочинку. У регіоні вже створено 50 туристичних маршрутів [6], що підкреслюють важливість залучення інвесторів для подальшого розвитку туристичної інфраструктури, забезпечення комфорту й безпеки для відвідувачів навіть за умов війни. Безпека на всіх маршрутах є пріоритетом, і вони розробляються з урахуванням чинних обмежень та вимог безпеки.

Серед популярних напрямків набуває актуальності агротуризм, адже подорожі Україною в умовах війни набули нового змісту. Київщина, завдяки своєму клімату, родючим землям та великій кількості заміських локацій, активно розвиває сільський туризм.

Крім того, у рамках проєкту «Дороги вина та смаку України» Київська обласна військова адміністрація створила мережу гастрономічних маршрутів. До неї входять ресторани, виробники місцевих продуктів, що відкриті для відвідувачів, а також гастротуристичні комплекси. Розбудова еногастрономічного туризму, гастрономічні тури по дегустаційних локаціях і виробництвах, активно підтримується і є важливим елементом відновлення туристичної привабливості регіону.

З початком війни активісти еногастрономічного проєкту "Дороги вина та смаку України" разом із рестораторами та волонтерами Києва підтримували оборону країни, доставляючи продукти для потреб ЗСУ, лікарень та постраждалих. Тим часом портал "Мандруй Київщиною" зібрав інформацію про туристичні маршрути області, а також про місця, які стали відомими через трагічні події російської окупації.

У Києві стартував другий сезон проєкту "Академія гостинності міста Києва", що має на меті підготовку волонтерів для допомоги гостям міста, особливо з урахуванням інклюзивності для людей з інвалідністю. Столиця також організовує безкоштовні екскурсії, зокрема маршрути "Київ хрещатий", "Київ незламний", а також "Київ – серце Європи", які знайомлять учасників із багатомірною архітектурною спадщиною та зв'язками Києва з європейською культурою.

В умовах воєнного стану туристичні заходи в Києві та області пристосовані для забезпечення безпеки відвідувачів. Під час святкування Дня Києва було представлено три нові екскурсійні маршрути [6], розроблені з урахуванням безпекових потреб, зокрема близького розташування укриттів для відвідувачів на випадок повітряної тривоги.

Київська область залишається відкритою для відвідувачів, хоча введено певні обмеження з боку військової адміністрації, ДСНС та місцевих органів влади. Наразі працюють різні туристичні об'єкти, включно з готелями, кемпінгами, заміськими комплексами, музеями, екофермами та кінними клубами, що змогли відновити свою діяльність після деокупації регіону. Однак, деякі території залишаються недоступними для відвідування з міркувань безпеки.

Серед обмежень, що діють в регіоні – заборона на відвідування лісів для цивільного населення, введена у березні 2022 року і триватиме щонайменше до завершення воєнного стану. Це пов'язано з потребою розмінування, яке може зайняти від 8 до 10 років. Друга – це заборона на полювання протягом воєнного стану, з винятком дозволу на регулювання чисельності окремих видів мисливських тварин за дотримання відповідних законодавчих норм.

Таким чином, хоч Київщина залишається привабливою для туристів, діяльність і пересування відвідувачів регулюються обмеженнями, що забезпечують безпеку у складних умовах воєнного стану.

Перед початком воєнних дій Київська область демонструвала значний ріст туристичного потоку, який збільшився на 39% (див. табл. 2.1.1, 2.1.2 та рис. 2.1.5). Одним із найпопулярніших напрямків був Чорнобиль, який приваблював тисячі відвідувачів щорічно. Однак, інфраструктурні проблеми гальмували розвиток туризму. Повільні темпи будівництва нових готелів та реконструкція старих баз відпочинку означали, що майже 25 тисяч туристів не могли скористатися послугами розміщення, особливо під час пікових періодів відвідувань чорнобильської зони.

Таблиця 2.1.1

Кількість туристів, обслугованих турагентами та туроператорами, за видами туризму в Україні та Київській області у 2010-2019 роках, осіб, за [100]

Роки	Кількість обслугованих по Україні, всього	В тому числі			Кількість обслугованих 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

Ключові проблеми, що перешкоджають реалізації туристичного потенціалу Київської області:

1. Застаріла туристична інфраструктура: значна частина туристичних маршрутів не оновлювалася роками, через що відвідувачі стикаються з незручностями в доступі до основних локацій.

2. Недостатня цифровізація – відсутність сучасних мобільних додатків з детальною інформацією про туристичні локації області ускладнює самостійну організацію подорожей для туристів, обмежує їх доступ до інформації про

історичні та культурні об'єкти, варіанти дозвілля та маршрути.

Ефективне використання потенціалу Київщини вимагає розвитку інфраструктури та впровадження сучасних технологій для зручності туристів. Запровадження нових мобільних додатків з інтерактивними картами, гідами, інформацією про заклади розміщення, відновлення туристичних маршрутів і покращення інфраструктури дозволить зробити туристичний сектор Київської області більш привабливим та доступним.

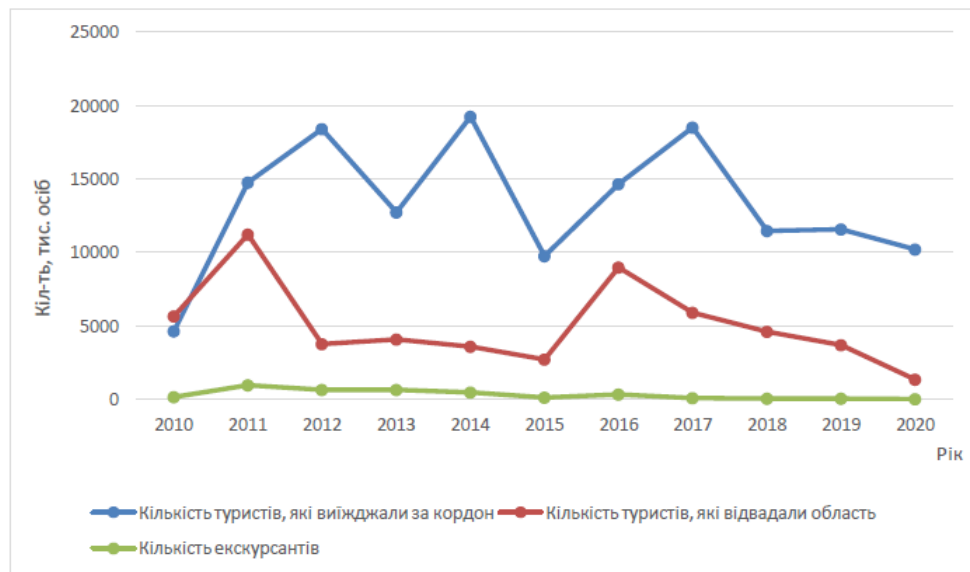


Рис. 2.1.5 Динаміка чисельності туристів у Київській області, складено за [27]

Таким чином, За останні роки туристичні потоки в Україні, і особливо в Київській області, демонстрували загальну тенденцію до зростання. Відновлення та поступове збільшення кількості туристів відбувалися завдяки підвищенню інтересу до історичних і культурних пам'яток регіону, зокрема Чорнобильської зони відчуження. Однак, певні історичні події, зокрема воєнні дії, що почалися на сході та півдні країни в 2014 році, призвели до значного спаду туристичної активності в 2014-2015 роках, особливо на напрямку в'їзного туризму (див. табл. В.1-В.4). Це пояснюється зниженням рівня безпеки та стабільності, які є ключовими факторами для туристів при виборі напрямку для подорожей.

Таблиця 2.1.2

Динаміка чисельності туристів у Київській області, складено за [27]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	13645	130	963	12552
2003	47975	1636	19896	26443
2004	28102	1089	7734	19279
2005	19406	181	4306	14919
2008	27354	625	18395	8334
2009	19691	611	12717	6363
2010	30088	446	19247	10395
2011	12679	85	9724	2870
2012	18341	532	14645	3164
2013	24459	299	18511	5649
2014	13143	18	11465	1660
2015	11560	5	10207	1348
2016	25008	–	22569	2439
2017	36983	11	34811	2161
2018	66385	40	63025	3320

Попри ці труднощі, за підтримки місцевих громад і бізнесу туристичний сектор поступово відновлювався, що сприяло зростанню інтересу з боку іноземних відвідувачів і розвитку внутрішнього туризму. Тобто, попри певні коливання, в цілому туристичний сектор України демонстрував позитивну динаміку до початку повномасштабних воєнних дій у 2022 році, що також мало вплив на структуру туристичних потоків і підсилило інтерес до внутрішніх подорожей, в тому числі до м. Києва (рис. 2.1.6-2.1.7).

П'ять років тому в місті Києві (див. табл. 2.1.3, рис. 2.1.6 та 2.1.7) було зареєстровано 1093 підприємства, що займаються туристичною діяльністю. З них 845 – це туроператори, з яких 64 спеціалізуються на в'їзному та внутрішньому туризмі. Крім того, у місті працює 633 турагенти. Враховуючи високий рівень розвитку туристичної інфраструктури, в туристичних підприємствах Києва на той час працювало близько 6000 осіб, що підтверджує

значну роль туризму в економіці міста.



Рис. 2.1.6 Туристичні потоки до міста Києва, 2016-2021 роки [48]

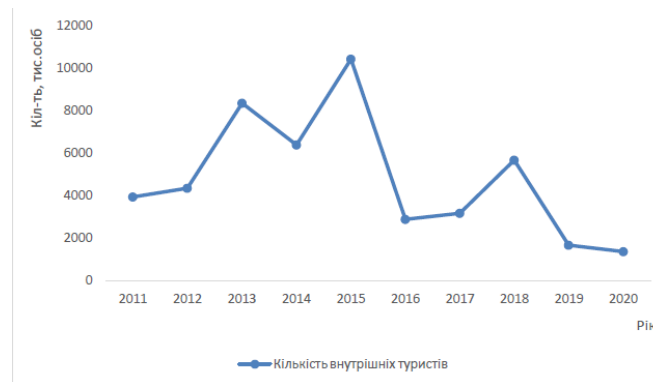


Рис. 2.1.7 Динаміка чисельності туристів у м. Києві, складено за [28]

Київ залишається основним центром туристичної привабливості, у порівнянні з Київською областю, яка поступається в популярності серед туристів (табл. 2.1.2). Однак, завдяки своєму географічному положенню, Київська область є важливим логістичним центром, що робить її ключовою локацією для в'їзного туризму і розвитку індустрії гостинності. Зростання туристичних потоків у цей регіон відображає позитивну тенденцію для всього туристичного сектору України.

У 2021 році серед іноземців, які приїздили до України через Київ, найчисельнішими були туристи з США, Ізраїлю, Туреччини, Німеччини та Саудівської Аравії. Зокрема, з Саудівської Аравії приїхало близько 14 тисяч туристів, що стало значущим імпульсом для туристичного бізнесу, сприяючи

адаптації до особливих вимог мусульманських туристів. Це включає створення умов, таких як:

- готелі з халяльним меню та інші послуги відповідно до норм ісламу;
- кімнати для молитви у туристичних комплексах;
- інформація про туристичні об'єкти, що відповідають культурним та релігійним потребам.

Таблиця 2.1.3

Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, за видами туризму у м. Києві, за [28]

Роки	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, усього ¹	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	290899	97874	70731	122294
2001	504347	128817	162890	212640
2002	549644	142849	174786	232009
2003	746899	193239	248415	305245
2004	1009909	263120	421351	325438
2005	935918	170865	539989	225064
2006	1498794	207468	901269	390057
2007	1814052	286901	1116582	410569
2008	2088369	315984	1393126	379259
2009	1589834	257893	1024464	307477
2010	2047329	279141	1442252	325936
2011	944917	65725	786656	92536
2012	1768532	123703	1425459	219370
2013	2171181	97711	1855499	217971
2014	1850748	10658	1693363	146727
2015	1501985	8649	1333928	159408
2016	1841021	21143	1643728	176150
2017	2006088	27139	1758200	220749
2018	3550090	60062	3261115	228913

Ця адаптація підвищує привабливість України для туристів з мусульманських країн і зміцнює її позиції на міжнародному ринку туризму.

Суб'єкти, що займаються туристичною діяльністю в Київській області, як і по всій Україні, поділяються на туроператорів, турагентів та осіб, які спеціалізуються на екскурсійній діяльності (див. табл. 2.1.4 та табл. Б.1-Б.4).

Таблиця 2.1.4

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності у 2017-2019 роках [100]

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

Вони мають право створювати та реалізовувати туристичний продукт, а також надавати послуги, пов'язані з подорожами, в межах чинного законодавства.

Серед основних прав суб'єктів туристичної діяльності:

- створення туристичного продукту – розробка маршрутів, формування програм подорожей та пакетів послуг;
- надання туристичних послуг, що включають (перевезення, тимчасове розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, курортне, спортивне та розважальне обслуговування);
- посередницька діяльність – надання допоміжних послуг, які супроводжують основні туристичні продукти, наприклад, страхування, обмін валюти, організація трансферів та інші.

Ці суб'єкти сприяють комплексному обслуговуванню туристів і підвищенню якості туризму в регіоні, що позитивно впливає на розвиток галузі в цілому [22, с. 29].

Таким чином, У період 2017-2019 років в Україні спостерігалася позитивна тенденція до збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності. Зростання охоплювало всю країну, включно з Київською областю та містом Києвом. Особливо відчутне зосередження суб'єктів туристичної діяльності було в столиці: у 2019 році майже половина зареєстрованих юридичних осіб у сфері туризму (47,3%) працювала саме в Києві, тоді як Київська область складала лише 0,7% від загальної кількості зареєстрованих по країні.

Що стосується фізичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності, їх частка була значно меншою порівняно з юридичними особами. У 2019 році фізичні особи склали 6,4% зареєстрованих суб'єктів туризму в Київській області та 12,4% у Києві.

Ці дані свідчать про високу концентрацію туристичної діяльності в столиці, де інфраструктура і ресурси дозволяють розвивати туристичні послуги активніше, ніж у регіонах, що підкреслює значення Києва як основного центру туристичної індустрії України.

У 2019 році серед юридичних осіб у сфері туризму в місті Києві найбільше було зареєстровано турагентів – 504 суб'єкти, що становило 57% від загальної кількості юридичних осіб, зайнятих у туристичній діяльності. Туроператори займали друге місце з часткою 40,8%, що дорівнювало 361 суб'єкту. Екскурсійна діяльність серед юридичних осіб була найменш поширеною – лише 19 суб'єктів (2,1%) займалися саме цим видом діяльності.

Рекреаційно-туристичний комплекс Київської агломерації є важливою складовою економіки регіону, спираючись на природні, історико-культурні, матеріальні та трудові ресурси. Однією з визначальних складових природних ресурсів Київської області є бальнеологічні ресурси, зокрема мінеральні води, що сприяють розвитку санаторно-курортного напрямку. У регіоні налічується понад 500 джерел мінеральних вод, серед яких цілющі радонові води, що використовуються в лікувальних закладах Миронівки та Білої Церкви.

Природно-заповідний фонд області, що займає 408,2 тис. га [41, 42], також має значний потенціал для рекреаційно-туристичного розвитку, оскільки надає можливість для створення зон відпочинку, екотуризму та санаторного лікування. Географічне розташування Київської області є винятковим чинником, що підвищує її привабливість як центру туристичної активності, оскільки вигідне положення дозволяє забезпечити зручний доступ до туристичних ресурсів та об'єктів господарського комплексу.

Екологічний чинник є ключовим у визначенні привабливості території для розвитку рекреаційно-туристичного комплексу. Незважаючи на багатий природний потенціал Київської області, який створює умови для лікувально-оздоровчого відпочинку та різноманітних видів туризму, незадовільний екологічний стан може суттєво знизити її привабливість для відвідувачів. Негативний вплив на екологічну ситуацію в регіоні продовжує мати аварія на Чорнобильській АЕС, яка вразила частину території області. Однак південні, південно-східні та південно-західні райони Київщини зберегли відносно сприятливу екологічну обстановку, що створює можливості для розвитку туристичних і рекреаційних об'єктів саме в цих частинах регіону..

Економічні можливості Київської агломерації відіграють вирішальну роль у розвитку та функціонуванні рекреаційно-туристичного комплексу регіону. Агломерація має сприятливі умови для залучення інвестицій у туристичну галузь, що дозволяє створювати, зокрема, сучасну інфраструктуру та розвивати нові туристичні продукти та послуги.

Формування цивілізованого ринку рекреаційно-туристичних послуг потребує системного підходу, включаючи впровадження регіональної рекреаційної політики, яка враховувала б специфіку Київської області та орієнтувалася на сталий розвиток, що сприятиме створенню підвищенню привабливості регіону як для внутрішніх, так і для іноземних туристів [41].

Багатство культурно-історичних пам'яток визначають роль Київської області як важливого рекреаційного регіону.

Переяслав – найстаріше місто у Київській області.

Місто Ірпінь – оздоровниця державного значення з двома десятками санаторіїв і профілакторіїв, будинками відпочинку, таборами дозвілля і відпочинку.

Перлиною м. Біла Церква є Білоцерківський дендрологічний парк «Олександрія».

Обласний археологічний музей розташований на дніпровській кручі (с.Трипілля) на місці городища, де було давнє місто Трипіль.

Київська область має великий потенціал для розвитку сільського зеленого туризму завдяки своєму розташуванню в помірному кліматичному поясі, що забезпечує комфортні умови для відпочинку в будь-яку пору року.

Основне завдання в розвитку рекреаційно-туристичного комплексу Київської області полягає у створенні умов для задоволення потреб населення в різноманітних формах відпочинку: від традиційного відпочинку та екотуризму до санаторно-курортного лікування. Формування ринку конкурентоспроможних рекреаційних послуг на міжнародному рівні, а також ефективне і раціональне використання природних і культурно-історичних ресурсів регіону дозволить сприяти розвитку сільського зеленого туризму та підвищити привабливість Київської області для туристів як з України, так і з-за кордону.

Презентація веб-сайту «Київщина туристична» в 2019 році стала значним кроком у розвитку цифрової інфраструктури для просування туризму в Київській області. Сайт дозволяє не лише ознайомитися з найцікавішими туристичними пам'ятками регіону, але й дає можливість здійснити віртуальні тури по таких значущих локаціях, як зона відчуження ЧАЕС, зокрема, саркофаг над четвертим енергоблоком, що є режимним об'єктом і доступним лише для обмеженого кола осіб. Така ініціатива дозволяє не тільки збільшити обізнаність про ці місця, але й зробити їх доступними для ширшої аудиторії без необхідності фізичного відвідування.

Веб-сайт також містить корисну інформацію про найцікавіші місця для туристів, зручні карти місцевості, складені експертами, а також відео-ролики з панорамними зйомками, що дозволяють відчувати атмосферу регіону з висоти пташиного польоту. Створення англійської версії сайту в майбутньому дозволить залучити іноземних туристів, що, безумовно, сприятиме

популяризації Київської області на міжнародній арені і розвитку її туристичного потенціалу.

Розміри туристичного збору є важливим індикатором розвитку туристичної галузі та її економічного впливу на місцевий бюджет. Зростання доходів від туристичного збору в Києві, що відображає позитивну динаміку туризму в столиці, підтверджує перспективність цієї галузі. Зокрема, збільшення доходів на 10 мільйонів гривень у 2021 році порівняно з 2019 роком, а також на 40 мільйонів гривень у порівнянні з 2018 роком, свідчить про зростання попиту на туристичні послуги в регіоні.

Це також вказує на те, що розвиток туризму є важливим фактором економічного зростання міста, який впливає на наповнення бюджету, створення нових робочих місць і сприяє розвитку інфраструктури. Оскільки Київ є не тільки культурною та історичною столицею України, а й важливим економічним і логістичним центром, його туристичний потенціал продовжує розвиватися, що позитивно позначається на фінансовому стані регіону.

На Київщині в поточному році також зафіксовано спад по податках від закладів розміщення. Так, за перші три місяці 2023 року від регіону надійшло до казни держави 13 млн. 953 тис. грн., що на 15% ніж за аналогічний період у 2022 році, коли в бюджет надійшло 16 млн. 418 тис. грн. В порівнянні з 2021 роком ця сума більша всього на 1% (13 млн. 800 тис. грн.).

В столиці спад податкових надходжень від тургалузі у поточному році (56 млн. 974 тис. грн.) в порівнянні з 2022 роком (107 млн. 629 тис. грн.) становить 47%, в порівнянні з 2021 роком (125 млн. 100 тис. грн.) – 54%.

«Проаналізувавши тури відомих туристичних компаній по Київській області (Туроператор Kraina UA (Країна Ю Ей), Там Тур), можна виокремити такі види туризму, як:

– оздоровчий туризм: рекреаційні центри Білої Церкви, Ворзеля, Пущі-Водиці, а також Конча-Заспи, Пірного, Лютіжа, Клавдієво-Тарасового та Бучі;

– культурно-пізнавальний туризм: автобусні тури до Межигір'я, Фабрика Ялинкових Іграшок, Парк «Олександрія», Буки, Трипілля і т.д.;

– розважальний туризм: тури «Диваки Білої Церкви», тур «Фотосафарі в резиденції Сухолуччя», тур «Від квітів до равликів: Добропарк, Томашівка, Мазепинці»);

– релігійний туризм: Храм Святого Євгенія (с. Буки), Покровська церква у Фастові, дерев'яна церква Іоанна Богослова (с.Острійки), Успенська церква (с. Вільховець), Борисоглібська церква Вишгорода, Києво-Печерська Лавра (м. Київ);

– зелений туризм. Одними із найпопулярніших туристичних місць зеленого туризму Київщини є бази відпочинку «Щілін», Мальовниця, садиба «Синиця», садиба «Калиновий Кущ», «Затишок», «Звенигород» та інші» [3].

Таким чином, рекреаційно-туристичний комплекс Київської агломерації дійсно має великі перспективи для подальшого розвитку. Цьому сприяє: наявність ресурсного потенціалу, потенціал для розвитку інфраструктури, сприятливі екологічні умови, інноваційні технології та маркетинг, культурно-історична спадщина.

Для того, щоб ефективно використати цей потенціал, необхідно зосередити увагу на створенні потужної рекреаційно-туристичної бази, що включає інвестування в інфраструктуру, просування регіону на міжнародних туристичних ринках, покращення екологічної ситуації в деяких районах, а також забезпечення високої якості обслуговування туристів.

Наступним кроком буде оцінка розвитку закладів розміщення в Київській агломерації.

2.2. Оцінка розвитку закладів розміщення в Київській агломерації

Історія розвитку готельного бізнесу в Києві є важливою складовою частиною розвитку туризму та інфраструктури міста. Варто виділити наступні етапи [106]:

1. Відкриття регулярного залізничного сполучення у 1889 році стало значним поштовхом для розвитку туризму в Києві. Залізниця полегшила доступ до міста, що сприяло збільшенню потоку туристів і подорожуючих. Це вимагало вдосконалення і збільшення кількості готельних номерів для зручності мандрівників.

2. «Зелений готель» (1803-1805 рр.), який належав Печерській Лаврі, став однією з перших значущих готельних установ Києва. Його роль у розвитку готельного бізнесу була важливою, оскільки він забезпечував безплатне проживання для прочан, хоча і з платними послугами харчування. Цікаво, що цей готель також включав лікарню для прочан, що підкреслювало духовну та соціальну важливість цього закладу.

3. До 1880 року в Києві налічувалося 15 готелів, хоча більшість із них надавали лише основні послуги, такі як харчування та транспортування гостей. Готелі забезпечували обслуговування кінними екіпажами та омнібусами для доставки пасажирів і багажу, що було стандартною практикою того часу.

Ці етапи розвитку готельної інфраструктури стали основою для подальшого розвитку готельного бізнесу в Києві, що поступово адаптувався до зростаючих потреб туристів, забезпечуючи їх комфортним проживанням та послугами, які сприяють розвитку туристичної галузі.

Після Другої світової війни та в період "хрущовської відлиги" відбулося пожвавлення в сфері туризму, що стало важливим етапом у розвитку туристичної інфраструктури СРСР, зокрема в Києві та інших великих містах. Ось кілька ключових моментів цього періоду.

У середині 1950-х років, коли в СРСР настав період "хрущовської відлиги", спостерігався значний підйом у розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Зростання туристичних потоків сприяло розвитку туристичної інфраструктури, зокрема будівництву нових готелів, мотелів і кемпінгів.

Одним з найважливіших досягнень цього періоду стало будівництво готелю «Дніпро», який на момент свого відкриття у 1964 році був визнаний одним із найкращих готелів столиці. Цей готель став символом розширення готельної мережі в Києві та важливим елементом для розвитку міжнародного туризму.

У 70-х роках СРСР активно розвивав міжнародний туризм, що було спричинено ростом інтересу до відвідування країни іноземними туристами. В Києві були побудовані нові готелі, які стали частиною мережі підприємств міжнародного туризму «Інтурист», такі як готелі «Либідь» і «Братислава». Ці готелі були призначені для обслуговування іноземних туристів і стали важливою частиною туристичної інфраструктури столиці.

Незважаючи на зростання кількості готелів в Україні після війни, в порівнянні з передовими країнами, кількість готельних підприємств залишалася відносно малою. У 2018 році в Україні функціонувало 2474 підприємств готельного господарства на 68,2 тисячі номерів та 133,4 тисячі місць. Для порівняння, в таких країнах, як Великобританія, Франція та Ізраїль, кількість готелів була набагато більшою – в Великобританії понад 26 тисяч, у Франції понад 19 тисяч, а в Ізраїлі – 318 готелів на понад 40 тисяч номерів.

Ці фактори свідчать про важливість розвитку готельної інфраструктури для підтримки і подальшого зростання туристичної галузі в Україні, що сприяло покращенню туристичного досвіду як для іноземних, так і для внутрішніх туристів.

До початку поширення пандемії COVID-19 та введення карантинних

обмежень Київська область, а також місто Київ, залишалися лідерами серед інших регіонів України за кількістю в'їзних та внутрішніх туристів. Проте, пандемія суттєво вплинула на туристичну галузь, і спостерігалось значне зниження попиту на колективні засоби розміщення.

У період до 2020 року Київ та Київська область демонстрували стабільно високі показники кількості осіб, які користувалися послугами колективних засобів розміщення [92]. Однак після 2019 року спостерігалася негативна динаміка, що свідчить про зниження попиту на такі засоби розміщення. Зокрема, у 2020 році кількість осіб, що перебували в колективних засобах розміщення Київської області, становила лише 85,3% від рівня попереднього року, що відображає загальне зменшення туристичних потоків.

У порівнянні з іншими регіонами України, Київська область не є єдиною, де знизився попит на колективне розміщення. Так, у Львівській області цей показник склав 93,3%, у Дніпропетровській – 98,03%, у Харківській – 85,7%. Це свідчить про загальнонаціональну тенденцію зменшення попиту на колективне розміщення, хоча рівень спадів може різнитися в залежності від регіону.

Основними факторами, що вплинули на зниження попиту на готелі та інші колективні засоби розміщення, стали введення карантинних обмежень, страх перед поширенням інфекційних захворювань, обмеження на міжнародні та внутрішні подорожі, а також зміни в пріоритетах туристів, які почали обирати інші форми відпочинку (наприклад, оренда квартир або будинків).

Ця ситуація підкреслює необхідність адаптації туристичної інфраструктури до нових умов і впровадження безпечних та комфортних варіантів для туристів у постпандемічний період [92].

У 2021 році, на фоні значного пожвавлення попиту після періоду карантинних обмежень, готелі високого цінового сегмента Києва продемонстрували помітне відновлення. Особливо це стало помітно у другому півріччі 2021 року, коли рівень заповнюваності готелів у цьому сегменті

становив близько 40%. Це значно перевищувало показник того ж періоду 2020 року, коли заповнюваність готелів була лише на рівні 18%. Проте, попри позитивну динаміку, рівень заповнюваності готелів у 2021 році ще не досягнув рівня 2019 року, коли цей показник становив близько 46%. Це свідчить про поступове відновлення туристичної діяльності після пандемії, хоча галузь ще не повернулася до довоєнного рівня активності [69].

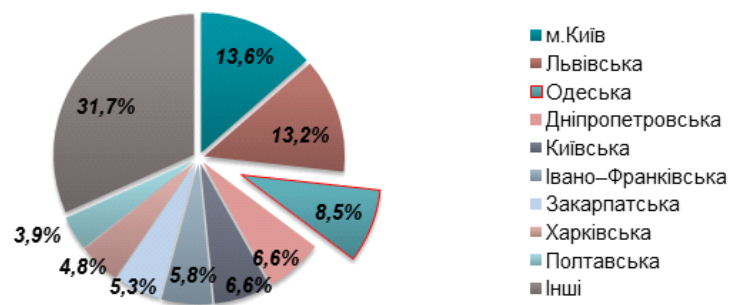


Рис.2.2.1 Регіональна структура розміщення готелів в Україні, 2018 р., за [112]

У 2021 році номерний фонд готелів у місті Києві складав 11074 номерів різних категорій. З них готелі 1-2 зірки становили 17%, готелі 3 зірки – 36%, 4 зірки – 33%, а 5 зірок – 14%. З цієї статистики видно, що в місті Києві домінували тризіркові та чотиризіркові готелі, що свідчить про більший попит на ці категорії серед туристів. Попри це, у 2021 році, на фоні зменшення попиту в туристичній галузі, відкрився лише один новий готель, що вказує на стримане відновлення готельної інфраструктури в умовах після пандемії (3-зірковий IQ Hotel на 174 номери).

Спостерігається стійке зростання у розвитку інфраструктури для тимчасового проживання туристів у Києві. У місті функціонує понад 150 закладів розміщення різної форми власності та підпорядкування (табл. 2.2.1 та 2.2.2). Серед них налічується близько 9,6 тисяч номерів. Більшість цих закладів – готелі, яких нараховується 90 і які забезпечують понад 8 тисяч номерів для проживання.

Таблиця 2.2.1

Колективні засоби розміщування у Київській області, складено за [27, 28]

	Кількість колективних засобів розміщування, од	Кількість місць у колективних засобах розміщування, од	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування
2011	142	15353	222121
2012	134	14945	232239
2013	170	16572	242648
2014	164	16578	224780
2015	158	16559	202471
2016	176	15744	294844
2017	162	13017	293519
2018	86	9489	374943

Таблиця 2.2.2

Готелі та інші об'єкти для тимчасового проживання у м. Києві, складено за [28]

Рік	Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання	Кількість номерів	Житлова площа всіх номерів, тис. м ²	Одноразова місткість, місць	Обслуговано приїжджих, тис. осіб
2000	95	7637	157,3	14478	810,2
2001	90	7815	163,0	14476	831,3
2002	94	7665	159,0	14098	867,1
2003	93	7529	160,2	13519	863,4
2004	96	8229	171,7	14801	961,4
2005	109	8246	192,5	14757	974,1
2006	117	8627	196,8	15589	1112,4
2007	123	9112	217,6	16377	1195,8
2008	125	9415	226,0	16907	1224,8
2009	141	10064	246,4	18980	958,2
2010	133	9807	239,7	18582	1144,7
2018	140			20662	1214,9

У Києві функціонує різноманітна мережа готелів, розподілених за категорією комфортності:

- готелі класу «*****» – всього 5 готелів, що пропонують 931 номер (відомі представники: "Прем'єр Палац", "Фейрмонт", "Опера", "Хаятт Рідженсі Київ", "ІнтерКонтиненталь Київ");

- готелі класу «****» – 28 готелів із понад 1500 номерами (серед них: "Редісон САС", "Дніпро", "Київ", "Салют", "Президент-готель", "Національний", "Рів'єра на Подолі", "Поділ-Плаза", "Вісак", "Піросмані", "Фараон");

- готелі класу «***» – 19 готелів на 3186 номерів;

- готелі класу «**» – 20 готелів на 1133 номери;

- готелі класу «*» – 7 готелів на 176 номерів.

Легалізація грального бізнесу в Україні передбачає, що казино та ігрові зали повинні бути розташовані на базі готелів середнього та вищого цінового сегмента. Наприкінці 2021 року три п'ятизіркові готелі в Києві вже отримали ліцензію на здійснення грального бізнесу, що вказує на початок розвитку цієї нової галузі в рамках готельної інфраструктури. Це рішення підвищує туристичну привабливість столиці та сприяє залученню інвестицій у цю сферу (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) у готелях високого цінового сегменту Києва за 2021 р. зріс на 24% у валюті порівняно з аналогічним періодом 2020 року, досягнувши \$174. Це значно перевищило показники до пандемії 2019 року, коли ADR становив близько \$153 (рис. 2.2.2). Таке зростання середньої вартості номеру, у поєднанні з відновленням рівня заповнюваності готелів, призвів до істотного збільшення показника дохідності на номер (RevPAR) на 150% у валюті в порівнянні з 2020 роком. За підсумками 2021 року показник RevPAR становив близько \$70, що повною мірою відновило його до рівня докарантинного 2019 року (\$28 у 2020 р.).

У відповідь на вимоги часу, готельєри Києва впровадили ряд нововведень для задоволення нових потреб туристів та забезпечення високого рівня обслуговування. Зокрема, на тлі зростаючого попиту на заходи в гібридному форматі (офлайн/онлайн), у конференц-залах готелів почали встановлювати

спеціальне обладнання, що дозволяє проводити відеоконференції, а також створювати Zoom-кімнати для таких заходів. Для зручності гостей, кілька готелів запровадили систему безключового доступу до номерів за допомогою мобільних телефонів, QR-кодів та електронних інвойсів, що мінімізує використання паперу та фізичний контакт. Для гостей з Саудівської Аравії були введені нові послуги: надання Корану під час заселення та спеціальні позначки для халяль-меню, а також для страв без м'яса в ресторанах готелів [30].

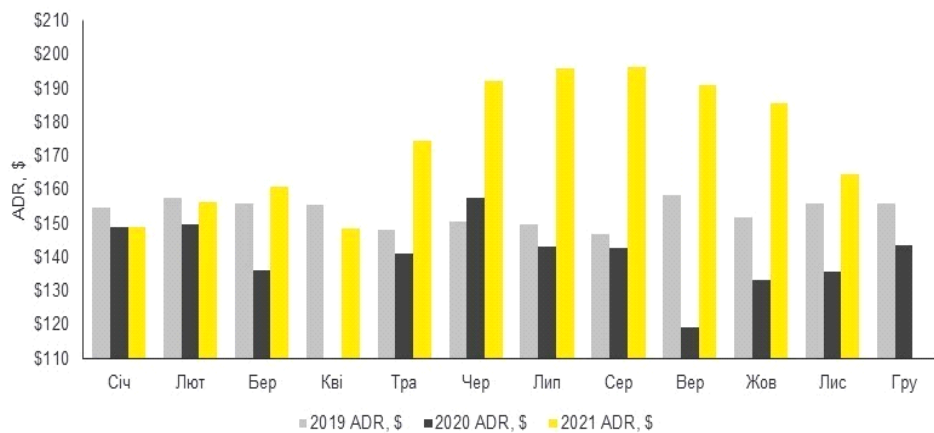


Рис. 2.2.2 Динаміка середньої вартості номеру (ADR) у готелях високого цінового сегменту, Київ, 2019-2021 рр. [69]

Метою проекту «Академія гостинності» (2021 р.) є підвищення стандартів обслуговування та реклама м. Києва як міжнародного туристичного центру. Проект мав на меті інтеграцію європейських стандартів гостинності в практику місцевих туристичних підприємств. Однією з основних завдань академії стало залучення громади до активної співпраці у сфері туризму. Навчання волонтерів включало вивчення навичок організації обслуговування туристів, знайомство з основними туристичними принадами Києва та розширення знань про місто, щоб вони могли допомагати туристам, консультувати їх та супроводжувати у подорожах. По завершенню навчання волонтери були зараховані до числа добровільних помічників Управління туризму та промоції Київської МДА [48].

За даними станом на початок 2019 року, при аналізі територіальних

відмінностей ресторанного господарства Київської області та м. Києва, лідерами серед районів Києва за кількістю закладів (юридичних осіб) є Шевченківський, Печерський, Солом'янський, Дніпровський та Голосіївський райони.

- Шевченківський район очолив список із 321 закладом.
- Печерський район має 247 закладів.
- Солом'янський район – 191 заклад.
- Дніпровський район – 176 закладів.
- Голосіївський район – 150 закладів.

Щодо кількості посадкових місць, то також лідирують Шевченківський і Печерський райони, на другому місці Дарницький район.

- Шевченківський район має 27 600 посадкових місць.
- Печерський район – 22 600 місць.
- Дарницький район – 18 900 місць.
- Дніпровський район – 17 600 місць.
- Оболонський район – 17 400 місць.

За показниками товарообороту, Шевченківський район також займає перше місце:

- Шевченківський район – 901 317,3 тис. грн.
- Печерський район – 815 904,5 тис. грн.
- Дніпровський район – 390 212,5 тис. грн.
- Голосіївський район – 387 880,6 тис. грн.
- Оболонський район – 321 403,3 тис. грн.

Таким чином, Шевченківський та Печерський райони займають провідні позиції за всіма основними показниками ресторанного господарства. І можна констатувати, що безумовним ядром Київської агломерації [32] є Шевченківський та Печерський район м. Києва.

За товарооборотом у розрахунку на один об'єкт лідером став

Бориспільський район (включаючи місто Бориспіль), що, ймовірно, пояснюється значною кількістю заміських закладів, які популярні серед споживачів для проведення заходів з великим середнім чеком, таких як весілля, корпоративи та інші урочистості.

Щодо забезпеченості населення закладами ресторанного господарства, можна спостерігати суперечливу картину. Лідерами за кількістю закладів є Печерський, Шевченківський, райони. За забезпеченістю населення місцями у закладах ці райони (Печерський, Шевченківський) також утримують лідерство.

Сільські райони Київської області, де кількість населення є незначною, не мають значного впливу на ресторанне господарство Київської агломерації, і не варто їх розглядати як основну складову цієї агломерації.

Таким чином, відповідно до нормативів забезпеченості населення закладами ресторанного господарства, переважна більшість сільських територій має завищені показники в порівнянні з рекомендованими для міських умов. Водночас центральні райони міста Києва, такі як Шевченківський, Подільський і Печерський, мають достатні показники забезпеченості, тоді як прилеглі райони Києва (окрім центральних) мають недостатні значення, щоб відповідати мінімальним нормативам для великого міста-мільйонера.

Наступним кроком дослідження буде аналіз стан розвитку санаторно-курортних закладів Київської агломерації.

2.3. Стан розвитку санаторно-курортних закладів

У 2017 році Кабінет Міністрів України затвердив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року [95], спрямовану на подолання системних проблем у туристичному секторі. Стратегія підкреслює важливість туризму як

одного з пріоритетних напрямків державної політики, акцентуючи увагу на необхідності впровадження економічних та правових механізмів для підтримки туристичного бізнесу, стимулювання інвестицій в інфраструктуру та формування позитивного туристичного іміджу України.

Київська область, зокрема, має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним ресурсам. На її території знаходяться 177 річок, серед яких головною є Дніпро, а також 55 водосховищ, понад 2000 ставків і 750 озер, що є привабливими для пляжного відпочинку. На території області розташовано понад 78 баз відпочинку, більшість із яких знаходяться на березі Київського водосховища. Також у Миронівці та Білій Церкві діють бази на основі цілющих радонових вод, що сприяє розвитку рекреаційних напрямків у регіоні [3].

Київ володіє значним історико-культурним потенціалом, вигідним географічним розташуванням у Європі та багаторічним досвідом у сфері рекреації та лікування, що робить його привабливим для медичного туризму. Іноземні пацієнти приїжджають до столиці для лікування офтальмологічних захворювань, реабілітації, пластичної та естетичної хірургії, репродуктивної медицини, стоматології, клітинної терапії та кардіохірургії. Найбільше туристів Київ приймає з таких країн, як Ізраїль, Іспанія, Італія, країни Сходу (Бахрейн, Саудівська Аравія, ОАЕ, Кувейт) та Середньої Азії й Кавказу (Казахстан, Узбекистан, Грузія, Азербайджан).

Форум, який проводився для розвитку медичного туризму, мав на меті залучити більше іноземних пацієнтів і туристів, що обирають лікування в Україні. Рекомендації іноземних експертів допоможуть українським медичним центрам, туристичним компаніям та провайдерам медичних послуг системно та ефективно просувати свої послуги за кордоном [19].

На загальнодержавному рівні заклади з розвиненою медично-лікувальною інфраструктурою зосереджені переважно на заході України та в

Києві.

У Київській області налічується 0,3 тис. га земель, призначених для оздоровчих цілей, з яких 5 об'єктів займають 0,2 тис. га. Основні користувачі цих земель – водогосподарські підприємства, які використовують 191,4 га, а також організації та підприємства, що спеціалізуються на оздоровчих послугах (117,4 га), рекреаційних послугах (15,5 га) і заклади фізичної культури та спорту (1,6 га) [3].

Важливо, щоб використання земель оздоровчого призначення спрямовувалося на розвиток курортів, санаторно-курортних закладів та інших оздоровчих зон, з особливою увагою до цінних природних ресурсів і лікувальних місцевостей. Для цього необхідна розробка спеціальних проектів землеустрою, упорядкування оздоровчих об'єктів, встановлення меж округів і зон санітарної охорони.

Рекреаційно-туристичні системи Київщини мають багату історію та добре розвинуту інфраструктуру завдяки тривалому періоду свого формування, який для деяких об'єктів сягає понад століття. Нині вони забезпечені кваліфікованими кадрами, ефективним транспортним сполученням і зручною інфраструктурою.

У Київській агломерації виділяються три сформовані рекреаційні системи: Ірпінсько-Ворзельська, Пуще-Водицька та Конче-Заспівська, а також три системи, що знаходяться на етапі формування: Миронівська, Білоцерківська та Богуславська.

Київщина має розгалужену мережу санаторних закладів, що складається з 46 об'єктів із загальною місткістю близько 10,2 тис. місць і площею 382,8 га. Дитячі оздоровчі заклади налічують 237 об'єктів, де можуть відпочивати понад 40 тис. дітей. Серед закладів відпочинку (включно з тими, що працюють періодично) – 40 будинків та пансіонатів, 30 оздоровчих таборів, водноспортивних і веслувальних баз, 13 спортивно-риболовецьких баз, що

загалом вміщують 16,0 тис. місць (без урахування спортивних баз).

Місто Ірпінь, розташоване за 27 км від Києва, відоме як оздоровниця державного значення і має репутацію кліматичного курорту. Воно виникло в 1902 році під час будівництва залізниці Київ – Ковель. Ірпінський регіон включає близько двох десятків санаторіїв, профілакторіїв, будинків відпочинку, а також понад десять таборів для дозвілля та відпочинку.

Таблиця 2.3.1

Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку, за [27, 92]

	Кількість закладів, одиниць		У них місць, одиниць		Кількість дітей, які перебували у закладах, осіб	
	усього	у тому числі заклади оздоровлення	усього	у тому числі у закладах оздоровлення	усього	у тому числі у закладах оздоровлення
2000	200	15	4259	3449	23002	9680
2001	94	15	4230	3420	18078	10569
2002	69	15	4203	3360	18834	12664
2003	136	15	4280	3290	22467	12493
2004	338	14	3765	3095	41489	10598
2005	390	14	4020	2980	42346	10487
2006	363	13	3780	2810	38608	10071
2007	402	15	4262	3204	41776	11458
2008	410	14	4577	3050	39864	10910
2009	472	12	4150	2810	39090	8308
2010	522	15	4065	3450	37924	9495
2011	553	15	4363	3838	45239	11408
2012	477	10	3513	2758	34755	9060
2013	520	10	3693	2708	47214	10109
2014	400	13	4668	3508	41343	10833
2015	382	12	4315	3188	30566	9880
2016	433	13	4860	3247	35804	11811
2017	415	11	4703	3013	34819	9393
2018	453	4	3705	1075	31910	3202
2019	443	4	3973	1150	32572	3390

Згідно з даними Держкомстату України, у 2019 році в Київській області було оздоровлено 32,372 дитини (див. табл. 2.3.1 та 2.3.2), що становить 27,4% від загальної кількості дітей шкільного віку. З цього числа особливу увагу було приділено дітям із соціально вразливих категорій: було оздоровлено 2,454

дитини-сироти та дітей, позбавлених батьківського піклування, що становить 79% від їх загальної кількості. Також оздоровчими програмами скористалися 1,766 дітей з інвалідністю, що становить 32% від загальної кількості таких дітей у регіоні.

Таблиця 2.3.2

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади Київської області) [27]

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії–профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку	
	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.
1995	22	3,3	9	0,7	5	0,5	131	18,1
1996	22	3,2	7	0,6	5	0,5	128	16,3
1997	22	3,4	7	0,6	6	0,5	133	16,5
1998	22	3,5	6	0,6	6	0,9	131	15,4
1999	21	3,5	6	0,5	6	0,7	127	15,5
2000	20	3,0	6	0,5	6	0,7	116	14,0
2001	16	3,0	5	0,4	6	0,8	113	13,3
2002	14	2,8	5	0,7	3	0,2	107	13,1
2003	14	3,0	5	0,9	3	0,2	98	12,0
2004	14	2,8	4	0,4	3	0,2	95	11,4
2005	14	2,8	4	0,4	3	0,2	91	10,5
2006	14	2,9	5	0,8	3	0,2	58	8,7
2007	14	2,6	5	0,8	3	0,2	57	8,4
2008	13	2,2	6	0,7	2	0,2	60	8,8
2009	13	2,3	6	0,8	2	0,2	59	8,6
2010	13	2,3	5	0,5	2	0,2	60	8,5
2011	13	2,2	5	0,5	1	...	62	8,8
2012	12	2,2	5	0,5	1	...	56	8,2
2013	12	2,2	5	0,6	1	...	57	8,2
2014	11	2,1	5	0,6	1	...	56	8,3
2015	12	2,4	4	0,6	1	...	52	7,9
2016	12	2,4	3	0,5	1	...	42	6,4
2017	10	2,1	2	0,5	1	...	36	4,6

Найкращих результатів оздоровлення дітей у Київській області досягли міста: Ржищів (71,4% від загальної кількості дітей), Бровари (64,6%), Славутич (62,4%), Біла Церква (54,8%), Переяслав-Хмельницький (52,3%), Бориспіль (43,9%) та Фастів (43,4%). Серед районів лідирують: Іванківський (55,6%), Васильківський (52,4%), Макарівський (48,3%), Миронівський (47,2%), Києво-

Святошинський (47,0%) та Бориспільський (45,2%).

У літній період 2018 року в області функціонували 338 оздоровчих таборів із харчуванням, де відпочило 41,5 тис. дітей, що становить лише 2% від загальної кількості дітей, які були оздоровлені. Це вказує на обмежені можливості таборів у задоволенні потреб оздоровлення значної частини дитячого населення.

При розгляді санаторно-курортної бази Київської області, зверне увагу на найбільші санаторії та бази відпочинку головних курортів Київщини, та їх спеціалізацію на ключові послуги.

Санаторій «Україна» (у Ворзелі) пропонує комплексне лікування широкого спектру захворювань, зокрема серцево-судинної, нервової систем, органів дихання та травлення. Інфраструктура включає водолікарню, де проводяться процедури з використанням різноманітних ванн (вуглекислі, кисневі, азотні, перлинні, хвойні, скипидарні, морські, йодобромні, вихрові, перозон-валеріанові) та підводний душ-масаж. Додатково доступні лікувальні душі (дощовий, циркулярний, точковий, лазерний, душ Шарко), електро- та світлолікування, озокеритолікування, киснева терапія, гідролазерне зрошення, кліматолікування, лікувальна фізкультура, масаж і різноманітні інгаляції (содові, масляні, медяні та ін.).

Для дозвілля пацієнтів у санаторії є спортивний комплекс із тренажерним залом, зал для настільного тенісу, кіноконцертний зал і бібліотека, що сприяє активному та приємному відпочинку [75].

Тут же є санаторій «Орлятко», куди приїжджають діти для лікування хвороб опорно-рухового апарату, захворювань системи травлення, нервової системи. Однак, трендовий напрямок дитячого санаторію – гастроентерологічний.

База відпочинку «Енергія» (Ворзель) – це сучасний оздоровчий заклад, що ідеально підходить для сімейного та дитячого відпочинку. Завдяки чистому

повітрю та сприятливому клімату, цей заклад особливо корисний для людей із захворюваннями органів дихання та серцево-судинної системи. Інфраструктура бази включає критий басейн, спортивні майданчики для футболу, баскетболу та волейболу, сауну, тенісні зали, більярд і спортивний зал, що дозволяє різноманітно проводити час та підтримувати фізичну активність. База відпочинку «Енергія» приймає дітей віком від 7 до 14 років, забезпечуючи комфортні умови для одночасного відпочинку до 150 дітей.

Окрім розваг на території бази, відвідувачі можуть оглянути визначні місця Ворзеля – Тюльпанове дерево, Березовий гай, Уварівський будинок та Ворзельське озеро, що додає відпочинку культурної цінності й пізнавальності [63].

Санаторій «Перемога» у Ворзелі пропонує комфортні умови для сімейного відпочинку та спеціалізується на лікуванні захворювань органів кровообігу, дихальної та нервової систем. Для оздоровлення доступний широкий спектр послуг, зокрема бальнеотерапія (лікування мінеральними водами), різноманітні лікувальні душі, електро- і світлолікування, магнітотерапія, лазеротерапія, киснева терапія, кліматолікування та озокерито-парафінотерапія.

Особливістю санаторію є застосування фітотерапії з використанням жовчогінних трав'яних зборів, лікування мінеральними водами «Збручанська» та «Миргородська», а також терренкур – маршрути для лікувальної ходьби. Для активного відпочинку гостей на території санаторію є критий басейн, спортивний комплекс, тенісний корт, майданчики для баскетболу, волейболу та ігрові зони.

Кардіологічний санаторій «Ворзель» Національної Академії Наук України є одним із провідних закладів у Ворзелі для лікування кардіологічних, неврологічних хвороб та захворювань опорно-рухового апарату. Санаторій пропонує широкий спектр процедур, серед яких бальнеотерапія, магнітотерапія,

гірудотерапія, мануальна терапія, лікувальні душі та ванни, інгаляції, світлолікування й масаж. Унікальною особливістю є застосування внутрішньосудинного лазерного опромінення крові, яке сприяє підвищенню імунного статусу та активізації обмінних процесів в організмі. На території санаторію створено умови для фізичної активності: є зони для спортивної ходьби та бігу, настільний теніс і конференц-зал для проведення заходів, що робить відпочинок не тільки оздоровчим, але й різноманітним та комфортним [87].

Санаторій «Діброва» – приватний оздоровчий заклад, розташований у мальовничому куточку Київщини на околиці м. Біла Церква, поблизу річки Рось. Основною лікувальною складовою є природні радонові води, які ефективно сприяють оздоровленню серцево-судинної та нервової систем, опорно-рухового апарату, а також захворювань дихальної системи завдяки іонізованому повітрю та специфічному мікроклімату місцевості.

Радонові ванни, що застосовуються в санаторії, допомагають нормалізувати артеріальний тиск і роботу серця, регулюють функціонування щитовидної залози та ендокринної системи, а також є корисними при лікуванні метаболічних порушень, таких як цукровий діабет, подагра та ожиріння. Радонові процедури вирізняються своїми протибольовими, протизапальними та заспокійливими властивостями, що робить санаторій «Діброва» унікальним місцем для комплексного оздоровлення і релаксації.

Санаторій «Барвінок» – дитячий оздоровчий заклад, що працює протягом усього року та розрахований на 210 місць. Основними послугами є фізіотерапія, масаж, лікувальна фізкультура (ЛФК), кліматолікування і фітотерапія, які сприяють оздоровленню та зміцненню дитячого організму.

Для дозвілля та розвитку дітей на території санаторію обладнано спортивний зал, дитячі ігрові кімнати, є телевізори, комп'ютери, а також доступні пральня, перукарня та бібліотека, що забезпечує комфортні умови

перебування та різноманітні можливості для проведення вільного часу.

Основними факторами, що сприяли покращенню ситуації в напрямку соціального оздоровлення дітей та молоді, стали: проведення співбесід із відповідальними працівниками місцевих органів виконавчої влади щодо фінансового забезпечення та підготовки закладів відпочинку до літнього сезону, збільшення кількості дітей, охоплених оздоровчими заходами, надання пільг дитячим оздоровчим закладам щодо сплати місцевих податків і зборів, а також організація семінарів-тренінгів для осіб, відповідальних за організацію літнього відпочинку та оздоровлення дітей.

Вітчизняні суб'єкти санаторно-курортної діяльності характеризуються забезпеченням лікування і відпочинку населення; приналежністю до медицини і до туризму; продукуванням соціальних і економічних ефектів; прямим та опосередкованим впливом на суміжні сфери; сприянням визнання популяризації України у глобальному рекреаційному процесі й у культурно-історичному розвитку. Чинна нормативно-правова база оперує неоднозначною типологією суб'єктів надання санаторно-курортних послуг.

Таким чином, хоч частка столиці в загальній кількості санаторіїв становить лише 3,6%, в Києві зосереджено 37,5% їхньої площі. Це вказує на те, що столичні санаторії є великими за територією, але обслуговують обмежену кількість осіб, переважно дорослого населення. Крім того, показники, пов'язані з обслуговуванням іноземців у столиці, є низькими, а частка Києва у показниках трудового потенціалу й соціальної функції залишається в межах 3,2-5%. Це підкреслює спеціалізацію київських санаторіїв на вузькому колі клієнтів, з обмеженою орієнтацією на іноземний контингент.

Наступним кроком буде визначення стратегічних напрямів розвитку ринку туристичних послуг у Київській агломерації.

РОЗДІЛ 3

ПОВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У КИЇВСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

3.1. Стратегічні напрями розвитку ринку туристичних послуг у Київській агломерації

У програмі розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки [77] чільне місце посідає SWOT-аналіз Київської області, де у виявлених слабких сторонах наголошено на основних проблемах області, таких як:

- «відсутність туристичного ринку та системного розвитку (немає єдиної концепції розвитку та роботи з існуючими суб'єктами та об'єктами туристичного ринку);
- недосконалість туристичної інфраструктури та послуг сучасного рівня та їх невідповідність міжнародним стандартам;
- відсутність інформаційного забезпечення для туристичних продуктів;
- недооцінка значення туризму для розвитку регіону;
- зростання кількості підприємств туристичного бізнесу у «тіньовому» секторі» [77].

У пункті 15 Рекомендацій щодо формування політики з питань Плану відновлення місцевого самоврядування від наслідків війни (м. Страсбург, 30 червня 2022 року, CEGG/PAD(2022)3) підкреслюється тенденція до рецентралізації, тобто передачі більшої кількості повноважень від місцевого самоврядування до військових державних адміністрацій. Хоча ця зміна обґрунтована умовами кризи, вона несе ризики для досягнень попередніх реформ децентралізації.

Дослідження показують, що в ряді випадків місцева влада демонструвала вищу стійкість та ефективнішу діяльність, ніж військові адміністрації. Це

особливо помітно у великих міських агломераціях, таких як Київ, де війна висвітлила важливість співпраці та взаємної підтримки між сусідніми громадами. Ця співпраця є критичною не лише для організації військової оборони, а й для успішного відновлення інфраструктури та життєдіяльності в регіонах [36].

«В Україні практики створення Стратегії для субрегіону, де ядром є обласний центр чи мегаполіс, до серпня 2011 року не було – першою стала Одеська область. Над розробкою Стратегічного плану працював експертний комітет, до якого ввійшли представники регіональної влади, бізнесу, громади та науки зі всіх адміністративно-територіальних одиниць Одеського субрегіону, а також експерти з інших регіонів України» [1].

«П'ять головних напрямів, два з яких стосуються всіх видів економічної діяльності – залучення інвестицій, розвиток людського та інноваційного потенціалу, а також три пріоритетні галузі економіки – агропромисловий комплекс, транспорт і логістика, туризм і рекреація – були вибрані як вирішальні чинники для подальшого розвитку субрегіону та регіональної економіки. Для кожного з цих питань були складені окремі плани дій, впровадження яких має вести до покращення конкурентної позиції Одеського субрегіону» [1]. Кожен головний напрям складається з стратегічних та оперативних цілей.

Війна стала важким випробуванням для українських міст і громад, проте їхній героїчний спротив залишає незгладимий слід в історії та створює основу для нової спадщини. Багато країн, що пережили масштабні конфлікти, швидко відновлювалися, роблячи свої міста привабливими для туристів, і Україна може скористатися цим досвідом.

Зокрема, розвиток поствоєнного «туризму пам'яті» може стати важливою складовою туристичної галузі, яка з часом поєднується з іншими популярними напрямками – культурним, гастрономічним, спортивним, гірським, морським і

зеленим туризмом. Такий підхід сприятиме глибшому розумінню історії, підвищить інтерес до української культури та сприятиме економічному відновленню регіонів.

Варто також враховувати потенціал залучення туристів із сусідніх країн, зокрема Молдови, де спільна мовна база, доступність транспортних маршрутів і звичні культурні реалії роблять Україну логістично та емоційно близькою для відвідувачів. Водночас практичне втілення цього потенціалу залежатиме від можливості відновити й адаптувати курортну інфраструктуру, враховуючи виклики та обмеження, що існують під час війни.

Загострення кризових явищ та руйнування туристичної й курортної інфраструктури підкреслюють нагальну потребу в удосконаленні регіональної політики в цій сфері. Програма розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки спрямована на вирішення найбільш актуальних проблем регіону, зокрема на [77]:

- відсутність дієвого механізму для реалізації державно-приватного партнерства на базі асоціацій та громадських організацій гальмує розвиток туризму та курортної інфраструктури;

- відновлення та модернізацію туристичної інфраструктури;

- підвищення її безпеки та привабливості для внутрішніх і міжнародних відвідувачів.

Ця програма передбачає заходи з відбудови зруйнованих об'єктів, розвиток нових туристичних маршрутів, стимулювання інвестицій у туристичну галузь та популяризацію туристичного потенціалу Київщини. Відновлення туристичних об'єктів також буде орієнтоване на розвиток багатoproфільного туризму: від «туризму пам'яті» до екологічного, культурного та гастрономічного туризму, що зможе задовольнити різноманітні запити та залучити відвідувачів до регіону [77]:

Створення та реалізація ефективних заходів у рамках державно-

приватного партнерства та розвитку туристичної інфраструктури стане ключовим чинником для зростання туристичних потоків і збільшення витрат туристів під час подорожей. Це не лише стимулюватиме економічне зростання регіону, але й сприятиме зниженню рівня безробіття через створення нових робочих місць у сфері туризму, гостинності та обслуговування.

До того ж, стратегічний розвиток туризму дозволить зберегти та раціонально використовувати природно-ресурсний і історико-культурний потенціал Київської області. Розвиток таких напрямків, як екологічний, культурний та гастрономічний туризм, допоможе зберегти унікальні природні ландшафти та культурні пам'ятки, привертаючи туристів і тим самим сприяючи захисту довкілля та культурної спадщини.

Зацікавленість потенційних інвесторів у створенні та модернізації туристичної інфраструктури в Київській області також зростатиме, якщо буде сформована відповідна підтримка з боку місцевих органів влади та громадських організацій.

Створення якісного ексклюзивного туристичного продукту на території Київської області з унікальним ресурсним потенціалом під туристичним брендом має величезний потенціал для покращення іміджу регіону та розвитку його туристичної галузі. Такий продукт повинен поєднувати природну красу, історико-культурну спадщину та сучасні можливості для відпочинку й оздоровлення, викликаючи у туристів позитивні емоції та інтерес.

Ключові складові для створення такого продукту:

1. Унікальні туристичні маршрути та локації. Використання природних та культурних ресурсів Київщини, таких як історичні пам'ятки, природні парки, заповідники, річки й озера, стане основою для формування ексклюзивних маршрутів.

2. Київська область має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму, орієнтуючись на традиційну українську кухню та локальні продукти.

3. Унікальні природні ландшафти Київщини дозволяють розвивати екологічний туризм, такі як пішохідні та веломаршрути, кемпінги, відпочинок на природі.

4. Використання новітніх технологій, таких як віртуальна реальність для відвідування історичних локацій або інтерактивні виставки про культуру та природу Київщини, допоможе створити унікальний досвід для туристів.

5. Інвестиції в інфраструктуру та брендинг. Для того, щоб бренд Київщини став впізнаваним на національному та міжнародному рівні, необхідно інвестувати в розвиток інфраструктури (дороги, готелі, транспорт) та ефективну маркетингову кампанію. Пропозиція унікальних продуктів має бути активно просувана через онлайн-платформи, соцмережі та міжнародні туристичні виставки.

Розвиток такого ексклюзивного туристичного продукту не лише підвищить привабливість Київщини як туристичного регіону, але й приваблюватиме туристів як з інших регіонів країни, так і з-за кордону.

Програма розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки, визначивши такі основні цілі, стане важливим інструментом для досягнення значного прориву у туристичній галузі власне Київської агломерації.

За [77] деталізуємо дані цілі:

1. Одним з головних завдань є підвищення рівня професійної підготовки працівників сфери туризму, розвиток людського капіталу та створення умов для постійного самовдосконалення. Це включає навчання в туристичних школах, підвищення кваліфікації гідів та працівників готельного бізнесу, а також розвиток підприємницьких ініціатив у туристичній сфері. Важливо також працювати над поліпшенням якості життя мешканців регіону через впровадження європейських стандартів у інфраструктуру, якість обслуговування та екологічні ініціативи.

2. Для підвищення привабливості Київщини як туристичної дестинації

необхідно розробити чітку маркетингову стратегію, яка включатиме промоцію ключових туристичних об'єктів, організацію рекламних кампаній на національному та міжнародному рівнях, а також створення бренду Київщини як унікального туристичного регіону.

3. Безпека туристів – це пріоритет у будь-якому туристичному напрямку. Регіональна програма повинна враховувати заходи щодо поліпшення інфраструктури безпеки (освітлення, відеоспостереження, чітке маркування маршрутів), підготовку служб екстреної допомоги та координацію дій між різними органами для швидкого реагування у випадку надзвичайних ситуацій.

4. Акцент на турах вихідного дня, а також на продуктах рекреаційного та реабілітаційного туризму може суттєво підвищити привабливість Київщини для туристів, які шукають можливість для відпочинку, лікування чи оздоровлення. Зокрема, розвиток «туризму пам'яті» та організація екскурсій до історичних місць зробить цей напрямок цікавим для відвідувачів, що прагнуть поєднати відпочинок з ознайомленням з історією.

5. Для забезпечення доступу до ключових туристичних об'єктів важливим є розвиток дорожньої інфраструктури, модернізація транспортної мережі (включаючи розвиток громадського транспорту, автошляхів, залізничних ліній). Це також включає створення зручних транспортних маршрутів для туристів, зокрема для коротких поїздок вихідного дня.

6. Важливим аспектом для туристів є чітке орієнтування в місцевості. Це включає встановлення дорожніх знаків, інформаційних табличок, інтерактивних карт, додатків для смартфонів, які допоможуть туристам легко знайти цікаві їм місця, а також безпечно орієнтуватися під час подорожей.

Реалізація цих цілей дозволить створити сприятливе середовище для розвитку туризму, підвищити економічну ефективність регіону, сприяти залученню інвестицій і зробити Київщину більш привабливою для туристів як в Україні, так і за її межами.

Основні стратегічні завдання Програми розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки спрямовані на комплексне вирішення актуальних проблем та створення умов для сталого розвитку туристичної галузі. Зокрема:

1. Завдання збільшення кількості туристів і екскурсантів передбачає активне залучення відвідувачів, зокрема через розробку нових туристичних маршрутів, розширення пропозицій для різних груп туристів (сімейний, екологічний, культурний туризм тощо), проведення рекламних кампаній та залучення туристичних агентств. Підвищення інтересу до Київщини також потребує розширення мережі готелів, курортних комплексів та інших об'єктів для тимчасового проживання.

2. Завдання зростання надходжень до бюджетів усіх рівнів від надання туристичних послуг фокусується на збільшенні фінансових надходжень від туристичної діяльності, включаючи податки з готелів, ресторанів, туристичних агентств, транспортних компаній тощо. Для цього важливо забезпечити сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу в туристичній сфері, а також підтримати інвестиції в інфраструктуру, яка може стати джерелом додаткових доходів для місцевих і регіональних бюджетів.

3. Важливим завданням є модернізація існуючих та створення нових туристичних об'єктів. Це може включати відновлення історичних пам'яток, реконструкцію інфраструктури для активного відпочинку, створення нових туристичних центрів та зон для відпочинку, розвиток інфраструктури національних парків і природних заповідників, а також модернізацію транспортних засобів і доріг для полегшення доступу до популярних туристичних місць.

4. Для зростання зайнятості населення в туризмі та супутніх галузях досягнення цього завдання необхідно створювати нові робочі місця в сфері туризму, навчати спеціалістів, підвищувати кваліфікацію працівників та підтримувати ініціативи для молоді й жінок, сприяючи розвитку соціального

підприємництва в туристичних сферах. Це також включає організацію курсів для розвитку навичок у таких сферах, як гідкування, обслуговування туристів, готельний та ресторанний бізнес.

5. Розробка та реалізація ефективної маркетингової стратегії дозволить підвищити впізнаваність Київської агломерації на внутрішньому та міжнародному ринку. Це включає створення бренду Київщини, просування туристичних продуктів через інтернет-платформи, участь у міжнародних туристичних виставках і ярмарках, розвиток співпраці з туристичними агентствами, а також використання новітніх методів просування.

6. Розвиток міжрегіонального і міжнародного співробітництва полягає в налагодженні співпраці з іншими регіонами України, а також з міжнародними партнерами, зокрема в рамках програми міжрегіональних обмінів, спільних інвестиційних проектів, партнерств із іноземними туристичними організаціями та культурними установами. Важливо також розвивати транснаціональні туристичні маршрути, що об'єднують Київщину з іншими країнами Центрально-Східної Європи.

Загалом, для ефективного розвитку туризму Київщини необхідно створювати та просувати продукти, що підкреслюють унікальність регіону, забезпечують високий рівень сервісу та відповідають сучасним вимогам туристів.

Реалізація цих стратегічних завдань дозволить забезпечити не лише сталий розвиток туристичної галузі Київщини, але й стимулювати зростання економіки регіону, поліпшення рівня життя його мешканців та зміцнення міжнародного іміджу.

У заключному пункті буде розглянуто основні напрями підвищення привабливості туристичних продуктів у Київській агломерації.

3.2. Обґрунтування основних напрямів підвищення привабливості туристичних продуктів у Київській агломерації

Підвищення туристичної привабливості регіонів України має вагоме значення не лише для розвитку економіки країни, а й для створення позитивного іміджу України на світовій арені. За оцінками Національного інституту стратегічних досліджень, при повному розкритті туристичного потенціалу України надходження до бюджету можуть досягти рівня близько 10 млрд. доларів США щороку, що є порівняним з показниками країн, подібних до України за туристично-рекреаційним потенціалом [45].

Однак для досягнення таких результатів необхідно вирішити ряд системних проблем у сфері туризму та рекреації. Однією з основних є недостатній розвиток маркетингових технологій, включаючи рекламу, івент-маркетинг, дослідження ринку, комунікації та Інтернет-маркетинг. Ефективне використання сучасних маркетингових інструментів допоможе не лише привернути увагу туристів до окремих регіонів, а й загалом підвищити конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку.

Як видно з табл. А.1, туризм Київської агломерації має великий потенціал для розвитку різних туристичних продуктів завдяки своєму географічному розташуванню, природним і культурним ресурсам. Важливою складовою успіху розвитку туристичної галузі є застосування маркетингового підходу, що дозволяє чітко визначити унікальні переваги регіону та привернути увагу як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Основні напрямки розвитку туризму Київської агломерації [77]:

1. Київщина, завдяки своїй близькості до столиці, має чудові умови для розвитку туризму вихідного дня. Цей вид туризму користується популярністю серед мешканців Києва та інших великих міст, оскільки дозволяє відпочити в

природному середовищі або відвідати культурні та історичні пам'ятки на короткий термін. Для просування цього продукту необхідно створювати пакети, які включають екскурсії, культурні заходи, відпочинок на природі, а також забезпечувати доступність транспорту та інфраструктури.

2. Київська агломерація має всі можливості для розвитку ділового туризму, враховуючи наявність сучасних конференц-залів, готелів, спортивних комплексів та інших об'єктів для проведення конференцій, форумів, виставок і корпоративних заходів. Для цього важливо розвивати інфраструктуру для бізнес-туризму, створювати спеціальні пропозиції для корпоративних клієнтів, організовувати програми для ділових делегацій і забезпечувати високу якість сервісу.

3. Київщина має велику кількість природних ресурсів, таких як ліси, озера та річки, що дає можливість для розвитку рекреаційного туризму. Окрім того, регіон має потенціал для розвитку медичного туризму, включаючи санаторії, спа-центри та медичні заклади, що спеціалізуються на лікуванні та реабілітації. Це може включати як оздоровчі програми, так і реабілітаційні курси після хвороб або травм.

4. Природні та культурні ресурси:

- Київщина має багатий кулінарний спадок, що може бути використано для розвитку гастрономічного туризму. Важливо створювати тури, які включають відвідування місцевих фермерських господарств, дегустацію традиційних страв, а також організацію гастрономічних фестивалів;

- завдяки своїм мальовничим селам, старовинним традиціям і природним ресурсам, Київщина має великий потенціал для розвитку сільського туризму. Це включає агротуризм, де туристи можуть відвідати місцеві господарства, брати участь у сільськогосподарських роботах або насолоджуватися відпочинком в сільській місцевості;

- розвиток медичного туризму є важливим напрямком для Київщини,

враховуючи наявність санаторіїв, спа-центрів та оздоровчих закладів, що спеціалізуються на лікуванні різних захворювань та відновленні здоров'я.

Маркетинговий підхід для розвитку туризму включає [77]:

- Київська агломерація повинна розробити чітку стратегію для диференціації від інших регіонів України та створити власний туристичний бренд. Це може бути досягнуто через акцент на унікальних ресурсах, таких як природні курорти, історичні пам'ятки, традиційна кухня, активний відпочинок або культурні заходи;

- важливо зрозуміти потреби різних категорій туристів – від сімей з дітьми до ділових мандрівників, пенсіонерів та екстремальних туристів, що дасть можливість створити широкий спектр продуктів;

- використання сучасних методів просування, таких як цифровий маркетинг, співпраця з блогерами, соціальні мережі та реклама на міжнародних туристичних виставках допоможе привернути увагу до Київщини як туристичного напрямку.

Загалом, для ефективного розвитку туризму Київської агломерації необхідно створювати та просувати продукти, що підкреслюють унікальність регіону, забезпечують високий рівень сервісу та відповідають сучасним вимогам туристів.

Брендинг є ключовим інструментом територіального маркетингу, що спрямований на формування комплексного, впізнаваного образу регіону. Він допомагає виділити регіон серед інших, акцентуючи увагу на його унікальних характеристиках – історичних, туристичних, культурних, соціальних і економічних. Такий цілісний образ сприяє залученню туристів, інвесторів, а також підвищує рівень самосвідомості та гордості місцевих жителів, «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].

Зі зростанням туризму в Україні, особливо в Київській області, виникла потреба створити її туристичний бренд, оскільки потік туристів зріс на 39% у період з 2015 до 2020 року і після воєнних дій буде зростати. Проте розвиток стримується через інфраструктурні проблеми: бракує фінансування для будівництва нових готелів і реконструкції наявних місць розміщення. Внаслідок цього понад 25 тисяч туристів не можуть отримати послуги проживання, особливо під час кількадедних турів по області. Туристичний потенціал Київської агломерації великий, але його реалізація гальмується через застарілу систему туристичних маршрутів і відсутність єдиного сайту чи мобільного додатку для туристів [21].

Розвиток туризму у Київській агломерації є стратегічно важливим і перспективним завдяки її природним і рекреаційним ресурсам, які можуть привабити туристів різних категорій. Туристичний потенціал Київщини охоплює різноманітні напрямки – від ділового (MICE) до екологічного й пригодницького туризму. Проте головною проблемою є недостатня системна підтримка у створенні туристичної інфраструктури, відсутність концептуального підходу до формування та просування туристичних продуктів, а також недостатня реалізація вже наявного потенціалу.

Київська агломерація має значні людські, матеріально-технічні, культурно-історичні й природні ресурси, а також розвиває внутрішній туризм і пропонує широкий спектр активного відпочинку та дозвілля в кожному районі [105].

Привабливість регіону дозволяє оцінити взаємодію між внутрішніми чинниками (пропозицією) і зовнішніми силами (попитом), оскільки вони впливають одне на одного у взаємозалежному процесі..

Київ має особливий статус, оскільки він є одночасно столицею України,

обласним і районним центром. У місті розміщені Київська обласна рада, районна рада Києво-Святошинського району, а також обласні департаменти та установи, що додає певної адміністративної унікальності його статусу [1].

Навколо Києва розташовано багато санаторіїв, баз відпочинку та рекреаційних закладів, що належать столичним підприємствам та установам. До міста також ведуть 183 маршрути маршрутних таксі, які користуються дорожньо-вуличною мережею Києва, забезпечуючи зручний транспортний зв'язок з прилеглими населеними пунктами.

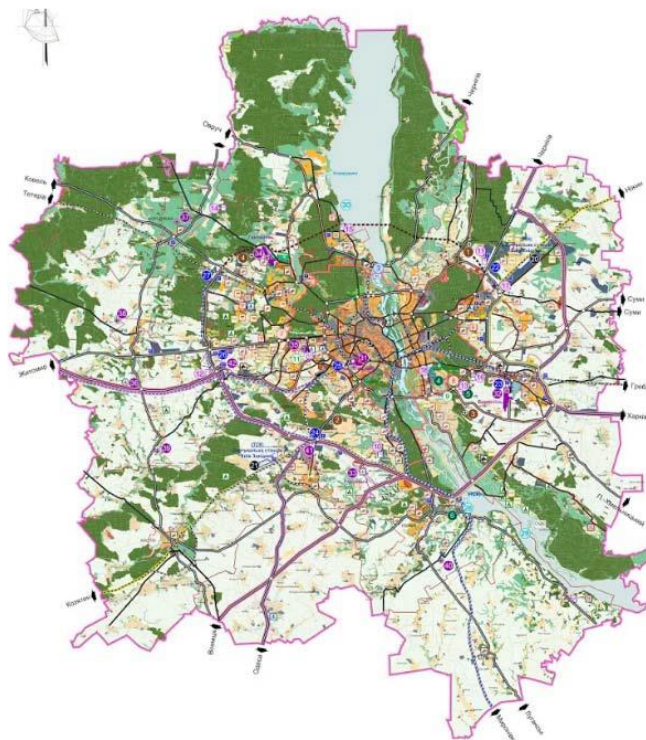


Рис. 3.2.1 Генеральний план розвитку Києва [1, 21].

У проєкті Генерального плану розвитку Києва до 2025 року визначені об'єкти, які є важливими для громад Київської агломерації. Це магазини, ринки, місця відпочинку на природі, спортивні та туристичні об'єкти, музеї, заклади охорони здоров'я, готелі, транспортні вузли, інфраструктурні об'єкти, аеропорти та порти. Усього план передбачає близько 100 таких об'єктів. Відсутність єдиної схеми планування Київської агломерації створює невизначеність у містобудівних планах як для Києва, так і для навколишніх

міст-супутників, що ускладнює розвиток території та її стабільність [1, 21].

Київська обласна державна адміністрація активно співпрацює з місцевою владою та бізнесом, щоб розвинути туристичний потенціал області. Водночас, ще у "Програмі розвитку туризму Київської області на 2021-2023 роки" наголошувалося на труднощах, спричинених пандемією COVID-19, яка завдала серйозних збитків сфері туризму. Через обмеження, накладені на 96% туристичних дестинацій у світі, втрати туристичної галузі в Україні оцінюються в понад 1,5 млрд. доларів США [99].

Основні цілі програми включають розробку маркетингових заходів для підвищення конкурентоспроможності, забезпечення безпеки туристів, просування популярних дестинацій для турів вихідного дня та ділового туризму (MICE), а також покращення туристичної, транспортної інфраструктури і системи орієнтування в області [1, 3, 6, 43, 49].

На сьогоднішній день Київська обласна державна адміністрація (Київська ОДА) впровадила і розробила проєкт «Мандруй Київщиною». Цей сайт пристосований до сучасних умов і містить 3D-тури найцікавіших туристичних місць Київської області. 3D-тури надають інноваційну можливість залучити туристів і стимулювати подорожі до обраних місць. На сайті також є онлайн-карта, яка містить всі необхідні для туриста об'єкти, такі як туристичні місця, готелі, парки, кафе та ресторани.

Сайт дозволяє користувачам залишати власні позначки на карті маловідомих туристичних місць, доповнюючи їх описами, контактними даними, годинами роботи та іншою корисною інформацією. На сайті доступно 29 готових віртуальних маршрутів і 10 відеомаршрутів, які дозволяють ознайомитися з місцевістю перед реальною поїздкою. Окрім української, сайт підтримує англійську мову, що робить його зручним для іноземних туристів [48, 63].

Завдяки промо-маршрутам проєкту «Мандруй Київщиною» вдалося

підвищити туристичний потік не лише в міста Київської області, але й у сільські місцевості. Наприклад, один із маршрутів веде до таких унікальних місць, як ферма кіз «Бабині кози» в с. Галайки, ферма равликів «Мисливці на равликів» у с. Володимирівка, Стара ГЕС у с. Щербаки та «Казковий Яр» у м. Васильків. Ці маршрути допомагають туристам детально планувати поїздки й відкривати для себе маловідомі принади регіону.

Для формування бренду Київської області та підвищення попиту на відвідування місцевих туристичних об'єктів Київська ОДА започатковує національний туристичний проєкт-магніт «Водний маршрут Дніпром». Його мета – створити постійний туристичний інтерес до об'єктів на берегах Дніпра, які стануть «магнітами» для внутрішнього та міжнародного туризму, а також популяризувати історичні та культурні пам'ятки області. Очікується, що реалізація проєкту покращить міську інфраструктуру, транспортну логістику та соціально-економічний рівень регіону.

Серед основних об'єктів маршруту: Чорнобильська зона, Київське море, набережна Вишгорода, парк «Межигір'я», місця Трипільської культури в с. Трипілля та м. Переяслав, парк «Київська Русь» у с. Копачів, м. Ржищів, парк «Олександрія» у м. Біла Церква, гора Тотоха та Шевченківські місця в м. Яготин [48, 63].

Місто Яготин, одне з перших районних міст Київської області, активно розвиває туристичну інфраструктуру та налагоджує співпрацю для підвищення туристичної конкурентоспроможності регіону. Нещодавно представники Київської обласної державної адміністрації (ОДА) спільно з керівництвом Яготинського історичного музею обговорили стратегії розвитку туризму в Київській області та можливості міжнародної співпраці.

Як один із кроків підтримки цифрової трансформації туризму, ОДА подарувала Яготинському історичному музею QR-коди. Ці коди дозволять відвідувачам отримувати додаткову інформацію про експонати за допомогою

смартфонів, що сприятиме інтерактивності й підвищить інтерес до музею як до туристичного об'єкта. Така ініціатива є важливою частиною цифровізації туристичної галузі регіону.

Основними напрямками механізму регіонального управління для розвитку туризму у Київській агломерації мають стати:

1. Удосконалення регулювання господарської діяльності з врахуванням досвіду країн із розвиненою туристичною галуззю. Це передбачає адаптацію успішних підходів у регулюванні туристичної інфраструктури та підприємництва.

2. Розробка цільових програм розвитку туризму на регіональному рівні, які враховують специфіку та потенціал кожної території. Такі програми можуть включати просування місцевих визначних пам'яток, розвиток сервісів та підвищення якості туристичних послуг.

3. Формування регіональної стратегії розвитку туризму та розробка конкретних заходів для досягнення цієї стратегічної мети. Такий підхід допоможе забезпечити послідовність і системність в розвитку туристичного сектору.

4. Створення в регіонах агентства з маркетингу та залучення інвестицій, підпорядкованого обласним державним адміністраціям. У структурі такого агентства має функціонувати спеціалізований відділ із розвитку туризму, який відповідатиме за промоцію туристичних можливостей, залучення інвесторів, аналіз ринку та просування бренду регіону на національному та міжнародному рівнях.

Такі ініціативи дозволять не лише збільшити туристичний потік, а й забезпечити стабільне фінансування галузі, підвищити зайнятість населення та збагатити місцеві бюджети, що сприятиме довгостроковому економічному розвитку.

На сьогодні ситуація у сфері туризму в більшості регіонів України

потребує державного втручання для належного регулювання та ефективного управління. Важливо зазначити, що на місцевому рівні питаннями туристичної галузі часто займається лише один спеціаліст, який водночас має інші обов'язки, що не стосуються туризму. Навіть у тих регіонах, де створено управління або відділи з туризму в складі обласних державних адміністрацій, більшість працівників не мають профільної туристичної освіти та не завжди розуміють специфіку роботи галузі.

Для забезпечення розвитку туристичної індустрії та максимального використання природного, рекреаційного й культурного потенціалу регіонів необхідно обов'язково створювати структурні підрозділи з туризму в обласних адміністраціях. Це сприятиме формуванню ефективної системи управління, орієнтованої на стимулювання та підтримку розвитку туризму.

Таким чином, однією з найефективніших форм організації туристичної діяльності в сучасних умовах є об'єднання туристичних організацій (фірм, автоперевізників, страхових компаній та органів місцевого самоврядування) у регіональну туристичну корпорацію. Така корпорація дозволяє координувати діяльність різних учасників туристичного ринку, розробляти спільні маркетингові стратегії, підвищувати якість послуг і приваблювати більше туристів до регіону рівня Київської агломерації.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. До складу Київської агломерації окрім міста Києва, входять 11 міст, 8 селищ та 51 сільська територіальна громада – разом 70 територіальних громад. Київ має доволі неоднозначний статус – столиці України, обласного центру Київської області та районного центру Києво-Святошинського району. Громади, які належатимуть до складу міської агломерації, матимуть тісні економічні, соціальні, культурні зв'язки, об'єднуватимуть зусилля для досягнення спільної мети та реалізації спільних проектів заради зростання добробуту жителів громад, однак при цьому зберігатимуть свою самостійність та автономію. Законодавча регламентація створення міських агломерацій як однієї з форм муніципального співробітництва сприятиме не лише розвитку окремо взятих громад, а й економічному зростанню регіонів, тим самим забезпечуючи успішне завершення реформи децентралізації та її результативність в масштабах усієї України в повоєнний період.

2. Географічний підхід до оцінки туристичного процесу у Київській агломерації дозволяє виявити ключові фактори, що визначають територіальну диференціацію споживання туристичних послуг, а також допомагає ефективно керувати розвитком туристичних потоків, сприяючи економічному зростанню регіону.

3. Соціально-економічні, природно-кліматичні та історико-культурні фактори відіграють важливу роль у розвитку туристичного потенціалу регіону.

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. Центральні райони міста Києва, такі як Шевченківський, Подільський і Печерський, мають достатні показники забезпеченості, тоді як прилеглі райони Києва (окрім центральних) мають недостатні значення, щоб відповідати мінімальним нормативам для великого міста-мільйонера.

6. Столичні санаторії є великими за територією, але обслуговують обмежену кількість осіб, переважно дорослого населення. Крім того, показники, пов'язані з обслуговуванням іноземців у столиці, є низькими, а частка Києва у показниках трудового потенціалу й соціальної функції залишається в межах 3,2-5%.

7. 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.

8. Реалізація стратегічних завдань дозволить забезпечити не лише сталий розвиток туристичної галузі Київської агломерації, але й стимулювати зростання економіки регіону, поліпшення рівня життя його мешканців та зміцнення міжнародного іміджу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агломерації: міжнародний досвід, тенденції, висновки для України. Аналітична записка. URL: <https://www.csi.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/AGLOMERATSIYI-Final.pdf>.
2. Алексеев І. В., Трусова Т. С. Соціально-економічні передумови та наслідки туристичної діяльності. *Бізнесінформ*. 2014. №7. С. 191-195.
3. Антоненко. І., Масюк В. Стан та перспективи розвитку видів туризму в Київській області. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. Випуск 13. С. 54-61.
4. Бабаєв В. М. Ефективність системи місцевого самоврядування великого міста. *Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія*. 2003. № 2. С. 3-9.
5. Баранецький Т. Законопроект про міські агломерації: що всередині. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/3617/>.
6. Баранівська Т. На Київщині діють 50 туристичних маршрутів. URL: <https://suspilne.media/kyiv/548855-na-kiivsini-diut-50-turisticnih-marsrutiv/>.
7. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. 395 с.
8. Биченко Л. А. Актуальні питання розвитку міських агломерацій. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук. пр. Х. : Магістр. № 2. С. 1-11.
9. Білоконь Ю. М. Регіональне планування: теорія й практика. К.: Логос, 2003. 246 с.
10. Бодрова І. Проблеми законодавчого визначення статусу міських агломерацій в Україні. *Державне будівництво та місцеве самоврядування*.

2017. № 34. С. 12–25.

11. 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.

12. Бойко М. Г. Методологічні засади дослідження соціально-економічної цінності туризму. *Бізнесінформ*. 2013. № 7. С. 208-215.

13. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.

14. Борщук Є. Основи стійкого розвитку еколого-економічних систем: монографія. Львів: Растр-7, 2007. 436 с.

15. 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.

16. Бутко М. П., Алешугіна Н. О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України. *Ефективна економіка*. 2009. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_3_36.

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

18. 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.nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_26_23.

19. Всесвітній форум медичного туризму вперше відбудеться в Києві. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/38455/>.

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

21. Генеральний план міста Києва. URL: <https://kievgenplan.grad.gov.ua/wp-content/uploads/2019/12/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%8>

2.pdf.

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

23. Герасимчук З., Глядіна М. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізми формування та реалізації: монографія. Луцьк: Надстир'я, 2006. 161 с.

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

25. 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.

26. Говард О. Територіальний розвиток в Україні: розвиток агломерацій та субрегіонів. Київ, 2012. 183 с. URL: http://Auc. Org. Ua/Sites/All/Sites/Default/Files/Files/Subregional_Structures_Development_2012.Pdf.

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

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

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

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

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

32. Гринюк Т.А. Рекреаційні системи Київщини (географічний аналіз). *Туристичні ресурси України: Збірник наукових статей*. К.: ФПУ, 1996.

33. Демографічний щорічник. «Населення України». К. : Державна служба

статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.

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

35. Дмитрієва К. Територіальна організація ресторанного господарства Київської агломерації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2015. №1 (63). С. 79-82.

36. Дробуш І.В. Міські агломерації як форми співробітництва громад в умовах повоєнної відбудови України. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2024/04/27.pdf>.

37. Економіка та менеджмент міжнародного туризму: навчальний посібник / Джинджоян В.В., Корнєєв М.В., Ходак О.В., Набаба Н.О. К.: Видавництво “Каравела”, 2024. 337 с.

38. Економічна оцінка природного багатства України: монографія / за заг. ред. С. Пирожкова, М. Хвесика. Київ: ДУ ІЕПСР НАН України, 2015. 396 с.

39. Енциклопедія сучасної України: Київська область. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=11238.

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

41. Жулавський А., Гордієнко В. Природно-ресурсний потенціал регіону в системі економічних відносин. *Ефективна економіка*. 2013. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2238>.

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

43. Іщук С. І., Гладкий О.В. Київська господарська агломерація: досвід регіонального менеджменту. К.: ВГЛ “Обрії”, 2005. 289 с.

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

45. 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>.

46. Київська агломерація може стати найбільшою в Україні. URL: <https://kyivregion.info/2021/05/14/kyivska-aglomeratsiya-mozhe-staty-najbilshoyu-v-ukrayini/>.

47. Київська обласна державна адміністрація. URL: <http://koda.gov.ua/kiivsnina/pro-oblast/pasport-kyivskoyi-oblasti>.

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

49. Київська агломерація. Що це таке і чому під час війни вона стала ще більш потрібна. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/how-it-works-city/327711-navischo-potribna-kiyivska-aglomeratsiya>.

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

51. 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.

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

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

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

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

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

57. Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід: монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 254 с.
58. Леонт'єва Ю. Ю., Тімощенкова О. О. Регіональна туристична дестинація та її соціально-економічний розвиток. *Бізнесінформ*. 2013. № 6. С. 165-170.
59. Лепкий М.І. Фактори розвитку туристичного господарства в регіонах України. *Розвиток продуктивних сил та регіональна економіка*. 2018. Випуск 25. С. 549-555.
60. 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.
61. Любіцева О.О., Мальська М.П., Зінько Ю.В. Концептуальні засади географії рекреації і туризму. *Географія та туризм*. 2011. №11. С.3-13..
62. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Навчальний посібник. 2-е вид., перероб та доп. К.: Альтерпрес, 2003. 436 с.
63. Мандруй Київщиною. Офіційний сайт. URL: <https://kyivregiontours.gov.ua/>.
64. Мацола В.І. Рекреаційно-туристський комплекс України: монографія. Львів: ІРД НАН України, 1997. 259 с.
65. Мельниченко С.В., Ведмідь Н.І. Менеджмент підприємства туристичної індустрії: Навч.-метод. посіб. К.: КНТЕУ, 2005. 217 с.
66. Мітюк О.В. Оцінка привабливості туристичних об'єктів і територій Столичного регіону. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
67. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скліяра. Полтава: ПУЕТ, 2015. 372 с.
68. Мокляк А. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (у контексті українсько-польських туристичних зв'язків): автореф. дис.

...канд. геогр. наук: спец. 11.00.02 «Економіка та соціальна географія». Київ, 2014. 17 с.

69. 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).

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

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

72. Парасюк І. Л. Стратегічне планування розвитку субрегіональних структур на основі мобілізації конкурентних переваг регіону (на прикладі Одеського субрегіону) : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Інститут проблем ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України. Одеса, 2011. 18 с.

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

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

75. Полтавець А.М. Рекреаційний потенціал Київської області. *Землеустрій, кадастр, моніторинг земель*. 2015. №4. С. 72-81.

76. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення правових підстав для утворення агломерації як однієї з форм співробітництва територіальних громад: Проект Закону № 2637 від 19.12.2019 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

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

78. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на

2021–2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 р. № 695 : станом на 05 серп. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-p#Text> (дата звернення: 24.11.2024).

79. 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>.

80. 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>.

81. Про міські агломерації: проект Закону України (реєстр. № 6743 від 17.07.2017 р.). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62318.

82. 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>.

83. 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>.

84. Радіонова О. М., Істратова А. К. Розвиток туристської інфраструктури як фактор підвищення туристської привабливості міста. *Комунальне господарство*. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 117. С. 115-119. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_econ_2014_117_27 (дата звернення 09.11.2024).

85. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. І. Школи. Чернівці: Книги – XXI, 2007. 292 с.

86. Романова А. Столиця України як перспективний ринок в'їзного туризму. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. 2018. № 8. С. 185-196.

87. Санаторій «Україна» Ворзель. URL: <http://ukrainevorsel.com.ua>.

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

89. Сологуб Ю. І., Безпала О. В., Харченко О. М. Зона впливу агломераційного центру як оптимальний ареал одноденних туристичних турів. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8898> (дата звернення: 06.11.2024).

90. Старостенко Г. Г. Соціально-географічна та демографічна база рекреаційної діяльності (на прикладі Київської області). *Туристичні ресурси України*: Збірник наукових статей. К.: ФПУ, 1996.

91. 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.

92. 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.

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

94. Стратегія розвитку м. Києва до 2025 р. URL: [www://dp.kga.gov.ua/uk/strategichna-initsiativa-dniprovska-perlina/strategiyarozvitku-m-kieva-do-2025-r](http://dp.kga.gov.ua/uk/strategichna-initsiativa-dniprovska-perlina/strategiyarozvitku-m-kieva-do-2025-r).

95. 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](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017).

96. Ткаченко Т. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. 2-ге вид., випр. та доп. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

97. Туризмологія (теорія туризму): Навч.-метод. посібник зі спецкурсу. К.: КУТЕП, 2010. 70 с.

98. 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.

99. Туристична діяльність в Україні у 2023 році. Статистична інформація. URL: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=78334&force view=1>.

100. Туристична діяльність в Україні у 2023 році. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm.

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

102. Туристична статистика України: динаміка податкових надходжень по регіонах. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-ukrayini-dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-regionah>.

103. Туристичний барометр України 2009-2019. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2019.pdf>.

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

105. Хонда М.П. Столичні функції міста Києва, їх реалізація: проблеми теорії і практики. *Держава і право*. Юридичні і політичні науки. К., 2005. Вип. 28. С. 245-250.

106. 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. Рєєнт (голова), В. П. Капелюшний, І. К. Патриляк, О. П. Гончаров, Н. В. Терес. К.: «Фоліант», 2019. С. 294-299.

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

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

109.Штефан В. С. Місце і роль міських агломерацій і мегаполісів у системі територіального устрою держави. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2014. № 3 (18). С. 229-238. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/01/3-229-238.pdf>.

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

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

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

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

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

ДОДАТКИ

Додаток А.

Перспективи розвитку туризму у Київській агломерації

Таблиця А.1

SWOT-аналіз Київської області, за [77]

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 Б.
Туристична діяльність у Київській області

Таблиця Б.1

Кількість туроператорів та турагентів за регіонами, складено за [92, 100]

	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 Б.2

Кількість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами, у 2020 році за регіонами, за [100]

	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 Б.3

Розподіл туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2020 році, осіб,
за [100]

	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 Б.4

Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, у 2020 році за регіонами, за [100]

	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

