

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Географічний факультет  
Кафедра економічної та соціальної географії

На правах рукопису  
УДК 911.3

**РІЗНОМАНІТТЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ:  
КИЇВ У МІЖНАРОДНОМУ ПОРІВНЯННІ**

Галузь знань: 10 Природничі науки

Спеціальність: 106 Географія

Освітня програма: Економічна та соціальна географія

Магістерська робота  
Студента 2-го курсу  
ОР Магістр  
Цибенка Максима Григоровича

Науковий керівник:  
доктор географічних наук, професор  
Мезенцев Костянтин Володимирович



Київ 2025

## ЗМІСТ

	Стор.
<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ</b>	<b>5</b>
1.1. Сутність міського туризму	5
1.2. Внесок міського туризму у розвиток регіону та його виміри	10
1.3. Овертуризм та управління територіальним розвитком	18
1.4. Методика дослідження міського туризму	20
<b>Розділ 2. ІНФРАСТРУКТУРА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У МІСТІ КИЇВ</b>	<b>22</b>
2.1. Роль транспортної інфраструктури у розвитку туризму	22
2.2. Повітряний транспорт та відстань подорожей	24
2.3. Залізничний транспорт та особливості його розвитку	32
2.4. Роль громадського транспорту	35
2.5. Сфера готельного бізнесу та її роль у розвитку міського туризму	41
<b>Розділ 3. ТУРИСТИЧНА АТРАКТИВНІСТЬ МІСТА КИЇВ</b>	<b>45</b>
3.1. Туристична сфера Києва в умовах війни	45
3.2. Туристичні атракції та конкурентні переваги столиці України	50
3.3. Туризм для осіб з інвалідністю	57
3.4. SWOT-аналіз потенціалу розвитку міського туризму міста Київ	60
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>68</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>73</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>81</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Туризм, як внутрішній, так і зовнішній на сьогоднішній день є дуже поширеним явищем у всьому світі, базуючись на туристичних ресурсах регіонів. Доступ даного виду діяльності для широких мас населення і обумовив його стрімке зростання. Попит на туристичні послуги відновився навіть після світової кризи, викликані пандемією Covid-19, що у свій час майже повністю заморозила усі види цієї сфери.

Актуальність питання туризму в вимірі розвитку території залежить від його потенціалу, а при його наявності і реалізації туризм здатний принести величезні кошти в економіку міста, створити робочі місця тощо.

Київ є столицею України, історія якої вкорінюється багатьма століттями у минуле. Масштаб та статус столиці дозволяють місту мати як сучасну інфраструктуру, так і зберегти на своїй території частину пам'яток різних часів. Такі умови створюють можливості для організації туристичної діяльності, проте названа масштабність столиці також характерна і для розвитку туризму, його різноманітності. Культурні та історичні об'єкти, як і їх збереження, є важливим питанням, особливо дивлячись на політичні загрози державі навіть у, здавалося б, цивілізованому 21 сторіччі.

За потенційними вигодами для розвитку столичного регіону стоять також потенційні виклики, що характерно для всіх міст світу та дозволяє аналізувати їх досвід.

**Об'єктом** кваліфікаційної роботи магістра є міський туризм та його розвиток в світі та Україні, а предметом – потенціал його розвитку в місті Київ у порівнянні зі світовими лідерами, включаючи поточний стан, виклики, можливості та перспективи.

**Метою** кваліфікаційної роботи є дослідження темпів і особливостей розвитку міського туризму у світі та потенціалу Києва у цій сфері. Для досягнення поставленої мети були вирішені такі завдання:

1. Розкрити сутність та глибину поняття «міського туризму», проаналізувати його визначення у науковій літературі та статутах міжнародних організацій.
2. Оцінити позитивний вплив на економіку, інші її галузу та загальний розвиток території від даного виду туризму.
3. Проаналізувати потенційні виклики, проблеми та наслідки поширення міського туризму.
4. Проаналізувати стан, слабкі та сильні сторони, наявні ресурси і перспективні напрями розвитку інфраструктури Києва – оцінити її поточний стан для ведення туристичної діяльності у місті, її переваги, недоліки та можливості для вдосконалення, проаналізувати світовий досвід розвитку.
5. Оцінити розвиток безбар'єрності інфраструктури столиці.
6. Провести SWOT-аналіз потенціалу розвитку міського туризму міста Київ.

**Методологічною основою** дослідження є аналіз літературних джерел – книжок, періодичних видань, статей, звітних даних світових економічних і туристичних організацій та установ, порівняльний та кейс-аналіз, SWOT-аналіз став ключовим інструментом для структуризації даних і оцінки факторів, що впливають на міський туризм у Києві та його роль у розвитку регіону. SWOT-аналіз став ключовим інструментом для структуризації даних і оцінки факторів, що впливають на міський туризм у Києві та його роль у розвитку регіону.

## Розділ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Сутність міського туризму

Міський туризм як окрема галузь дослідження туристичної діяльності являє собою складну взаємодію між динамічним та масштабним міським середовищем і різноманітними потребами та уподобаннями туристів, що відвідують місто. Сама концепція охоплює дослідження міських територій, їхньої культурної спадщини, сучасних пам'яток та різноманітних вражень, що робить її невід'ємною частиною світової туристичної індустрії. Незважаючи на відносну молодість цієї галузі вивчення, міський туризм став дуже важливим, а для деяких регіонів – найважливішим чинником економічного та соціального розвитку. І це не дивно, у 2020 р. частка міських жителів становила 55 % населення світу, а у 2050 р. сягне 68 % (за прогнозом ООН), тож і туристичні потоки до міст збільшаться. Міський туризм як туристична діяльність є досить широким поняттям, а діяльність із даного виду туризму може приносити величезні прибутки для міст-дестинацій, залучити інвестиції у інфраструктуру, при цьому, не тільки в туристичну.

Міський туризм охоплює широкий спектр видів туристичної діяльності, які використовують унікальні характеристики та ресурси міських просторів. Глибина поняття та розмаїття напрямів цієї діяльності виправдана тим фактом, що міста, в силу свого масштабу, історії та різноманітності в залежності від регіону, служать центрами проведення безлічі типів заходів, що відповідають різним інтересам та демографічним групам. В свою чергу, кожне місто по-своєму унікальне та має певний рівень інфраструктури та менталітет населення, що дозволяє йому називатися містом. А ось вже туристична привабливість може визначатись багатьма факторами в залежності від виду туризму – події, пам'ятки природи та архітектури, люксові або доступні готельні послуги, ресторани – від

тих маленьких ресторанів що ховаються поміж вуличками до найпопулярніших найкращих преміальних ресторанів з зірками Мішлен. Міський туризм пропонує можливості, такі ж різноманітні, як і самі міста.

По суті, міський туризм являє собою процес відвідування міст окремими особами з метою відпочинку, культурного збагачення або професійної діяльності. В свою чергу, види цієї діяльності чи відпочинку можуть досить сильно різнитися. На відміну від подорожей до сільської місцевості, атрактивність яких виражається у естетичних природних ландшафтах і можливості до рекреації у тиші, урбан туризм привертає увагу відвідувачів та зміг набрати таку велику популярність якраз за рахунок свого як і високого темпу у великих активних містах, так і низького у спокійних містечках з не менш естетичною за природу архітектурою та неоднорідності міст. Щоправда, спокійність міст може варіюватись – цей показник може змінюватись в залежності від часу доби, наявності нічного життя або бурхливих потоків людей впродовж всієї доби, туристичного сезону та інших ситуативних факторів. В свою чергу, мегаполіси стали магнітами для туристів через свою високу концентрацію культурних пам'яток: музеїв, художніх галерей, фестивалів та заходів. Але міський туризм може виходити за рамки культурно-спадщини та охоплювати такі сфери, як шопінг, гастрономія, розваги та навіть відвідування природних об'єктів. Тобто, міста створюють різноманітні враження, залучаючи туристів з різними демографічними групами та уподобаннями: від любителів історії до місцевої кухні, гетто, яскравих подій, паломництва і т.д.

За визначенням всесвітньої туристичної організації, міський туризм являє собою «вид туристичної діяльності, який відбувається в міському просторі з властивими йому атрибутами, що характеризуються несільськогосподарською економікою, такою як адміністрування, виробництво, торгівля та послуги, і будучи вузловими точками транспорту. Міські напрямки пропонують широкий і різноманітний спектр культурних, архітектурних, технологічних, соціальних і природних вражень і продуктів для відпочинку та бізнесу». На ряду із їх

визначенням терміну, вони зазначають, що відсоток населення планети Земля, що проживає у містах, постійно зростає, а сталий розвиток міського туризму дозволяє імплементувати ідеї та вплинути на реалізацію 17 цілей цього самого сталого розвитку [59].

Туризм – багатогранне явище, що виходить за рамки просто поїздки чи перельоту до дестинації. Воно охоплює взаємодію нового досвіду та знань, вражень, відпочинку та відновлення організму та психічного стану людини (при вдалій подорожі).

Тобто, крім нових вражень та розширення кругозору, туризм виступає як форма відпочинку, надаючи людям можливості для унікального досвіду дозвілля. Дозвілля в даному контексті не обмежується пасивним відпочинком, як-то лежанням у гамаку чи спостереженням птахів, а включає цілу низку потенційних активностей.

Різні, але схожі між собою підходи у визначенні поняття міського туризму представлені у таблиці 1.1. Навіть якщо на перший погляд, поняття і суть міського туризму може здатись досить простою, але, види його діяльності занадто різноманітні, масштаби занадто великі, а потенційна вигода є ще більшою. «Визначення міського туризму має важливе значення для будь-якої спроби поглибити механізми, що керують цією діяльністю.» [43, с.195]

**Таблиця 1.1. Визначення міського туризму у наукових джерелах**

Автор	Визначення
Словник загальної географії Г. Лезера [31, с. 653]	Міський туризм являє собою короткострокові (звичайно 1-4 дні) відвідування міста з наступних причин: інтерес до історії або мистецтва міста, інтерес до подій і придбання різних видів товарів в даному місті.
Г. Нойенфельдт і О. Розе [31,	1) відвідування міста з особистих причин

с. 653]	<p>(для того, щоб насолодитися атмосферою, оцінити архітектуру, зрозуміти спосіб життя міських жителів).</p> <p>2) відвідування міста у форматі екскурсійних турів вихідного дня.</p>
Тищенко О.Л., Параніна А.П [29]	Міський туризм передбачає поїздки, коли метою подорожей туристів є міста або місця з великою густотою населення та базується на комплексному використанні ресурсів міста.
G. Ashwoth (1989) [43, с.195]	Це не лише обсяг туристичної діяльності в містах, але й окремий випадок туризму, який є частиною конкретного міського життя.
Howie, 2003 [43, с.195]	Якщо спочатку міський туризм вважався результатом мобільності населення, для якого місто було лише коротким відпочинком, то тепер через трансформації та поведінкові зміни, які відбулися, місто стало культурним центром, місцем відпочинку, де люди роблять покупки, зустрічаються з друзями та проводять вільний час. Тому можна сказати, що міський туризм – це не просто форма туризму, а й невід’ємна, традиційна та характерна частина міського життя.

Minciu Rodica [43, с.195]	Характеризує міський туризм з точки зору надзвичайно широкого охоплення – дозвілля (канікули) у містах, відвідування їх і проведення різноманітних заходів, таких як відвідування родичів, зустрічі з друзями, перегляд шоу, виставок, шопінг тощо.
Georges et Potier [43, с.195]	Труднощі в ідентифікації міського туризму пов'язані з невідповідністю практик і мотивацій, складністю туристичних потоків і недостатніми статистичними даними.
Roxana Valentina Gârbea [43, с.196]	Об'єднуючи наведені визначення, можна зробити висновок, що міський туризм – це всі привабливі туристичні ресурси міста, спрямовані на залучення відвідувачів і мешканців, у які різні види туризму втручаються та сприяють розвитку та відродженню міських територій.

Різні підходи до аналізу явища міського туризму і трактування його суті схожі тим, особливо в англійських джерелах, що розкривають його як досить глибоке явище, невід'ємне для сучасного міста та включає у себе безліч аспектів та наслідків такої діяльності. Адже, і саме міське життя має величезну кількість аспектів в міру своєї масштабності, а життя людини у 21 столітті стає все більш тісно пов'язане з містами, що і зрозуміло із раніше зазначеної статистики міського населення від ООН.

## 1.2. Внесок міського туризму у розвиток регіону та його виміри

Потенційну користь від туристичної діяльності у соціально-економічному розвитку регіонів по всьому світу, особливо у містах, що мають передумови для туристичної діяльності, важко переоцінити. Це, власне, стимулює зростання різних галузей промисловості, інфраструктури, малого та середнього бізнесу, створюючи робочі місця та сприяючи культурному обміну, створенню уявлення людей про регіон, геобренду тощо.

В епоху загальних тенденцій до глобалізації, популяризації туризму та надання йому масового статусу, багато регіонів реалізують свій потенціал для розвитку туризму як чинника економічного зростання, відкриття нових можливостей та збільшення благополуччя для місцевого населення.

Однією з найважливіших переваг туризму для регіону є його внесок у бюджет місцеву економіку через створення прямої і непрямой вигоди. Туристи постійно витрачають гроші на послуги з розміщення та проживання, у закладах харчування та місцевих магазинах, транспорт – як міський так і міжміський, дуже багато витрачають на розваги, які часто і є орієнтовані на гроші туриста. Чимало ресторанів та інших закладів сильно підвищують ціну на свою продукцію та перекваліфікуються у туристичні, становлячись популярними атракціями, проте не для місцевих, створюючи попит, який приносить користь широкому колу підприємств. Цей приплив капіталу підтримує місцевий малий та середній бізнес, дозволяючи йому розвиватись та переживати оподаткування.

Проте, туризм може бути і проблемою для регіону та для місцевого бізнесу, але це все залежить від організації як і туризму, так і місцевого бізнесу. Обґрунтовані рішення ґрунтуються на збалансованій та об'єктивній оцінці вигод і витрат, а також на розумінні того, хто отримує вигоду від туризму і хто за нього платить.

Тобто, іншому не туристичному бізнесу потрібно вести свою діяльність в умовах навантаження на інфраструктуру, особливо транспортну, адже цей вид

інфраструктури є одним із найбільш навантаженим туристами. Також, розподіл інвестицій також може бути несправедливим для бізнесу у туристично орієнтованому регіоні, але це вже залежить від співпраці цього самого бізнесу, суспільства та місцевих органів управління.

Загалом же, туризм може бути вигідним для різних галузей, адже велика кількість людей створює попит на багато різноманітних товарів та послуг. Це і розвиток сільського господарства для забезпечення міста харчами, і висока конкуренція між заклади харчування, що є рушієм прогресу.

Наприклад, якщо брати до уваги сільське господарство, то вирощування курки та виробництво молока, що дуже часто організовується близько великих міст, зможе мати велику кількість замовлень та нарощувати своє виробництво.

Що ж стосується закладів харчування, то велика кількість клієнтів призводить до збільшення попиту на послуги таких закладів, що, у свою чергу, призводить до збільшення прибутку ресторанів, кафе, стріт-фуду, а також установ, де вони розміщені, наприклад ТЦ. Також, туристам більш притаманне харчування у них, адже, на відміну від місцевих, їм складніше готувати для себе їжу самим. Якщо у закладів харчування становиться багато відвідувачів, то працює принцип того, що конкуренція – рушій прогресу. Про свою репутацію, якість обслуговування та продукції потрібно ретельно дбати, адже ми живемо в епоху розвитку технологій та низький рейтинг ресторану на Google Maps чи подібному сервісі може дуже прикро відобразитись на його прибутках.

Прикладом умов високої конкуренції, що в результаті є двигуном для прогресу і досягнення високої якості на різних цінових рівнях, є Дубай. Це місто є дуже молодим, побудованим лише за останні десятки років і все ще нарощуючим свої масштаби, мегаполісом посеред пустелі, але по-своєму унікальним, що дозволяє йому приваблювати відвідувачів з усього світу, а на його території успішно зареєстровані та ведуть свою діяльність тисячі брендів та компаній. Будучи світовим центром туризму та бізнесу, приймаючи такий великий обсяг туристів, Дубай створює середовище із дуже великою

конкуренцію саме для ресторанів, де її переживають лише найкращі заклади, особливо звертаючи увагу на їх величезну кількість.

В кінці кінців, туризм, як і інші сфери підприємницької діяльності, залежить від наявних туристичних ресурсів, атракцій, що можуть привернути увагу потенційних відвідувачів для дестинації. Не варто говорити про його розвиток якось по-особливому негативно, адже частіш за все, місцева економіка і будується спираючись на її конкурентні переваги, а на місці великої частки туристичного бізнесу у прибутках може бути змінено на будь-яку іншу галузь, що буде пріоритетом розвитку. Усе залежить від рішень влади та місцевого бізнесу.

Адже, туризм приносить значні кошти багатьом регіонам та містам у всьому світі, навіть не дивлячись на кризу Covid-19, що призупинила діяльність у цій сфері та потребувала багатьох років відновлення, чіткої та ефективної регіональної політики від регіонів-дестинацій. Наприклад, уряд Мальти вів політику полегшення ведення бізнесу та туристичної діяльності іноземців аби сильно не постраждали від пандемії. Управління по туризму Мальти прагне надавати серйозну підтримку галузі – як організаторам в залежності їх витрат, виплачуючи їм гранти за кожного іноземного учасника, так й іноземним мандрівникам виплачували до 200 євро, якщо вони пробудуть на території Мальти більше двох ночей та виплати в залежності від кількості зірок готелю, де зупиниться турист. Виплати відвідувачам Гозо в таких випадках є на 10% більші [21].

Станом на 2024-2025 рік темпи туризму значно відновлюються, а в багатьох кейсах навіть збільшені, що є гарною новиною та успішним результатом пост-пандемічного відновлення.

Різноманітні ресурси, компанії та організації по-різному обраховують успішність туризму у країнах та їх містах, але по їх даним можна об'єктивно побачити величезні прибутки туристичної сфери в їх економіці.

За аналізом Euromonitor International, рейтинг міст за відвідувачами дані представлені у таблиці 1.2.

**Таблиця 1.2. Рейтинг туристичних міст за Euromonitor International [41]**

<b>Місце у рейтингу</b>	<b>Місто</b>	<b>Кількість туристів, млн осіб</b>	<b>Приріст у 2024 році в порівнянні із 2023, %</b>
1	Бангкок	32.4	+37%
2	Стамбул	23.0	+14%
3	Лондон	21.7	+7%
4	Гонконг	20.5	+19%
5	Мекка	19.3	+20%
6	Анталія	19.3	+17%
7	Дубай	18.2	+8%
8	Макао	18.0	+26%
9	Париж	17.4	+2%
10	Куала-Лумпур	16.5	+73%

Але, кількість туристів не завжди визначає обсяги доходів, не завжди означає що дестинація є найкращою. Усі міста світу достатньо різні, як за рівнем інфраструктури, так і за доступними видами туризму. Тож, туристичну привабливість, популярність та культовість міст визначаються різними

параметрами. Багато організацій користуються індексами та різними статистичними даними для своїх «топів».

За даними, що категоризували за п'ятьма індексами, World Economic Forum [60] створили свій власний рейтинг країн, представлений у таблиці 1.3. Так, це не рейтинг міст, але рівень життя та розвиток інфраструктури усіх міст у цьому рейтингу, їх популярність, культовість та спосіб життя вказують на те, що ключовими дестинаціями все одно є міста.

**Таблиця 1.3. Рейтинг країн за індексом туризму і подорожей за даними і оцінкою WEF [56]**

Ранг	Країна	Оцінка (1-7)
1	США	5.24
2	Іспанія	5.18
3	Японія	5.09
4	Франція	5.07
5	Австралія	5.00
6	Німеччина	5.00
7	Велика Британія	4.96
8	Китай	4.94
9	Італія	4.90
10	Швейцарія	4.81

Цей «Індекс складається з п'яти вимірів, 17 стовпів і 102 окремих показників». До даних вимірів належать:

1. Вимір сприятливого середовища – показники, що оцінюють саме інвестиційне середовище регіону, його безпеку, трудові ресурси, бізнес-середовище, цифровізація і т.д.
2. Політика Т&Т (сфера подорожей і туризму) і сприятливі умови для неї – оцінка підтримки сфери урядом, доступності туризму.
3. Вимір інфраструктури та сервісу – оцінка як наземної, так і повітряної та водяної транспортної інфраструктури, оцінка туристичної інфраструктури та сервісу для туристів, їх якості та доступності.
4. Вимір ресурсів для подорожей та туризму – оцінка природних ресурсів, можливостей для активної рекреації, оцінка історико-культурних ресурсів та можливість їх туристифікації, наявність можливостей для ділових подорожей та провідних навчальних закладів.
5. Вимір стійкості туризму та подорожей – оцінює екологічну стійкість та вплив туризму, соціально-економічний вплив сфери, створення робочих місць, рівноправність, стабільність та нестабільність туристичного попиту.

Про значні доходи від туристичної галузі свідчать ті величезні суми грошей, які вона приносить до країн, що її розвивають. І рейтинг країн по показнику доходів у національну економіку від World Travel & Tourism Council у таблиці 1.4. є досить схожим на попередній рейтинг World Economic Forum, що давав бальну оцінку туристичній сфері держави.

Як можна побачити, частіш за все найбільші доходи від туристичної діяльності отримують провідні країни світу, тобто США та країни західної Європи. Це зумовлено їх популярністю з одночасно високим рівнем цін на товари та послуги, що дозволяють отримувати величезні прибутки від туристів. Популярності набувають також інші напрями, наприклад Стамбул, Бангкок чи Анталія. Ці міста є більш фінансово доступними для туристів та мають значну популярність серед європейців, що не належать до високого класу. В свою чергу, Мексика є популярним місцем для жителів Канади та США. Вибір дестинації туриста залежить від його знань та фінансових можливостей.

**Таблиця 1.4. Рейтинг країн за внеском туристичної галузі у ВВП за WTTC  
[56]**

Ранг	Країна	Внесок у ВВП
1	США	\$2.36
2	Китай	\$1.3
3	Німеччина	\$487.6
4	Японія	\$297
5	Велика Британія	\$295.2
6	Франція	\$264.7
7	Мексика	\$261.6
8	Індія	\$231.6
9	Італія	\$231.3
10	Іспанія	\$227.9

Ще однією причиною великих доходів розвинутих країн є не тільки високий рівень інфраструктури і послуг, а й наявність більшої кількості популярних дестинацій на своїй території. Саме завдяки цьому США займає перші місця – розвинута країна, один із найбільш значущих лідерів на світовій політичній арені також займає величезну територію свого материка, що наповнює кордони найрізноманітнішими пейзажами, різними типами клімату та всесвітньо відомими пам'ятками природи. При цьому, крім природних ресурсів, міста Америки є культовими та мають свої потужні геобренди – місцеві мегаполіси привертають увагу відвідувачів з усього світу своєю значимістю.

Нью-Йорк, Сан-Франциско, сонячне Маямі та інші міста привертають увагу як зовнішніх, так і внутрішніх туристів, а високий рівень життя гарантує наявність, хоч і досить проблемної, але розвинутої інфраструктури. «Одним із рушійних факторів успіху індустрії туризму в Сполучених Штатах є спільні зусилля між місцевими, регіональними та державними туристичними організаціями», – сказала Даніель Борха, президент/виконавчий директор Visit Conejo Valley для ВВС, спираючись на дані американських туристичних бюро та організацій з управління напрямками» [56].

Що стосується країн Європи, то прикладом може бути Франція – одна з лідерів по туризму у світі вже десятки років. Крім культового Парижу, до міст, привабливих для туристів відносяться: Ніцца, Канни, Ліон, Тулуза, Марсель, Бордо, Лілль, Нант, Тулон [56]. Усе завдяки своїй культурній значимості, пам'ятках, музеях, галереях та одного з найпопулярніших геобрендів у світі. Значним чинником доступності та популярності туризму та подорожей у Європі є також Шенгенська зона – кордони між її державами дуже доступні та легко перетинаються.

Як можна з цього побачити, економічна користь для регіону від туризму для регіону може бути дуже значною і це стосується країн різного рівня економічного розвитку, з різним рівнем інфраструктури, якості послуг тощо. Успіх сильно залежить від реалізації туристичного потенціалу міста, створення та маркетингово просування міста у медіа та урядової підтримки розвитку сфери. Це передбачає співпрацю з місцевим бізнесом, чесну податкову політику, пошук інвесторів, захист культурної спадщини, екології тощо.

### 1.3. Овертуризм та управління територіальним розвитком

Взагалі, міський туризм тісно пов'язаний із таким явищем як овертуризм. Це пов'язано із тим, що, як і раніше було зазначено, кількість міського населення у світі значно зростає із кожним роком, а коли до густо заселеного міста додається велика маса туристичного потоку, то людей на квадратний метр може бути навіть забагато.

За визначенням Європейського парламенту, овертуризм визначається як «ситуація, за якої вплив туризму в певний час і в певних місцях перевищує фізичні, екологічні, соціальні, економічні, психологічні та/або політичні порого» [51, с.19]. Тобто, ситуація, коли туристична дестинація не може прийняти та надати всі послуги, на які у відвідувачів є попит. Загалом, точного визначення такого явища не існує, через його новизну. «Проблема надмірного туризму виникла у своїй нинішній проблемній формі лише кілька років тому. Таким чином, це явище все ще знаходиться на самому початку політичного циклу» [51, с.19].

Із сказаного раніше, можна подумати, що збільшення цін внаслідок туристичного потоку, орієнтація розвитку інфраструктури на туриста та цю галузь може бути негативним чинником для корінних громадян та тих, хто проживає на території дестинації на постійній основі. Звичайно, у такого явища є свої плюси та мінуси.

До основних мінусів можна віднести основні мінуси великих міст та індустріальної революції, а саме – негативний вплив на довкілля. Під час переміщення туристів, як зовні, так і всередині країни, можуть застосовуватись найрізноманітніші види транспорту, що спричиняє значні викиди їх газів у повітря. Також туристичні місця можуть бути засміченими безвідповідальними туристами із низьким рівнем культури. Усе це в результаті негативно впливає на клімат та екологію міст-дестинацій, створює нові виклики.

Що стосується проблем та викликів з соціальної сторони, то місцеві жителі можуть почати по-різному сприймати туристів в результаті перевантаження ними території. Така реакція та рівень гостинності відрізняється у різних країнах та культурних середовищах. Інколи, до іноземців, особливо з характерними вирізняючими ознаками, можуть вороже ставитись лише невеликі екстреміські та маргінальні групи чи прошарки населення, а інколи таке явище може бути більш розповсюдженим. Такі соціальні рухи можуть створювати соціальні конфлікти, небезпечні ситуації та вигідні терористам умови для ведення своєї діяльності.

Для самого регіону та організації його розвитку викликом овертуризму є дотримання високого рівня якості інфраструктуру регіону, як транспортної, так і засобів розміщення, місця у лікарнях тощо.

Основним же плюсом овертуризму для дестинації та її постійних мешканців, безумовно, є можливості та потік інвестицій і грошей до регіону. Туристи, особливо у регіони без ядро виражених туристичних сезонів, створюють для місцевого бізнесу та влади можливість для відкриття нових робочих місць, стартапів, а вдалий геобрендинг дозволяє залучати ще більше інвестицій.

Можна подумати, що овертуризм може збагатити бізнес, але підняти ціни на товари та послуги у регіоні занадто сильно, призвести до зростання цін на нерухомість та житло. Такі фактори, як уже було зазначено, можуть обурювати місцевих жителів та викликати антитуристичні рухи та ідеї, але, такі агресивно налаштовані люди не розуміють, що якщо ціни на квартири зростають, а кількість місцевого житла стає все менше і менше, це не провина туриста, особливо вихованого, зберігаючого чистоту довкілля та такого, хто турбується про свій етикет та місцеву культуру. Насправді, туристичний потік, знову ж таки, створює величезну кількість робочих місць та інвестицій. Більш доречним був би рух проти влади та її слабкої політики із регіонального розвитку. Адже, це не провина туриста, що влада нездатна створити потрібну кількість робочих місць

для реалізації потенціалу великого попиту на товари і послуги у туристів, будувати потрібну кількість житла, реформувати закони та податкову систему для малого та середнього бізнесу. Саме влада має створювати програми для сталого регіонального розвитку, щоб повністю реалізовувати потенціал регіону та людських ресурсів, аби зробити територію привабливою як і для туристів, так і для місцевих жителів.

Усе це в умовах глобалізації та масової доступності туризму, особливо у Європі, потребує від місцевої влади грамотних управлінських рішень, боротьбу з непотрібною та надто складною бюрократією заради забезпечення процвітання регіону та уникнення соціального напруження від туристичних потоків. Не варто забувати про те, що якщо у багатьох містах не буде туристів, то доля цих міст стане плачевною, а замість скорочення цін на житло зменшиться лише заробітна плата і доступні вакансії.

Звичайно, надмірне нерівномірне зростання туристичного сектору може вплинути на завелике зростання цін, відсутність достатніх інвестицій у інші сфери та негативно відобразитись на якості життя місцевих. Саме тому уряду варто не допускати цього, при цьому уникаючи потенційних конфліктів між населенням та туристами.

#### **1.4. Методика дослідження міського туризму**

Дослідження міського туризму передбачає виконання трьох методичних етапів, що взаємопов'язані:

I етап дослідження – теоретико-методичний, який передбачає аналіз фахової літератури, вивчення першоджерел, актуальних звітів. На основі цього формулюється концепція дослідження, систематизуються визначення міського туризму, висуваються дослідницькі гіпотези. Далі визначаються найбільш адекватні методи дослідження, послідовність їх використання.

II етап дослідження – оціночно-аналітичний, на якому на основі зібраних статистичних даних здійснюється аналіз різних складових інфраструктури розвитку міського туризму. У даному дослідженні основними фокусами обрано транспортну та готельну інфраструктуру, зокрема, повітряний транспорт, залізничний транспорт, які є «воротами» міського туризму, а також міський громадський транспорт, який забезпечує навігацію туристів містом. Також на даному етапі здійснюється оцінка роль відповідних складових інфраструктури у розвитку міського туризму.

III етап дослідження – синтетичний, передбачає комплексну оцінку туристичної атрактивності досліджуваного міста та обґрунтування перспектив використання потенціалу розвитку міського туризму. У даній роботі окрему увагу було приділено питання розвитку туристичної сфери Києва в умовах війни, особливостей та пріоритетів розвитку міського туризму для осіб з інвалідністю. Узагальнюючим було використання SWOT-аналізу для визначення сильних і слабких сторін, перешкод та можливостей розвитку міського туризму міста Київ.

## Розділ 2

### ІНФРАСТРУКТУРА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У МІСТІ КИЇВ

#### 2.1. Роль транспортної інфраструктури у розвитку туризму

Безсумнівно, туризм, як внутрішній, так і зовнішній є неможливим без належного транспортного інфраструктурного забезпечення регіону. Це стосується будь-якої діяльності, особливо враховуючи потенційно великі масштаби міста, то важливими є як і зовнішні, так і внутрішні транспортні зв'язки. Високоякісна організація транспортної системи міста позитивно складається на туристичному досвіді – дістатись до потрібних об'єктів стає легше, що дозволяє туристу відвідати більшу кількість атракцій або довше залишатися на території, що, в свою чергу, дозволяє місту і місцевій економіці отримати більшу кількість коштів.

Зручність транспортної мережі міста суттєво впливає на загальну задоволеність туристів своєю подорожжю, тому що усе цей час, коли гість міста замість реалізації плану подорожі при його наявності, отримання нових вражень, відвідування цікавих об'єктів (одним словом – виконання мети подорожі), проводить час у транспорті, його настрої частіше за все змінюється у гіршу сторону. Так, існують туристичний транспорт, що дозволяє на ходу побачити місто, але мова йдеться про, наприклад, перевантажений громадський транспорт або дороги, перебування у якому у жарку погоду дуже виснажує. Важливі для зручності як і туристів, так і для постійних мешканців, також є такі елементи інфраструктури, як багатомовні та інформативні вказівники, зручні веб-сторінки та мобільні додатки для покупки білетів, відстежування у реальному часі руху транспорту.

Як і було зазначено, існують такі види транспорту, які одночасно і виконують свою основну функцію і являють собою туристичну атракцію.

Наприклад, оглядові тури можуть проводитись із вікон чи відкритих дахів автобусів, трамваїв як у Лісабоні чи з човнів та кораблів, як у Венеції. Такий транспорт дозволяє місту надати туристу одночасно як і послуги з переміщення, так і представити можливість насолодитись красою міста та ознайомити його зі своєю культурою за допомогою екскурсоводів.

Враження туриста від міста починаються ще з аеропорту чи станції, на яку він прибув, а цими видами транспорту користується величезна кількість туристів. Економіка міста зацікавлена у тому, щоб турист отримав позитивні враження, витратив більше грошей, відвідав його ще раз. Зважаючи на сучасні технології, образ міста в інтернет-мережі також є дуже важливим, тож враження та відгуки широких мас можуть позитивно або негативно скластись на образі та репутації міста, допомогти чи ускладнити просування його геобренду.

Цей вид інфраструктури сильно впливає на можливий туристичний потік, а розвиток та організація транспортної інфраструктури також може вестись під впливом обсягів цього самого туристичного потоку.

Загалом, якісна транспортна інфраструктура забезпечує як розвиток туризму, так і всієї економіки, полегшуючи як і туристичну діяльність, так і інші галузі та загальний розвиток міста. Це стосується і розвитку периферії та розвантаження центрального міста – розвиток та вдосконалення доступності менших міст дозволяють розподіляти туристів до периферійних зон, що сприяє розвитку усього регіону і дозволяє зменшити навантаження на інфраструктуру центру. Така стратегія дозволяє забезпечити рівномірний сталий розвиток регіону.

Власне, країни із раніше зазначених в таблицях 1.3. та 1.4., рейтинг відвідувачів також входить до десятки найрозвиненіших туристичних напрямків згідно також раніше зазначеного Індекс Розвитку Туризму від WEF [50].

## 2.2. Повітряний транспорт та відстань подорожей

Існує безліч видів транспорту, який можна використовувати для туристичної діяльності, але особливо на фоні інших виділяється повітряний транспорт. Аеропорти розташовуються по всьому світі, а даний вид транспорту обслуговує 58% [50] туристичних перевезень та, як і було зазначено раніше, аеропорти складають перше враження про місто, є його обличчям, тож вони мають бути комфортними та на високому рівні обслуговування клієнтів, їх підтримкою, аби показати гостинність та створити найкращу думку про своє місто чи навіть країну.

Популярність та ефективність такого виду транспорту по всьому світі є те, що за допомогою літаків можливо подолати найбільші відстані та не бути обмеженим географічними чи політичними кордонами. Як зазначається у дослідженні Хуана Луїс Ніколау «Вплив відстані та цін на вибір туристичних напрямків: модеруюча роль мотивації» [46], навіть якщо відстань до обраної туристичної дестинації може бути дуже великою, все одно існує безліч пом'якшуючих та цікавих факторів, що змушують людей так сильно віддалятися від свого дому. Так, людина що шукає у подорожах відпочинок та спокій буде надавати перевагу перелітам. Проте, подорожі можуть приносити незабутні враження та мотивуються різними бажаннями – відвідати країни з новим кліматом, зустрітися з друзями або сім'єю. В свою чергу, ще більшу мотивацію для витрачання більшої кількості коштів та подолати більшу відстань може надати бажання розширення кругозору, дослідження нових місць, погоня за новими враженнями. За цієї теорією маркетологи і роблять свою роботу, проводячи ефективні таргетні рекламні кампанії. Але, дане дослідження наголошує на тому, що поведінка туриста це психологія та може залежати від багатьох факторів. Якщо подивитись на приклад Києва у міжнародному туризмі, то станом на початок 2025 року, щоб потрапити до міста іноземцю потрібно буде користуватися не тільки повітряним транспортом, а й робити пересадку на інші

види. Тобто, на жаль, наразі Київ, як і вся Україна, через бойові дії відрізані від міжнародної системи комерційних рейсів, що є надзвичайно сильним ударом для міжнародного туризму, зважаючи на зазначені раніше масштаби діяльності цього транспорту у світі. Проте, тимчасова відсутність можливостей не означає про відсутність потенціалу та ресурсів.

Люсі Бадд та Стівен Айсон в праці «Управління повітряним транспортом: міжнародна перспектива» [44] виділяють ряд позитивних впливів на розвиток регіону від повітряного транспорту до яких відноситься:

1. Забезпечення доступу туристів до віддалених регіонів – повітряний транспорт дозволяє туристам швидко і ефективно дістатися обраної дестинації вне залежності відстані до неї, незважаючи на острівне чи гірське положення території.
2. Стимулювання розвитку місцевої економіки – масове застосування повітряного транспорту створює великий туристичний потік, що дозволяє регіону отримувати значні кошти з витрат відвідувачів на проживання, харчування, товари та послуги.
3. Розвиток інфраструктури – розвиток та популярність аеропортів стимулює розвиток усієї транспортної інфраструктури, адже аеропорт лиш початок подорожі. Це стосується і інфраструктури з розміщення. Також аеропорти стають центрами економічної активності, можуть включати до себе торгові центри, бізнес центри тощо.
4. Створення робочих місць – усе зазначене раніше дозволяє створити нові робочі місця для місцевого населення, що дозволяє зменшити рівень безробіття і сприяє розвитку регіону.

У книзі «Повітряний транспорт і туризм; Взаємозв'язок, операції та стратегії» [40] авторства М. Р. Діліп та Аджеш Курієна також зазначається про велику роль повітряного транспорту у розвитку міського туризму, адже він забезпечує доступність регіону та сприяє розвитку нових форм туристичної активності. Знову ж таки, згідно аналізу авторів, взаємозв'язок між розвитком

повітряної транспортної інфраструктури має симбіотичний характер, де її розвиток одного сприяє прогресу у розвитку інших видів інфраструктури та економічної діяльності, відкривають нові можливості до нових видів туризму. До них можна віднести:

1. Короткостроковий міський туризм (Short-Haul City Tourism) – швидкі та доступні перельоти (наприклад, як у країнах ЄС) на короткі відстані стимулюють частіші короткі поїздки у період вихідних.
2. Транзитний туризм (Stopover Tourism) – рейси з пересадками дозволяють туристам відвідувати ці самі пункти з пересадками, дозволяючи зробити свою подорож більш різноманітною.
3. Відвідування друзів та родичів (VFR – Visiting friends and relatives) – розвинута авіаційна інфраструктура дозволяє людям подорожувати для зустрічі із рідними. Цей напрямок розвивається із збільшенням міграційних потоків у світі. Наприклад, із таких великих міст як Нью-Йорк, люди, що працюють у ньому, на свята та відпустки їздять додому або до близьких, з якими давно не зустрічалися.

Розвиток льотної інфраструктури сприяє розвитку названих та багатьох інших видів туризму, є каталізатором розвитку регіону, особливо в сучасних умовах – кризис Covid-19 можна вважати подоланим, а попит на подорожі та міжнародні перельоти стрімко зростає. Сучасний розвиток даного виду інфраструктури відкрив доступ для авіаперельотів середньому класу, що активно користується даним видом послуг. На сьогоднішній день існують різні класи білетів, що передбачають різні ціни та умови, що також дозволяє досягти більш масштабів авіаційного туристичного потоку.

Згідно державній авіаційній службі України [3], то на території держави знаходяться 20 аеропортів, а на території Києва знаходиться міжнародний Аеропорт Київ («Жуляни»), але також є і аеропорт в межуючому з Києвом Борисполю – Міжнародний аеропорт «Бориспіль». Це є дуже позитивним

фактором для розвитку столиці та її агломерації, спираючись на зазначене раніше, але українські аеропорти мають свої проблеми.

У своїй статті «Розбудова аеропортової інфраструктури України з урахуванням світового досвіду» Павелко В.Ю. [19] висвітлив такі основні проблеми українських аеропортів:

1. Руйнування злітно-посадкових смуг – це головна проблема регіональних аеропортів та пріоритетний напрямок для державних аеропортів, адже неякісне покриття означає низький рівень безпеки, репутації, зручності та коротші терміни експлуатації.
2. Реконструкція терміналів і обладнання – через недостатнє фінансування такі важливі об'єкти залишаються застарілими та не відповідають сучасним стандартам якості.
3. Актуальність після війни – при повторному відкритті аеропортів після війни для масового користування їх чекає значне навантаження, що особливо наголошує на потребі в їх модернізації та обслуговуванні.

Надійність аеропортів є дуже серйозним питанням, адже надзвичайні ситуації та аварії можуть призвести до нещасних випадків і ставити під загрозу людські життя. Що стосується Києва, то стан двох місцевих аеропортів є кращим за середній. В 2021 році експерти Європейської бізнес-асоціації оцінили авіаційну інфраструктуру України на 3,15 із 5 балів, при цьому Бориспіль та Жуляни, перебувають у сприятливому становищі, ніж більшість регіональних аеропортів, де потрібна масштабна реконструкція [19].

Аеропорт Жуляни, відомий як Міжнародний аеропорт «Київ» імені Ігоря Сікорського був заснованим у 1923 році як військовий аеродром, але згодом став використовуватись для цивільних перевезень і в 2018 році отримав ім'я видатного авіаконструктора [4].

За даними, представленими на веб-сторінці аеропорту, у січні 2022 року, тобто до початку бойових дій, Міжнародний аеропорт «Київ» ім. Сікорського обслужив 170 981 пасажирів 1966 рейсами, а на міжнародні перельоти припало

152 290 пасажирів, тобто більшість [28]. До найпопулярніших серед них відносяться: Польща, Італія, Німеччина, Туреччина. Цей аеропорт з одним злітно-посадковим майданчиком обслуговує переважно лоукостери та чартерні рейси, будучи хабом для Wizz Air, AIR OCEAN, Bees Airline, Alitalia, LOT, Vueling Airlines, УРГА та Мотор Січ [1].

Бориспільський аеропорт хоч і не знаходиться у територіальних межах Києва, але безпосередньо біля нього та в активні часи обслуговував навіть більші потоки клієнтів. Контроль та оцінка якості аеропорту проводиться згідно стандартам і практикам Міжнародної асоціації повітряного транспорту (англ. International Air Transport Association, IATA), Міжнародної організації цивільної авіації [2]. Злітна полоса цього аеропорту також більше попереднього, адже його будівництво було легше – він не знаходиться посеред столиці. Офіційно адміністрація аеропорту заявляє що тут зосереджено 62% національного пасажиропотоку та 85% вантажопотоку. За оцінкою ACI Europe, «Бориспіль» увійшов до списку найрезультативніших європейських аеропортів із пасажиропотоком від 10 до 25 мільйонів осіб. Крім того, у 2022 році він посів місце серед десяти найкращих аеропортів Європи за рейтингом The World's Best Airports. Також даний аеропорт має членство у безлічі міжнародних асоціацій таких як: Міжнародної ради аеропортів Європейського регіону Airports Council International – ACI Europe, міжнародна асоціація повітряного транспорту International Air Transport Association – IATA, міжнародна організація цивільної авіації International Civil Aviation Organization – ICAO, Асоціація «Аеропорти України» та інші [22].

Що стосується подальшого розвитку аеропортів, то можна проаналізувати приклад Стратегічного плану розвитку державного підприємства «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» на 2021-2025 роки. Стратегічний план спрямований на вирішенні різних проблем та подальшу модернізацію.

Вочевидь, найбільш нагальним питанням є подолання загальногалузевої кризи після 24 лютого 2022 року через введення воєнного стану. Незважаючи на

тимчасове призупинення діяльності, аеропорт планує продовжувати часткову реконструкцію та модернізацію інфраструктури (наприклад, льотної зони №2), щоб бути готовим до швидкого відновлення діяльності, а підтримка працездатності злітно-посадкових смуг, терміналів і паливно-заправного комплексу є пріоритетом для забезпечення функціональності, потужності якої можуть бути використані більше ніж до війни. В свою чергу, маркетингова стратегія передбачає збереження контактів із провідними авіакомпаніями та організаціями світу.

Тобто, план стратегічного розвитку «Борисполя» зосереджено на збереженні працездатності інфраструктури, професійності персоналу та фінансової стабільності в умовах невизначеної по часу паузи, а також на підготовці до швидкого відновлення після завершення бойових дій. Кінечною метою реалізації плану є прагнення не лише відновити минулі обсяги перевезень та рівень якості, а й повернути лідерські позиції в Східноєвропейському регіоні настільки швидко, наскільки це можливо.

Україна в процесі відновленні може спиратися на світовий приклад та досвід, особливо в умовах євроінтеграції, отримувати допомогу та інвестиції. Насправді, це стосується не тільки європейських прикладів – у світі чимало визначних надсучасних аеропортів у різних частинах світу.

Прикладом орієнтиру може бути і не тільки Європа – існує ряд аеропортів в різних частинах Азії та Америки. Наприклад, на церемонії нагородження World Airport Awards у 2024 році найкращим аеропортом визнано міжнародний аеропорт Доха Хамад у Катарі, що також отримав нагороди за свій сервіс та місцевий шопінг-центр. У попередньому 2023 році лідером у дванадцятий раз став сінгапурський аеропорт Чангі, а третє місце у 2024 зайняв сеульський Інчхон, названий найзручнішим для сімей. Токійський Ханеда, що зайняв четверту позицію, став найчистішим і найкращим для внутрішніх рейсів. Загалом топ аеропортів світу за оцінкою Skytrax World Airline Awards має такий порядок:

1. Doha Hamad Airport (Катар)

2. Singapore Changi Airport (Сінгапур)
3. Seoul Incheon Airport (Південна Корея)
4. Tokyo Haneda Airport (Японія)
5. Tokyo Narita Airport (Японія)
6. Paris Charles de Gaulle Airport (Франція)
7. Dubai Airport (ОАЕ)
8. Munich Airport (Німеччина)
9. Zurich Airport (Швейцарія)
10. Istanbul Airport (Туреччина)
11. Hong Kong Airport (Китай)
12. Rome Fiumicino Airport (Італія)
13. Vienna Airport (Австрія)
14. Helsinki-Vantaa (Фінляндія)
15. Madrid-Barajas (Іспанія)
16. Centrair Nagoya Airport (Японія)
17. Vancouver Airport (Канада)
18. Kansai Airport (Японія)
19. Melbourne Airport (Австралія)
20. Copenhagen Airport (Данія) [16].

Україна може черпати натхнення та спиратись на зарубіжний досвід у модернізації власних аеропортів, адаптуючи його до українських реалій, проблем, умов та ресурсів. Існує безліч прикладів реалізації ефективних ідей управління аеропортами зі всього світу, проте для їх реалізації необхідна чітка державна та фінансова політика, залучення допомоги (як фінансової, так і технологічної) міжнародних партнерів, а також врахування поточних викликів та загроз, таких як війна, економічна криза, вибір пріоритетів фінансування, рівень платоспроможності цільової клієнтської аудиторії. Але якщо модернізація аеропортів України все ж таки буде успішна, то результати грамотної політики

розвитку сприятимуть економічному відновленню держави, інтеграції України до світового авіаційного простору та вибудовування інтернаціональних зв'язків.

Фінансові ресурси та пріоритети повоєнного відновлення України є обмеженими, тож ресурси державного фінансування також є обмеженими. Процес модернізації таких технологій як аеропорти складний, потребує не тільки грошей, а і кваліфіковану робочу силу, а організація та принципи його функціонування подібні, але відрізняються. Найбільш актуальним для України буде повернення минулої працездатності своїх аеропортів, а потенційні модернізації обговорювати зі стейкхолдерами та партнерами.

Враховуючи економічний клімат України та рівень цін, то потенційним варіантом буде відкриття магазинів люксових брендів на базі Київських аеропортів для привернення уваги заможних зовнішніх туристів, на кшталт аеропортів Близького Сходу. В доповнення до цього є загально низький рівень цін у порівнянні з Європою, при цьому рівень сервісу, різних видів інфраструктури різноманіття доступних товарів та послуг є насправді столичним, а різноманіття, світове визнання та якість української кухні знаходиться на високому рівні. Це ж стосується туристичних ресурсів Києва загалом – історія, архітектура тощо.

Тобто, відновлення та розвиток інфраструктури повітряного транспорту України варто здійснювати на засадах сталого розвитку – сконцентруватись на проблемах та підтримки безпечної експлуатації аеропортів, раціонально витратити кошти аби відновити провідні позиції в Східній Європі та повернути своє місце у світовому туризмі аби допомогти Україні та її регіонам успішно відновитися після викликів війни і пройти процес складного повоєнного відновлення.

### 2.3. Залізничний транспорт та особливості його розвитку

Ще одним важливим видом транспорту є залізничний. За його допомогою здійснюються як вантажні, так і пасажирські перевезення, а його розвиток дозволяє створити нові робочі місця, з'єднувати міста як туристичними, так і економічними зв'язками. Також, залізничний транспорт дозволяє збільшити доступність туризму, адже його цінова політика робить цей вид транспорту доступним для широких мас населення, бажанням яких є економити гроші, але подолати велику відстань. До таких соціальних груп, наприклад, належить активна молодь.

Як заявляють у своїй праці «Залізниці та сталий туризм» генеральний директор угорської залізничної компанії MÁV Золтан Паффері та професор Токайського університет Булчу Ремен'їка, залізниці є одним із найбільш екологічно чистих видів транспорту, що робить їх ключовим елементом у боротьбі зі зміною клімату, забезпеченням сталого екологічного розвитку та скороченням викидів CO<sub>2</sub>. Порівняно з авіацією та автотранспортом, поїзди також конкурентоспроможні на відстанях до 1000 км. З соціальної точки зору, залізниці роблять подорожі доступними для різних груп населення, включаючи, знову ж таки, молоде населення та людей з обмеженими можливостями, що особливо актуально для України, адже війна покалічила та призвела до інвалідності велику кількість людей [48].

Ще у минулому сторіччі багато залізниць, особливо в промислових і гірничодобувних районах, перестали використовуватись через економічну неефективність і недоцільність, проте їх використання як транспорту для пасажироперевезення різко змінило реалії залізничного транспорту і туризм за допомогою використання колій розпочав набирати свої величезні обороти та поширився у світі.

Даний вид транспорту існує давно, а в Європі кількість колій є досить великою, що дозволяє Україні отримувати з цього вигоду, навіть не дивлячись

на те що у східній частині Європи колій збудовано менше у порівнянні із іншими частинами – головне те, що усі ці колії пов'язані між собою та активно співпрацюють. Вже до 2014 року Європейська федерація музейних і туристичних залізниць і трамваїв (FEDECRAIL) заявляла про більш ніж 5200 кілометрів конкретно туристичних залізничних колій на території Європи, зокрема у Франції – 1200 км, Австрії – 1100 км і Великобританії – 890 км [49, с.70].

В Україні на даний момент немає залізниць, які були б створені виключно для туристичних цілей, як повноцінна атракція, а не доповнення до неї як це зроблено в зазначених раніше і ряді інших туристично напрямлених країн. Це пов'язано з тим, що залізнична інфраструктура України створювалась в основному для промислових та воєнних цілей, а комфорт пасажирів відводився на другий план. Щодо потенційно туристичних маршрутів коліями, то можна виділити трамваї або потяги через Карпати, з вікон яких відкриваються мальовничі види природи.

Високий попит на пасажирські залізничні перевезення може бути викликаним за допомогою безпеки перевезень, ритмічністю та високим рівнем організації маршрутів, помірною вартістю оплати та незалежністю від погодних умов. Як і зазначалось раніше, використання транспорту також є частиною туристичного досвіду туристу, тож, якщо турист використовує будь-який вид транспорту, в тому числі і залізничний, то його досвід від міста та бажання залишити у ньому свої кошти чи повертатися ще раз у майбутньому сильно залежить від першого враження. Тобто для його зростання потрібне покращення сервісу залізничного транспорту та оновлення старого рухомого складу, адже сучасний клієнт, особливо в умовах глобалізації є обізнаним і здатен порівняти рівень сервісу потягів та станцій провідних туристичних напрямків з «Укрзалізницею». Модернізація старих вагонів України є нагальною потребою аби підняти загальний рівень задоволення клієнтів, уникнути труднощів обслуговування цих застарілих вагонів та підвищення інтересу до своїх послуг. Це ж саме стосується і сервісу під час поїздок та зручності пасажирських місць,

потрібно запроваджувати ряд різноманітних зручностей та послуг для обслуговування та комфорту клієнтів. Насправді, їх запровадження потрібне як і в майбутньому, так і сьогодні, адже наразі, без загальної масової модернізації колій та потягів, поїздки в Україні відрізняються дуже довгою тривалістю через низьку швидкість цих самих потягів, що потребує організації повноцінного харчування клієнтів з урахуванням цінкових категорій та класів квитків. Це саме стосується і станцій, адже із такою швидкістю потягів, пасажери можуть довго затримуватись і на самих станціях, що також потребує організації харчування і забезпечення загальної якості та зручності [32].

На щастя, процес реконструкції та відновлення системи «Укрзалізниці» станом на 2025 рік відбувається, а фінансується іноземними інвестиціями Європейського інвестиційного банку – відбудеться модернізація ключових залізничних пунктів пропуску на кордоні з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією, а у 2022 році було інвестовано у відновлення та аварійний ремонт. Усе це повинно сприяти покращенню досвіду пасажирів та інтегрувати Україну у міжнародну транспортну мережу [58].

Щодо зарубіжного досвіду, то уваги заслуговує приклад Іспанії, проаналізований у статті «Високошвидкісна залізниця та туризм: емпіричні дані з Іспанії» авторства Даніеля Альбалата і Ксав'єра Фагеда [35]. Іспанія є яскравим прикладом країни, яка створила потужну мережу високошвидкісних залізниць, але результати такого розвитку на туризм виявився двояким. Іспанія має найдовшу мережу високошвидкісних залізниць у Європі та другу за довжиною у світі після Китаю. В свою чергу, метою цього будівництва було з'єднати найбільші міста провінцій із Мадридом, створивши таким чином централізовану мережу, зосереджену на столиці, а не на туристичних атракціях та напрямках, таких як узбережжя Середземного моря і т.д.. Тобто, в кінці кінців, незважаючи на значні фінансові та часові інвестиції, пасажиропотік в Іспанії залишається відносно низьким, адже пропозиція залізничних доріг є більшою ніж попит на них. У тих же Франції та Японії кількість перевезених пасажирів є значно

більшою. Значну роль в такому дисбалансі іспанського кейсу відіграло те, що кількість туристів, що надавали перевагу авіап перевезенням був значно більшим, що і зменшило актуальність хоч і новітньої швидкої залізниці. Аналіз авторів показав, що що відкриття ліній швидкісної залізниці у провінціях негативно позначається на місцевому авіа трафіку, при цьому компенсування втрати цього трафіку залізниця вже не може [35].

На прикладі даного кейсу можна знову наголосити на важливості раціонального та чіткого планування розвитку регіону та його інфраструктури, аби уникнути можливих проблем та не втратити кошти. Щодо кейсу України та її столиці, то найбільш нагальним питанням є підтримка працездатності, безпеки та зручності станцій, колій та вагонів. Також позитивною зміною буде реформування сервісу у вагонах та на станціях аби покращити туристичний досвід відвідувачів та створити позитивний імідж. І знову ж таки, правильна політика розвитку даної види інфраструктури позитивно відобразиться на житті не тільки на житті туристів, а й на житті громадян міста, особливо трудових мігрантів та студентів, яких саме у Києві дуже багато.

## **2.4. Роль громадського транспорту**

Туристи, яким часто характерно бути не знайомим з містом-дестинацією і не мати особистого транспорту, приходиться покладатися на громадський транспорт, щоб дістатися до ключових точок їх маршруту, місця проживання, харчування та отримання потрібних їм послуг. Адже не кожен турист, як насправді і пересічний громадянин може дозволити собі власне авто або взагалі має навички та права водія, а в випадку туриста, то величезна кількість користується іншими видами транспорту щоб дістатись до міста, зазначеними раніше. Хіба що, варіантом можуть бути послуги компаній з оренди автомобілей, але це не так поширено – як і зазначалось раніше, не всі мають права, така оренда означає додаткові витрати і додаткову роль грає бажання відпочити і не керувати

транспорт самому. Теж саме стосується і таксі – приходиться вибирати між додатковою платою та економією часу, зважати на затори тощо. Саме тому як і серед постійних громадян, так і серед туристів громадський транспорт є дуже розповсюдженим та користується значним попитом.

Що стосується громадського транспорту Києва, то він має досить багату історію, через призму якої видно послідовний технологічний прогрес і адаптацію до суспільних потреб в той чи інший час. У 1892 році у місті з'явилися перші кінні трамваї, які того ж року були замінені на електричні в угоду ефективності, а сам Київ став одним із перших міст Російської імперії, що отримав таку технологію. А вже незабаром, з початку ХХ століття, трамвайна мережа почала швидко розширюватись, забезпечуючи зв'язок різних районів міста. З часом, було запроваджено автобусні та тролейбусні мережі, а у 1960 році відбулося відкриття Київського метрополітену, який став невід'ємним елементом транспортної системи міста і є таким по сей день [13, с.131].

Формування транспортної мережі Києва проводиться згідно його географічних особливостей, аби забезпечити мобільність населення. Наприклад, через місто протікає річка Дніпро, що потребує ефективних рішень для транспортного сполучення частин міста та будування мостів, які б також не були перевантаженими та цим самим не завдавали шкоди усьому міському транспорту – як громадському, так і особистому. Метро, як і зазначалось, відіграє дуже важливу роль у цій системі та має три лінії:

1. Червона лінія: З'єднує схід і захід міста.
2. Синя лінія: З'єднує північ і південь.
3. Зелена лінія: З'єднує південний схід із міським центром.

Користь та важливість Київського метрополітену важко переоцінити – щоденно його вагони забезпечують перевезення величезної кількості пасажирів. Без цього громадянам було б неможливо дістатись до місця навчання, роботи або в цілому, громадський транспорт Києва є ключовим в забезпеченні мобільності населення та якості життя в місті. Це також могло б визвати великі диспропорції

у розвитку різних районів столиці через погіршення їх зв'язків. Можливість уникати заторів на поверхні стало головною перевагою метро – константа надійність (окрім випадку з підтопленням в останні роки). У випадку використання послуг метрополітену туристами, можна сказати що він допомагає зекономити вже достатньо обмежений час подорожі та і самі станції метро являють з себе атракцію завдяки своєму дизайну.

Щодо автобусів, тролейбусів та маршруток, то вони також є досить важливою частиною механізму міського транспорту, забезпечуючи пасажироперевезення в менш доступні місця, а ось трамваї, в свою чергу, за останні роки все більше втратили свою популярність та актуальність, але в окремих випадках, все ж таки, є корисними для окремих мікрорайонів, оснащених коліями.

Видатними особливостями київського транспорту є, наприклад, його станції метро – станції Арсенальна та Дніпро являють собою архітектурні пам'ятки, а перша з них взагалі є найглибшою у Європі, а у світовому рейтингу поступається найглибшій станції Хун'яньцунь у Китаї. Загалом усі станції метро своїм різноманітним дизайном являють собою цікаву атракцію та мають архітектурну цінність. Ще одним функціональним та при цьому історичним елементом є Фунікулер, що з'єднує Поділ із верхнім містом, зокрема з Михайлівською площею.

Звичайно, київському громадському транспорту притаманні свої проблеми та потрібно вирішити ряд складних викликів. Наприклад, цьому транспорту Києва характерна переповненість – особливо гостро ця проблема відчувається в метро та автобусах у години пік через те що у цьому кейсі попит якраз є вищим за пропозицію. Багато транспорту потребують оновлення, що призводить до частих поломок, в результаті призводить до затримок, ускладнює пошук деталей через їх застарілість. Загалом різні види транспорту слабо скоординовані, що потребує від пасажирів робити пересадки, що може бути дуже незручно та

часозатратно. Що стосується безбар'єрності, хоч невеликий прогрес є, але її досягнення ще далеко у майбутньому [13, 9].

Згідно опитування, проведеного Черній В.В., результати якого представлені в статті «Оцінка ефективності функціонування міського громадського транспорту», основними способами покращення якості послуг громадського транспорту в м. Київ. за думкою опитаних є:

1. збільшення кількості рейсів (34,0 %)
2. впровадження більш зручного розкладу (26,0 %)
3. оновлення і модернізація транспортних засобів (10,0 %)
4. розвиток інфраструктури, зокрема трамвайних і тролейбусних маршрутів (10,0 %)
5. будівництво нових станцій метро тощо (12,0 %)
6. підвищення комфорту поїздок, зокрема за рахунок встановлення систем кондиціонування (2,0 %)
7. зменшення кількості або повна заборона маршруток (6,0 %). [36, с.182]

Щодо Стратегії розвитку міста Києва до 2027 року, то у транспортній структурі вона передбачає ефективне управління її організацію, впровадження принципів сталого розвитку та введення інклюзивності, зробити транспорт доступним для різних груп населення та зменшити його вплив на екологію. [8]

Розвиток будь-якої інфраструктури в країнах світу відрізняється один від одного, зі своїми слабкими та сильними сторонами. У тій же Європі система транспорту та його управління є в середньому набагато більш розвинутою. Місцева система відрізняється більш високим рівнем організації, новітності транспортних засобів та доріг тощо. Як і у раніше згаданій Іспанії, тією ж самою Францією та Німеччиною курсують швидкісні потяги, що роблять час поїздки значно меншим ніж в Україні, а це стосується і потягів метрополітену.

Проте, що явно є сильною стороною європейського метро, так це його розгалуженість. Кейс Франції показує те, що більша кількість ліній дозволяє пасажиром дістатись до більшої кількості частин міста, збільшити їх доступність

та розвантажити інші види громадського транспорту. Таке характерно для різних європейських міст, особливо столиць. Що також є характерним, так це введення безбар'єрності та інклюзивності у своєму транспорті – спеціальні місця, пандуси для інвалідів тощо. Також ще одним зручним організаційним моментом є місцеві системи квитків, проїзних і подібних абонементів. Ця система дозволяє економити на транспорті тим, хто найактивніше ним користується за допомогою приємних тарифів [17].

Ефективним прикладом може слугувати британська система Oyster, що являє собою електронну картку, яка використовується для оплати проїзду в найрізноманітнішому громадському транспорті Лондона. Ця картка діє в метро, автобусах, трамваях, потягах та інших місцевих видах транспорту. Система дозволяє спростити оплату проїзду, замінюючи окремі квитки на одну багаторазову картку для поповнення [47].

Загалом же, не дивлячись на всі виклики та проблеми, на відносно задовільному рівні інфраструктура столиці справляється із навантаженням на неї. Без принаймні наявного рівня інфраструктури життя її громадян, відвідувачів та усієї економіки було б неможливим. Транспортна інфраструктура відіграє ключову роль особливо у розвитку туризму, забезпечуючи доступність до туристичних атракцій, місць проживання та харчування, забезпечує їх комфортне перебування в місті, що сприяє економічному зростанню та розвитку регіону. Повітряний транспорт з'єднує Київ із світом незважаючи на відстань, залізничний як внутрішню, так і зовнішню доступність міста, а громадський транспорт підтримує мобільність у середині самого міста на щоденній основі. Транспортна система Києва представлено на рис. 2.1.

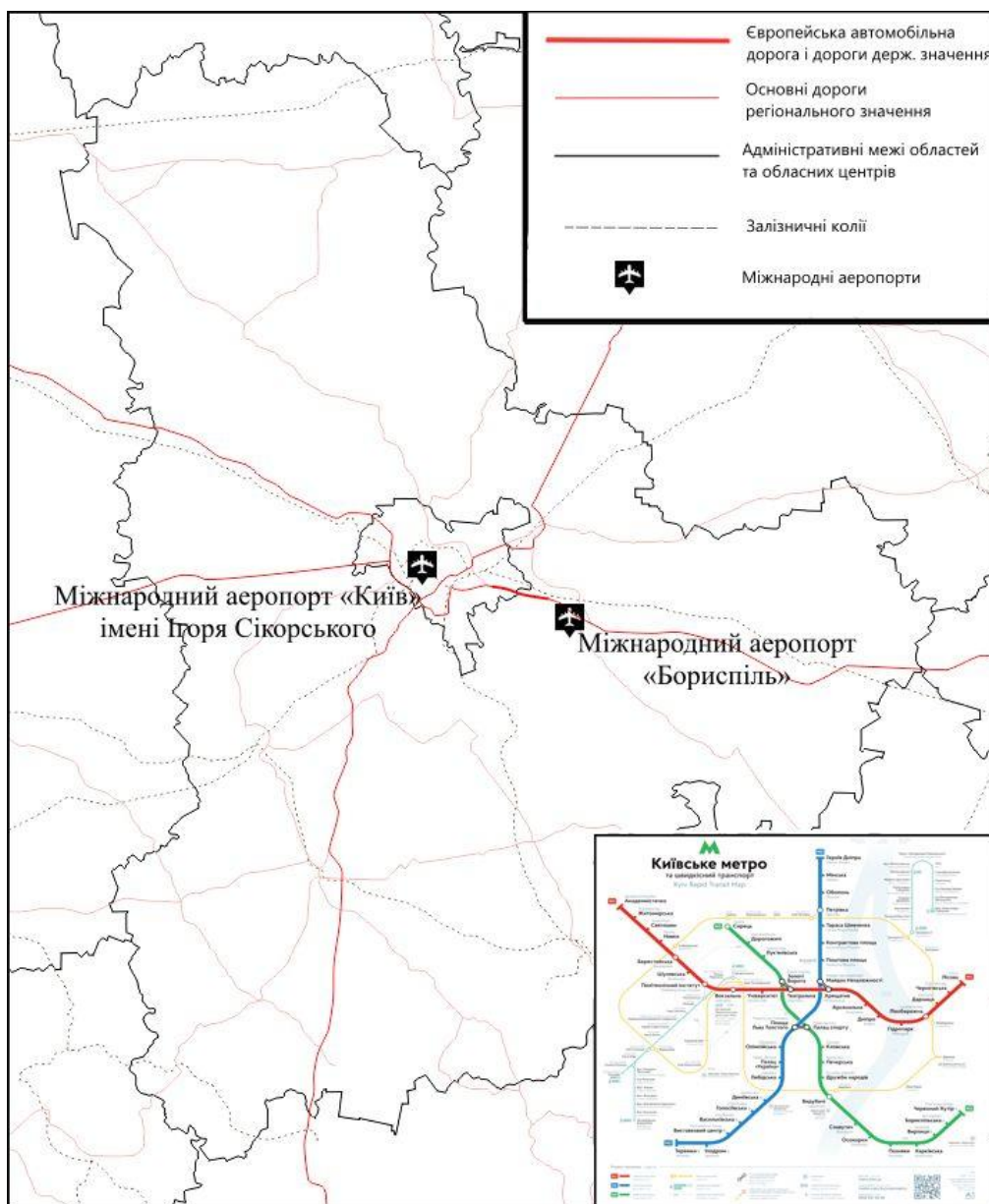


Рис 2.1. Транспортна система міста Київ

Що стосується іншого громадського транспорту, такого як автобуси, тролейбуси і т.д., то інформацію про нього, маршрути та пересування у реальному часі можна відстежувати на спеціальних онлайн-сервісах, таких як КИЇВПАСТРАНС, EasyWay, cityscale, інтерфейс котрих представлено у додатку А.1.-А.3. А щоб оцінити доступність окремих районів столиці, можна подивитись які частини міста покриває метро – десь безліч станцій знаходяться поряд, забезпечуючи високу мобільність, а в якісь частини міста все ще проблемно діставатись. Спираючись на народну схему ліній київського

метрополітену [11], створену Київпроект Київгенплан, можна побачити які частини міста є більш доступними. Доступність виділено кольорами на рис. 2.2.

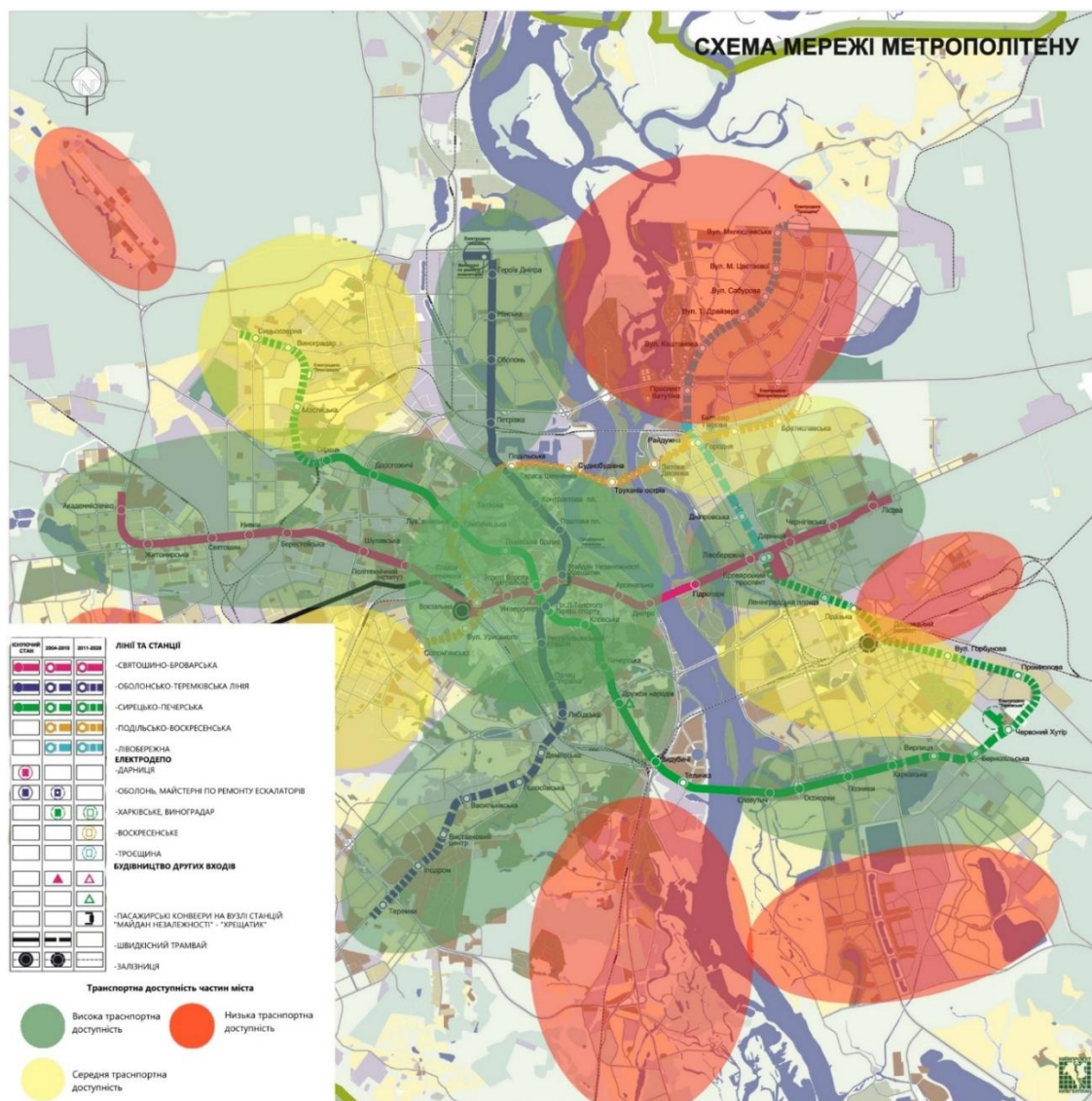


Рис 2.2. Транспортна доступність частин міста Київ (побудовано автором на основі карти <https://uk.shram.kiev.ua/img/kyiv/metro/kyivmetro2.gif>)

## 2.5. Сфера готельного бізнесу та її роль у розвитку міського туризму

Безсумнівно, ще однією важливою частиною туристичної інфраструктури є сфера гостинності. Туристи, що прибули за допомогою різних видів транспорту потребують різні види способів розміщення, в залежності від їх потреб, смаків, часу перебування та фінансових можливостей. Розвиток готельного бізнесу позитивно впливає на прибутки від місцевих туристичних атракцій регіону,

місцевого бізнесу – закладів харчування, компаній, що створюють робочі місця тощо. Загалом, як і було зазначено раніше, приплив більшої кількості туристів стимулює попит на місцеві товари та послуги, що сприяє розвитку малого та середнього бізнесу.

В результаті воєнних дій готелі України мали справлятися з рядом різноманітних труднощів – від відсутності клієнтів до перевантаження ними, в залежності від регіону. Тобто деякі готелі спочатку не отримували клієнтів через неактуальність подорожей, закриття місцевих бізнесів або тимчасове припинення їх діяльності, а деякі готелі мали прийняти величезну кількість ВПО. Згодом, ще одним викликом стали масові відключення енергопостачання в результаті пошкодження обстрілами об'єктів енергетичної інфраструктури, що або знижувало зручність готелів для клієнтів, або змусило організовувати власне енерго- та водопостачання до номерів. Війна також призвела до порушення ланцюгів постачання між сферами бізнесу, зниження купівельної спроможності пересічного громадянина, змінила споживчий попит, пріоритети та призвела до нестачі певних видів товарів і персоналу через його переселення, що негативно вплинуло на прибутковість бізнесу багатьох регіонів та знизило якість послуг у готелях.

Щодо готельного бізнесу в Україні, то тут представлені такі міжнародні бренди, як Marriott, Hilton, Wyndham, Accor, InterContinental, Radisson, Hyatt, Reikartz, Rixos, Rezidor, Best Western, Accor, Wyndham, IHG, Fairmont та інші [18]. Національні ж готельні системи за останні роки почали виходити на міжнародний рівень. «Серед національних ланцюгів лідерами в Україні є мережа Reikartz Hotel Group (об'єднує 40 готелів), Premier Hotels and Resorts (16 готелів), Royal Hotels and SPA Resorts (9 готелів), Black Sea Hotels Group (6 готелів)» [9, с. 27]. Головною ж перевагою українських готелів є їх фінансова доступність – для відпочиваючого або будь-якого іншого типу відвідувача ціни будуть дуже приємними, особливо зважаючи на світову житлову кризу. Карта

найпопулярніших готелів Києва із сервісу Google Maps представлена у додатку А.4..

Як і в будь-якій галузі, не обійтись без проблем і слабких сторін. Окрім нових викликів в результаті бойових, що приходиться вирішувати терміново, галузь має давні проблеми. Відсутність державної підтримки та загально низький рівень розвитку інфраструктури потребує від галузі подальшої модернізації, контролю якості та пошуку джерел інвестицій, розширення своєї мережі на ряду з розвитком маркетингу, введенням нових технологій та співпраця з туристичними операторами та впровадженням пакетних послуг. Знову ж таки, важливим фактором для покращення ситуації є раціональне та розумне управління а також орієнтація на міжнародні стандарти [9, 19].

Щодо модернізації, то до можливих для введення у готельний бізнес сучасних технологій можна віднести технології для економії енергії – використання термостатів, датчиків присутності та інтелектуальних систем енергопостачання, введення датчиків для паркування та резервації місць, цифрових ключів від номерів, безконтактних платіжних систем, веб-чатів зі службою підтримки, голосове управління та повідомлення, автоматизовані системи управління нерухомістю, віртуальна та доповнена реальність тощо. Усе це потрібно для створення позитивного іміджу готелів, особливо в сьогоденішню епоху онлайн-відгуків. Окрім нововведень, варто піклуватися і про якість вже існуючих критеріїв: місце розташування, цінову політику, якість послуг, зручності, зовнішній вигляд, його атмосферу та рівень кваліфікації персоналу [5].

Через війну багато працівників виїхали за кордон, що спричинило дефіцит кадрів, тож готелі потенційно можуть вирішувати цю проблему завдяки програмам стажування для студентів, співпраці з спеціалізованими навчальними закладами, які вивчають інфраструктуру готелів або створення власних тренінгових центрів для персоналу, забезпечуючи висококваліфіковане

навчання. Автоматизація рутинних завдань, наприклад, використання роботів-пилососів, також може зменшити залежність від персоналу.

Організація готельного бізнесу потребує комплексного підходу, враховуючи усі потреби клієнтів, стандартів залежно від цінкових категорій та підхід, який включає не лише аналіз поточного стану, а й планування та прогнозування діяльності у майбутньому. Ефективність розвитку залежить від адаптації до сучасних вимог ринку, подоланні нагальних викликів, впровадження інноваційних технологій і контроль якості [5].

Загалом, якість обслуговування готелів може варіюватися в залежності від його управлінців та персоналу, це ж стосується і його номерів. Покращення цієї якості має будуватись на основі отриманих готелем відгуків з орієнтацією на світові стандарти якості, враховуючи те, що світові готельні мережі і так ведуть свій бізнес на території України. Усе це дуже важливо для розвитку туристичної галузі, адже входить до списку того, що може або негативно або позитивно відобразитись на досвіді відвідувача, що може принести потенційні витрати та інвестиції до регіону.

## Розділ 3

### ТУРИСТИЧНА АТРАКТИВНІСТЬ МІСТА КИЇВ

#### 3.1. Туристична сфера Києва в умовах війни

Київ – місто із столичним статусом, що несе за собою багатовікову історію давнини та безліч можливостей та ресурсів у сьогодення, відіграє велику роль у економіці та розподілі праці у Європі, особливо у східній частині.

Це також викликає конкуренцію і при цьому, досить складну, адже в умовах глобалізації виникає і потреба у інтелектуалізації економічних систем, висококваліфікованих людських ресурсів та високоякісну інфраструктуру. [4]

Культура України розвивається ще за давніх часів, пам'ятки різноманітних культур можна знайти на території усієї держави, але Київ має особливе значення саме для сучасної української культури та її коренів. Навіть станом на 2025 рік, Україна приймає участь у війні, тож збереження своєї культури, безпеки та особливо столиці є дуже важливим, не дивлячись на складні умови та глобальну конкуренцію.

Історична значимість пам'яток архітектури, культури та мистецтва значно сильно збільшилась у результаті дуже складної геополітичної ситуації, коли країна веде боротьбу за свою самобутність і незалежність. Особливо важливого значення набули і івенти – різноманітні ярмарки національного мистецтва та культурні заходи усіх видів. Захист та збереження об'єктів культурної спадщини та проведення концертів, виставок і фестивалів стало ще більш відповідальною задачею для просування ідей національної самобутності та виховання. Такі складні політичні умови відображаються на кожному аспекті економіки країни, ускладнює планування та прогнози, а велика кількість бізнесу переживає скрутні часи.

Столиці великих держав, особливо враховуючи великі розміри України в порівнянні із іншими країнами Європи, часто виділяються на фоні інших міст

своїми масштабами, власне, як раніше і зазначалось, масштабність поняття міського туризму. Столичне місто, площа якого становить 847,7 км<sup>2</sup>, що більше Мальти, має широкий спектр потенційних туристичних атракцій, різних видів туризму.

Також, це гарантує розвиток інфраструктури міста, хоч, звичайно, і не ідеальної або зручної. Тобто, у місті є різні види транспорту, через нього проходять важливі дороги, є аеропорти. Така велика кількість населення (за даними держстатистики станом на 2022 рік у Києві проживало близько 2,95 мільйона осіб [33]), що потребує значного розвитку можливостей інфраструктури для обслуговування такої кількості людей.

Найбільший же виклик, ще більш страшніший за епідемію Covid-19 став початок повномасштабної війни у 2022 році, який вплинув на всі аспекти життя, а на туристичну сферу дуже сильно – закриття аеропортів, постійні проблеми у людських життях, закриті кордони значно зменшили як внутрішній так і зовнішній потік відвідувачів столиці.

«Сфера туризму в Україні та Києві наразі переживає свої найважчі часи. Показник туристичного збору за 2022 рік, який лише удвічі менший, аніж у 2021 році, столиця отримала здебільшого завдяки візитам іноземних делегації та представників засобів масової інформації, які приїжджають до нас не відпочивати, а працювати. І хоча їх лише умовно можна назвати туристами, вони зупиняються у столичних готелях та сплачують туристичний збір. Попри все Управління туризму шукає різні шляхи, аби навіть у цих складних умовах робити промоцію нашому місту на міжнародній арені з єдиною головною метою – гідно зустріти всіх охочих відвідати столицю незламної держави після Перемоги», – зазначила начальниця Управління туризму та промоцій Марина Радова [12].

Поки бойові дії ще не почались 24.02, у 2022 столицю встигло відвідати лише 98 тисяч іноземних туристів, при тому що у 2021 році її відвідало 1,02 млн іноземних туристів. «Лідерами щодо кількості відвідувачів столиці серед країн

світу у 2022 році стали Ізраїль, Туреччина, Німеччина, США та Великобританія. У 2021 році – Ізраїль, США, Німеччина, Туреччина та Саудівська Аравія» [12].

Але, туристична сфера у країні, яка переважає такі складні часи все ж таки змогла відновитись та досягти відносно задовільних результатів, особливо зважаючи на переважання внутрішнього туризму через закриття аеропортів «туристичний збір в Україні за 2024 рік склав 273,1 млн гривень, що на 16% більше, ніж у 2021 році» [6].

І в цьому зборі лідерство отримала саме столиця, обійшовши навіть області західної частини України – туристичний Львів, курорти Карпат і т.д. Доходи столичного регіону у цій сфері склали 48.1 млн грн, порівнюючи із 30.3 млн грн у 2023 році і 31.4 у 2022. Прирости ж інших областей, наприклад Івано-Франківської та Черкаської відсотково набагато більші, що означає значний тренд розвитку внутрішнього туризму в умовах значної обмеженості зовнішнього.

Якщо порівнювати зі світовими містами-лідерами у цій галузі, то Київ, як столиця не однієї з провідних країн світу або не як всесвітньо відома туристична столиця, мала достатньо високу кількість відвідувачів, хоч і в три рази менше ніж нижні позиції у рейтингу лідерів міст по міжнародним прибуттям. Доцільно взяти дані за 2021 рік – до війни, але після реабілітації від кризису Covid-19. За даними WP Travel та Управлінні туризму та промоцій КМДА, створено діаграму на рисунку 3.1.

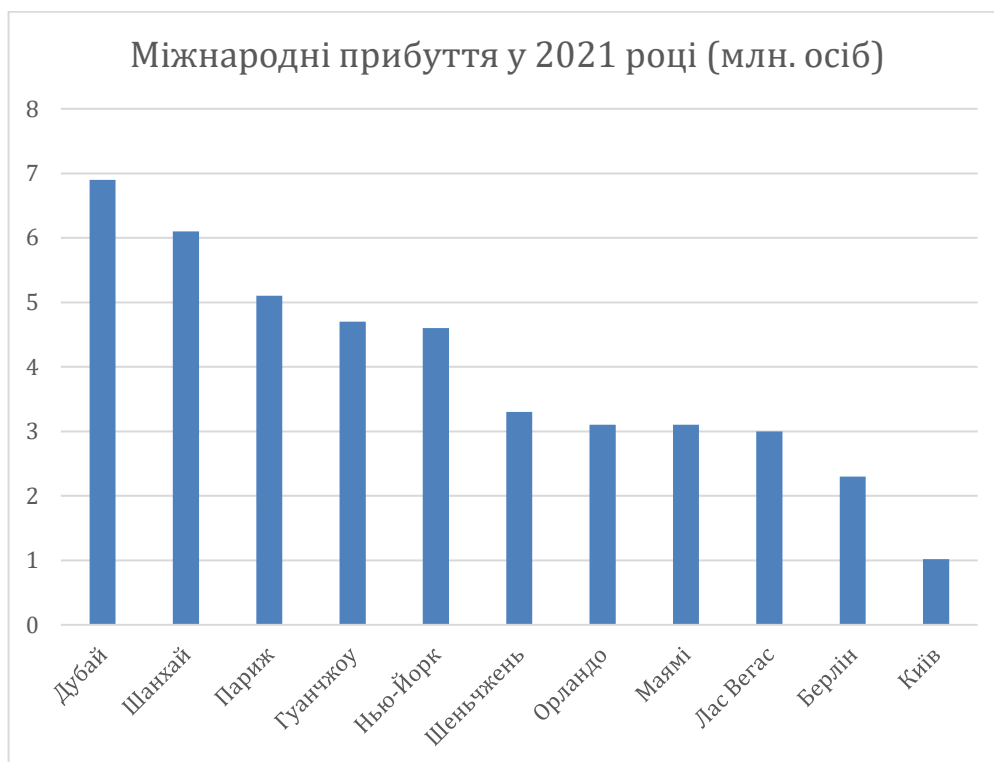


Рис. 3.1. Кількість міжнародних туристів у містах світу та Києві

Ще однією позитивною новиною є те, що вже створено міську цільову програму відновлення та розвитку сфери туризму міста Києва на 2025-2027 роки, який ставить на меті вирішити такі проблеми:

1. Відновлення внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків, що значно постраждали внаслідок війни. Особливо важливо відновити популярність внутрішнього туризму через те, що зовнішній наразі занадто обмежений.
2. Підвищення конкурентоспроможності Києва як туристичного центру європейського рівня, особливо в умовах Євроінтеграції.
3. Створення безбар'єрного туристичного середовища для різних вразливих груп населення, тому що в результаті воєнних дій кількість таких людей значно зростає.
4. Неefективне управління туристичною сферою – потрібна модернізація моніторингу, боротьба із корупцією у податкових та інвестиційних надходженнях тощо.

Індикаторами успіху для програми буде:

1. Зростання кількості туристів: 2025 – 100%, 2026 – 120%, 2027 – 140% від базового значення.
2. Збільшення надходжень від туристичного збору: 2025 – 100%, 2026 – 110%, 2027 – 120%.
3. Динаміка адаптованих об'єктів інфраструктури для досягнення безбар'єрності – 2025 – 100%, 2026 – 110%, 2027 – 120% [6].

Загалом же, місто має сподіватися на сприятливі умови при майбутньому повоєнному відновленні щоб вдало розвивати та модернізувати усі галузі економіки, спираючись на засади сталого розвитку та допомогу партнерів, щоб виправити старі та нові прогалини у якості своєї інфраструктури та пропозиції для туристів. Інвестиції в туристичну інфраструктуру виступають потужним поштовхом для економічного розвитку міста, але потребують збалансованого підходу з урахуванням екологічних і соціальних аспектів, особливостей території та економічного клімату у визначений та прогнозований момент. Незважаючи на нагальні виклики, пов'язані з війною, туристична сфера Києва демонструє надзвичайну стійкість у випадку внутрішнього туризму. Місцеві підприємства та культурні установи адаптувалися до нової реальності, впроваджуючи інформативність щодо них у мережі, впроваджують віртуальні тури тощо. Крім того, міжнародні партнерства відіграють ключову роль у підтримці сучасної туристичної сфери Києва. Співпраця з такими організаціями, як ЮНЕСКО, міжнародними туристичними і економічними організаціями, допомогла залучити фінансування для збереження об'єктів культурної спадщини, певні інвестиції, а спільні маркетингові кампанії з іншими європейськими містами сприяли просуванню Києва на міжнародному рівні.

### 3.2. Туристичні атракції та конкурентні переваги столиці України

Київ, столиця України, є одним із найпривабливіших туристичних напрямків у Східній Європі, конкуруючий за своє місце на світовій інвестиційній і туристичній арені. Це місто з багатою історією, корені якої сягають на далекі 1500 років тому, водночас являє собою сучасний мегаполіс, який динамічно розвивається, а кількість його населення постійно зростає. Київ пропонує туристам унікальне поєднання історичних пам'яток, архітектури різних часів, значну культурну спадщину, природні красоти різноманітного характеру прямо в межах міста та широкий спектр розваг та послуг, що притаманні сучасній європейській столиці. Загалом, різноманіття атракцій міста велике, що може задовольнити широкий ряд поціновувачів. Тобто, як «Мати міст руських», Київ відігравав ключову роль у формуванні східнослов'янської цивілізації, особливо під час розквіту Київської Русі у IX–XIII століттях, а станом на сьогоднішній день місто поєднує спадщину минулого з сучасними інноваціями, пропонуючи мандрівникам унікальний досвід.

При цьому, інтерес туристів до культури може бути різним. Насправді, туристи у випадку культурного туризму діляться на різні типи.

Цілеспрямовані відвідувачі мають глибокий інтерес до культури, вивчають її та дуже поцінують її проявлення та пам'ятки. Випадкові туристи мають поверхневий інтерес, не так заглиблюються в повний історичний контекст пам'яток. Серендипові туристи проявляють несподіване зацікавлення у разі отримання позитивних вражень від об'єктів. Побіжні є туристичними оглядачами, що в основному вивчають лиш за допомогою спостереження зовнішнього вигляду культурного об'єкта. А у випадкових культура не є основною метою [39, с.123].

Київ пропонує широкий спектр атракцій, які задовольняють інтереси любителів історії різних часів. До них можна віднести:

1. Софійський собор, побудований у XI столітті, являє собою один із найстаріших у Східній Європі, при цьому дуже добре збережений. За таку цінність він включений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, вражає своєю зовнішньою та внутрішньою архітектурою, мозаїками та фресками, які відображають велич давньоруського мистецтва.
2. Монастирський комплекс Києво-Печерська лавра також є об'єктом ЮНЕСКО та відомий своїми підземними печерами, де поховані мощі святи та видатних монахів свого часу. Лавра є важливим паломницьким центром для християн та безсумнівно пам'яткою величної архітектури завдяки своїм будівлям, куполам та внутрішньому оздобленню.
3. Андріївський узвіз – це мальовнича вулиця, яка з'єднує між собою верхнє місто з Подолом і є справжньою українською перлиною. Вздовж вулиці знаходяться художні галереї, у різноманітних крамницях можна купити сувеніри. Тут знаходиться і знаменита Андріївська церква – шедевр архітектури Бароко.
4. Золоті ворота – пам'ятка, що являє собою давню браму, що дозволяє частково уявити яким колись було місто, як його обороняли від ворогів, є символом величного давнього Києва.
5. Майдан Незалежності – центральна площа міста, яка за останні десятиліття стала символом боротьби за свободу та демократію в Україні, місце протестів та революцій а також різноманітних шопінг-центрів, ресторанів, вуличних музикантів і т.д.

Такі історичні пам'ятки є культовими, можна сказати, що основними, такими, що можна знайти у кожному путівнику або статті. Те, як насправді живе місто, можна побачити лиш пробувши у ньому більш довгі строки, поспілкувавшись із місцевими тощо. Звичайно, це не зменшує цінності найбільш популярних та історично значимих об'єктів – з їх допомогою формується враження у пересічного туриста, а це дуже важливо, зважаючи на масовість у XXI столітті такого явища як туризм. Окрім вуличних пам'яток та атракцій, на

території столиці збудовано чимало музеїв та галерей, що також є пам'ятками та поширювачами української самобутності та культури, наприклад:

1. Національний музей історії України – музей-перлина, що є справжньою скарбницею знань про історичне минуле України та ролі столиці у її розвитку. Різноманіття експонатів охоплює період від давніх часів до сучасності, включаючи археологічні знахідки різних культур, що проживали на території сучасної України, етнографічні колекції, історичні документи.
2. Музей народної архітектури та побуту у Пирогові розташований на околиці Києва, являє собою музей під відкритим небом та представляє традиційні будинки, церкви, млини та побутові предмети з різних регіонів України, поєднуючи культури різних частин України на своїй території, надаючи відвідувачу можливість зрозуміти побут і традиційний архітектурний стиль давніх часів.
3. Музей однієї вулиці – маленький, але надзвичайно цікавий музей на зазначеному раніше Андріївському узвозі, який розповідає про історію цієї самої вулиці, розкриває історію життя відомих мешканців, дозволяючи відвідувачу поринути у минуле, а на базі цього музею проводиться багато тимчасових виставок та показів [25].
4. Національний музей «Чорнобиль» присвячено пам'яті трагічній історії катастрофи аварії однойменної атомної електростанції. Експозиція експонатів ставить на меті демонстрацію серйозності наслідків аварії для екології не тільки Зони Відчуження, а і всієї планети Земля, застерегти людство від потенційної ядерної загрози через її жахливі наслідки. Також музей співпрацює з японськими представниками та завдяки цьому містить експонати, пов'язані з ядерною трагедією Хіросіми та Нагасакі [26].
5. PinchukArtCentre – це вже не музей, а сучасна художня галерея, яка демонструє роботи як українських, так і міжнародних митців, дозволяючи поширити їх творчість та загальну тягу до неї у маси, являє собою місце

зустрічі однодумців та місцем натхнення. Ця галерея є осередком сучасного мистецтва та приваблює поціновувачів новаторських ідей [10].

Дані та ряд інших неназваних об'єктів просувають сучасну та давню українську культуру, наголошуючи на її важливості та глибині. Також у місті є декілька театрів, ряд менших виставок та постійно проводяться івенти, заходи та концерти.

Окрім культури, місто може зацікавити також тих, хто любить природу та її красу. До таких об'єктів відносяться: Маріїнський парк, Ботанічний сад імені Гришка, Гідропарк, Феофанія, Труханів острів та загалом по місту розташовано немало зелених зон. Особливої ж уваги заслуговує Голосіївський національний природний парк – це унікальний природний заповідник у межах міста, який охоплює 11 000 гектарів. Це один із небагатьох парків, повністю розташованих в межах мегаполісу та є природною пам'яткою українського лісостепу.

Безсумнівно, для України та її столиці названі об'єкти відіграють значну роль, особливо для внутрішнього туризму. Проте, щоб зацікавити іноземного відвідувача потрібен комплексний підхід. Як і зазначалось раніше, київські ціни на товари та послуги є відносно низькими, особливо в порівнянні з країнами Європи, особливо столицями. При цьому, варто брати до уваги наявність та розвиток інфраструктури, зазначений в попередніх розділах. В той же час кількість представлених товарів для шопінгу, різноманіття ресторанів та етнічної кухні дуже велика. При цьому ціни на послуги від мінімальних до люксових є низькими. Наприклад, Numbeo вказує, що Київ на 70,2% дешевший за Нью-Йорк за багатьма параметрами. Орендна ж плата в Києві в середньому на 86,2% нижча, ніж у Нью-Йорку. [37] В свою чергу, за даними Expatistan, Київ має показник вартості життя 72, що на 28% дешевше за Прагу з показником у 100 та значно нижче, ніж у Лондоні чи Цюриху у яких обох показник сягає 228 [38]. Така оцінка вкотре показує перевагу у цінових категоріях Києва, представляючи місто як бюджетну опцію для подорожі зі своїми перевагами та атракціями. Багато ресторанів, кафе магазинів, шопінг-центрів і подібних закладів мають досить

високі рейтинги та позитивні відгуки на таких платформах, як Tripadvisor [54]. Англійська мова в столиці з кожним роком все ширше використовується, що полегшує спілкування та орієнтацію для іноземців, а уряд впроваджує закони для підтримки навчання та поширення міжнародної мови спілкування між громадянами України [24].

Що стосується ресторанного бізнесу, то Київ може запропонувати різноманітну кулінарну сцену – від традиційних українських страв до представників кухні інших країн та культур, а столичні ресторани можуть запропонувати широку варіативність – культова італійська, грузинська, китайська, японська та інші міжнародні кухні. Наприклад, такі відомі заклади, такі як «Канапа» і «100 років тому» постійно отримують позитивні відгуки від своїх клієнтів на вже раніше зазначеному Tripadvisor та GoogleMaps за сучасну інтерпретацію української кухні в естетичних та елегантних приміщеннях, а до пропозиції закладу «Імбир» відносяться вегетаріанська їжа в естетичній бібліотечній атмосфері, «Napule», в свою чергу, славиться італійською кухнею з неаполітанською піцою та обіцяє аутентичний та оригінальний продукт, що задовольняє критерії справжньої неаполітанської кулінарії [53]. Це лише декілька прикладів ресторанного бізнесу столиці, адже її масштаби є досить великими, як і їх різноманіття. Багато досвідчених туристів взагалі дають пораду звертати з основних туристичних маршрутів та спробувати відвідати ресторани та інші атракції, що не є лідерами чартів і топів на туристичних сайтах. Звичайно, це залежить від того чи довіриться турист виконанням закладів санітарних норм. Тобто, знову ж таки, місцевій адміністрації та закладам варто вести грамотну політику маркетингу, розвитку та проводити ретельний контроль якості для підтримки позитивного іміджу.

Інфраструктура шопінгу в Києві є ще одним цікавим аспектом, що може привернути увагу як внутрішніх, так і зовнішніх туристів. У порівнянні з деякими країнами Європи, наприклад Швецією, українські ТРЦ та шопінг-центри є значно більшими у розмірах та представлені великою кількістю брендів.

Це ж саме стосується і внутрішнього туризму – кількість товарів та послуг, доступ до яких можна отримати у столиці є значно більшим за інші міста, особливо ніж у обласних центрах. Раніше зазначений Хрещатик є еквівалентом лондонської Оксфорд-стріт у Києві завдяки своєму різноманіттю товарів – від бюджетної техніки, одягу до люксових та елітних еквівалентів [52].

Ще одним аспектом атрактивності міста є його зручність з точки зору цифровізації – спеціалізовані мобільні додатки, онлайн-платформи бронювання готелів, як і зазначалось раніше, віртуальні тури, туристичні гайди та соціальні мережі трансформують туризм, роблячи його більш доступним і сильно облегшують цю діяльність. Для української столиці, яка прагне підвищити свою конкурентоспроможність у своєму регіоні та йде шляхом євроінтеграції, модернізація у цьому напрямку є досить важливою. Свої потужності у цифровізації Україна вже показала – «Дія» є прекрасним прикладом цього. Технології для туризму, в свою чергу, навіть не потребують такої ж потужності та захисту особистих даних, як «Дія». Наприклад, раніше згадані онлайн-сервіси Київпаstrанс та EasyWay є не повністю адаптованими англійською – інтерфейс перекладений не повністю, а карта є повністю українською, що знатно ускладнює користування ними для зовнішнього туриста.

Що стосується інформаційних сайтів з описовою інформацією пам'яток або туристичних гайдів, то українські також потребують значної доробки, тому що інформації представлено ними недостатньо, інколи працюють нестабільно. Так, є непогані сайти конкретних пам'яток, але ефективним рішенням є повноцінна інформаційна платформа для туристів. Високоякісними прикладами інформативних туристичних порталів є [www.visitlondon.com](http://www.visitlondon.com) та [prague.eu](http://prague.eu), що являють собою офіційні гайди, створені за підтримки місцевої адміністрації, для поширення всієї інформації про своє місто. На таких ресурсах зберігається та оновлюється інформація про пам'ятки цих міст, їх історію та загальну історію міста. Не менш важливим є просування на цих платформах місцевий ресторанний та готельний бізнес, реклама культурних заходів, що підтримує

місцеву економіку, місцевих культурних діячів. Загалом, така доступність інформації гарно впливає на розвиток регіону та його маркетингове просування.

Отже, Київ є достатньо привабливим напрямком для внутрішнього та зовнішнього туризму завдяки своїй доступності, високій якості сервісу за свою ціну, різноманітті страв та можливостей для шопінгу. Його ціни значно нищі порівняно з багатьма європейськими містами, особливо столицями та дозволяють мандрівникам насолоджуватися всіма перевагами мегаполісу за доступні ціни. Саме таким чином і має виглядати столиця України як туристичний продукт в очах зовнішнього туриста – фінансово доступний та вигідний варіант подорожі Східною Європою. Київ це місто, що дозволяє насолодитись усіма основними перевагами туризму європейської столиці для пересічного відвідувача – смачна місцева кухня, висока концентрація культурних об'єктів, широкий вибір готелів в залежності від потреб особи і можливість відносно зручно пересуватися містом та взагалі дістатися до нього.

Варто зауважити, що воєнні події останніх років, безперечно, вплинули на туристичну привабливість Києва, призвівши до пошкоджень міста, засмічення його уламками дронів та ракет. Водночас, в останні роки з'явився та набув популярності феномен «темного туризму», коли відвідувачі міст цікавляться місцями, що постраждали від війни чи інших подібних катастроф. Деякі міста навіть зберігають та не відновлюють постраждалі від бомбардувань об'єкти, знаючи що це буде привертати увагу туристів, а Україна, як країна, що постраждала від найбільшого воєнного конфлікту у Європі з часів другої світової, явно була у новинах по всьому світі.

### 3.3. Туризм для осіб з інвалідністю

Інклюзивний туризм у 2025 році є надважливою складовою для сучасної туристичної індустрії, що дозволяє людям з обмеженими можливостями насолоджуватися подорожами нарівні зі всіма. Для повоєнного відновлення України це питання має нагальний характер, адже воєнні дії після початку 2022 року залишило величезну кількість постраждалих, що зазнали інвалідності різної важкості, а для рекреації, морально-психологічного відновлення такого населення облаштування туристичних атракцій та інфраструктури на засадах безбар'єрності є імперативом та справжнім обов'язком відповідних органів.

Міністерство соціальної політики заявляє про 3 мільйони людей з інвалідністю станом на 2023 рік, а за півтора року до нього їх кількість збільшилася приблизно на 300 тисяч. Як заявляє міністерка, наразі на організацію реабілітаційних центрів і відділень бракує коштів через завеликі критично важливі витрати на оборону [57]. Чим тривалішою є війна, тим більшою стане кількість таких осіб і тим важливіше забезпечити їх успішну реабілітацію та інтеграцію у соціальний простір.

У контексті розвитку міського туризму Києва, зазначене раніше різноманіття атракцій якого щороку приваблюють величезні маси як і внутрішніх, так і зовнішніх (до війни) туристів, забезпечення безбар'єрності є не лише соціальною відповідальністю перед вразливими групами населення, а й можливістю для економічного розвитку та підтримки позитивного іміджу міста, що є дуже важливим у сучасному глобалізованому світі. Адже, розвиток інклюзивного туризму сприяє підвищенню туристичної привабливості міста, розширенню потенційної аудиторії туристів та демонстрації його прогресивності на міжнародній арені для залучення потенційних інвестицій. Наразі, українська влада та громадські організації продовжують розвивати інклюзивні туристичні об'єкти, а окремі громади стараються демонструвати свої зусилля у цьому напрямку.

Хоча місто має багате історичне та культурне надбання, більшість об'єктів були створені в давні часи, коли питання безбар'єрності навіть не обговорювалось, тож організація такого простору є складним питанням для сучасного громадянина столиці.

Що стосується транспортної інфраструктури, то громадський транспорт відіграє ключову роль у пересуванні як і туристів містом, так і його громадян, але його доступність у Києві потребує значних реформ. Наприклад, Київське метро має лише 11 станцій обладнаних ліфтами або підйомниками, а це ускладнює користування ними маломобільних громадян [7]. Окрім обмеженої кількості станцій метро з ліфтами чи підйомниками, автобуси та тролейбуси, у переважній більшості випадків, також не обладнані пандусами або спеціальними місцями для інвалідних візків. Це створює серйозні незручності як і для туристів, так і для пересічних громадян з обмеженими можливостями, які бажають досліджувати місто, а також для місцевих жителів, які потребують зручного пересування. Знову ж таки, зі збільшенням кількості осіб з інвалідністю в Україні, такий незручний публічний простір являє собою значний удар не тільки по життю пересічного громадянина, а і по репутації міста, особливо серед туристів, що можуть бути незадоволеними такими випадками під час своїх подорожей.

Що стосується наявної політики впровадження безбар'єрності, то за останні роки ситуація покращується. Наприклад, наразі проект «Рух без бар'єрів» реалізується в Україні для створення спеціальних маршрутів у населених пунктах з метою забезпечення доступності для людей з інвалідністю та маломобільних груп населення та має послужити стандартом для організації та модернізації міського простору. Понад 800 громад уже виявили бажання долучитися до проекту, а до 26 березня 2026 року планується залучити вже понад 1000 громад. За планом та прогнозами, до 2030 року кількість безбар'єрних об'єктів має зрости аж до 90%. У столиці вже створено маршрут завдовжки 2,5 км із 325 об'єктами, який має стати прикладом для інших міст та слугувати

орієнтиром для інклюзивного та сталого майбутнього. Проект фінансується за рахунок місцевих і державного бюджетів, грантів, допомоги міжнародних партнерів та є частиною Національної стратегії безбар'єрності, затвердженої Кабміном ще 14 квітня 2021 року [23]. Моніторити процес введення безбар'єрності у міський простір можна за допомогою онлайн-мапи ЛУН, інтерфейс якої подано додатку Б.1.

Що стосується допомоги партнерів, то світові лідери мають великий досвід у питанні безбар'єрності. Це пов'язано з тим, що уряд країн зазвичай більше піклується про комфорт громадян, екологію та інклюзивність у ситуації з уже розвинутою економікою та високим рівнем життя, тож у країнах Європи такі практики використовуються вже давно. Однією з ініціатив Європейської Комісії є нагорода «Розумні туристичні столиці Європи», яка нагороджує за найкращі практики у сфері доступності, сталого розвитку, цифровізації та збереженні культурної спадщини міста. Не менш важливою є нагорода «Європейська нагорода доступних міст» («Access City Award»), що присуджується містам, які успішно збільшили свою доступність для усіх верств населення, зокрема вразливих, у ключових аспектах міського життя: міській забудові та громадських просторах, транспортній та супутній до неї інфраструктурі, інформації та комунікаціях, включно з інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ), а також у громадських об'єктах і послугах. Конкурс охоплює безбар'єрність та доступність міста у повсякденному житті його громадян, а також доступність туристичних пропозицій, хоч це і не є основним критерієм, адже місто, в першу чергу, має бути зручним саме для тих, кому воно є рідним. У 2025 році цю нагороду отримав Відень – за видатні зусилля у досягненні безбар'єрності для людей з інвалідністю. Комплексний підхід Відня поєднує у собі як соціальну, екологічну, так і економічну сталість, та є прекрасним прикладом того, як столиці можуть інтегрувати цю саму безбар'єрність у всі аспекти міського життя та є орієнтиром для українського Києва.

### 3.4. SWOT-аналіз потенціалу розвитку міського туризму міста Київ

Як заключення визначення потенціалу для міського туризму на базі міста Київ може стати SWOT-аналіз, що включає оцінку сильних сторін (Strengths), слабких сторін (Weaknesses), можливостей (Opportunities) та загроз (Threats), що впливають на туристичний потенціал міста.

Сильні сторони (Strengths) Києва:

- 1. Багата історія та культурна спадщина.** Київ, як столиця України, має глибоку та цікаву історію, корені якої сягають понад 1500 років у минуле. Українська столиця є невід'ємною частиною історії східнослов'янської цивілізації, особливо за часів Київської Русі. Такі пам'ятки, як Софійський собор, Києво-Печерська лавра та ряд інших відносяться до об'єктів спадщини ЮНЕСКО або просто місцевими пам'ятками культури та архітектури. Місто також пропонує численні музеї, галереї, проводить чимало культурних заходів, особливо в останній час, коли збереження гордості за свою культуру стало нагальним питанням в умовах війни.
- 2. Природні атракції в межах міста.** Зелені зони, такі як Маріїнський парк, Ботанічний сад імені Гришка, Голосіївський національний природний парк та інші, річка Дніпро, що ділить міста на берега, надають туристу можливості для відпочинку і на природі прямо у мегаполісі, покращують екологічну ситуацію у місті та дозволяють отримати від його відвідування різноманітні враження – єднання з природою та усі можливості східноєвропейського мегаполісу. Тобто, турист може отримати всі бажані враження, товари та послуги, що пропонуються мегаполісом, а потім дозволити собі відпочинок на природі – як активний, як-то піші та велопрогулянки лісами Голосіївського парку, купання у водоймах, так і спостереження за красою природи ботанічних садів у ідилії з природою.
- 3. Цінова доступність.** Київ значно дешевший за інші європейські столиці. За даними сервіса Numbeo, ціни на проживання у Києві на 70,2% нижчі,

ніж у тому ж Нью-Йорку, а оренда взагалі на 86,2%. У поєднанні із наявною якістю послуг, дане місто є прекрасним варіантом для бюджетної подорожі.

4. **Київ – сучасний мегаполіс.** Окрім культурних та історичних пам'яток, турист може отримати усі переваги від великого мегаполісу – безліч ТРЦ, шопінг-центрів, фірмових та сувенірних магазинів, що пропонують товари різних цінових категорій – від бюджетного одягу до модних і дорогих брендів та люксових годинників. Хрещатик, головна вулиця міста, разом із торговими центрами, такими як «Dream Town», «Lavina Mall», «Respublika Park» створює ідеальні умови для шопінгу. Це ж стосується і подій, конференцій і різноманітних заходів – наприклад, до війни концерт «Atlas Weekend», приваблював молодь з усього світу, демонструючи Київ як сучасне місце на світовій туристичній арені. Також сучасному мегаполісу притаманна різноманітна інфраструктура, такі як транспортна і сфера гостинності, що значно збільшує зручність відвідування міста для туриста. Звичайно, не без своїх проблем, які варто віднести до слабких сторін (Weaknesses).

**Національна та світова кухня.** Київська пропозиція закладів харчування є справді вражаючою – від традиційних українських страв (борщ, вареники, котлети по-київськи тощо) до представників кулінарії найрізноманітніших країн світу. Кулінарний туризм у Києві стрімко розвивається, адже якість їжі часто задовольняє клієнта, а естетичний дизайн ресторанів столиці також позитивно впливає на туристичний досвід, з чого і випливає величезна кількість позитивних відгуків в інтернет-ресурсах.

Слабкі сторони (Weaknesses):

1. **Вплив війни.** Початок воєнних дій у 2022 році завдав значний удар по туристичній галузі, яка тільки встигла оговтатись після кризи Covid-19. Усе це призвело до закриття аеропортів, обмеження виїзду громадян за кордон та сильно ускладнило подорожі для іноземних туристів. Загалом,

туристичний потік з-за кордону через небезпечну ситуацію зовсім припинився.

2. **Недостатньо розвинута транспортна інфраструктура.** Не дивлячись на те, що інфраструктура Києва може забезпечувати потреби мегаполісу, вона робить це не ідеально. Серед різноманітних видів важливої для міського туризму інфраструктури простежується загальна тенденція до потреби у модернізації. Це стосується і доріг, і транспорту і т.д. У години пік пасажери стикаються із занадто тісною поїздкою через перевантаження громадського транспорту, а стан багатьох транспортних засобів різних видів залишає бажати кращого. Що стосується залізничного транспорту, то поїздки є занадто повільними. Дорожня інфраструктура також потребує ремонту, особливо в історичних районах.
3. **Потреба у модернізації готельного бізнесу.** Багато готелів у Києві застаріли та потребують ремонту номерів, підготовку до можливих проблем з електро- та водопостачанням. Також, вони бракують введення у обіг сучасних технологій – швидкий Wi-Fi, сучасну систему бронювання, ключів-карток і т.д.
4. **Недостатньо введені ідеї безбар'єрності.** Інфраструктура міста погано адаптована для людей з інвалідністю та потребує значних реформ. Це проблема особливо нагальна після війни – занадто багато військових зазнали поранень та стали особами з інвалідністю, що потребує контролю за модернізацією громадського простору з метою досягнення безбар'єрності.
5. **Неефективне управління туристичною сферою.** Проблеми з моніторингом кількості відвідувачів, аналізом попиту і особливо контролем якості послуг та корупцією в розподілі бюджетних коштів гальмують прогрес розвитку такого перспективного напрямку туризму. Також просування туризму на міжнародному рівні проводиться

неефективно, а це дуже негативно для перспектив післявоєнного відновлення.

Можливості (Opportunities) розвитку міського туризму Києва:

1. **Розвиток внутрішнього туризму.** В умовах неможливості розвитку міжнародного туризму Київ зміг підтвердити свої перспективи та свою туристичну привабливість для внутрішньої аудиторії. Обмеження на міжнародні подорожі відкривають двері для залучення українців до дослідження власної столиці.
2. **Стратегічний план розвитку туризму до 2027 року.** Міська влада столиці розробила програму, яка передбачає модернізацію важливої інфраструктури Києва, створення безбар'єрного середовища на його вулицях та різноманітних закладах. Усе це зорієнтовано на відновлення старих об'ємів та збільшення майбутніх туристичних потоків на засадах інклюзивності. Успішна реалізація цього плану може підняти рівень конкурентоспроможності Києва та його туристичної привабливості як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.
3. **Маркетинг на міжнародному рівні.** Колись давно про Україну та її столицю іноземці знали досить мало, а показати її на карті вважалось складною задачею, проте зараз, хоч і через жахливу воєнну причину, Київ може стати «новим відкриттям» для світу, позиціонуючи себе як місто з унікальною історією та культурою, доступними цінами та можливістю дізнатись більше про Східну Європу. Просування свого міста, турагенств та бізнесу на міжнародних інтернет-платформах, виставках та конференціях, співпраця з країнами-партнерами може допомогти залучити інвестиції та привернути увагу потенційного відвідувача.
4. **Розвиток нішевих видів туризму.** Гастрономічний туризм може процвітати завдяки спеціальним фестивалям, наявній ресторанній пропозиції столиці і турам її ресторанами. Екотуризм розвивається за допомогою наявних зелених зон, парків та природоохоронних територій, а

бізнес-туризм завдяки спеціальним івентам, виставкам і загалом завдяки статусу столиці. Ще однією дуже важливою та прибутковою атракцією є «Чорнобильські тури». Хоч зона відчуження лежить за межами Києва, проте є невід'ємною частиною області, а світова популярність цього місця підкріплюється популярності серіалів та ігр, присвячених її історії та вигаданій фантастиці.

5. **Низький рівень цін.** Як і було зазначено раніше, фінансова доступність Києва порівняно з Західною Європою може стати магнітом для туристів, що хочуть отримати належний рівень сервісу за низьку ціну. Київ може стати бюджетною альтернативою для тих, хто хоче пізнати світ та відвідати нові місця.
6. **Співпраця з міжнародними партнерами.** В останні роки Україна сильно збільшила тісноту співпраці та кількість світових партнерів, налагодила міжнародні зв'язки та взяла курс на євроінтеграцію. Міжнародні організації сильно дбають та бережуть культурну спадщину світу, що дозволяє співпрацювати з ними для збереження своїх надбань культури, а фінансові організації зможуть допомогти залучити інвестиції.

Загрози (Threats) для розвитку міського туризму Києва:

1. **Триваюча війна.** Станом на початок 2025 року, війна в країні все ще триває, що є загальною загрозою для всієї держави та її економіки крім деяких специфічних галузей. Доки війна триває, туризм залишатиметься в стані стагнації, особливо це стосується іноземних туристів. Війна може затримувати реалізацію інфраструктурних проєктів, зменшити бюджетні кошти на розвиток не критичної інфраструктури та інвестиції, завдавати шкоди культурним об'єктам. Реконструкція парків, модернізація існуючої інфраструктури відкладається на майбутнє в угоду нагальних проблем.
2. **Негативне сприйняття та дезінформація.** Різні світові ЗМІ просувають та відстоюють ідеї різних політичних сил, а їх робота може відштовхнути потенційного зовнішнього туриста навіть після завершення війни.

Подолання цих стереотипів та перемога у інформаційній війни потребує потужних інформаційних кампаній та грамотної маркетингової стратегії.

3. **Екологічні проблеми.** Через воєнні дії та обстріли екологія міста сильно постраждала, що потребує проведення екологічної експертизи. Це стосується і якості води в річці Дніпро – головної та найбільшої артерії міста, що утримує воду в своїх водосховищах, так і якості повітря, що за останні роки постійно могла забруднюватись різноманітними речовинами.
4. **Обмежені ресурси для відновлення геополітична нестабільність.** Ця проблема стосується усієї економіки України. Повоєнне відновлення вимагатиме мільярдів гривень і туризм може стати останнім пріоритетом якщо не покаже свою користь для місцевої економіки, поступившись інфраструктурі, обороні та виплаті кредитів. Також геополітична нестабільність регіону може відлякувати потенційних майбутніх інвесторів.

Київ має величезний потенціал для розвитку міського туризму завдяки своїй багатій історичній спадщині, своєму різноманіттю культурних і природніх атракцій, доступним цінам і динамічному розвитку як мегаполіса, проте проблема відсутності модернізації інфраструктури та усі можливі негативні наслідки війни не дозволяють спокійно реалізувати цей потенціал. Короткий SWOT-аналіз потенціалу розвитку міського туризму міста Київ представлено в таблиці 3.1.

**Таблиця 3.1 SWOT-аналіз потенціалу розвитку міського туризму міста Київ**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Багата історична та культурна спадщина.</li> <li>- Поєднання історичних об'єктів з</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Негативний вплив війни на туризм, закриття аеропортів, низький рівень безпеки.</li> </ul>

<p>перевагами та зручностями сучасного мегаполісу.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Фінансова доступність порівняно з іншими європейськими столицями.</li> <li>- Різноманіття кухні та розвинута інфраструктура для шопінгу різних цінових категорій.</li> <li>- Зелені зони, парки, ботанічні сади та річка Дніпро надають можливості для відпочинку на природі в межах міста.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Застаріла інфраструктура, що потребує модернізації, зокрема транспорту і сфера гостинності.</li> <li>- Низький рівень управління розвитком, плануванням та маркетингом міського туризму, високий рівень корупції, що ускладнює реформування та фінансування.</li> <li>- Інфраструктура та міський простір погано адаптовані для людей з інвалідністю, що стало особливо актуальним після війни.</li> </ul>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток внутрішнього туризму та позитивні результати у цьому.</li> <li>- Наявний стратегічний план розвитку туризму столиці та інклюзивності у ньому.</li> <li>- Потенціал у нішевих туристичних ринках.</li> <li>- Просування міста як прекрасного варіанту для бюджетного туризму в Східну Європу.</li> <li>- Потенційна співпраця з міжнародними партнерами задля залучення інвестицій та</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Триваюча війна, що провокує постійні економічні та безпекові виклики.</li> <li>- Конкуренція з іншими містами східної Європи.</li> <li>- Негативне та нереалістичне сприйняття України серед населення світу в результаті інформаційних війни.</li> <li>- Екологічні проблеми, визвані війною та халатністю міського управління.</li> <li>- При повоєнному відновленні</li> </ul>

співпраця зі світовими організаціями для захисту культурної спадщини та забезпечення інклюзивності.	держави, влада може віддати пріоритет іншим галузям, а не туризму, а геополітична нестабільність може відлякувати інвесторів і туристів навіть після завершення війни
---	---

Ця таблиця відображає ключові фактори, які впливають на розвиток міського туризму в Києві, і може бути основою для стратегічного планування.

## ВИСНОВКИ

За результатами предметного дослідження було встановлено, що міський туризм є складним та глибоким явищем, діяльність якого відіграє велику роль у розвитку міста та регіону при успішній реалізації туристичних ресурсів міста. Аналіз наукових джерел показав, що підходи до визначення цього поняття різняться, але при цьому є дуже подібними. Міський туризм охоплює широкий спектр діяльності, пов'язаної з відвідуванням міського простору з різноманітною метою – від, культурного збагачення, відпочинку до ведення бізнесу. Актуальність же напряду підкреслюється даними ООН про постійне збільшення частки міського населення у світі.

Ще більше підкреслює актуальність вивчення цього туристичного напряду те, як значно він може сприяти економічному розвитку регіону. Туристичний потік у місто сприяє зростанню місцевої економіки завдяки витратам туристів на проживання, харчування, пересування містом і розваги. В свою чергу, це стимулює розвиток інфраструктури для забезпечення як і потреб населення, так і людей, що знаходяться у місті тимчасово. Особливо корисним це є для малого та середнього бізнесу, що отримує собі більшу клієнтську базу або і зовсім орієнтується тільки на туристів. На прикладі провідних туристичних напрямків світу можна побачити наскільки багато можуть бути потенційні доходи від туризму, що можуть складати велику частину від ВВП, а прослідкувати їх об'єми можна за допомогою звітів міжнародних організацій, наприклад Euromonitor International.

Серед ключових проблем міського туризму є те, що із збільшенням туристичного потоку може збільшуватись навантаження на інфраструктуру та вулиці міста, а деякі туристичні об'єкти стають важкодоступними. Великий наплив туристів може призвести до погіршення стану довкілля, зростання рівня цін та виникнення соціальних конфліктів між місцевими та відвідувачами. Саме тому місцевому уряду потрібно проводити ефективну політику розвитку регіону

– розвивати та модернізувати місцеву інфраструктуру, будувати достатню кількість доступного житла та створювати нові робочі місця.

Дуже важливою складовою для міського туризму є стан транспортної інфраструктури, адже вона є фундаментом міського туризму – від її якості залежить доступність міста з інших міст та країн світу, зручність пересування туристів всередині міста, що грає важливу роль у формуванні туристичного досвіду.

Одним з найпопулярніших видів транспорту для туризму є повітряний, адже він забезпечує швидкий доступ до міст з будь-якої частини світу, незалежно від відстані, яку потрібно подолати туристу. Повітряний транспорт є одним із ключових в світовій транспортній і туристичній системі, адже забезпечує мобільність величезних мас людей по всьому світу і, завдяки цьому, досить сильно впливає на розвиток регіону, створюючи нові робочі місця як і у самих аеропортах, так і у галузях, що можуть обслуговувати туристів. Це стосується і місцевого бізнесу, що отримує велику клієнтську базу. В кейсі Києва, оба його аеропорти до їх закриття займались перевезенням великих мас людей, оцінки їх якості за даними міжнародних організацій були достатньо задовільними, а до основних їх проблем відносяться застій через війну та їх відносна застарілість. Це стосується і послуг, і обслуговування, і терміналів, і злітних смуг. При успішному залученню інвестицій, столичні аеропорти можуть співпрацювати і запозичувати світовий досвід розвитку лідерів у цій сфері. Провідні аеропорти світу знаходяться у різних частинах світу і кожен має свої сильні сторони за які отримує світове визнання та нагороди. Також, на базі аеропортів можна відкривати ТРЦ, що також принесуть нові робочі місця та доходи для міста.

Більших проблем і потребу у модернізації зазнає залізничний транспорт України через застарілість вагонів та колій. У цих самих вагонах рівень сервісу та комфорту є досить обмеженим, при цьому, через їх низьку швидкість, поїздки дуже повільні, що затримує пасажирів надовго і змушує перебувати у некомфортних умовах весь цей час. Цей вид транспорту важливий як і у

внутрішньому, так і у зовнішньому туризмі завдяки своїй простоті та доступності, тож його розвиток є досить важливим.

Для пересування у межах міста важливим є розвиток громадського транспорту. У Києві ситуація є більш задовільною, проте все ще потребує реформації та модернізації. Завдяки системі метро, частини міста із доступом до неї є доступними для пасажирів, а прогалини між ними заповнюються наземним громадським транспортом. Проте, це відбувається нерівномірно, а в години пік транспорт є занадто перевантаженим та незручним за цієї ж причини. На основі карти схеми метрополітену за «КИЇВГЕНПЛАН», було створено карту доступності окремих частин української столиці. Щодо інформативності про пересування громадського транспорту, то існують декілька спеціальних сервісів, проте, вони погано адаптовані на англійську мову, що ускладнює туризм для іноземців, та не відстежують маршрутне таксі.

Що стосується сфери готельного бізнесу, то на території міста доступні готелі різних цінових категорій – від всесвітньо відомих міжнародних брендів до національних готелів. Як і з транспортною інфраструктурою, готельна також потребує модернізації – покращення якості номерів, обслуговування та модернізації технологій, зокрема бронювання цих самих номерів, паркомісць, цифрові ключі доступу, введення пакетних послуг і т.д. Ще однією проблемою під час війни стало водо- та енергопостачання у готелі через відключення світла в результаті пошкодження енергетичної інфраструктури України, до чого не кожен готель зміг адаптуватись та стати автономним на своїх джерелах.

Загалом же, сфера міського туризму сильно постраждала за останні роки. Тільки закінчилась епідемія Covid-19 та відновлення після її наслідків, почалась війна, що майже повністю зупинила міжнародні прибуття в Україну. Показники Києва по зовнішнім туристам до війни були непоганими – менше ніж у провідних країн світу, але відносно задовільними у межах Східної Європи. Проте, сильною стороною виявився внутрішній туризм, а столиця показала своє лідерство у цьому напрямку, що став більш активним через закриття кордонів. Завдяки своїм

ресурсам, інвестиціям і допомозі партнерів можливе відновлення та розвиток сфери після війни.

Київ же, загалом, має високу туристичну атрактивність. Туристичний продукт, який може запропонувати столиця України, являє собою безліч об'єктів культурної спадщини різних часів, природні атракції, широка кулінарна пропозиція, різноманіття та поширеність ресторанного бізнесу та великі можливості для шопінгу. При цьому, ціни на проживання та основний ряд послуг, на які є попит у туристів, є досить низькими. За даними таких сервісів, як Numbeo чи Expatistan, можна побачити, що Київ є набагато дешевшим містом, при цьому, пропонуючи відвідувачу велику кількість можливостей мегаполісу. Практичний результат таких переваг полягає у позиціонуванні Києва як бюджетного туристичного напрямку Східної Європи, що дозволяє отримати гарний туристичний досвід за низьку ціну.

Важливим аспектом розвитку міського туризму в Києві та Україні в цілому є безбар'єрність. В умовах реабілітації після повномасштабної війни, з'явилося дуже багато постраждалих, що стали особами з інвалідністю. Тому забезпечення безбар'єрності міського ландшафту є імперативом та активно ведеться за підтримки громадських організацій. Проблемою є брак коштів та експертів, що займалися б модернізацією міста у цьому напрямку. Для міського туризму безбар'єрність підвищує його доступність та створює позитивний імідж у міста, що відкриває нові можливості для співпраці з міжнародними партнерами у цьому та інших питаннях. Орієнтиром та основним партнером є країни Європи, адже, такі практики вони використовують та запроваджують давно, тож мають досвід, а курс євроінтеграції України зможе приблизити Київ до рівня провідних столиць ЄС.

В результаті аналізу наявної економічної та геополітичної ситуації столичного регіону, слабких та сильних сторін інфраструктури і ресурсів Києва, було проведено SWOT-аналіз. За його допомогою вдалося структурувати що сильні сторони Києва (історико-культурна спадщина, цінова доступність,

інфраструктура мегаполісу) і можливості (внутрішній туризм, міжнародний маркетинг) контрастують із слабкостями (війна, застарілість цієї самої інфраструктури та потреба у модернізації) і загрозами (екологічні проблеми, негативне сприйняття у медіапросторі, недостаток фінансування). Тож для ефективною реалізації конкурентних переваг міста, досягнення розвитку міського туризму, та, в результаті, і столичного регіону, потрібен високий та кваліфікований управлінський рівень для введення правильних та актуальних форм, протидії корупції та ведення співпраці з потенційними партнерами та інвесторами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авіакомпанії та напрямки. *Аеропорт «Київ»*. URL: <https://www.iev.aero/services/airlines> (дата звернення: 28.04.2025).
2. Агеєва Г. Бориспіль (аеропорт). *Велика українська енциклопедія*. URL: [https://vue.gov.ua/Бориспіль\\_\(аеропорт\)](https://vue.gov.ua/Бориспіль_(аеропорт)) (дата звернення: 28.04.2025).
3. Аеропорт Київ перейменували. *Новини України і світу*. URL: <https://ua.korrespondent.net/city/kyiv/3953851-aeroport-kyiv-pereimenuvaly> (дата звернення: 28.04.2025).
4. Базалійська Н. Метод експертних оцінок в дослідженні особистісних, професійних, ділових та результативних показників трудової поведінки. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: економіка і менеджмент*: Зб. наук. пр. Одеса, 2017. С. 168.
5. Банєва І. Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. *Modern economics*. 2022. Т. 36, № 1. С. 6–11. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.v36\(2022\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.v36(2022)-01) (дата звернення: 28.04.2025).
6. Вонс Р. Туристичний збір у 2024 році значно виріс: названо області-лідери. *ГЛАВКОМ*. URL: [https://kyivcity.gov.ua/kyiv\\_ta\\_miska\\_vlada/struktura\\_150/vikonavchiy\\_organ\\_kivsko\\_misko\\_radi\\_kivska\\_miska\\_derzhavna\\_administratsiya/departamenti\\_ta\\_upravlinnya/upravlinnya\\_turizmu\\_ta\\_promotsiy/miski\\_tsilovi\\_programi\\_rozvitku\\_turizmu\\_u\\_v\\_misti\\_kiyevi/miska\\_tsilova\\_programa\\_vidnovlennya\\_ta\\_rozvitku\\_sferi\\_turizmu\\_mista\\_kiyeva\\_na\\_2025-2027\\_roki/](https://kyivcity.gov.ua/kyiv_ta_miska_vlada/struktura_150/vikonavchiy_organ_kivsko_misko_radi_kivska_miska_derzhavna_administratsiya/departamenti_ta_upravlinnya/upravlinnya_turizmu_ta_promotsiy/miski_tsilovi_programi_rozvitku_turizmu_u_v_misti_kiyevi/miska_tsilova_programa_vidnovlennya_ta_rozvitku_sferi_turizmu_mista_kiyeva_na_2025-2027_roki/) (дата звернення: 28.04.2025).
7. Доступність станцій Київського метрополітену. *Спілка громадських організацій інвалідів Києва*. URL: <https://spilka.kiev.ua/metro> (дата звернення: 28.04.2025).
8. Зварич І., Зварич О. Розвиток наземного міського пасажирського транспорту на прикладі міста Києва, від його створення до сьогодення. *Просторовий розвиток*. 2024. № 10. С. 318–325. URL: <https://doi.org/10.32347/2786-7269.2024.10.318-325>.

9. Ільницька-Гикавчук Г. Сучасний стан і перспективи розвитку готельних мереж в Україні. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. 2022. Т. 312, № 6(2). С. 26–29. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-4](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-4).

10. Інформація про PinchukArtCentre. *PinchukArtCentre Україна | Артцентр сучасного живопису та мистецтва 21 століття в Києві*. URL: <https://new.pinchukartcentre.org/about> (дата звернення: 28.04.2025).

11. Карта метро м.Київ, відомості, схеми, історія. *Створений щоб знаходити shram.kiev.ua*. URL: <https://uk.shram.kiev.ua/kyiv/m.shtml> (дата звернення: 28.04.2025).

12. КМДА. На початку 2022 року Київ відвідали близько 100 тисяч іноземних туристів: найбільше – з Ізраїлю, Туреччини та Німеччини. *Офіційний портал КМДА - Головна*. URL: [https://kyivcity.gov.ua/news/na\\_pochatku\\_2022\\_roku\\_kiv\\_vidvidali\\_blyzko\\_100\\_tisyach\\_inozemnikh\\_turistiv\\_naybilshe\\_z\\_izralyu\\_turechchini\\_ta\\_nimechchini/](https://kyivcity.gov.ua/news/na_pochatku_2022_roku_kiv_vidvidali_blyzko_100_tisyach_inozemnikh_turistiv_naybilshe_z_izralyu_turechchini_ta_nimechchini/) (дата звернення: 28.04.2025).

13. Колотуха І. Історико-географічні аспекти розвитку громадського транспорту Києва. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України*: Матеріали VIII міжнар. науково-практ. конф., м. Кропивницький, 16–17 черв. 2022 р. Дніпро, 2022. С. 129–136. URL: <https://surl.li/kgjcja> (дата звернення: 28.04.2025).

14. Марусей Т. В. Особливості функціонування готелів в Україні в умовах воєнного стану. *Агросвіт*. 2023. № 12. С. 37–42.

15. Міська цільова програма відновлення та розвитку сфери туризму міста Києва на 2025-2027 роки. *Офіційний портал КМДА - Головна*. URL: [https://kyivcity.gov.ua/kyiv\\_ta\\_miska\\_vlada/struktura\\_150/vikonavchiy\\_organ\\_kivsko\\_misko\\_radi\\_kivska\\_miska\\_derzhavna\\_administratsiya/departamenti\\_ta\\_upravlinnya/upravlinnya\\_turizmu\\_ta\\_promotsiy/miski\\_tsilovi\\_programi\\_rozvitku\\_turizm](https://kyivcity.gov.ua/kyiv_ta_miska_vlada/struktura_150/vikonavchiy_organ_kivsko_misko_radi_kivska_miska_derzhavna_administratsiya/departamenti_ta_upravlinnya/upravlinnya_turizmu_ta_promotsiy/miski_tsilovi_programi_rozvitku_turizm)

[u v misti kiyevi/miska tsilova programa vidnovlennya ta rozvitku sferi turizmu mesta kiyeva na 2025-2027 roki/](#) (дата звернення: 28.04.2025).

16. Найкращі аеропорти світу у 2024 році за версією SkyTrax! - Lowcost Avia. *Lowcost Avia*. URL: <http://lowcostavia.com.ua/najkrashhi-aeroporty-svitu-u-2024-rotsi-za-versiyeyu-skytrax/> (дата звернення: 28.04.2025).

17. Особливості громадського транспорту в різних країнах Європи. *KLR Bus Міжнародні автобусні перевезення*. URL: <https://klr.com.ua/blog/osoblyvosti-gromadskogo-transportu-v-riznykh-krainakh-yevropy> (дата звернення: 28.04.2025).

18. Остапенко Я. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 777–780.

19. Павелко В. Розбудова аеропортової інфраструктури України з урахуванням світового досвіду. *Управління змінами та інновації*. 2023. № 5. С. 28–32. URL: <https://doi.org/10.32782/CMI/20232-5-5>.

20. Пилипюк С. 9 київських музеїв та галерей, на які варто підписатися в Instagram. *The Village Україна*. URL: <https://www.village.com.ua/village/culture/art/280941-kiyivski-muzeyi-ta-galereyi-v-instagram> (дата звернення: 28.04.2025).

21. Подольський Є. Управління по туризму Мальти виділить сектору допомоги в 4 мільйони євро | Туристичні новини від DIP. *DIP*. URL: <https://dip.org.ua/malta/upravlinnya-po-turizmu-malti-vidilit-sektoru-dopomogu-v-4-miljoni-yevro/> (дата звернення: 28.04.2025).

22. Про аеропорт Бориспіль. *Аеропорт Бориспіль*. URL: <https://kbp.aero/airport/about/> (дата звернення: 28.04.2025).

23. Проєкт «Рух без бар'єрів» реалізують уже в 15 пілотних населених пунктах – Кулеба. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3975136-proekt-ruh-bez-bareriv-realizuut-uzе-v-15-pilotnih-naselenih-punktah-kuleba.html> (дата звернення: 28.04.2025).

24. Про застосування англійської мови в Україні : Закон України від 04.06.2024 № 3760-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3760-20#Text> (дата звернення: 28.04.2025).

25. Про музей. *Музей Однієї Вулиці*. URL: <https://onestreet.kiev.ua/about-museum/> (дата звернення: 28.04.2025).

26. Про музей. *Музей Чорнобиль*. URL: <https://chornobyl-museum.kyiv.ua/pro-muzei> (дата звернення: 28.04.2025).

27. Сидоренко І. Розвиток туризму у місті Києві. *Все про туризм: туристична бібліотека Tourlib*. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/sydorenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/sydorenko.htm) (дата звернення: 28.04.2025).

28. Статистика Міжнародного аеропорту «Київ». Січень 2022. *Kyiv Sikorskiy Airport*. URL: <https://www.iev.aero/press-centre/news/648> (дата звернення: 28.04.2025).

29. Тищенко О. Л., Параніна А. П. Міський туризм як ефективний інструмент розвитку туристичного потенціалу України. *Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи*: Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 2021. С. 80–81.

30. Фесенко Г. О., Осадчий А. А. Значення колективних засобів розміщення та готельної індустрії у розвитку сфери туризму України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 23. С. 60–65.

31. Худавердієва В. А., Коваленко Д. О., Парфеня І. О. Напрями і перспективи розвитку міського урбан-туризму. Управління розвитком соціально-економічних систем: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 20-21 квітня 2023 року). Харків: ДБТУ, 2023. С. 652-656

32. Чаркіна Т. Підвищення доходів за рахунок впровадження туристичних перевезень. *Агросвіт*. 2020. № 23. С. 36. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.23.36> (дата звернення: 28.04.2025).

33. Чисельність населення (щомісячна інформація) по районах (попередні дані) на 1 лютого 2022 року. *Головне управління статистики*

м.Києва. URL: <http://www.kyiv.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=1123&lang=1> (дата звернення: 28.04.2025).

34. AcademyFlex Finance Consultants. Investing in tourism infrastructure. *Flexible Academy of Finance*. URL: <https://academyflex.com/investing-in-tourism-infrastructure/> (date of access: 28.04.2025).

35. Albalade D., Fageda X. High speed rail and tourism: Empirical evidence from Spain. *Transportation research part A: policy and practice*. 2016. Vol. 85. P. 174–185. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2016.01.009> (date of access: 28.04.2025).

36. Chernii V. Evaluating the efficiency of urban public transport. *Herald of Khmelnytskyi national university*. 2021. Т. 296, № 4. С. 180–184. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-296-4-29> (дата звернення: 28.04.2025).

37. Cost of Living in Kiev (Kyiv). Apr 2025. Prices in Kiev. *Numbeo*. URL: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Kiev> (date of access: 28.04.2025).

38. Cost of Living Ranking in Europe. Updated Apr 2025. *Expatisan, cost of living comparisons*. URL: <https://www.expatisan.com/cost-of-living/index/europe> (date of access: 28.04.2025).

39. Cros H. D., McKercher B. *Cultural tourism*. Routledge, 2014. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203790601> (date of access: 28.04.2025).

40. Dileep M. R., Kurien A. *Air transport and tourism: interrelationship, operations and strategies*. Taylor & Francis Group, 2021. 460 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003136927>

41. Euromonitor international reveals world's top 100 city destinations for 2024. *Euromonitor International*. URL: <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/december-2024/euromonitor-international-reveals-worlds-top-100-city-destinations-for-2024> (date of access: 28.04.2025).

42. French R. A. Kyiv | Points of Interest, Map, Facts, & History. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/place/Kyiv> (date of access: 28.04.2025).
43. Gârbea R. V. Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management and marketing journal*. 2013. No. 1. P. 193–201. URL: <https://www.mnmk.ro/documents/2013-01/15-13-1-13.pdf>
44. Ison S., Budd L. (eds.). *Air transport management: An international perspective*. Routledge, 2016. 395 p.
45. Morozova O., Morozov O. Hospitality industry: prospects for its development in Ukraine. *Pryazovskyi economic herald*. 2020. № 2(19). URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-10> (дата звернення: 28.04.2025).
46. Nicolau J. L., Mas F. J. The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: the moderating role of motivations. *Tourism management*. 2006. Vol. 27(5). P. 982–996. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.09.009>
47. Oyster cards and travelcards in London. *Visit London - London's Official Visitor Guide*. URL: <https://www.visitlondon.com/traveller-information/getting-around-london/oyster> (date of access: 28.04.2025).
48. Pafféri Z., Remenyik B. Railways and sustainable tourism. *The Community of European Railway and Infrastructure Companies (CER)*. URL: [https://www.cer.be/images/MAVEssay\\_Rail\\_Sustainable\\_Tourism.pdf](https://www.cer.be/images/MAVEssay_Rail_Sustainable_Tourism.pdf) (date of access: 28.04.2025).
49. Peira G., Lo Giudice A., Miraglia S. Railway and Tourism: A Systematic Literature Review. *Tourism and Hospitality*. 2022. Vol. 3, no. 1. P. 69–79. URL: <https://doi.org/10.3390/tourhosp3010005>.
50. Reali C. What type of transportation is used for tourism?. *Mize*. URL: <https://mize.tech/blog/what-type-of-transportation-is-used-for-tourism/> (date of access: 28.04.2025).

51. Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses / P. Peeters et al. Brussels : European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, 2018.

52. Shopping in Kyiv. *World Travel Guide*. URL: <https://www.worldtravelguide.net/guides/europe/ukraine/kyiv/shopping/> (date of access: 28.04.2025).

53. Sibirtseva M. The Best Restaurants in Kiev. *Culture Trip*. URL: <https://theculturetrip.com/europe/ukraine/articles/the-10-best-restaurants-in-kyiv> (date of access: 28.04.2025).

54. Top Restaurants in Kyiv. *Tripadvisor*. URL: <https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g294474-Kyiv.html> (date of access: 28.04.2025).

55. Tourist attractions in Kiev Ukraine. *Visit Kiev Ukraine*. URL: <https://www.visitkievukraine.com/attractions/> (date of access: 28.04.2025).

56. Truyols M. Countries with the biggest tourism industry. *Mize*. URL: <https://mize.tech/blog/the-10-countries-with-the-biggest-tourism-industry/> (date of access: 28.04.2025).

57. Ukrinform. В Україні налічується 3 мільйони людей з інвалідністю - Жолнович. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3763345-v-ukraini-nalicuetsa-3-miljoni-ludej-z-invalidnistu-zolnovic.html> (дата звернення: 28.04.2025).

58. Ukrinform. ЄІБ спрямував €50 мільйонів на модернізацію Укрзалізниці. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3976682-eib-spramuvav-50-miljoniv-na-modernizaciju-ukrzaliznici.html> (дата звернення: 28.04.2025).

59. UNWTO. UN tourism urban tourism. *UN Tourism | Bringing the world closer*. URL: <https://www.unwto.org/urban-tourism> (date of access: 28.04.2025).

60. World Economic Forum, University of Surrey. Travel & tourism development index 2024: insight report may 2024. World Economic Forum, 2024. 97 p.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

Приклади інтерфейсів сервісів з відслідковування міського громадського транспорту

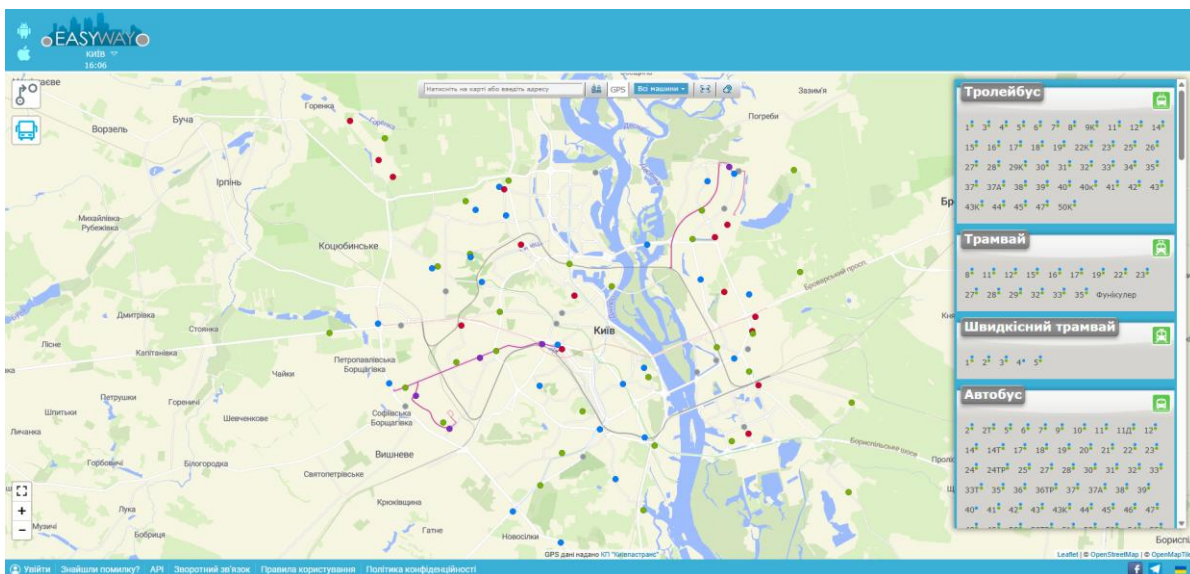


Рис. А.1. Інтерфейс сервісу EasyWay

Джерело: <https://www.eway.in.ua/en/cities/kyiv>

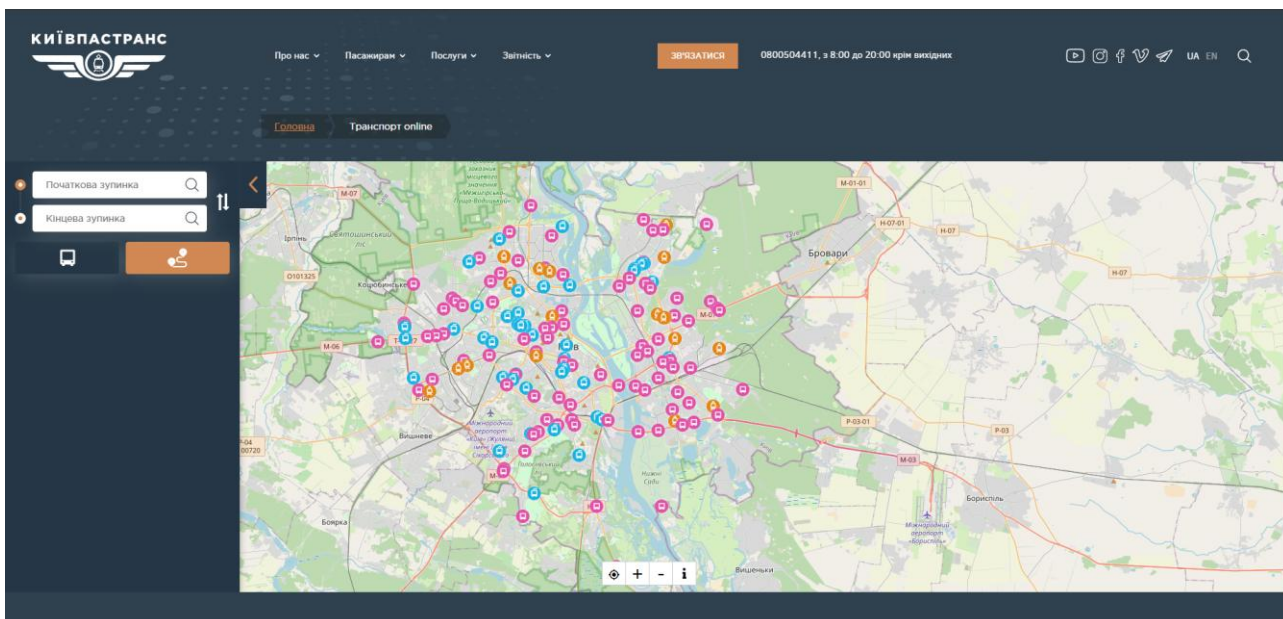


Рис. А.2. Інтерфейс сервісу КИЇВПАСТРАНС

Джерело: <https://kpt.kyiv.ua/online>

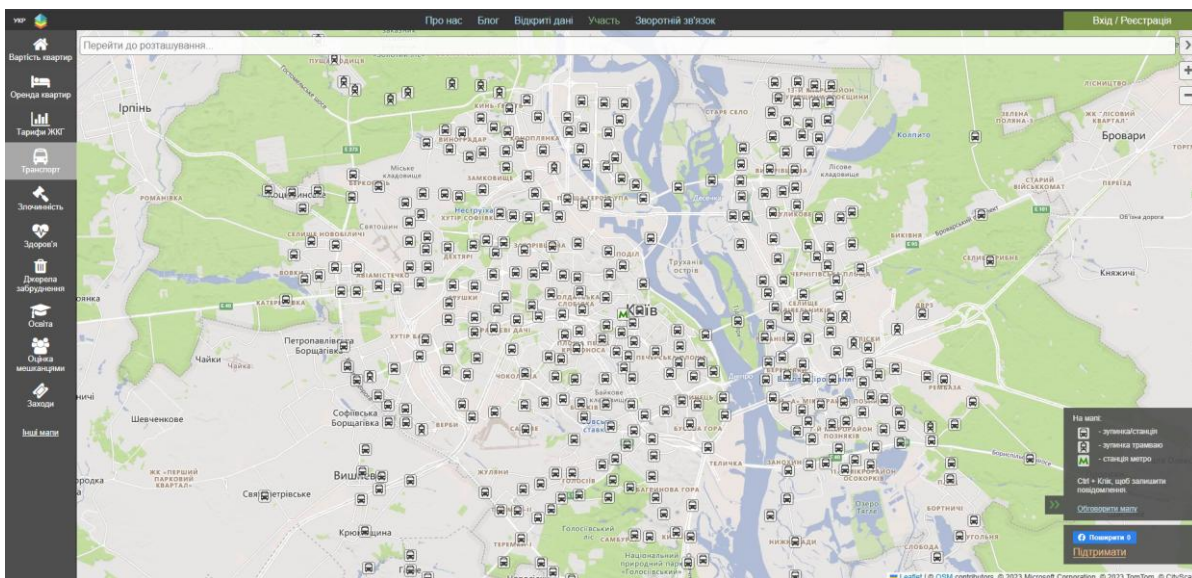


Рис. А.3. Інтерфейс сервісу CityScale

Джерело: <https://www.cityscale.com.ua/uk/index.htm>

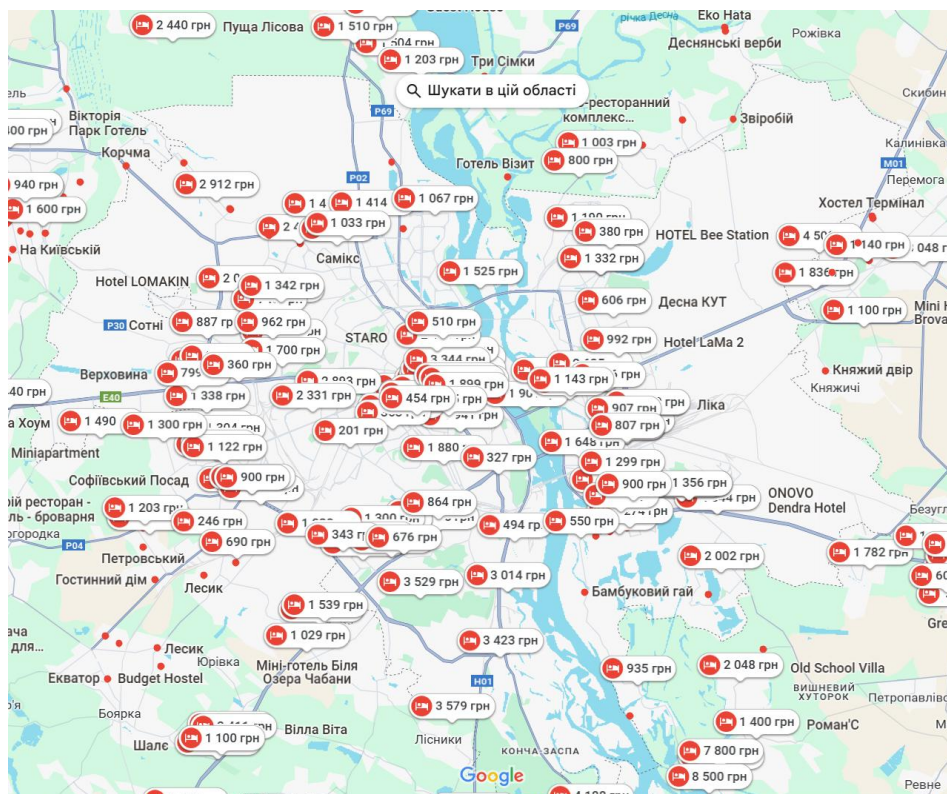


Рис. А.4. Інтерфейс сервісу GoogleMaps

Джерело:

[https://www.google.com.ua/maps/search/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%96/@50.4546132,30.5025629,12z?entry=tту&g\\_ep=EgoyMDI1MDUwNy4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D](https://www.google.com.ua/maps/search/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%96/@50.4546132,30.5025629,12z?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDUwNy4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D)

## Додаток Б

### Інклюзивність міського простору

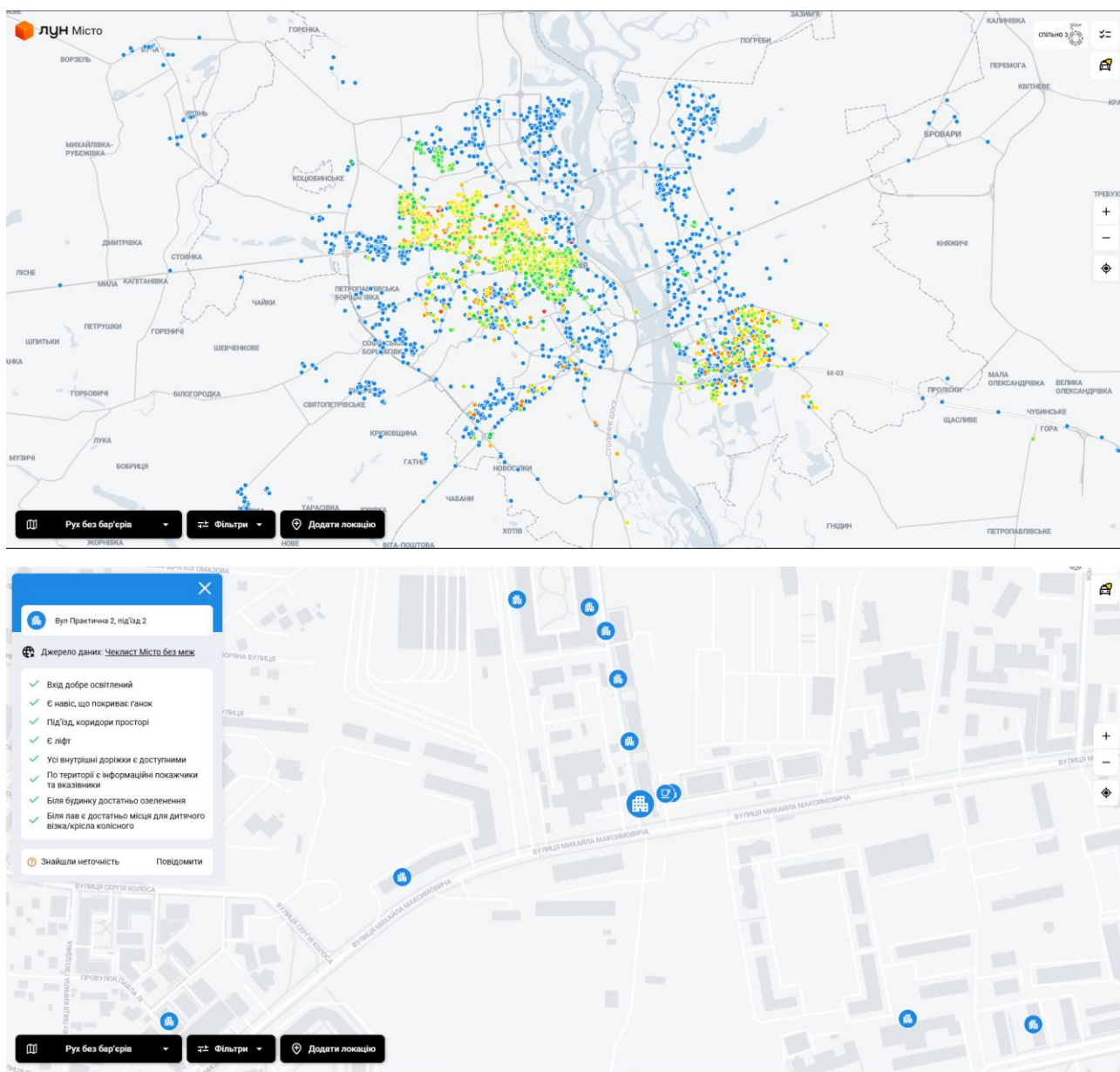


Рис. Б.1. Місто без меж: карта інклюзивності

Джерело: ЛУН Місто (<https://lun.ua/misto/barrier-free#5/48.2/30.3>)

**Документ підписано у сервісі Вчасно (продовження)**  
Цибенко Максим.pdf

Документ відправлено: 14:53 14.05.2025  
Документ отримано: 20:42 14.05.2025

**Відправник документу**

**Електронний підпис**

14:53 14.05.2025

Ідентифікаційний код: 3743506639

ЦИБЕНКО МАКСИМ ГРИГОРОВИЧ

Власник ключа: ЦИБЕНКО МАКСИМ ГРИГОРОВИЧ

Час перевірки КЕП/ЕЦП: 14:53 14.05.2025

Статус перевірки сертифікату: Сертифікат діє

Серійний номер: 2DBD5940D955E12A0400000000C60300B77C1300

Тип підпису: кваліфікований

Тип сертифікату: кваліфікований

**Отримувач документу**

**Електронний підпис**

20:43 14.05.2025

Ідентифікаційний код: 2611013675

МЕЗЕНЦЕВ КОСТЯНТИН ВОЛОДИМИРОВИЧ

Власник ключа: МЕЗЕНЦЕВ КОСТЯНТИН ВОЛОДИМИРОВИЧ

Час перевірки КЕП/ЕЦП: 20:43 14.05.2025

Статус перевірки сертифікату: Сертифікат діє

Серійний номер: 5E984D526F82F38F040000001019E4002E3ACE05

Тип підпису: удосконалений

Тип сертифікату: кваліфікований