

УДК 338.48-1/-6 (477)

Бейдик Олександр Олексійович,
доктор географічних наук, професор

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, Київ, Україна
e-mail: beydik@mail.ru

Сировець Сергій Юрійович,
кандидат географічних наук, доцент

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, Київ, Україна
e-mail: lgtinfo@ukr.net

Зяблова Анастасія Олександрівна

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, Київ, Україна
e-mail: nastya-zyablova@mail.ru

УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИЗМ: ПРИХОВАНІ МОЖЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Мета. Проаналізувати сучасний стан національного туризму, виявити його приховані можливості, вразливі сторони та сучасні тенденції розвитку.

Методика. Використані соціологічний, монографічний, експедиційний методи, застосовано контент-аналіз, структурно-логічне моделювання, використано матеріали засобів масової інформації.

Результати. Визначені сучасні напрями розвитку, загрози та чинники, що стримують розвиток національного туризму, його сильні та слабкі сторони, сучасні та традиційні (фундаментальні) бренди.

Практична значимість. Матеріали статті можуть бути використані організаціями та установами місцевого, регіонального, національного рівня, що реалізують відповідні програми туристського розвитку, втілені в практику діяльності вищих навчальних закладів України, які займаються підготовкою кадрів для національної туристської індустрії.

Ключові слова: національний туризм, стратегія, туристська політика, санкції, об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, релігійний туризм, курортно-лікувальні ресурси, спелеоресурси

УДК 338.48-1/-6 (477)

Бейдик Александр Алексеевич,
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail: beydik@mail.ru

Сыровец Сергей Юрьевич,
кандидат географических наук, доцент

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail: lgtinfo@ukr.net

Зяблова Анастасия Александровна

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail: nastya-zyablova@mail.ru

УКРАИНСКИЙ ТУРИЗМ: СКРЫТЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Цель. Проанализировать современное состояние национального туризма, выявить его скрытые возможности, уязвимые стороны и современные тенденции развития.

Методы. Использованы социологический, монографический, экспедиционный методы, применены контент-анализ, структурно-логическое моделирование, использованы материалы средств массовой информации.

Результаты. Определены современные направления развития, угрозы и факторы, сдерживающие развитие национального туризма, его сильные и слабые стороны, современные и традиционные (фундаментальные) бренды.

Практическая значимость. Материалы статьи могут быть использованы организациями и учреждениями местного, регионального, национального уровня, реализующих соответствующие программы туристского развития, воплощенные в практику деятельности высших учебных заведений Украины, которые занимаются подготовкой кадров для национальной туристской индустрии.

Ключевые слова: национальный туризм, стратегия, туристская политика, санкции, объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, религиозный туризм, курортно-лечебные ресурсы, спелеоресурсы

UDC 338.48-1/-6 (477)

Beidyk Oleksandr Oleksiiovych,
Doctor of Geography Sciences, Professor
Syrovets Serhii Yuriiiovych,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor

Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: beydik@mail.ru

Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: lgtinfo@ukr.net

Ziablova Anastasiia Oleksandrivna

Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: nastya-zyablova@mail.ru

UKRAINIAN TOURISM: HIDDEN OPPORTUNITIES AND CURRENT TRENDS

Goal. To analyze the current state of national tourism, discover its hidden features, vulnerable side and contemporary trends.

Methods. Used sociological, monographic, expeditionary method used content analysis, structural and logical modeling, draws media.

Results. Designated modern trends of development, threats and factors that hinder the development of national tourism, its strengths and weaknesses, modern and traditional (fundamental) brands.

The practical significance. Materials of the article can be used organizations and institutions of local, regional and national level, implementing appropriate programs of tourism development, embodied in the practice of universities in Ukraine who are preparing personnel for national tourist industry.

Key words: national tourism strategy, tourism policy, sanctions, UNESCO World Heritage sites, religious tourism, resort and medical resources, speleoresursy

Актуальність проблематики. Туризм – найбільш прибуткова експортна галузь, важлива складова платіжного балансу туристсько-орієнтованих країн світу. Прибутки від міжнародного туризму випереджають експорт нафтопродуктів, автомобілів, телекомунікаційних матеріалів, текстильної продукції та інших видів товарів і послуг. Сектор подорожей і туризму постійно створює робочі місця, на даний час у ньому зайнято близько 140 млн. осіб. Переважна більшість робочих місць у туризмі належить малим і середнім підприємствам. Дослідження показують, що в туризмі створення робочих місць відбувається в 1,5 рази скоріше, ніж у будь-якій іншій галузі. Власну туристську політику кожна

держава проводить в залежності від геополітичного положення, ресурсно-рекреаційної бази, ступеню розвитку туристської інфраструктури, традицій та ментальності населення (рис.1). Стратегічні питання розвитку національного туризму висвітлено в ряді публікацій [1-4,6-10]. В той же час реальність постійно вносить зміни не тільки в стратегічні напрями, але і корегує поточні оперативні плани розвитку національного туризму.

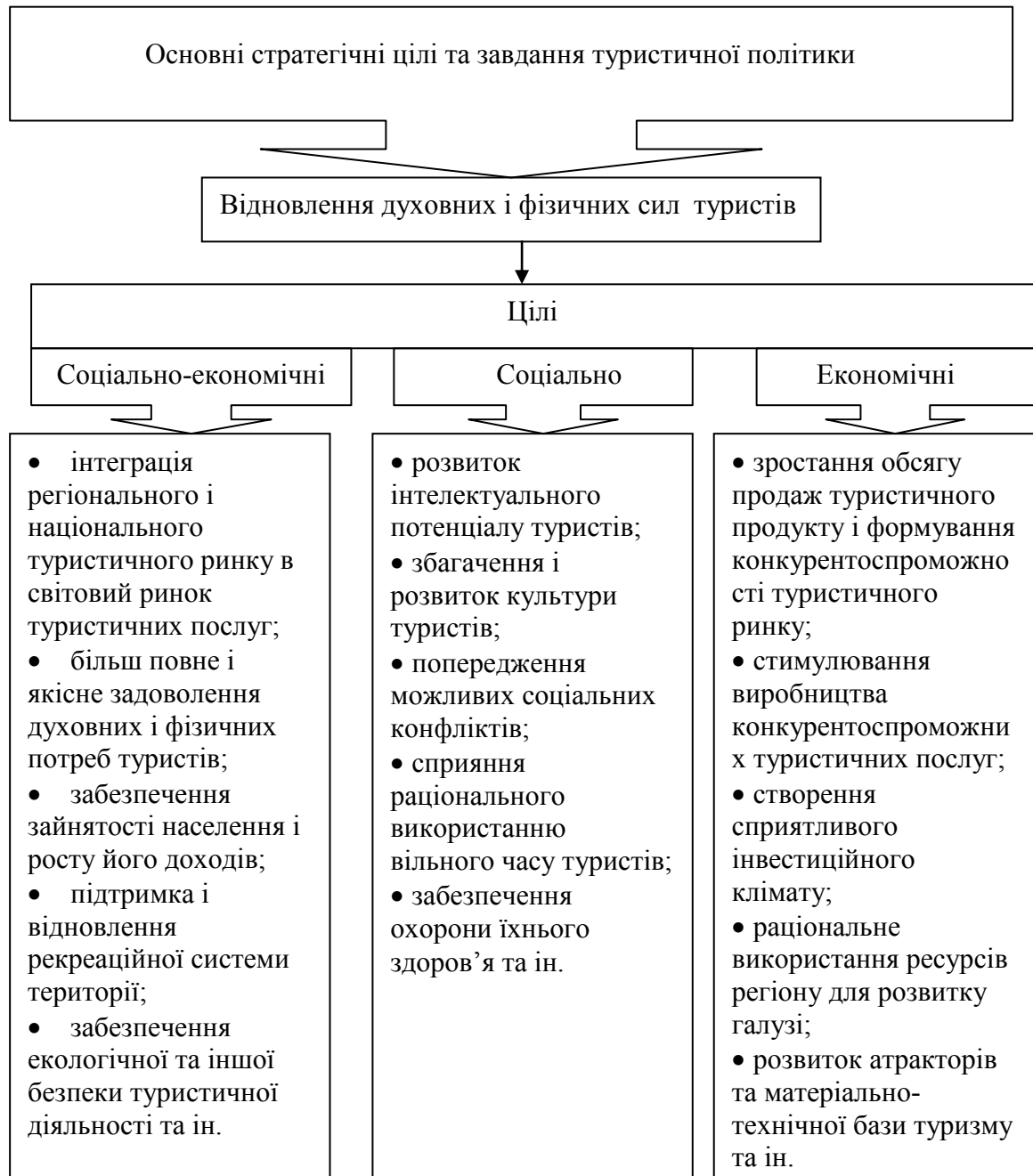


Рис 1. Цільова структура туристичної політики [4].

Мета та завдання публікації – виявити латентні можливості та висвітлити сучасні тенденції розвитку національного туризму в умовах нестабільної суспільно-політичної ситуації, провести корекцію попередніх та окреслити нові контури цього суспільного явища.

Виклад основного матеріалу. Не виключенням в шерензі світових

туристських держав є і Україна, яка позиціонується в міжнародному туристському розподілу праці своїми коронними брендами, які складають релігійний туризм, курортно-лікувальні ресурси, унікальні спелеоресурси, об'єкти ЮНЕСКО, вигідне геополітичне положення. Але, на жаль, «не так сталося, як гадалося», і сьогодні, за сумним висловом деяких фахівців туристської галузі, стан, в якому перебуває національний туризм, можна оцінити як колапсодійний. За останні 60 років (з 1955 р.) український туризм опинився в найважчих, найскрутніших умовах, адже продовжується падіння економічних показників розвитку держави, спричинене як суспільно-економічною кризою так і продовженням бойових дій на Сході України (одна доба «забирає» у держави \$ 5 млн або близько 100 млн. грн); крім того:

- фактично ліквідований авіазв'язок між Україною та Росією, яка забезпечувала понад 80% в'їзних туристів до України (введення у 2015 р. обопільних санкцій на авіаперевезення між Росією та Україною суттєво зменшило потік українців до Росії, як і потік в зворотному напрямі, наприклад, частка росіян які прибували в аеропорт «Одеса» зменшилась з 10% у 2012-2014 рр. до 1% у 2015 р.);
- з українського ринку авіаперевезень пішли лоукостери («Wizzair»), різко підскочив курс долара і євро, а скасування візових формальностей не відбулося, а саме від матеріалізації візової політики залежить розвиток українського туризму;
- ліквідовано гарантоване і безпечне будь-яке сполучення з Кримом (всі авіарейси зняті, зв'язок залізницею скасований, автосполучення, яке забезпечують приватні перевізники, небезпечне для життя);
- 50 тис. мігрантів (за іншими джерелами – 300 тис.) з Кримського півострова тільки посилили негативні тенденції в національному туризмі (слід нагадати і про те, що від 3-5 до 8-9 млн. українців працюють за кордоном); на сьогодні понад 2 млн. мігрантів залишили Донбас, а Луганська та Донецька області фактично вилучені зі сфери національного туризму (слід нагадати і про 3,7 тис. км² замінованої території Донбасу);
- за різними оцінками у 2014-2015 рр. на руках у населення в Україні знаходилось від 3 до 4,5 млн. одиниць вогнепальної зброї (цей чинник, поряд з іншими, наведеними вище, стримує потік іноземних туристів до країни); тільки в першому півріччі 2015 р. 400 тис. українців працевлаштувалися у Польщі.

Кілька років тому, коли в країні обговорювалась чергова стратегія розвитку національного туризму, увага фахівців була спрямована на наступні позиції:

- необхідність вибіркової (адекватної якості) приватизації туристських підприємств;
- зменшення податкового тиску;

- залучення іноземних інвестицій (адже модель національного туризму повинна зміщуватись саме в зону інвестицій; «подушка» безпеки туризму, як і суспільства в цілому, ущільнилась до рівня наволочки; в національному туризмі є неоране поле, але його треба знайти і переорати, адже інвесторів не можна переконати гаслами і пошук латентних шарів національного туризму має продовжуватись);
- створення вільних економічних зон у найбільш сприятливих для розвитку туризму регіонах;
- вдосконалення існуючих законів і підзаконних актів та впровадження нових (інше питання – а чи пожвавлять туристський потік нові закони, які обговорюються в парламенті - про легалізацію проституції, про вільне володіння зброєю та ін. ?); зараз при комітеті Верховної ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму створено Експертну раду з питань туризму і курортів, до якої увійшли представники бізнесу та громадськості; на сьогоднішній день Експертною радою опрацьовується пакет пропозицій щодо реформування та розвитку галузі туризму; крім того, ініційовано створення Міжфракційного депутатського об'єднання «Україна туристична», головною метою якого є об'єднання зусиль народних депутатів для підвищення туристської конкурентоспроможності України, шляхом реформування туристської галузі та створення сучасного європейського законодавства у туристській сфері; наскільки ці акції пожвавлять національну туристську галузь – це питання, але в соцмережі наші депутати викладають численні «репортажі» (фото, враження) щодо свого індивідуального або сімейного перебування на модних курортах чи в зарубіжних подорожах і ці «депутатські міграції» вже отримали назву – політичний туризм);
- створення програм розвитку національного туризму, які спиратимуться на реальний стан економіки країни або розробка нової парадигми національного туризму;
- поліпшення якості та ефективності реклами, забезпечення оновленою інформацією діючих турів та підвищення їх рейтингу;
- впровадження заходів, спрямованих на ідентифікацію України, сприйняття її колориту (національна кухня, традиційний побут, етнокультурні фестивалі та свята);
- вдосконалення принципів та методів розробки нових туристсько-екскурсійних маршрутів, виявлення та дотримання особливостей їх проведення, оптимізація засобів розміщення і транспортного забезпечення;
- розвиток сільського та «зеленого» туризму (в поєднанні з мисливством у Карпатах, рибальством на Волині, подорожами верхи в степових областях, дегустацією вин на Закарпатті, Причорномор'ї та в Криму);

- вдосконалення існуючих турів та розвиток нових видів туризму і на їх основі - нових туристсько-екскурсійних маршрутів;
- розширення вікових груп учасників туристського руху, розвиток турів зі спортивними та фітнес-програмами, екстремального туризму (сноубордінг, спелеотуризм, повітроплавальний туризм), водного туризму (вітрильні регати, яхт-клуби, круїзи Дніпром та Чорним морем), релігійного туризму, маршрутів «вихідного дня».

Щодо сучасного бачення мегатренду розвитку національного туризму зазначимо наступне. Стратегія розвитку туристської індустрії в Україні полягає у виробленні державної політики в галузі туризму як одного із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки.

Основу державної політики в галузі туризму складають наступні чинники:

- державне стимулювання внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму, в т.ч. через удосконалення системи оподаткування;
- забезпечення внутрішньої конвертованості туристських послуг шляхом підвищення їх якості та розширення асортименту, поліпшення умов обслуговування туристів;
- поетапна приватизація туристських об'єктів з їх інфраструктурою;
- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристських об'єктів;
- державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України, Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО;
- залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристської діяльності для розвитку інфраструктури туризму (шляхи сполучення, пункти пропуску, системи водопостачання та каналізації, зв'язок, служби сервісу тощо);
- організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;
- сприяння організації виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів у високоякісних продуктах харчування;
- залучення приватного сектора, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристського підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського, зеленого);
- створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького тощо);
- державне сприяння просуванню на міжнародний ринок туристського продукту України через міждержавні угоди та програми;
- створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристського бізнесу;
- проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристських господарств,

використання природного та історико-культурного потенціалу країни, створення геоінформаційної системи «Туризм в Україні»;

- провести комплексні ландшафтно-екологічні та історико-культурні дослідження території України, встановити диференційовані норми туристського навантаження на довкілля;
- переглянути природо-та пам'яткоохоронні нормативно-правові акти з метою посилення відповідальності за їх порушення;
- обґрунтувати на основі норм антропогенного навантаження гранично допустимі межі сумарної місткості об'єктів, розміщених у туристських центрах; удосконалення порядку ліцензування суб'єктів туристського підприємства; запровадження пільгових умов для стимулювання організацій оздоровлення дітей та молоді, насамперед, дітей-сиріт, дітей-інвалідів, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, та інших соціально незахищених верств населення;
- облаштування туристської інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів, що проходять через територію України;
- налагодження потужної реклами вітчизняного туристського продукту;
- випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу, створення спеціалізованих видань туристського профілю (газет, журналів, законодавчих збірників, методичних рекомендацій, тематичних монографій, навчальних посібників, підручників), радіо- та телепрограм;
- забезпечення регулярного проведення в Україні міжнародних і національних туристських виставок, салонів, бірж, ярмарок, фестивалів, конкурсів, організацію участі вітчизняних виробників туристського продукту в аналогічних заходах за межами України з метою залучення до України іноземних туристів;
- створення сприятливих умов для збільшення туристських потоків шляхом спрощення, згідно з міжнародною практикою, візових, митних і прикордонних формальностей;
- створення тематичних програм, у яких всебічно, повно та правдиво висвітлюються вітчизняна історія, життя і діяльність видатних українських політичних та військових діячів, народних героїв, митців;
- підготовка кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

Не варто нагадувати про те, що більшість згаданих вище позицій виконана не була або реалізована лише частково. В нинішній непростій ситуації туристська громадськість України окреслила нові пріоритети розвитку національного туризму. Корекція попередніх та окреслення оновлених контурів цього суспільного явища обговорювались на науково-практичних заходах, які проводились провідними ВНЗ України пропонувались в порядку обговорення, проявлялись у вигляді різних

ініціатив і акцій:

- зважаючи на важку суспільно-політичну ситуацію, суттєве безгрошів'я населення акцент має бути спрямований на внутрішній туризм – розвиток соціального туризму – проведення безкоштовних екскурсій та реалізацію інших преференцій, що сприятиме залученню в туристсько-екскурсійний рух малозабезпечених верств населення;
- впровадження турів «Всесвітня спадщина ЮНЕСКО в Україні», «Сім чудес України»;
- лібералізація законодавчої бази в напрямі сприяння розвитку підприємницької діяльності, що, в свою чергу, може розглядатися як чинник поживавлення ділового туризму;
- військовий конфлікт на сході України (АТО), який зараз знаходиться в стадії примирення, події на Майдані, можуть розглядатися як чинник т.з. «революційних» турів, окремих проявів військового туризму (екскурсії по місцях воєнних дій), реалізація яких можлива лише при забезпеченні відповідного рівня безпеки. В той же час значно більша увага до безпеки має приділятися всім без виключення секторам туристсько-рекреаційної діяльності, зважаючи на те, що у населення знаходиться багато неконтрольованої зброї;
- розвиток національного туризму неможливий без потужних інвестиційних програм, залучення значних фінансових ресурсів, що можливо тільки після повернення інвестицій до України;
- суттєве покращення транспортної інфраструктури, створення привабливого іміджу України, удосконалення туристських сайтів;
- створення безбар'єрної інфраструктури, забезпечення умов для розвитку адаптивного туризму, одним з полігонів якого можуть виступати національні-природні парки України (НПП), яких зараз нараховується близько 50-ти. Більш акцентованими туристсько-екскурсійні маршрути для маломобільних категорій населення здатні розвиватися в межах тих НПП, в яких наявні джерела мінеральних вод;
- у зв'язку з тимчасовою втратою Криму та узбережжя Азовського моря (Донецька обл.) використання узбережжя Чорного (Миколаївська, Одеська, Херсонська обл.) та Азовського морів (Запорізька обл.) має бути більш ефективним та прибутковим;
- використання привабливості гастрономічного, етнічного та воєнного туризму для залучення клієнтів із-закордону;
- одним з напрямів розвитку внутрішнього туризму є замковий туризм (Закарпатська, Тернопільська, Львівська, Рівненська області), тому нагальним є реалізація механізму залучення замкових комплексів до національного туризму.

Щодо останньої позиції, то в розгорнутому аналітичному вигляді вона подана в публікації [7], а ми лише зазначимо наступне. Принципи

залучення архітектурно-історичної спадщини до туризму та законодавчо-юридичне регулювання механізмів збереження культурної спадщини України. Замки, фортеці і монастирі — це найбільші за розмірами історичні споруди в забудові населених пунктів. Якщо в минулому замки і фортеці виконували здебільшого оборонну роль, то зараз їх призначення змінене та вимагає окремих підходів у справі охорони та туристського використання. Діапазон пристосування фортифікацій до туристських потреб достатньо широкий і різноманітний: музеєфікація, музейно-анімаційне відродження, розвиток замково-готельного бізнесу. Успішний досвід туристської адаптації замків мають країни Європи. Зокрема, Німеччина відома рядом туристських маршрутів, що дозволяють охопити найбільші, найвідоміші та найпривабливіші фортифікаційні об'єкти – «Дорога замків», «Німецька романтична дорога», «Дорога імператорів і королів». Понад 2/3 замків країн Європейського Союзу (а це понад 1500 фортифікацій) використовуються у готельному господарстві. В Іспанії середньовічні замки, фортеці та монастирі використовуються як парадори (готелі). Вони знаходяться в державній власності та об'єднані в єдину мережу «Paradores Nacionales de Turismo». В Німеччині усі замки-готелі пройшли модернізацію і теж об'єднуються в один концепт – Histohotels. Механізмами збереження культурної спадщини в Україні є *передача в оренду, концесія та приватизація*. Згідно зі ст. 1 Закону України "Про концесії" *концесією* вважається надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику. Відповідно до цього закону між концесієдавцем і концесіонером підписується концесійний договір, згідно якого концесіонер несе відповідальність за збереження і раціональне використання об'єктів соціально-культурного призначення. Іншими словами, концесія – довгострокова, але тимчасова експлуатація. Більше того, закон про концесії містить один пункт, який мав би привабити потенційного інвестора: він передбачає платежі не відразу, а лише після того, як об'єкт хоча б частково запрацює і дасть прибуток. Проте, цього замало, аби виник ажіотаж серед потенційних інвесторів.

Одним з ефективних шляхів збереження об'єктів історико-культурної спадщини є передача їх в оренду. В Законі України «Про охорону культурної спадщини» зазначається, що об'єкти культурної спадщини, що є пам'ятками (за винятком пам'яток, відчуження або передача яких обмежується законодавчими актами України), можуть бути відчужені та

передані власником або уповноваженим ним органом у володіння, користування чи управління іншій юридичній або фізичній особі за наявності погодження відповідного органу охорони культурної спадщини. Але головною умовою реалізації цього механізму є укладання відповідного договору оренди в якому повинні бути чітко зазначені умови використання пам'ятки та можливі фізичні зміни, які дозволено здійснювати з цією пам'яткою чи на території цієї пам'ятки. Тобто орендар забезпечує реставрацію та збереження історичної пам'ятки, а для відшкодування своїх інвестицій у ремонт пам'ятки, може відкривати на території пам'ятки кафе, магазини та готелі, організовувати екскурсії, здійснювати продаж сувенірів або інші заходи, не порушуючи цілісності пам'ятки.

Механізмом збереження історико-культурної спадщини є і *приватизація історичних пам'яток*. Це перевірена світова практика, яка дійсно працює, якщо за цим стоїть обґрунтована позиція держави, що визначає чіткі правила: стимулює, охороняє та притягує до відповідальності тих, хто порушує правила і норми. Зокрема, в багатьох європейських країнах поширена практика передачі історичних об'єктів, які перебувають в неналежному стані, в приватну власність практично безкоштовно, але при цьому з майбутнім власником підписується договір про те, що він повинен обов'язково відреставрувати історичний об'єкт. За невиконання умов договору відповідні державні структури накладають на власника штраф на велику суму, а в окремих випадках можуть забрати замок через суд. В Україні ж масової приватизації замків і палаців не відбувається, меценати не поспішають витратитись на зруйновані пам'ятки, а держава не може зацікавити інвесторів: кілька випадків продажу історичних об'єктів засвідчили, що нові власники не мають мотивації вкладати кошти у реставрацію, реконструкцію або відновлення минушини. Варто сказати і про те, що механізми збереження культурної спадщини не завжди діють згідно із законодавством, що пов'язане з наступними причинами:

- відсутність дієвого контролю за дотриманням чинного законодавства у сфері охорони культурної спадщини. Не ведеться відповідний контроль за станом викуплених у держави об'єктів. Якщо в зазначений термін реставрація не проведена, об'єкт (після попередження) має бути повернений державі. Такий механізм зазначений у Законі «України «Про охорону культурної спадщини». Однак прикладів його роботи на практиці поки не існує;
- брак системності та координації у діяльності органів державної влади зі збереження культурно-історичної спадщини;
- надмірне одержавлення функції збереження культурної спадщини, коли неурядові організації, у тому числі, Українське товариство охорони пам'яток історії та культури, відіграють у цій справі лише допоміжну роль. Державні установи далеко не завжди виявляють

гнучкість і творчий підхід в управлінні культурною спадщиною. Водночас існує зарубіжний досвід діяльності благодійних громадських організацій, які опікуються значною кількістю пам'яток історії та культури, а також природними ландшафтами і не лише зберігають їх, але й ефективно використовують на благо громадян, займаючись дослідницькою, екскурсійною, туристською, освітньою, видавничою діяльністю, організацією дозвілля.

Тому для того, щоб механізми збереження замків і фортець як культурної спадщини діяли, повинна бути сформована ефективна система управління, зберігання та відновлення замкових комплексів. Інвесторів повинна зацікавити можливість створення на базі замків комерційних туристських готелів, пансіонатів, санаторіїв, музейних комплексів. Проте при цьому необхідний дієвий контроль за дотриманням чинного законодавства у сфері охорони культурної спадщини та координації у діяльності органів державної влади. Якщо ми говоримо про концесію, то повинна бути організована робота концесійної комісії за участі фахівців. Оскільки замки є пам'ятками національного значення, то вони обов'язково мають бути доступні для відвідувачів і не можуть бути закритими об'єктами. Реставраційні роботи мають вести правильно: для цього невід'ємною частиною договору концесії мусить бути календарний план виконання робіт. З урахуванням світового досвіду доцільно скоригувати уявлення про феномен культурної спадщини та принципи її збереження. Пам'ятки історії та культури доцільно розглядати не окремо від навколишнього середовища, ландшафту, в якому вони знаходяться, а як його складову частину, й їх разом – як єдиний нероздільний комплекс. Саме цей комплекс, а не пам'ятка сама по собі, повинен досліджуватися, охоронятися і використовуватися. Таке розуміння культурної спадщини притаманне багатьом зарубіжним неурядовим пам'яткоохоронним організаціям, які сполучають у своїй діяльності охорону зазначених пам'яток і навколишнього середовища.

Галузь туризму для України має велике значення і відіграє ключову роль у залученні інвестицій та створенні нових робочих місць у різних галузях економіки (транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та послуг) і є високорентабельною галуззю економіки та дієвим фактором інтеграції нашої країни у Європейську і світову спільноти, має великі пізнавально-виховні можливості для формування патріотично-свідомого громадянина України. Але, незважаючи на це, держава практично не звертала увагу на розвиток туристської галузі. Останнім часом спостерігається певна сегментація зарубіжних інвестицій щодо регіонів України (наприклад, Катар заявив про наміри вкласти гроші в сільське господарство та туризм Херсонської області). Окремо ще раз слід нагадати про Крим, який є найгарячішою зоною на залізничній карті країни. Кримчани спочатку приймають гостей півострова, а потім відправляють їх до місць постійного

проживання. Статистика кількості відпочивальників та туристів на півострові, нарівні з іншими, користується й залізничними зведеннями. А свідчать вони про те, що лише залізницею у 2003-2013 рр. сюди прибувало від 1,5 млн до 3 млн., і не тільки українців. Але ситуація різко змінилася після березня 2014 р. («Кримська весна») і на сьогодні з материкової України до АР Крим можливо доїхати пасажирськими поїздами до станцій Новоолексіївка або Херсон, а далі альтернативними видами транспорту. В нинішній складній ситуації певні перспективи може мати впровадження нових фестивалів на кшталт «ГогольFest» - «Немирів Fest» (Вінницька обл.) для пропаганди українського товаровиробника, національних напоїв (в Україні щорічно від вживання горілчаного фальсифікату гине 10 тис. людей, щорічний випуск алкогольного фальсифікату складає 700 млн. пляшок), подальший розвиток повітроплавального туризму, який обслуговує навіть інвалідів на візках (взірцем є повітряна фієста в Альбукерке, США). Певним імпульсом, який пожвавить внутрішній туризм, може бути внутрішній науковий туризм, за значний досвід якого говорять наступні «бренди» «Сергій Попович та Олег Коляда» (Київ), «Микола Костриця» (Житомир), «Іван Левицький» (Харків), «Ігор Пилипенко» (Херсон), «Олександр Булига» (Рівне), «Валерія Новикова» (Черкаси), «Олег Афанасьєв» (Дніпропетровськ).

Зважаючи на те, що традиційно інноваційно-інвестиційні «хвилі» йдуть відцентрово, «ab ovo» («від яйця»), варто звернути увагу як на національний, так і регіональні центри. Отже, відповідна цільова програма розвитку столичного центру передбачає наступні позиції:

- участь у міжнародних виставкових заходах; проведення прес-турів для іноземних ЗМІ та туристських операторів та організація промо-турів за кордоном для презентації туристського потенціалу міста Києва;
- проведення різноманітних фестивалів і ярмарок у Києві;
- реалізація туристської навігації містом (встановлення вказівників туристських об'єктів та інформаційних стендів різними мовами);
- облаштування зупинок та місць паркування екскурсійного автотранспорту;
- розвиток та просування київського туристського порталу в мережі Інтернет; створення мобільного додатку «Kyiv Mobile Guide», картки гостя «Kyiv Tourist Card»;
- створення міських комунальних туристсько-інформаційних центрів в аеропортах «Бориспіль», «Жуляни» та на центральному залізничному вокзалі;
- подальший розвиток Києва як центра конгресного, культурно-розважального туризму (у 2015 р. в місті були проведені I-й міжнародний форум «Управління змінами», форум ринку нерухомості, симпозіум, присвячений сучасним медичним технологіям, міжнародний кінофестиваль «Молодість», ряд міжнародних ярмарок та шоу - «Освіта в США», Міжнародне ножове шоу, музичні фестивалі та ін.

етнокультурні заходи). Варто звернути увагу і на організацію нестандартних музейних експозицій, виставок, ін. заходів (наприклад, в Північній Кореї популярним є Музей подарунків Кім Ір Сєну та Кім Чєн Іру, який рекламується владою як альтернатива закордонним подорожам, в Росії з 2015 р. в Єкатеринбурзі, Свердловська область, діє «Сльцин Центр», а в Україні цікаво було б відвідати музей подарунків президентам Кравчуку, Кучмі, Ющенку).

Окремо слід зупинитись і на такій категорії, як особи з ознаками інвалідності, адже 6,1% населення України – люди з обмеженими можливостями. Майже 80% із них – особи працездатного віку. Але на вулицях їх побачиш нечасто – країна для них недоступна. В одному тільки Києві людей з особливими потребами – саме так на Заході прийнято називати інвалідів – мешкає близько 200 тис. осіб. Точна кількість інвалідів, які живуть у столиці, невідома. Тільки візочників понад 8 тис., сліпих – близько 4 тис., а дітей-інвалідів понад 50 тисяч. На реалізацію програми «Безбар'єрне середовище», яке вже кілька років не працює, виділялося близько 500 млн грн. на рік, але місто так і не наблизилось до задоволення потреб інвалідів. За даними на 14.04.2015 р. загинуло 1600, а поранено 6600 українських солдатів і офіцерів, стали жертвами військових дій 6083 цивільні особи, поранено 15397 цивільних осіб, 65 дітей загинули, 127 – були поранені. Місія ООН зі спостереження за правами людини в Україні і ВООЗ вважають, що реальна кількість загиблих значно вища (Звіт ООН).

Основні висновки та пропозиції. Підсумовуючи викладене вище варто ще раз нагадати про фундаментальні переваги національного туризму та особливості ресурсно-рекреаційної бази України, її традиційні бренди, які полягають у наступному:

- релігійний туризм, підґрунтя якого в Україні складають три лаври, сотні чоловічих та жіночих монастирів, місця паломництва хасидів до Умані (Черкаська обл.), Меджибожа (Хмельницька обл.), Бердичева (Житомирська обл.);
- зважаючи на те, що Україна переживає найважчі часи за останні 60 років, а її населення в значній мірі знаходиться в депресивному стані, релігійні тури набуватимуть більш вагомого соціально-психологічного значення і розглядатимуться як акції, спрямовані на корекцію та відновлення психологічного здоров'я нації;
- курортно-лікувальні ресурси (мінеральні джерела - Моршин, Трускавець, Хмільник, Немирів, Шкло, Синяк);
- орографічні ресурси Українських Карпат (тур «Двотисячники України», який включає сходження на вершини гір: Говерла, Петрос, Бребенескул, Гутин-Томнатик, Ребра);
- унікальні спелеоресурси (гіпсові печери Поділля та Криму);
- об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та місця, що наповнюють проекти «7 чудес» України;

- привабливе геополітичне положення України та центри ділового туризму (Львів, Київ, Одеса, Дніпропетровськ).

Список використаних джерел:

1. Иванух Р., Жученко В. – Стратегические проблемы развития рекреационно-туристического комплекса Украины. – Экономика Украины. - №1, 1994. – с.65-70.
2. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології. – К. Ніка-Центр, 2005. – 316 с.
3. Самойлов. Ю. - Туризм-галузь стратегічна. - Український туризм. - №5, 2015. – с.16-20.
4. Туристична політика зарубіжних країн: підручник/ кол.авт.; за ред. А.Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015.-220 с.
5. Соколов В.Е., Котенкова Е.В. Язык запахов. – М., Знание, 1985. – 64 с. – (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Биология»; №2).
6. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні. – Сімферополь: ВАТ «Сімферопольська міська друкарня» (СГТ), 2007. – 175 с.
7. Шпарага Т.І., Лазарук І.А. оцінка туристсько-рекреаційної привабливості замкових комплексів Волинської та Рівненської областей. К. Альфа-Пік.В. 33. 2015, 82-93.
8. Газета «Дзеркало тижня» - №38 (463) 4 жовтня 2003 р.
9. Газета «Дзеркало тижня» - №5 (884) 9 лютого 2008 р.
10. Газета «Рух за реформи» – 6 жовтня 2015 р. (спецвипуск №4).

Список использованных источников:

1. Иванух Г., Жученко В. - Стратегические проблемы развития рекреационно-туристического комплекса Украины. - Экономика Украины. - №1, 1994. - С.65-70.
2. Олейник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретические основы туризмологии. - К. Ника-Центр, 2005. - 316 с.
3. Самойлов. Ю. - Туризм-отрасль стратегическая. - Украинский туризм. - №5, 2015 - С.16-20.
4. Туристическая политика зарубежных стран: учебник / кол.авт. ; под ред. А.Ю. Парфиненко. - М. : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2015.-220 с.
5. Соколов В.Е., Котенкова Е.В. Язык запахов. - М., Знание, 1985. - 64 с. - (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Биология»; №2).
6. Формирование стратегии устойчивого развития туризма и курортов в Украине. - Симферополь: ОАО «Симферопольская городская типография» (СГТ), 2007. - 175 с.
7. Шпарага Т.И., Лазарук И.А. оценка туристско-рекреационной привлекательности замковых комплексов Волынской и Ровенской областей. К. Альфа-Пик.В. 33. 2 015, 82-93.
8. Газета «Зеркало недели» - №38 (463) 4 октября 2003
9. Газета «Зеркало недели» - №5 (884) 9 февраля 2008
10. Газета «Движение за реформы» - 6 октября 2015 (спецвыпуск №4).

References:

1. Yvanuh R. Zhuchenko V. - Stratehycheskye development problems rekreatsyonno--Travel complex of Ukraine. - Economy of Ukraine. - №1, 1994. - s.65-70.
2. Oliynyk YB, Stepanenko AV Theoretical Foundations turizmologiya. - Nick K. Center, 2005. - 316 p.
3. Samoilov. Yu - Tourism-industry strategy. - Ukrainian tourism. - №5, 2015. - s.16-20.
4. Tourist policy of foreign countries: Textbook / kol.avt. ; Ed. AY Parfinenka. - H. : VN Karazin Kharkiv National University Karazina, 2015.-220 p.
5. VE Sokolov, EV Kotenkova Language olfactory. - M., Knowledge, 1985. - 64 p. - (New in life, science and technology. Avg. «Biology»; №2).
6. Forming a strategy for sustainable development of tourism and resorts in Ukraine. - Simferopol: OJSC "Simferopolska City Printing House" (BHT), 2007. - 175 p.
7. Shparaha TI, IA Lazaruk evaluation of tourism and recreation attraction castle complexes in Volyn and Rivne regions. Karl Alpha Pik.V. 33. 2015, 82-93.
8. The newspaper «Zerkalo Nedeli» - №38 (463) October 4, 2003
9. newspaper «Zerkalo Nedeli» - №5 (884) February 9, 2008
10. Newspaper "Movement for Reform" - 6 October 2015 (special issue №4).