

УДК 338.48(477-25)

Володимир ГЛУШКО

Київський національний торговельно-економічний університет

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА КИЄВА

Регіональний розвиток туризму відбувається під впливом різних чинників, одним із яких є проведення подій міжнародного рівня. Проведення в Україні завершального етапу чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012» значно вплинуло на розвиток туризму м. Києва завдяки ефективній рекламній кампанії, яка поліпшила імідж міста та країни на міжнародній туристичній арені, а також розвиток туристичної інфраструктури столиці України. Проблематика проведення подібних заходів полягає у відсутності єдиної стратегії розвитку туристичного потенціалу міста з урахуванням наявних фінансових, трудових та інших видів ресурсів, їх нераціонального використання, неузгодженості інтересів державних установ та представників приватного бізнесу, а також відсутності довгострокових планів утримання та розвитку створеного потенціалу.

Місто Київ як столиця України є найбільш привабливою та популярною туристичною дестинацією країни [2]. Цього року місто готується до проведення пісенного конкурсу «Євробачення-2017».

У рамках проведення цього конкурсу столична влада згідно з рекомендаціями Наглядової ради Євробачення визначила ключові завдання стратегії розвитку туристичного потенціалу м. Києва, головними пріоритетами якої також став розвиток туристичної інфраструктури міста (будівництво нових об'єктів та модернізація тих, що вже існують, зокрема будівництво причалу біля Міжнародного виставкового центру, реконструкція станції метро «Лівобережна», ремонт доріг поблизу місця проведення заходу тощо), поліпшення рівня якості надання туристичних послуг, популяризація м. Києва як дестинації з тисячолітньою історією та як сучасного мегаполіса зі сприятливим бізнес-кліматом, і звичайно ж, поліпшення туристичного іміджу міста.

Досвід проведення «Євро-2012» у м. Києві продемонстрував позитивну динаміку кількості іноземних туристів, яких обслуговували суб'єк-

ти туристичної діяльності столиці, у 2012 р. їх кількість збільшилася порівняно із 2011 р. на 88 % [1]. Проте через загострення економічної, політичної та соціальної ситуації в Україні, послаблення державних кордонів та неможливість гарантувати безпеку туристів під час перебування у країні їх кількість у 2014 р. порівняно із 2012 р. зменшилася на 91,4 % [1] (рис. 1).

Кількість туристів,

особи

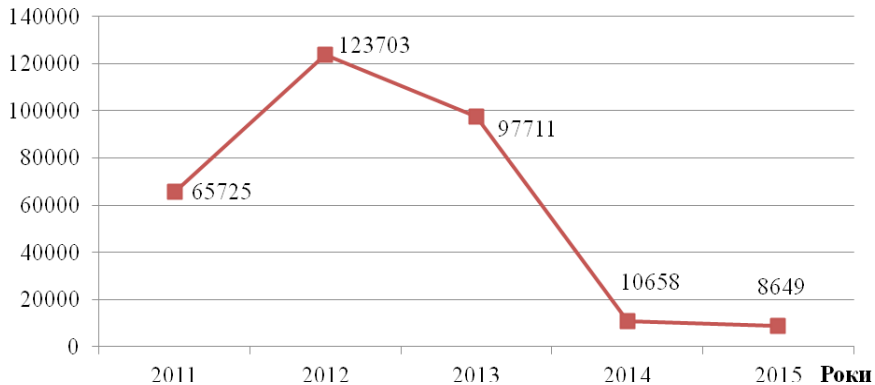


Рис. 1. Динаміка кількості іноземних туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності у м. Київ за 2011–2015 рр., особи

На жаль, наведена статистична звітність є недосконалою, адже не враховуються туристи, що не користувалися послугами суб'єктів туристичної діяльності, зокрема закладами розміщення.

Анкетування, яке провело управління туризму Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської державної адміністрації свідчить, що близько 54 % туристів зупиняються в готелях та аналогічних засобах розміщення, а решта 46 % – у родичів, друзів, дедалі популярніших каучсерферів тощо [3]. Тому приблизна реальна кількість туристів, що відвідали столицю України, майже вдвічі більша від офіційних статистичних даних.

Реалізація стратегії розвитку туристичного потенціалу столиці України в рамках реалізації Програми розвитку туризму у м. Києві, а також проведення додаткової мегаподії – «Єврочачення-2017» дасть

змогу у 2017 р. порівняно з 2016 р. збільшити кількість туристів, що відвідають місто, орієнтовно на 15 %. Тому необхідно залучати населення до забезпечення якості та кількості надання туристичних послуг, що призведе до збільшення кількості робочих місць у туристичній галузі у 2017 р. на 15 % порівняно з 2016 р. (табл. 1).

Таблиця 1

Прогнозна динаміка показників результативності виконання заходів Програми на 2016–2018 рр., % [2]

Показник	Роки		
	2016	2017	2018
Динаміка збільшення кількості іноземних туристів, що відвідають м. Київ	15,01	15	15
Динаміка збільшення середньої тривалості перебування туристів	5,88	5,56	5,26
Динаміка збільшення кількості робочих місць у туристичній галузі	24,84	15,02	15,48

Завдяки збільшенню кількості іноземних туристів, що відвідають м. Київ у рамках проведення «Євробачення-2017», та середньої тривалості їх перебування, а також позитивному впливу поліпшення іміджу столиці на збільшення кількості туристів, надходження туристичного збору у 2017 р. можуть збільшитися до 21,5 млн грн порівняно із 18,7 млн грн у 2016 р. [2, 3] (рис. 2).

Розмір запланованих доходів від проведення пісенного конкурсу становитиме близько 200 млн грн, тоді як загальні витрати, що закладені, близько 430 млн грн [3], частина яких, на жаль, вже використовується неефективно, наприклад, на швидке відновлення полотна доріг, якість якого сумнівна.

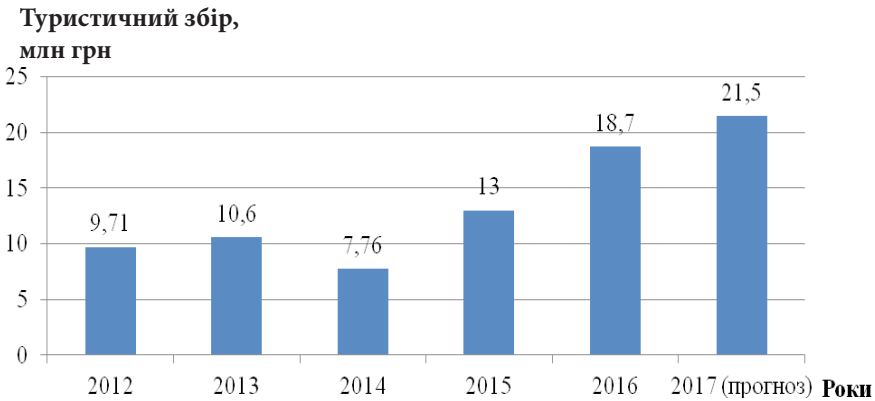


Рис. 2. Динаміка надходжень туристичного збору у м. Київ у 2012–2017 рр., млн грн

Отже, ураховуючи міжнародний досвід впливу проведення таких заходів як «Євробачення-2017» у м. Києві, на кількість іноземних туристів та на поліпшення туристичного іміджу країни на міжнародній арені, розроблення стратегії розвитку туристичного потенціалу дестинації, окрім цього, стане вагомим інвестицією у поліпшення туристичної інфраструктури та дасть поштовх до продовження її розвитку в майбутньому, однак таку стратегію необхідно удосконалювати, ґрунтуючись на достовірних статистичних даних та враховуючи економічне, політичне та соціальне становище в Україні.

Список використаних джерел

1. Головне управління статистики у м. Києві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua>.
2. Рішення КМДА № 91/91 «Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016–2018 рр.» від 11.02.2016 р.
3. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrinform.ua.