

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри світової
політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.



Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему: «Роль локального туризму в розвитку територіальних
громад Харківської області в повоєнний період»

Виконав: студентка 4 курсу, групи УТз-41
Спеціальності 242 «Туризм»

Ващенко Софія Вадимівна



_____ (прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.І.



_____ (прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Шуба М.В.



_____ (прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії



(підпис)

Покоłodна М.М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший
(бакалаврський)
Напрямок підготовки
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри
світової політики,
дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.



“ _____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Ващенко Софії Вадимівни

1. Тема роботи «Роль локального туризму в розвитку територіальних громад Харківської області в повоєнний період»

керівник роботи к.е.н., доц. Гапоненко Г.І.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 13.03.2025 р. №4001-5/739

2. Строк подання студентом роботи 20.05.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

визначити поняття та особливості локального туризму; розглянути методичні основи дослідження впливу локального туризму на соціально-економічний розвиток громад; дослідити вітчизняний досвід розвитку локального туризму; проаналізувати туристичний потенціал територіальних громад Харківської області; оцінити вплив війни на туристичну інфраструктуру регіону; виокремити перспективи локального туризму в повоєнний період.

4. План роботи:

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні аспекти дослідження локального туризму
2	Розділ 2. Аналіз розвитку локального туризму в Харківській області

5. Дата видачі завдання 01.12.2024 р.

Студент


підпис**С.В. Ващенко**

ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис**Г.І. Гапоненко**

ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Ващенко С.В. «Роль локального туризму в розвитку територіальних громад Харківської області в повоєнний період»

В дипломній роботі досліджено роль локального туризму як чинника соціально-економічного відновлення та сталого розвитку територіальних громад Харківської області в повоєнний період. Проаналізовано сучасний стан туристичної інфраструктури регіону, виявлено ключові виклики та можливості для розвитку внутрішнього туризму в умовах післявоєнної трансформації. Особливу увагу приділено питанням збереження культурної спадщини, популяризації місцевих ресурсів та формування нових туристичних практик. У контексті післявоєнного відновлення Харківської області розроблення Стратегії розвитку локального туризму набуває особливого значення як системний інструмент активізації соціально-економічних процесів. Результати дослідження можуть бути використані органами місцевого самоврядування, туристичними організаціями та фахівцями у сфері регіонального планування для розробки ефективних політик відновлення та промоції регіону.

ANNOTATION

Vashchenko S.V. «The role of local tourism in the development of territorial communities of the Kharkiv region in the post-war period»

The thesis explores the role of local tourism as a factor in socio-economic recovery and sustainable development of territorial communities of the Kharkiv region in the post-war period. The current state of the region's tourism infrastructure is analyzed, and key challenges and opportunities for the development of domestic tourism in the post-war transformation are identified. Particular attention is paid to the issues of preserving cultural heritage, popularizing local resources, and forming new tourism practices. In the context of the post-war recovery of the Kharkiv region, the development of a Strategy for the Development of Local Tourism is of particular importance as a systemic tool for activating socio-economic processes. The results of the study can be used by local governments, tourism organizations, and specialists in the field of regional planning to develop effective policies for the recovery and promotion of the region.

ЗМІСТ

ВСТУП	
.3	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Поняття та особливості локального туризму	6
1.2. Методичні основи дослідження впливу локального туризму на соціально-економічний розвиток громад	
.....12	
1.3. Вітчизняний досвід розвитку локального туризму	
.18	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	
2.1. Аналіз туристичного потенціалу територіальних громад Харківської області	33
2.2. Оцінка впливу війни на туристичну інфраструктуру регіону	
.37	
2.3. Перспективи локального туризму в повоєнний період	
.45	
ВИСНОВКИ	
.53	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
.56	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У повоєнний період перед Україною постають численні виклики, пов'язані з відновленням економіки, інтеграцією переміщених осіб та реабілітацією соціального простору. У цьому контексті особливої ваги набуває локальний туризм як інструмент сталого розвитку та регіональної самореалізації. Харківська область, яка зазнала значних руйнувань внаслідок бойових дій, водночас зберігає значний культурно-історичний та природний потенціал, що може бути активізований через розвиток внутрішнього туризму. Локальний туризм не лише стимулює економічну активність на місцевому рівні, а й сприяє формуванню соціального капіталу, відновленню ідентичності громад та збереженню культурної спадщини. У зв'язку з цим дослідження ролі локального туризму в процесі відбудови територіальних громад Харківщини є надзвичайно актуальним та соціально значущим.

Ступінь вивченості проблеми. Туризм загалом та його інфраструктура, зокрема, є предметом дослідження багатьох зарубіжних та українських вчених і практиків. L. Sechi, R. Moscarelli та P. Pileri, B. Liu-Lastres, D. Mariska, X. Tan і T. Ying розглядають туризм як один із головних драйверів, який може зупинити процеси депопуляції маргіналізованих територій та покращити рівень життя місць призначення. С. Mertzanis і A. Papastathopoulos досліджували вплив пандемії на туристичні напрямки та рішення туристів їх відвідати. A. Pierscieniak, M. Grzebyk визначили ключові макрофактори розвитку туризму. P. Keerthi та M. Thyagaraju, H. Lin, C. Hsu, C. Liu, B. Cheng, C. Wang, J. Liu та S. Jhang, M. Ruiz-Pérez та J. M. Seguí-Pons, S. Kanwal, M. I. Rasheed, A. H. Pitafi, A. Pitafi та M. Ren, E. M. Mnguni, O. Mtapuri та A. Giampiccoli, S. Fatimah та S. K. Ayu спостерігали розвиток окремих елементів туристичної інфраструктури (транспорт, комунікації, привабливість тощо) у міських та сільських громадах. Більше уваги маркетинговим аспектам функціонування туристичних підприємств та управлінській діяльності,

спрямованій на просування туристичних дестинацій, приділяють К. Долежал та П. Бернс, П. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Макенс та С. Балоглу, М. Весткотт та ін.

Серед українських дослідників М. Барна, І. Благун, С. Грабовенська, Н. Корж, І. Сторонянська, В. Яровий та ін. у своїх працях висвітлювали роль туризму в забезпеченні розвитку економіки адміністративно-територіальних одиниць. Зокрема, науковці досліджували тенденції розвитку туристичного ринку України, специфіку механізмів регулювання та управління потенціалом туристичної сфери України (М. Барна та І. Тучковська), позиціонування туристичних територій на основі факторного аналізу основних складових локальних ринків туристичних послуг (С. Грабовенська), розглядали адміністративні аспекти управління туристичними дестинаціями (Н. Корж та Д. Басюк), характеризували стан, проблеми та перспективи діяльності підприємств туристичної сфери (І. С. Благун та І. М. Гонак, І. Сторонянська, К. Патицька, І. Гринчишин, В. Яровий) та ін.

Проте питання повноцінності та функціональної придатності туристичної інфраструктури територіальних громад в умовах до запровадження карантину та початку повномасштабних воєнних дій та після їх завершення потребують ґрунтовного дослідження, незважаючи на значну роботу науковців у галузі туризму. Тому тема нашого дослідження є актуальною та своєчасною.

Метою бакалаврської дипломної роботи є виявлення ролі та визначення потенціалу локального туризму як чинника соціально-економічного відновлення територіальних громад Харківської області в умовах післявоєнної трансформації.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- визначити поняття та особливості локального туризму;
- розглянути методичні основи дослідження впливу локального туризму на соціально-економічний розвиток громад;

- дослідити вітчизняний досвід розвитку локального туризму;
- проаналізувати туристичний потенціал територіальних громад Харківської області;
- оцінити вплив війни на туристичну інфраструктуру регіону;
- виокремити перспективи локального туризму в повоєнний період.

Об'єктом дослідження виступають особливості розвитку локального туризму в Україні.

Предметом дослідження є механізми активізації локального туризму, його вплив на соціальну згуртованість, економічну динаміку та просторову трансформацію територіальних громад Харківської області.

Методологія дослідження. Теоретичною основою дослідження є фундаментальні положення економіки та наукові дослідження українських і зарубіжних учених. Для аналізу ми використали дані з офіційних веб-ресурсів органів місцевого самоврядування українських територіальних громад з туристичним потенціалом, інформацію з Booking.com та Інтернету про туристичні об'єкти та події в територіальних громадах. Під час дослідження використовувалися наступні методи: аналітичний (вибір туристичних дестинацій для аналізу, їх групування та аналіз їх туристичної інфраструктури); порівняння (для порівняння туристичної інфраструктури в місцевих громадах, які були об'єктом нашого дослідження); синтез (для висновку про загальний стан туристичної інфраструктури туристичних дестинацій та перспективи її розвитку в майбутньому), графічний (для візуалізації результатів дослідження).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 2 розділів та висновків. Містить 60 сторінок тексту, 18 рисунків, 6 таблиць. Список джерел включає 42 найменування літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та особливості локального туризму

Локальний туризм – це вид подорожей, який робить наголос на залученні регіональних груп до планування та управління діяльністю, пов'язаною з подорожами. Крім просування практики сталого туризму та допомоги місцевій економіці та культурі, цей вид туризму прагне дати туристам більш справжній та захоплюючий досвід подорожі.

Проживання в сім'ї, екскурсії з гідом, культурні заходи та відпочинок на природі – це лише деякі приклади багатьох видів діяльності, які можна включити до місцевого та громадського туризму. Місцевий та громадський туризм може бути спрямований на розвиток більш справедливого та стійкого туристичного бізнесу, який приносить користь як відвідувачам, так і мешканцям шляхом тісної співпраці з місцевими громадами та просування їх культури та способу життя.

В даному дослідженні ми розглядаємо міста та села з туристичним потенціалом як цілісну туристичну дестинацію. Це дозволяє комплексно оцінити функціонування туристичної інфраструктури в місцевих громадах.

Відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), туристична дестинація — це конкретний географічний простір, де мандрівник проводить принаймні одну ніч. Це територія, яка включає різноманітні туристичні продукти, серед яких — послуги, атракції, культурні чи природні об'єкти. Важлива особливість дестинації — це можливість охопити всі її ресурси протягом одноденної подорожі [34].

Дестинація має чітко окреслені фізичні та адміністративні межі, що формують її систему управління, імідж і конкурентоспроможність на туристичному ринку. Якщо спиратися на міжнародний глосарій туристичних

термінів, дестинація — це кінцева точка подорожі, місце, куди турист прагне потрапити.

Оскільки дестинація охоплює територію, зручну для ознайомлення протягом одного дня, вона зазвичай є компактною. Це може бути невелике місто, курорт, національний парк або окремий туристичний об'єкт. Водночас такі великі адміністративні одиниці, як область чи макрорегіон, не можуть повноцінно вважатися дестинацією через свою масштабність і різноманіття.

На відміну від дестинації, туристичний регіон охоплює значно більшу територію. За визначенням ЮНВТО, це місцевість із розвинутою туристичною інфраструктурою, що включає все необхідне для комфортного відпочинку та оздоровлення. Туристичний регіон повинен забезпечувати широкий спектр послуг і зручностей — від житла й харчування до розваг і транспорту [34].

Туристичний регіон, як правило, складається з кількох дестинацій, об'єднаних спільною концепцією або географічною близькістю. Наприклад, туристичний регіон Італії включає такі відомі дестинації, як Рим, Венеція, Мілан, Флоренція та Піза. В Україні прикладом такого регіону є Черкащина, де до туристичних дестинацій належать Черкаси, Умань (з відомими атракціями, як-от дендропарк "Софіївка" чи історико-архітектурний заповідник "Стара Умань"), Канів, Чигирин і Корсунь-Шевченківський.

Таким чином, туристичний регіон охоплює різноманітні дестинації, які можуть відрізнятися як за розміром, так і за туристичним профілем — від культурних центрів до природних заповідників.

Туристична дестинація — це локальна точка тяжіння, яка приваблює мандрівників завдяки конкретним об'єктам або послугам. Туристичний регіон, своєю чергою, — це ширша територія, що поєднує кілька дестинацій і створює комплексний туристичний продукт. Обидві ці категорії є взаємопов'язаними: успішний регіон формується завдяки розвитку окремих привабливих дестинацій, а ефективне управління дестинаціями сприяє створенню конкурентоспроможного регіону [36].

Для нашого дослідження під «туристичною дестинацією» розуміємо привабливу для туристів територію з наявним туристичним продуктом та туристичною інфраструктурою, яка може забезпечити максимально комфортне перебування туристів. Тому територіальна громада (чи окремі населені пункти в її складі), яка орієнтується на розвиток туризму, повинна мати відповідну інфраструктуру для повного задоволення потреб туристів у подорожах, розміщенні, харчуванні, розвагах, спілкуванні тощо.

Туристична інфраструктура включає такі елементи [1]:

- 1) туристичні послуги;
- 2) послуги з організації перевезень;
- 3) послуги з розміщення для тимчасового проживання;
- 4) послуги громадського харчування;
- 5) послуги з організації відпочинку та розваг.

До суб'єктів, що надають туристичні послуги, відносяться туроператори та агентства, туристичні інформаційні центри, служби бронювання тощо. До цієї групи також відносяться суб'єкти, які безпосередньо не надають туристичні послуги, але діяльність яких спонукає людей приймати рішення щодо подорожі (рекламні агентства, туристичні коментатори та блогери тощо).

Група компаній туристичної інфраструктури, які надають послуги з організації перевезень, утворюють підприємства, що спеціалізуються на авіаційних, залізничних, морських, автобусних перевезеннях. Крім того, до цієї групи також входять фізичні особи, які перевозять туристів автомобільним транспортом (переважно в межах туристичного місця), компанії з прокату автомобілів, таксі тощо.

Послуги з розміщення туристів надають готелі, мотелі, хостели, кемпінги, бази відпочинку, оздоровчі табори, пансіонати, приватні садиби.

Ресторани, кафе, підприємства швидкого харчування та подібні підприємства складають групу підприємств, що забезпечують харчування туристів.

Відповідальними за організацію відпочинку та розваг туристів є музеї, розважальні центри, клуби, тематичні парки, атракціони, компанії, що надають послуги з організації гірськолижного, водного, культурно-пізнавального туризму тощо. До цієї групи також відносяться послуги зі спортивного туризму, подієвого туризму та інших видів туризму, які сприяють припливу туристів до туристичного місця, таких як фестивалі, концерти, виставки, ярмарки, спорт. конкурси тощо [13]. Від зусиль місцевої громади залежить організація фестивалів, концертів, ярмарків. Тобто зусиллями органів місцевого самоврядування та жителів громади.

Локальний туризм може надати ряд переваг як для туристів, так і для громад, які вони відвідують (рис.1.1). Пропагуючи практики сталого туризму та підтримуючи місцеву економіку та культуру, це може допомогти створити більш справедливу та сталу індустрію туризму.

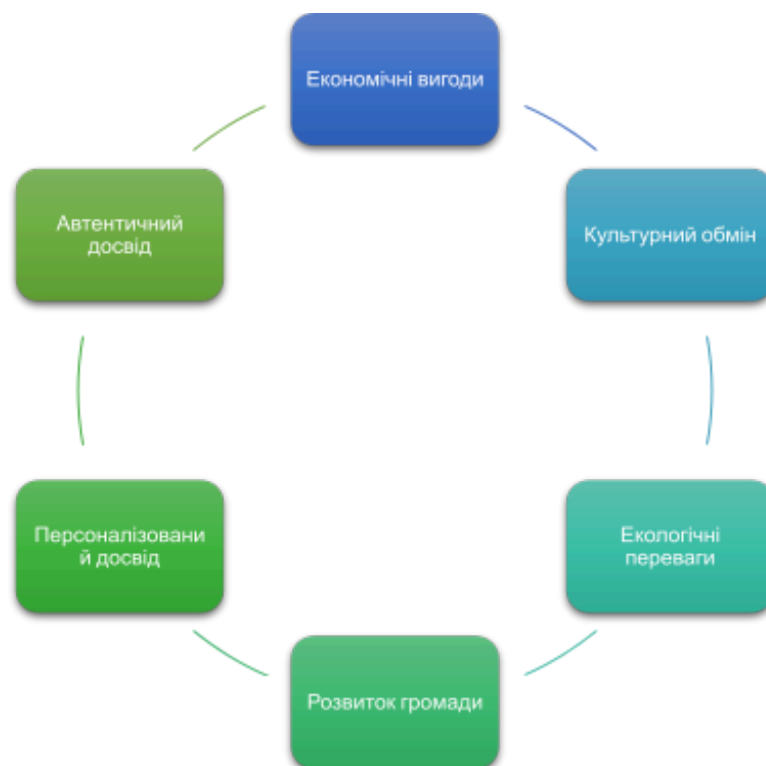


Рис.1.1. Переваги локального туризму

Складено автором

Однією з головних переваг локального туризму є позитивний вплив на місцеву економіку. Сприяючи розвитку цього виду туризму та співпрацюючи

з місцевими підприємствами, туризм може створювати робочі місця та приносити дохід громаді. Економічна вигода може допомогти підвищити рівень життя місцевих жителів і забезпечити довгострокову економічну стабільність.

Локальний туризм насамперед спрямований на розширення можливостей місцевих громад, надаючи їм економічні можливості та сприяючи культурному обміну. Члени місцевої громади беруть активну участь у розробці та реалізації туристичної діяльності та є основними бенефіціарами отриманих економічних вигод.

Локальний туризм може сприяти культурному обміну між туристами та місцевими жителями. Туристи можуть дізнатися про місцеву культуру та спосіб життя, тоді як місцеві жителі можуть дізнатися про інші культури та отримати нові перспективи.

Також цей вид туризму сприяє сталим туристичним практикам і сприяти захисту навколишнього середовища. Він може включати такі заходи, як зменшення відходів, збереження ресурсів і підтримка місцевих зусиль щодо збереження. Застосовуючи ці практики, туризм на основі громад може бути стійким і відповідальним, водночас забезпечуючи приємні враження від подорожей [30].

Локальний туризм сприяє розвитку громади, надаючи можливість місцевим жителям демонструвати свою культуру та спадщину, а також брати участь у діяльності, пов'язаній з туризмом. Це може допомогти створити почуття гордості та ідентичності в суспільстві. Залучення та участь громади є важливими для локального туризму. Місцеві громади беруть активну участь у плануванні, управлінні та просуванні туристичної діяльності, гарантуючи, що туризм приносить користь місцевій громаді та відповідає її цінностям і переконанням.

Локальний туризм пропонує персоналізований досвід, який відповідає потребам і вподобанням окремих мандрівників. Відвідувачі можуть

налаштувати свій маршрут і брати участь у заходах, які їх цікавлять, роблячи свій досвід подорожі унікальним і незабутнім.

Такий вид туризму надає мандрівникам більш автентичний і захоплюючий досвід, оскільки вони можуть спілкуватися з місцевими жителями та відчутти місцевий спосіб життя. Це може призвести до більш значущих і незабутніх вражень від подорожей.

Локальний туризм — це термін, який використовується для опису вражень і заходів, які пропонуються туристам у певному географічному місці, наприклад у місті чи регіоні. Він може включати напрямки, події та заняття, які подобаються як туристам, так і жителям, такі як музеї, парки та фестивалі. Але не завжди передбачає залучення громади або власність, але він, тим не менш, може підвищити економіку та культуру сусідства, виділяючи та підтримуючи заклади поблизу [17].

Отже локальний туризм — це вид подорожей, який зосереджується на вивченні регіональних особливостей, традицій і культури певної місцевості. Головна його мета — розкриття унікальності кожного куточка через взаємодію з місцевими жителями та ознайомлення з їхнім способом життя. Завдяки такому підходу туристи отримують можливість краще розуміти культуру, звичаї та історію регіону.

Окрім того, локальний туризм стає потужним стимулом для економічного розвитку громад, створюючи нові робочі місця в галузях гостинності, громадського харчування та розважального бізнесу. Він також допомагає зберігати природні заповідники і культурну спадщину, оскільки сприяє їхній популяризації та залучає ресурси на їхнє відновлення й охорону.

Соціокультурний аспект локального туризму не менш важливий: він сприяє підвищенню обізнаності серед населення, зміцнює зв'язки між різними громадами та відкриває нові перспективи для розвитку. Водночас ця форма туризму стикається з певними викликами, як-от зростання кількості відходів, екологічне навантаження і потреба у впровадженні ефективних механізмів управління та регулювання [18].

Таким чином, локальний туризм є важливою частиною сталого розвитку, що поєднує економічні, культурні й екологічні інтереси, надаючи можливості як для туристів, так і для місцевих громад.

Розширюючи можливості місцевих громад, сприяючи сталому розвитку та культурному обміну, локальний туризм має потенціал для створення більш справедливої та сталої індустрії туризму, яка приносить користь як відвідувачам, так і жителям.

1.2. Методичні основи дослідження впливу локального туризму на соціально-економічний розвиток громад

Туристична сфера для українських громад є надзвичайно перспективною, адже вона об'єднує безліч суміжних галузей економіки й створює можливості для залучення найрізноманітніших груп населення. У туристичному розвитку можуть брати участь усі — від місцевих мешканців до фермерів, підприємців і промисловців.

Розвиток туристичної сфери в територіальних громадах відкриває широкі перспективи та може забезпечити значні вигоди як для місцевих жителів, так і для туристичної галузі в цілому. Він здатен стати рушієм стабільного економічного зростання, сприяючи створенню нових робочих місць у сфері гостинності, транспорту та розваг, а також стимулюючи попит на товари й послуги місцевого виробництва [13].

Туризм також відіграє важливу роль у збереженні та популяризації культурної спадщини. Зацікавленість у збереженні історичних пам'яток, традицій і культурних цінностей стає важливою мотивацією для місцевих громад. Крім того, розвиток цієї галузі стимулює покращення інфраструктури — будівництво та модернізацію доріг, аеропортів, готелів, ресторанів і розважальних закладів, що не лише підвищує комфорт для туристів, а й покращує якість життя місцевого населення.

Однією з важливих переваг туризму є культурний обмін і взаємодія між гостями та місцевими жителями. Це сприяє зростанню освітнього рівня, розширенню світогляду та підвищенню культурної обізнаності населення. Розвиток туризму також заохочує підприємницьку активність, підтримуючи розвиток готельного і ресторанного бізнесу, народних ремесел, мистецтва та виробництва місцевої продукції.

Сталий розвиток туристичної галузі допомагає зберігати природне середовище, оскільки залучає ресурси на охорону природних заповідників і екологічно чистих територій. Крім того, контакти з туристами з різних країн приносять нові ідеї, культурні практики та погляди, що розширюють світогляд і збагачують місцеві громади [18].

Таким чином, розвиток туризму може стати потужним каталізатором соціально-економічного підйому навіть у менш розвинених регіонах, сприяючи зменшенню дисбалансу в рівні життя та економічному розвитку. За умови грамотного планування, належних інвестицій і сталого підходу туристична галузь здатна стати ключовим чинником процвітання територіальних громад.

Однак розвиток туризму в територіальних громадах часто стикається з різноманітними викликами, що залежать від специфіки регіону та конкретних умов. Однією з основних проблем є недостатньо розвинена інфраструктура — недосконалі дороги, нестача аеропортів, готелів, ресторанів і інших об'єктів, необхідних для якісного обслуговування туристів. Фінансові труднощі, особливо в малих громадах, часто стають бар'єром для інвестування в розвиток туристичної сфери [22].

Сезонність туризму в багатьох регіонах призводить до нестабільності доходів і ускладнює підтримку економічної активності протягом року. Водночас безвідповідальне використання природних ресурсів і надмірне туристичне навантаження можуть викликати екологічні проблеми, такі як забруднення довкілля та знищення місцевої флори і фауни.

Конкуренція на ринку туристичних послуг вимагає від громад активного залучення туристів і пошуку унікальних пропозицій. Зовнішні економічні фактори, як-от валютні коливання або рецесія, також можуть впливати на попит на туристичні послуги. Політична нестабільність, конфлікти та соціальні проблеми здатні знизити привабливість регіону для мандрівників.

Ефективність розвитку туризму значною мірою залежить від якісної маркетингової стратегії та належного просування, без яких залучення туристів стає складним завданням. Крім того, культурні, релігійні або соціальні обмеження можуть визначати, які види туризму будуть прийнятними для певного регіону [26].

Надзвичайні ситуації, як-от пандемії або природні катастрофи, можуть суттєво обмежити можливості міжнародних подорожей і знизити туристичний потік. Вирішуючи ці проблеми та розробляючи ефективні стратегії їх подолання, територіальні громади можуть забезпечити сталий розвиток туризму й створити позитивний вплив на економіку та соціальне життя регіону.

Часто громади стикаються також з проблемою самопрезентації. Навіть маючи унікальні архітектурні пам'ятки, національні парки, заповідники, старовинні палаци чи кінні заводи, вони не завжди знають, як зробити ці об'єкти привабливими для туристів.

Перш ніж створювати стратегії розвитку територій, важливо провести детальний аналіз наявних природних і культурних ресурсів, щоб визначити їхній потенціал і способи ефективного використання [3].

Успішний розвиток туризму можливий лише завдяки спільним зусиллям — місцева влада, бізнес, науковці, експерти та активні мешканці мають об'єднатися заради спільної мети. У співпраці з центральними органами виконавчої влади можна не лише розвивати конкурентоспроможні туристичні продукти, а й створювати якісні супутні послуги, які посилять привабливість регіону.

Ефективний розвиток туристичної галузі в громадах можливий лише завдяки комплексному підходу та співпраці різних учасників процесу. Лише об'єднавши зусилля місцевої влади, науковців, підприємців, галузевих експертів, активних жителів і центральних органів влади, можна створювати привабливі туристичні продукти та розвивати супутні послуги, що посилять інтерес до місцевих пам'яток.

Слово "стратегія" часто звучить складно і абстрактно, тому не всі громади відразу розуміють його сутність. Набагато легше сприйняти цей процес як створення "дорожньої мапи" — покрокового плану розвитку з чіткими векторами руху та конкретними завданнями [24].

Ефективна стратегія розвитку туризму в громадах повинна складатися з трьох основних частин:

1. Аналітична основа — оцінка наявних ресурсів, стану інфраструктури та туристичного потенціалу регіону.
2. Стратегічне бачення — визначення ключової ідеї, яка стане орієнтиром для подальшого розвитку.
3. Практичні інструменти — конкретні кроки, методи та механізми реалізації ідеї, структуровані та детально описані.

Після створення такого документа громада отримує свою "туристичну конституцію", яка стає основою для послідовного й ефективного втілення планів у життя.

Вінниця — яскравий зразок того, як правильний підхід до розробки й реалізації туристичної стратегії може змінити імідж міста (рис.1.2). Колись Вінниця не вважалася туристичним напрямком, але завдяки ініціативі місцевих активістів і залученню фахівців із різних галузей (готельного бізнесу, ресторанної сфери, маркетингу) ситуація кардинально змінилася.

Реалізація міської політики в галузі туризму



Рис.1.2. Реалізація міської політики Вінниці в галузі туризму [35]

У процесі роботи над стратегією учасники створили потужну мережу комунікації та співпраці, що дозволило врахувати потреби туристів у різних сферах і сформуванню комплексний продукт. Уже за рік після запуску стратегії кількість ночівель у вінницьких готелях і хостелах зросла, а бюджет міста почав отримувати більше надходжень завдяки розвитку туристичної галузі.

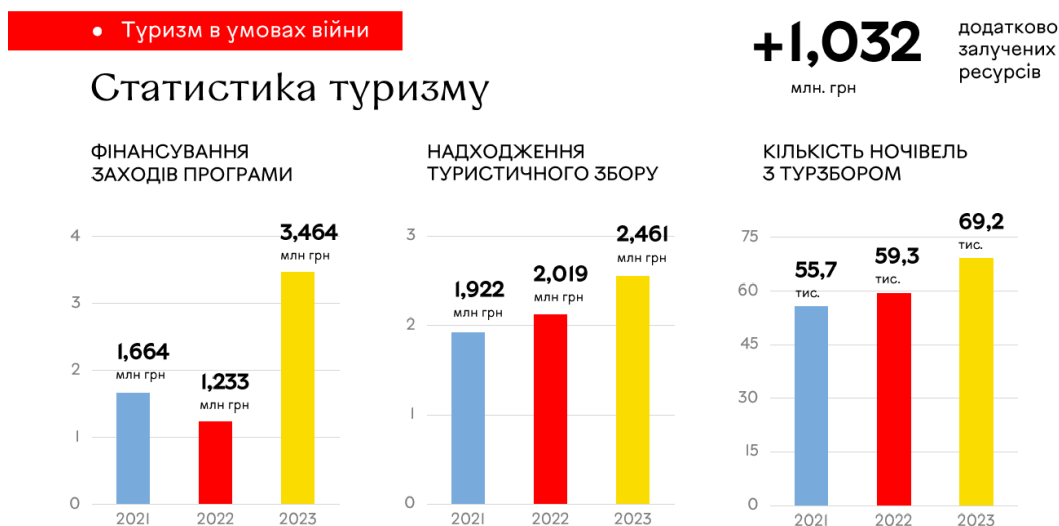


Рис.1.3. Статистика туризму в м. Вінниця [35]

Протягом трьох років після затвердження стратегії у Вінниці з'явилося багато нововведень і ініціатив. Справжньою подією сезону 2021 року стало

відкриття двоповерхового туристичного автобуса-кабриолета Bus Pass, який курсує маршрутом від Центрального автовокзалу до музею-садиби Пирогова. Незважаючи на виклики, пов'язані з російською агресією, цей проєкт не припинив своєї роботи і в 2023 році провів близько 150 екскурсій, 11 з яких були соціальними [34].

Після початку повномасштабної війни Вінниця стала прихистком для багатьох внутрішньо переміщених осіб. У відповідь на цю ситуацію департамент маркетингу міста спільно з КП «Офіс туризму Вінниці» організували близько сотні ознайомчих прогулянок, безкоштовних майстер-класів і різноманітних активностей для переселенців.

Популяризація подільської кухні також стала важливим напрямком розвитку. Було створено новий гастрономічний символ міста — вишню — та розроблено десятки унікальних страв для місцевих закладів. Вперше проведено конкурс кухарів The Best Cook, а також започатковано нові гастротури, як-от цикл «Смачна Вінниччина» і екскурсія «Кухня під ногами».

У травні 2023 року відбулися перші дні винної культури Vinnitsia Wine Days — професійна подія, покликана популяризувати українське вино та просувати Поділля як перспективний регіон для еногастрономічного туризму. Крім того, після тривалої перерви у жовтні 2022 року поновив свою роботу Музей української марки імені Якова Балабана, де представлено найбільшу в світі колекцію українських марок [34].

Національний музей-садиба М.І. Пирогова також розширив свої активності — протягом літа 2021 року тут працював концертний майданчик просто неба «PIROGOV SKY», а восени започатковано фестиваль «Пироговський пікнік», який зібрав понад 1200 відвідувачів.

Щорічно у Вінниці відзначають Дні європейської спадщини з ексклюзивними екскурсіями та виставками. У 2023 році до заходів вперше приєдналося село Щітки, де провели «Етнодень», присвячений традиційному рогозоплетінню [34].

Проект «Camino Podolico: Подільський шлях святого Якова» став ще однією значущою ініціативою. Цей культурний маршрут з Вінниці до Кам'янця-Подільського об'єднав 13 населених пунктів Вінниччини та Хмельниччини, а в 2023 році був визнаний частиною Європейської федерації Шляху св. Якова.

Визнанням досягнень міста стало отримання нагороди на Ukraine Tourism Awards 2021 у номінації «Місто мого серця». Наприкінці 2023 року завершено реконструкцію будівлі Туристичного хабу Visit Vinnytsia, проте через воєнний стан повноцінне відкриття відкладено.

З травня 2022 до грудня 2023 року Офіс туризму організував близько 500 заходів, реалізував 800 сувенірів через платформу «BYVI» і провів 182 церемонії «Шлюб за добу» [34].

В умовах ракетних обстрілів департамент маркетингу міста впровадив безпекові заходи, зокрема систему навігації до укриттів у центральній частині міста. Для розвитку туристичної інфраструктури було розроблено концепцію навігації із залученням експертів компанії Moreinfo. Інформація на вказівниках буде доступна українською, англійською мовами та через QR-коди.

З метою ревіталізації території колишнього дитячого санаторію імені М. Коцюбинського в сезоні 2021 року проведено серію заходів, які зібрали понад 4000 відвідувачів.

Цей кейс демонструє, що грамотне планування, залучення фахівців і активна співпраця громади здатні перетворити навіть невідомий регіон на привабливий туристичний центр.

1.3. Вітчизняний досвід розвитку локального туризму

Місто Гайворон, розташоване в Кіровоградській області, на перший погляд виглядає звичайним невеликим населеним пунктом із населенням близько 14 тисяч осіб. З точки зору адміністративно-територіального устрою

та географічного розташування, це типовий районний центр і центр територіальної громади. Водночас Гайворон виконує важливі функції в системі державного управління, а також є помітним локальним транспортним вузлом і має активну господарську діяльність.

Проте справжньою родзинкою Гайворона є його унікальний туристичний потенціал. Завдяки багатій культурно-історичній спадщині та цікавим природним і технічним об'єктам, місто має всі передумови для створення і розвитку успішної туристичної дестинації. Серед місцевих атракцій виділяються [6]:

- Об'єкти культурно-історичної спадщини: пам'ятники Тарасу Шевченку, Василю Стусу, жертвам Голодомору; краєзнавчий музей.
- Архітектурні пам'ятки: релігійні споруди, серед яких Храм Воздвиження Хреста Господнього в Солгутовому, Храм Покрови Пресвятої Богородиці в Бандуровому та Покровському, Свято-Миколаївський храм у Хащуватому.
- Технічні та індустріальні об'єкти: Гайворонська гідроелектростанція, вузькоколіяка — одна з небагатьох діючих в Україні, Гайворонський гранітний кар'єр.
- Значущі місцеві атракції: старовинний залізничний вокзал (1897 року), паротяг "МТ-202", технічний знак ЗІС-5, сквер Перемоги, стадіон "Прибужець".

Якщо розглядати Гайворонську громаду з позиції туристично-географічної системи, її можна класифікувати як туристичну дестинацію локального рівня (мікрорегіону). Місто має сформовану геопросторову організацію, яка включає центральні туристичні об'єкти й навколишні атракції, що разом створюють цілісний туристичний продукт.

Розвинена туристична інфраструктура Гайворона вже сьогодні дозволяє активно залучати відвідувачів завдяки різноманітним екскурсійним програмам. Для гостей регіону створено сім туристичних маршрутів, кожен із яких пропонує унікальну тематику [6]:

- Маршрут №1: «Православні храми Гайворонщини» — знайомство з культовими спорудами та релігійною спадщиною регіону.
- Маршрут №2: «Козацькими шляхами Гайворонщини» — історична подорож слідами козацької доби.
- Маршрут №3: «До цілющого джерела» — екологічна мандрівка до природних пам'яток.
- Маршрут №4: «Пам'ятки архітектури Гайворонщини» — огляд видатних архітектурних споруд і монументів.
- Маршрут №5: «Віхи пам'яті села Хащувате» — знайомство з історією та культурою одного з найдавніших сіл регіону.
- Маршрут №7: «Оглядова екскурсія по місту Гайворон» — відкриття найцікавіших куточків міста.
- Маршрут №8: «Тур вихідного дня» — оптимальний варіант для короткотривалого відпочинку з насиченою програмою.

Гайворон має всі передумови стати привабливою туристичною дестинацією завдяки поєднанню культурно-історичних, природних та індустріальних об'єктів. Розвинена мережа маршрутів і різноманіття атракцій створюють основу для залучення туристів із різними інтересами — від поціновувачів історії до любителів активного відпочинку.

Кам'янець-Подільський — це міжнародно визнаний туристичний центр, який поєднує в собі багатющу історико-культурну спадщину та унікальні природні ландшафти. Туристичну політику міста координує відділ туризму Департаменту гуманітарної політики міської ради, що відповідає за розвиток ринкової інфраструктури, стимулювання конкуренції, підвищення якості туристичних послуг, підтримку місцевих підприємців і просування міста як привабливого туристичного напрямку.

Оскільки туризм є одним із ключових напрямків розвитку громади, у місті діє Комплексна програма розвитку туристичної сфери до 2025 року. Туристично-інформаційний центр (ТІЦ) забезпечує гостей актуальною інформацією, керує туристичним порталом із відомостями про місто, події,

сервіси та новини, а також координує інформаційну підтримку через офіційний сайт міської ради [28].

Попри знижену ставку туристичного збору (0,4% для внутрішнього туризму і 1% для в'їзного), динаміка останніх років демонструє стабільне зростання надходжень до місцевого бюджету. Успіх Кам'янець-Подільської громади обумовлений комплексним підходом до управління туристичною сферою, впровадженням інновацій та активною роботою з розширення туристичних потоків.

Кам'янець-Подільська міська рада поділилася основними показниками діяльності в умовах воєнного стану. З початку російсько-української війни до березня 2023 року туристичні об'єкти міста, такі як Старий замок, Галерея мистецтв, Ратуша, Музей старожитностей, Виставкова зала та Туристично-інформаційний центр, прийняли 117 074 відвідувачі (табл.1.1). Найбільше туристів приїхало з Київської, Харківської, Донецької, Дніпропетровської, Одеської та Миколаївської областей.

Табл.1.1

Відвідуваність об'єктів Музею у Кам'янці-Подільському

	2019 (доковідний період)	2020	2021	2022
Лютий	3 595	4 540	2 538	3 244
Березень	10 000	3 487	4 674	8 914
Квітень	18 742	Закриті об'єкти через карантин	3 818	11 891
Травень	32 477	1 456 (лише фортеця)	29 215	9 148
Червень	29 753	11 382	32 690	8 861

Складено автором за джерелом: [28]

У цей же період до Туристично-інформаційного центру звернулися 103 іноземні гості, зокрема з Польщі, Великої Британії, Ізраїлю, Іспанії та США.

Сьогодні в громаді працюють близько 50 закладів розміщення — готелів, хостелів і апартаментів. Нові готелі під час війни не відкривалися, а деякі тимчасово призупинили діяльність у період опалювального сезону [6].

Попри складну ситуацію, торговельна сфера Кам'янець-Подільської громади продовжує розвиватися: відкриваються нові магазини, ресторани та кафе, а також активно розширюється фірмова торгівля місцевих виробників продуктів харчування. Минулого року в місті з'явилися нові заклади швидкого харчування, кав'ярні та кафе, зокрема «Coffee Street», «Berry Wine», «Black Cocaine Coffee», а також пекарня грузинської випічки та ресторан «Чорноморка». Втім, останній припинив свою діяльність до кінця року [6].

Меджибізька громада Хмельницької області вирізняється серед селищних громад активним розвитком різних видів туризму, зокрема історичного, релігійного, подієвого та екотуризму. Координацією туристичної діяльності займається відділ освіти, молоді, спорту, культури і туризму селищної ради, основна мета якого — створення сучасного туристичного простору для місцевих жителів і гостей громади. Впровадження цієї мети відбувається в межах Програми розвитку туризму в Меджибізькій територіальній громаді до 2027 року [5].

На території громади діє туристично-інформаційний центр «Меджибіж», а на офіційному сайті селищної ради розміщено актуальні дані про культурну спадщину, народне мистецтво і провідні туристичні напрямки. Ведеться активна робота над створенням туристичних маршрутів, путівників і картографічних матеріалів. На рис.1.3. представлено географію відвідувачів Державного історико-культурного заповіднику «Меджибіж».

Громада ефективно співпрацює з Державним історико-культурним заповідником «Меджибіж», що сприяє популяризації історичних пам'яток і розвитку туристичної сфери. Рівень туристичного збору для податкових агентів встановлений на максимальному рівні. Вектор розвитку туризму в громаді орієнтований на збереження і ревалоризацію архітектурної спадщини, а також на підтримку ключових видів туризму, що мають стратегічне значення для регіону.



Рис.1.3. Географія відвідувачів ДПКЗ «Меджибіж» [10]

Після початку повномасштабної війни українці втратили можливість відпочивати на узбережжях Чорного та Азовського морів, що стимулювало зростання інтересу до відпочинку в західних регіонах країни. Одним із найпопулярніших напрямків стали Шацькі озера, які привабили велику кількість туристів. Щоб ефективно відповідати на цей попит і створити комфортні умови для відвідувачів, громада активно взялася за розвиток туристичної інфраструктури [31].

У стратегічному баченні Шацької ОТГ основним пріоритетом є цінність людського життя та забезпечення його комфортності. Концепція розвитку громади представлена як міжгалузєва структура, в центрі якої — людина та якість її повсякденного існування. Від центральної ланки розгалужуються ключові фактори, що безпосередньо впливають на рівень і умови життя. Від цих основних чинників формуються додаткові напрямки, що визначають базові вектори розвитку громади та сприяють налагодженню нових зв'язків і співпраці між різними сферами (рис.1.5).



На початковому етапі реалізації проекту відбулися діалогові заходи та фокус-групи, під час яких представники місцевої влади, бізнесу та громадських організацій ухвалили рішення зосередитися на розкритті туристичного потенціалу Шацької громади. В результаті створено комітет співпраці, що об'єднав усі зацікавлені сторони. Протягом кількох місяців робоча група підготувала програму промоції Шацької селищної ради, яка розрахована на три роки, забезпечуючи системний і послідовний підхід до втілення ініціатив. 6 червня програму офіційно затвердила селищна рада.

Одним із ключових напрямків програми стало створення туристично-інформаційного порталу, який стане зручним джерелом інформації для мандрівників. На цьому сайті буде зібрано повні дані про місця проживання, готелі, туристичні маршрути, екскурсії, заклади харчування, зарядні станції для електротранспорту та інші цікавинки регіону. Платформа створена завдяки зусиллям місцевого бізнесу та громади, щоб туристи могли ретельно спланувати свій відпочинок [33].

На сайті також буде розміщено інформацію про послуги місцевих підприємців. Водночас доступ до цієї опції отримають лише офіційно зареєстровані в громаді підприємства, що стимулюватиме розвиток відповідального бізнесу і сприятиме виходу з тіні тих, хто ще не оформив свою діяльність.

Для залучення уваги до нового ресурсу Шацька селищна рада запустила фотоконкурс, під час якого мешканці громади надсилають найкращі знімки мальовничих куточків регіону. Відібрані світлини поповнять фотобанк новоствореного порталу.

Важливим досягненням проекту стало налагодження прямого діалогу між підприємцями та представниками місцевої влади. Завдяки цьому обміну думками було розроблено дорожню карту, яка визначає стратегічні кроки для підвищення туристичної привабливості Шацької громади.

В березні 2024 року департамент міжнародного співробітництва та євроінтеграції громад Івано-Франківської облдержадміністрації розпочав реалізацію проекту «Опілля: скарби нації». Основною метою проекту є посилення інституційної спроможності в управлінні туризмом та створення плану для налагодження ефективного міжмуніципального співробітництва у туристичній сфері в громадах Опілля Івано-Франківщини [19].

Досягнення цієї мети передбачає проведення низки навчальних, інформаційних та маркетингових заходів, спрямованих на покращення туристичного іміджу Івано-Франківського Опілля, збільшення його популярності та привабливості серед відвідувачів.

Проект продовжує реалізовуватися в межах територіальних громад Івано-Франківської області, що входять до етнорегіону Опілля. До партнерів проекту належать Більшівцівська, Букачівська, Бурштинська, Єзупільська, Галицька, Дубовецька та Рогатинська територіальні громади, а також волонтери.

Протягом реалізації проекту планується здійснити такі заходи [19]:

- проведення аудиту туристичних ресурсів регіону;

- надання менторської підтримки в управлінні туризмом;
- розробка нових туристичних маршрутів, що сприятимуть переосмисленню (реінтерпретації) території та її спадщини;
- створення інноваційних цифрових продуктів, пов'язаних з об'єктами культурної спадщини;
- аудит занедбаних об'єктів культурної спадщини в рамках ініціативи «Спадщина.UA»;
- моніторинг доступності туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю;
- проведення інформаційної кампанії «Франківське Опілля» (репортажі, відео, соціальні мережі);
- організація гастрономічних експедицій для популяризації страв місцевої кухні;
- організація етнографічних експедицій для створення модної колекції одягу та аксесуарів на основі традиційних опільських орнаментів;
- підготовка заявки для включення елементів нематеріальної культурної спадщини Опілля до Обласного реєстру елементів нематеріальної культурної спадщини.

Для ефективного позиціонування Франківського Опілля на туристичній карті було розроблено візуальну ідентифікацію (рис.1.5).



Рис.1.5. Візуальна ідентифікація Опілля на туристичній мапі
Івано-Франківщини [19]

Хочеться окремо зазначити, що українські бренди одягу все частіше надихаються культурною спадщиною та природою своєї країни, втілюючи ці ідеї в унікальних колекціях. Вони не лише популяризують міста та пам'ятки, а й привертають увагу до важливості їхнього збереження через мистецтво моди.



Рис.1.6. Капсульні колекції бренду buMe, які демонструють національну ідентичність

Бренд byMe створює капсульні колекції, які поєднують стиль і національну ідентичність (рис.1.6):

- “Подорожуй Україною” — лінія з авторськими принтами, що зображують Говерлу та Тендрівський маяк.
- “Рослини із Червоної книги України” — колекція, яка нагадує про рідкісні види флори та потребу їхнього захисту.

Ідея створення колекції "Подорожуй Україною" виникла під час першого карантину 2020 року — саме тоді багато українців почали більше відкривати для себе красу рідної землі. У цій лінійці представлені світшоти, футболки, хустки, шопери, блокноти, а незабаром з'являться і шкарпетки з Говерлою. Бренд планує доповнювати колекцію зображеннями нових мальовничих локацій, таких як острів Бірючий і Бакотська затока.

Колекція із зображеннями рослин Червоної книги виходить щовесни — у період цвітіння природи. У майбутньому лінія буде розширена ілюстраціями тварин із Червоної книги України.

Бренд шовкових хусток Verву черпає натхнення з українських мозаїк — яскравих і неповторних витворів мистецтва, що прикрашають автобусні зупинки та будівлі (рис.1.7). Мозаїки в українських селах мають унікальну символіку і нагадують вишиванку, в якій закодовано культурні послання.



Рис.1.7. Шовкові хустки від бренду Verву

Проект Vegvy став не лише модною ініціативою, а й культурною місією:

- Привернути увагу до мозаїк і зберегти їх.
- Досліджувати й популяризувати українське мистецтво.
- Створювати хустки-обереги, що символізують родові традиції.

Зібрані кошти бренд спрямовує на зйомки документального фільму про історію українських мозаїк. Уже створено першу серію про митців, які працювали в Рівненській області, і заплановані зйомки в Одесі, Хмельницькій та Львівській областях.

Ще один український бренд Touchof створює лімітовані колекції, присвячені містам і важливим культурним подіям. Разом із громадською організацією "Мапа Реновації" бренд випустив лінію kyiv[re]novation, присвячену покинутим архітектурним пам'яткам Києва. У колекції представлені унісекс футболки та шорти з вінтажного вельвету й деніму, прикрашені принтами культових закинутих будівель столиці — від трамвайної диспетчерської до баронської садиби Штайнгеля.



Рис.1.8. Колекція Antique Odesa від бренду Touchof

Літню колекцію Antique Odesa бренд присвятив атмосфері Чорноморського узбережжя, надихаючись античною історією регіону

(рис.1.8). Лінія містить футболки, шорти та рушник із мотивами старовинних розписів, що зображують купання жінок.

Бренд ShPALTA, що народився в березні 2020 року під час карантину, прагнув передати красу та самобутність Закарпаття, починаючи створення колекцій з Ужгорода, а згодом додав Мукачево, Хуст і Виноградів (рис.1.9).



Рис.1.9. Колекція шовкових хусток «Закарпаття» від бренду ShPALTA

На шовкових хустках зображено знакові пам'ятки, природні перлини та видатні постаті регіону — і, звісно, знамениті закарпатські сакури. У планах бренду — створення серії з ілюстраціями інших українських міст: Києва, Львова, Одеси.

Колаборація бренду Kachorovska з ілюстратором Сергієм Майдуковим стала справжнім культурним проектом. Роботи Майдукова, відомі читачам The Guardian, The New Yorker і Financial Times, знайшли нове втілення в колекції, присвяченій Києву.

Три знакові локації міста стали основою колекції (рис.1.10):

- Катер на Дніпрі — той самий "метелик", який колись курсував між Русанівськими садами, Осокорками та Нижніми садами.
- Готель “Салют” — архітектурна ікона київського модернізму, зведена в 1984 році.
- Київський велотрек — історичне місце, відроджене з руїн завдяки ініціативі небайдужих містян.

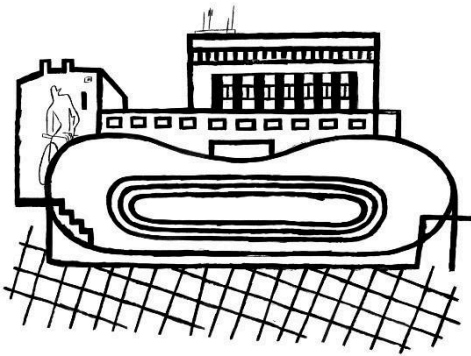
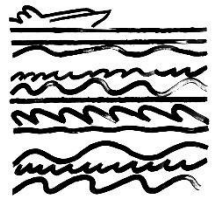
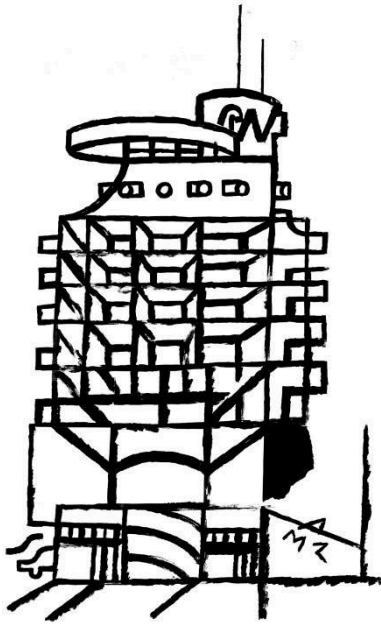


Рис.1.10. Колекція, присвячена Києву від бренду Kachorovska

Колекція включає футболки з культовими принтами та кеди KYIV, які Сергій Майдуков кастомізував спеціально для проєкту. Вперше бренд підготував чоловічу розмірну сітку кедів, розширивши свою аудиторію.

Український бренд Oliz активно популяризує національне мистецтво через співпрацю з музеями. Колекція "Музейна" об'єднала в собі шовкові хустки з репродукціями вінтажних листівок Києва та Львова, створюючи стильні аксесуари з глибоким культурним змістом (рис.1.11).



Рис.1.11. Колекція "Музейна" бренду Oliz

Колекція "Крим" бренду Oliz — це серія шовкових хусток, присвячених унікальним природним місцям півострова: горі Ай-Петрі, печерам Еміне та Кермен, водоспаду Джур і мису Ая. Ілюстрації для колекції створив кримськотатарський художник Рустем Скибін, підкреслюючи єдність української та кримськотатарської культур.

Спільно з Музеєм Івана Гончара Oliz створив колекцію твіллі з елементами традиційної вишивки різних регіонів України — від Закарпаття до Луганщини. А до річниці Асканії-Нови бренд випустив тематичну серію аксесуарів, кошти з продажу яких допомогли заповіднику придбати біноклі для спостереження за природою.

Українські бренди доводять, що мода може бути не лише стильною, а й культурно значущою, допомагаючи відкривати й берегти унікальну спадщину нашої країни.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Оцінка сучасного стану розвитку галузі туризму в Україні

Найбільші пошкодження від військових дій зазнали області, що знаходяться найближче до лінії фронту, зокрема Харківська, Донецька, Луганська, Запорізька, Херсонська та Київська. Загальні збитки в цих регіонах перевищують 127 мільярдів доларів, що становить 72% від усіх зафіксованих збитків (рис.2.1).

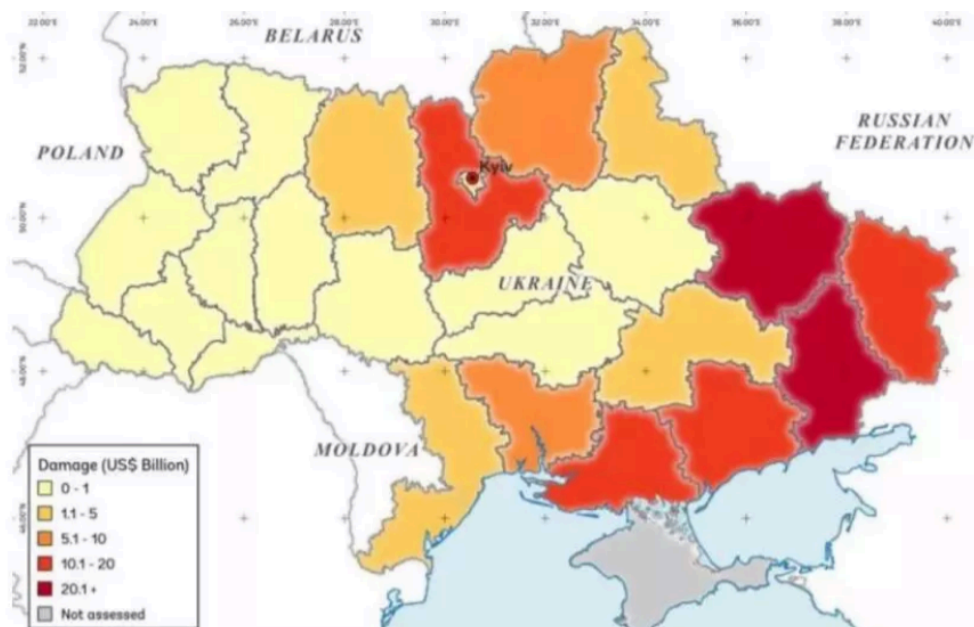


Рис.2.1. Мапа найбільш постраждалих від війни регіонів станом на грудень 2024 р. [11]

Але потрібно зазначити, що туристичний збір в Україні за 2024 рік зріс на майже 23 % у порівнянні з 2023 роком, коли до місцевих бюджетів надійшло 222,6 млн грн. У 2022 році сума турзбору була значно меншою, на 53 % – 178,9 млн грн (рис.2.2).

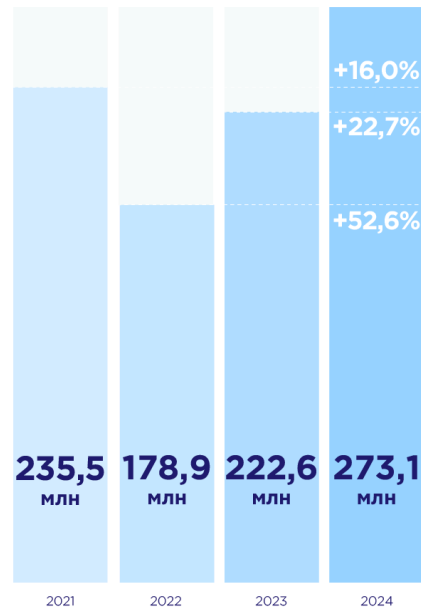


Рис. 2.2. Надходження туристичного збору в Україні в 2021-2024 рр. [29]

Найбільший обсяг турзбору отримала столиця – 49,18 млн грн, що значно більше, ніж 30,38 млн грн у 2023 році. В 2022 році ця сума складала 31,47 млн грн. Львівська область отримала 47,11 млн грн, що практично відповідає цифрі 2023 року (46,08 млн грн) і на 14% більше, ніж у 2022 році, коли було зібрано 41,43 млн грн. Івано-Франківщина показала найбільший ріст – 84 %, зібравши 33,1 млн грн у 2024 році порівняно з 17,96 млн грн у 2022 році. У 2023 році сума становила 20,41 млн грн. Черкащина стала однією з п'яти областей, що отримали найбільші надходження турзбору, зібравши 23,53 млн грн. Для порівняння, в 2023 році цей показник був 21,57 млн грн, а в 2022 році – 12,56 млн грн [29].

У Закарпатті сума турзбору склала 23,09 млн грн, що майже дорівнює цифрі 2023 року (22,16 млн грн) і на 19 % перевищує суму 2022 року (19,47 млн грн). Дніпропетровщина також потрапила до списку лідерів із 15,96 млн грн, що на 21 % більше, ніж у 2023 році (13,22 млн грн). У 2022 році регіон отримав лише 9,21 млн грн.

У порівнянні з позаминулим роком, туристичний збір у центральних областях України зріс. Зокрема, у Вінницькій області сума збору досягла 5 млн 453 тис. грн, що більше ніж 3 млн 897 тис. грн минулого року. У Полтавській області цей показник зріс до 7 млн 70 тис. грн, порівняно з 6 млн

414 тис. грн, а в Кіровоградській області – до 1 млн 871 тис. грн, проти 1 млн 633 тис. грн.

Західні регіони також демонструють стабільне зростання надходжень від туристичного збору. У Хмельницькій області сума зросла до 8 млн 136 тис. грн, що на 2 млн 222 тис. грн більше, ніж у 2022 році. Тернопільська область зібрала 1 млн 986 тис. грн, що на 438 тис. грн більше порівняно з позаминулим роком. Чернівецька область зібрала 4 млн 47 тис. грн, що на 729 тис. грн більше, ніж у 2022 році. Волинь додала до бюджету 3 млн 815 тис. грн, порівняно з 3 млн 184 тис. грн у 2023 році. Рівненська область отримала 3 млн 47 тис. грн, що також є збільшенням порівняно з 2 млн 630 тис. грн у попередньому році [29].

Південні області України також показали певне зростання збору. Зокрема, в Одеській області сума турзбору зросла на 68 % і склала 14 млн 518 тис. грн, порівняно з 8 млн 648 тис. грн у 2023 році. Миколаївська область зібрала 1 млн 536 тис. грн, що значно більше, ніж 897 тис. грн у 2023 році. Водночас, у Запорізькій області сума збору зменшилася до 1 млн 747 тис. грн, порівняно з 1 млн 938 тис. грн минулого року.

Північні області України також показали зростання. Житомирська область збільшила надходження на 19 %, отримавши 3 млн 249 тис. грн, Сумська область на 39 % – 1 млн 669 тис. грн, а Чернігівська область на 9 % – 1 млн 639 тис. грн. Київська область продемонструвала значне зростання: в 2024 році до бюджету надійшло 15 млн 883 тис. грн, що на 46 % більше, ніж у 2023 році (10 млн 858 тис. грн) [29].

Однак в східних регіонах, таких як Харківська, Донецька, Луганська області, а також на Херсонщині, відбулося значне зниження сум туристичного збору (рис.2.3).

ДИНАМІКА НАДХОДЖЕНЬ ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ ЗА РІК

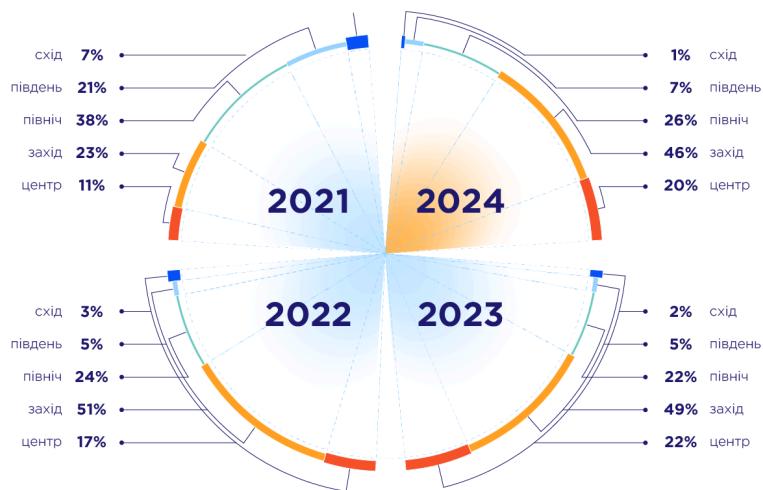


Рис.2.3. Динаміка надходжень туристичного збору в Україні за регіонами в 2021-2024 рр. [29]

У Харківській області минулого року спостерігався незначний спад податкових надходжень від туристичної сфери порівняно з 2023 роком. У 2024 році область перерахувала до Держбюджету 47 млн 709 тис. грн, що менше за 49 млн 642 тис. грн у 2023 році. Для порівняння, в 2021 році сума туристичного збору в регіоні була вдвічі більшою – 104 млн 824 тис. грн.

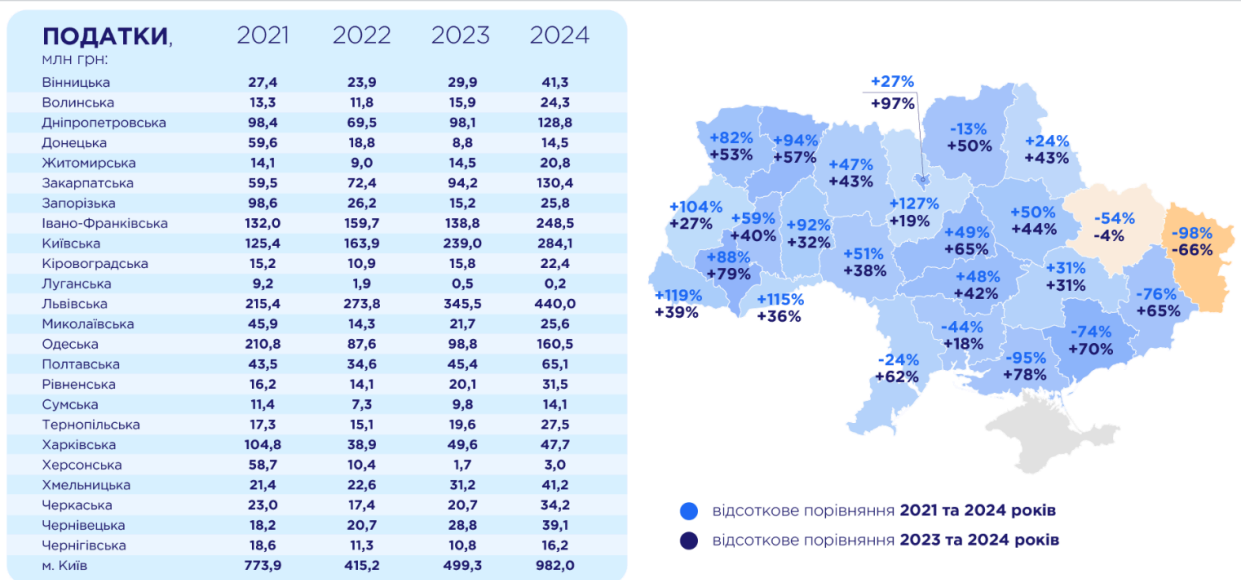


Рис.2.4. Динаміка надходжень податків в Україні за областями в 2021-2024 рр.

[29]

Зменшення туристичного збору більш ніж удвічі порівняно з 2021 роком (104,8 млн грн проти 47,7 млн грн у 2024-му) є індикатором того, що туристична галузь Харківщини досі не вийшла на рівень ефективності попереднього десятиліття.

Незважаючи на нинішні виклики, Харківська область володіє значним історико-культурним і природним потенціалом, який за умов належної інфраструктурної модернізації, розробки регіональних програм підтримки малого туристичного бізнесу та посилення маркетингової політики може стати основою для поступового зростання туристичних надходжень.

2.2. Аналіз туристичного потенціалу територіальних громад Харківської області

Харківська область – це не лише потужний промисловий і науковий центр України, а й регіон із багатим історико-культурним спадком та мальовничими природними ландшафтами. Однак, попри значний потенціал, багато її територіальних громад залишаються недооціненими в контексті розвитку туризму. Аналіз цього потенціалу дозволяє виявити перспективи та виклики, які стоять на шляху до створення конкурентоспроможних туристичних продуктів і залучення більшої кількості відвідувачів.

Харківська область розташована на сході України і є однією з найбільших за площею та населенням. На території Харківської області існує 7 адміністративних районів (рис.2.5) [8]:

- ✓ Берестинський (колишній Красноградський) район
- ✓ Богодухівський район
- ✓ Ізюмський район
- ✓ Куп'янський район
- ✓ Лозівський район
- ✓ Харківський район
- ✓ Чугуївський район

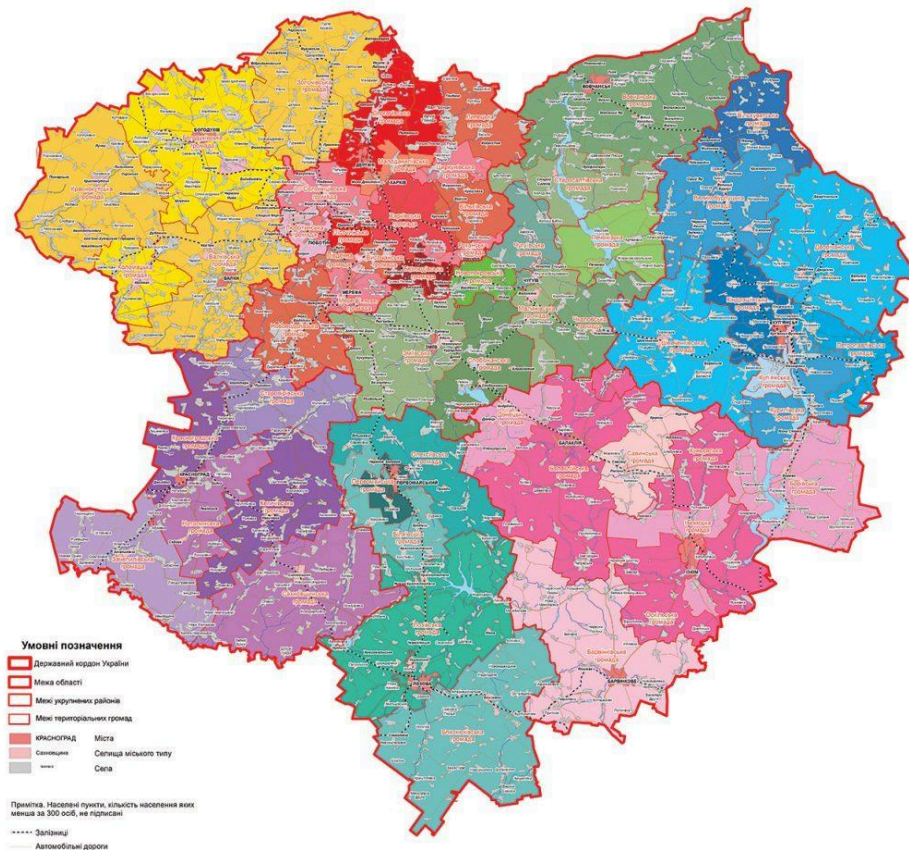


Рис.2.5. Карта адміністративного поділу Харківської області [21]

В результаті децентралізації, яка відбулася в Україні, на території Харківської області сформовано об'єднані територіальні громади (ОТГ). Це об'єднання місцевих рад, які отримали більше повноважень щодо самостійного управління та фінансування. Всього в Харківській області 56 об'єднаних територіальних громад, серед яких є міста, а також села та селища [8].

Місто Харків – обласний центр і одночасно місто обласного підпорядкування, що не входить до складу жодного району. Місто є великим адміністративним, економічним і культурним центром не тільки області, а й усього сходу України. Завдяки реформам децентралізації, в області покращилася взаємодія між державними органами і місцевими громадами, надаючи більше можливостей для місцевого розвитку та управління.

Туристичний потенціал будь-якої громади складається з кількох основних компонентів: природних ресурсів, історико-культурної спадщини, інфраструктури та людського капіталу. Харківщина має всі ці елементи. Її

природа вражає різноманіттям: від крейдяних пагорбів на півночі до річкових долин і густих лісів у національних парках. Дворічанський національний парк і Гомільшанські ліси є прикладами територій із величезним рекреаційним потенціалом, придатних для екологічного туризму, активного відпочинку та оздоровлення.

Окрему цінність становлять історико-культурні пам'ятки Харківської області. Архітектурні шедеври, такі як Шарівський палац, Покровський собор у Харкові, а також музей Григорія Сковороди в Сковородинівці, формують унікальну культурну ідентичність регіону. Самобутні традиції, фестивалі, ярмарки — усе це створює можливості для розвитку подієвого туризму, який стає дедалі популярнішим [5].

Проте туристичний потенціал громади неможливо реалізувати без розвиненої інфраструктури. Харківська область має вигідне географічне розташування й розгалужену транспортну мережу, що спрощує доступ до багатьох населених пунктів. Однак у деяких громадах бракує сучасних готельних комплексів, закладів харчування, туристичних центрів і якісної інформаційної підтримки.

Ще однією проблемою є недостатня промоція туристичних можливостей регіону. Багато цікавих локацій залишаються маловідомими навіть серед українців, не кажучи вже про іноземних туристів. Відсутність якісного маркетингу, нестача професійних гідів і обмежена кількість екскурсійних програм стримують розвиток цієї сфери.

Водночас Харківська область має величезний потенціал для створення унікальних туристичних маршрутів. Наприклад, історико-культурний тур, що об'єднує визначні архітектурні пам'ятки, або еко-маршрут через національні парки й заповідники. Розвиток гастрономічного туризму через локальні фермерські господарства та автентичні страви регіону також може стати цікавою пропозицією для мандрівників [25].

Для того щоб повністю реалізувати цей потенціал, необхідно об'єднати зусилля місцевої влади, бізнесу, громадськості та науковців. Інвестиції в

інфраструктуру, створення туристичних кластерів, просування регіональних брендів і розвиток кадрового потенціалу можуть стати важливими кроками до перетворення Харківщини на привабливий туристичний регіон.

Отже, Харківська область — це територія з багатими можливостями для розвитку різних видів туризму. Її природна краса, історична спадщина й культурна самобутність створюють потужний фундамент для формування якісного туристичного продукту. Важливо лише грамотно використати ці ресурси, усунути наявні бар'єри й забезпечити комплексний підхід до розвитку туристичної сфери. Тільки так громади Харківщини зможуть стати привабливими не лише для українських, а й для закордонних мандрівників.

Потрібно зазначити, що під час війни значна кількість населення змушена переміститися в межах країни, що створило попит на внутрішній туризм. Харківська область, незважаючи на воєнні дії, зберегла безпечні території, які мають туристичний потенціал. Локальний туризм сприяє розвитку малого бізнесу: кафе, майстерні, ремісничі господарства знаходять нових клієнтів серед внутрішньо переміщених осіб та місцевих туристів.

Територіальні громади можуть використовувати локальний туризм як спосіб залучення коштів до місцевих бюджетів. Наприклад, організація етнофестивалів, виставок, ярмарків чи екскурсій по культурних місцях може стимулювати економічну активність у громадах, які перебувають у відносно безпечних зонах.

Під час війни особливо важливо зберігати культурну спадщину, яка може постраждати як фізично, так і через зниження інтересу до місцевої історії. Локальний туризм дозволяє популяризувати унікальні традиції та історію Харківської області. Це допомагає не лише залучити туристів, а й зміцнити культурну ідентичність громад.

Наприклад, багато громад Харківщини мають традиційні ремесла, які можуть стати основою для екскурсій або майстер-класів. Таким чином, туризм стимулює передачу знань між поколіннями та підтримує локальних майстрів.

У період війни туризм виконує не лише економічну, а й соціальну функцію. Відвідування мальовничих місць, зелених зон і природних заповідників допомагає людям зняти стрес, пов'язаний із війною. Територіальні громади Харківщини можуть організовувати спеціальні туристичні програми для внутрішньо переміщених осіб, ветеранів та волонтерів, спрямовані на відновлення їхнього психічного здоров'я.

Одним із головних викликів для локального туризму під час війни є забезпечення безпеки. Територіальні громади повинні розробляти туристичні маршрути в безпечних зонах, враховуючи ризики. Крім того, необхідно залучати інвестиції для розвитку інфраструктури та забезпечення належного рівня сервісу.

Попри всі труднощі, локальний туризм має значний потенціал для відновлення Харківщини. Він сприяє економічній стабілізації, збереженню культурної спадщини та об'єднанню громади навколо спільних цінностей.

Мережа культурних установ Харківської області, яка сприяє творчому розвитку особистості, підвищенню культурного рівня та естетичного виховання громадян, доступу до мистецької освіти та задоволенню культурних потреб населення, налічує 1484 заклади. До їх числа входять [25]:

- 753 бібліотеки;
- 588 клубів;
- 4 заклади фахової передвищої мистецької освіти;
- 2 кінотеатри;
- 3 парки культури та відпочинку;
- 1 галерея;
- 78 мистецьких шкіл;
- 32 музеї;
- 5 методичних центрів;
- 5 театрів;
- 2 концертні установи;
- комунальне підприємство «Харківська обласна філармонія»;

- комунальне підприємство «Харківська кінокомісія».

Кіномережа області включає 46 стаціонарних кіноустановок, 6 мобільних відеокомплексів та 20 кінотеатрів. В регіоні знаходяться 10,193 пам'ятки культурної спадщини, серед яких: 2447 історичних, 6896 археологічних, 77 монументальних та 762 архітектурних пам'ятки.

Завдяки реформі децентралізації влади було утворено нові територіальні громади, що призвело до змін у мережі культурних закладів, їх кількості та формуванню нових підходів до управління культурними процесами.

Постановою КМУ «Про занесення пам'яток історії, монументального мистецтва та археології національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України» від 27 грудня 2001 року № 1761 було внесено до реєстру 73 пам'ятки містобудування та архітектури Харківської області. Їх розподіл по районах регіону представлено на рис. 2.6. [25]

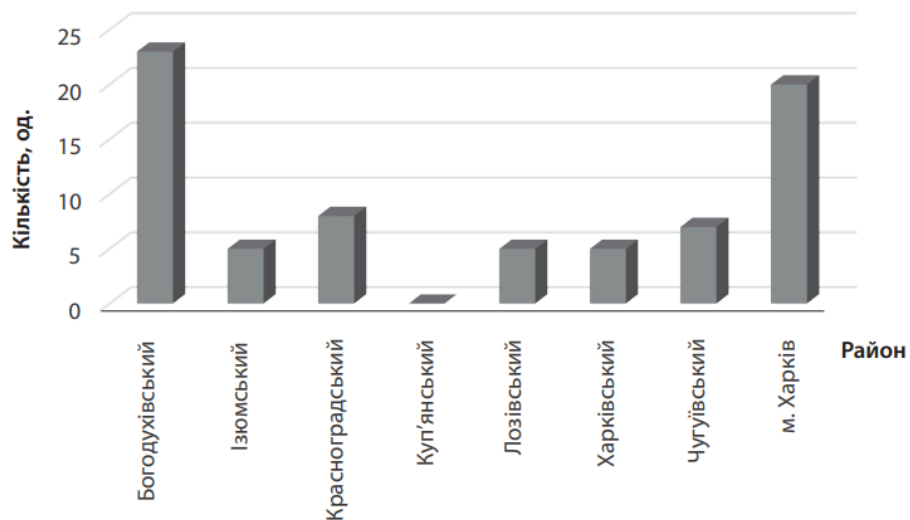


Рис.2.6. Візуалізація розподілу пам'яток архітектури та містобудування національного значення районами Харківської обл. [25]

Зокрема, 27% усіх пам'яток міської архітектури знаходяться в місті Харкові. Серед них є об'єкти, які здобули світове визнання, зокрема: Архієрейський будинок, Успенський та Покровський собори, Комплекс споруд Університету, будівля Держпрому та Будинок Робітника.

Пам'ятки архітектури та містобудування Харківської області мають чітко виражену тематичну спрямованість, що значно полегшує створення різноманітних екскурсійних маршрутів. Наприклад [25]:

- У Богодухівському районі важливими об'єктами є Палацово-парковий ансамбль (XIX ст.) в смт. Шарівка, Заміська садиба (XVIII ст.) в смт. Старий Мерчик та Заміська садиба «Наталіївка» (XIX ст.) в с. Володимирівка. Ці архітектурні пам'ятки розташовані в живописних природоохоронних зонах.
- У Берестинському районі знаходяться фортеці Української укріпленої лінії (XVIII ст.).
- В м. Ізюм можна побачити Спасо-Преображенський собор (XVII ст.), Церкву Іоанна Предтечі (XVIII ст.), а також Вознесенську та Миколаївську церкви (XIX ст.).
- У м. Чугуїв важливими архітектурними об'єктами є штаб військових поселень, міська та волосна управи, а також Покровський собор (XIX ст.).

Бойові дії спричинили значні руйнування у культурній інфраструктурі: 197 закладів культури зазнали пошкоджень, з яких 31 було знищено повністю, а 166 зазнали часткових пошкоджень. Також було пошкоджено або зруйновано 209 пам'яток культурної спадщини на території Харківської області та міста Харкова (рис.2.7). Враховуючи ці руйнування, необхідно значно підтримати відновлення культурних установ і туризму, а також охорону нерухомої культурної спадщини [25].

Військова агресія Російської Федерації проти України мала значний негативний вплив на розвиток туристичної галузі в Харкові. Незважаючи на ці обставини, було продовжено роботу з підвищення міжнародного іміджу міста, інформування світової спільноти про його потенціал та можливості, а також зміцнення позитивного образу Харкова. Особлива увага приділялася розвитку туристичного сектору як важливого чинника соціально-економічного та культурного прогресу міста.

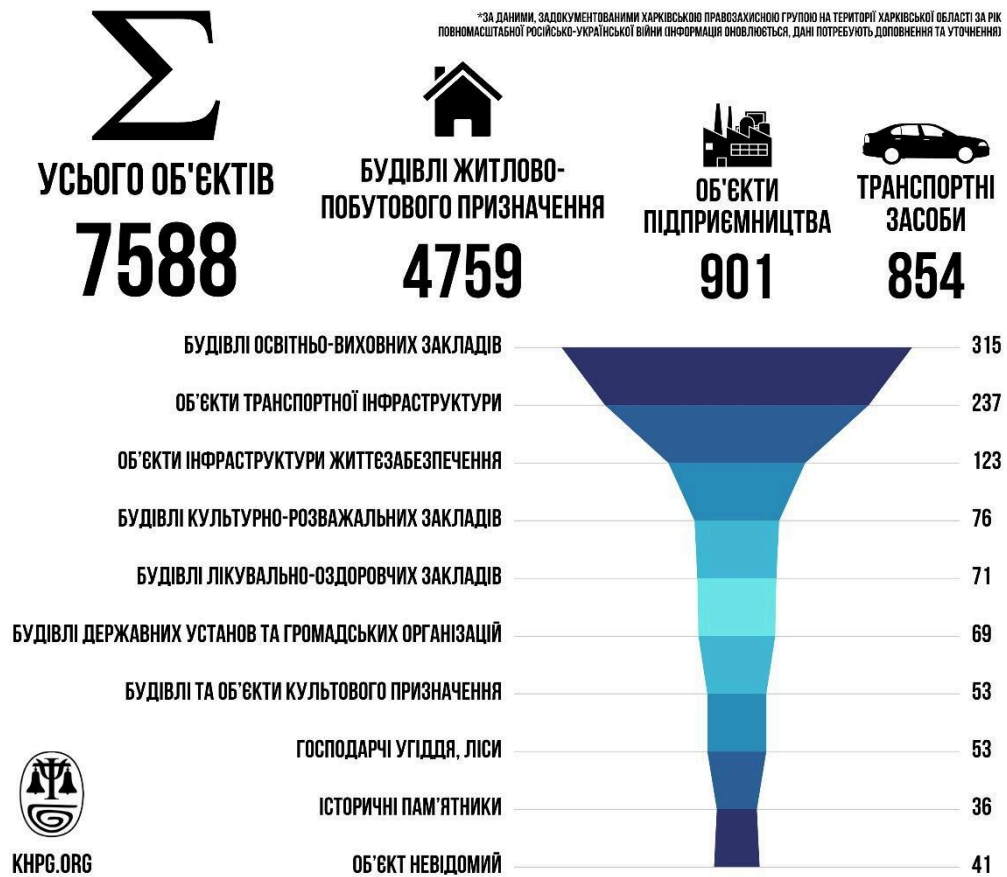


Рис.2.7. Об'єкти цивільної інфраструктури, що зазнали пошкоджень внаслідок бойових дій в Харківській області

Харків активно брав участь у різноманітних міжнародних та національних заходах, таких як Національний туристичний саміт, Міжнародний економічно-туристичний форум «Закарпаття: енергетика, логістика, експорт та туризм», Форум «Українська культурна спадщина#ДійЗадляСпадщини», Форум муніципального партнерства, Всеукраїнська науково-практична конференція «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети», круглий стіл «Україна та ЮНЕСКО: 70 років партнерства – спадщина, культура, інновації», міжнародна виставка «World Travel Market London», туристична виставка «ITB Berlin» та інші.

З початком інтенсивних бойових дій на території Харкова значна частина об'єктів споживчого ринку, зокрема підприємства торгівлі, ресторанного господарства, побутового обслуговування населення, ринки та торгові майданчики, зазнали серйозних пошкоджень і руйнувань.

На 1 січня 2025 року в місті Харкові функціонує 3 507 підприємств торгівлі (на 1 січня 2024 року – 3 266), 1 624 підприємства ресторанного господарства (на 1 січня 2024 року – 1 563), 1 136 підприємств побутового обслуговування (на 1 січня 2024 року – 1 087), 48 ринків і торгових майданчиків (на 1 січня 2024 року – 48), серед яких 40 змішаних, 1 продовольчий і 7 непродовольчих [20].

Підприємства торгівлі, ресторанного господарства, ринки та торгові майданчики, а також об'єкти побутового обслуговування й автозаправні станції активно відновлюють свою діяльність. Харківські торгові мережі продовжують розвиватися, їх загальна кількість перевищує 400 одиниць (на 1 січня 2024 року – близько 400). В місті працює 18 гіпермаркетів, 249 супермаркетів та 46 торгових центрів (на 1 січня 2024 року – відповідно 16, 215 і 45), де представлений широкий асортимент товарів, побутової техніки, будівельних матеріалів та надається різноманітні послуги [20].

На нашу думку, орієнтація на внутрішнього туриста, просування маловідомих дестинацій, залучення громад до створення туристичних продуктів – усе це може стати каталізатором як економічної активізації регіону, так і посилення соціальної згуртованості.

2.3. Перспективи розвитку локального туризму в повоєнний період

При розробці планів розвитку територій все більше громад звертають увагу на туризм. Створення індустрії послуг стає можливим завдяки унікальним особливостям кожного регіону. Якщо таких природних чи культурних переваг немає, громади знаходять спосіб створити їх самостійно.

Однак важливо пам'ятати: туристам слід пропонувати не просто об'єкти, а готові туристичні продукти. Наприклад, якщо громада має ріку, яка не приверне тисячі туристів, але буде цікавою для любителів сплавів на байдарках, рибалок або відпочивальників з наметами, це може стати надійною нішою. Для цього можна створити відповідний туристичний

продукт, організувавши кемпінг з орендою обладнання, санітарними умовами та автостоянкою.

Експерти вважають, що розвиток туризму в громаді потребує чіткого алгоритму дій. Це включає створення ініціативної групи з представників партнерів, громадських організацій, бізнесу та депутатів; аналіз території та її ресурсів, вивчення цільової аудиторії та можливостей інфраструктури; визначення ключових напрямів і пріоритетів; розробку річного плану, що включає створення контенту, партнерство з туроператорами, навчальними закладами, бізнесом та ЗМІ; і, зрештою, реалізацію плану, яка є найскладнішою частиною, але час є важливим ресурсом, тому необхідно діяти швидко.

До початку повномасштабної війни в Старому Салтові на Харківщині, використовуючи потенціал місцевого водосховища, розробили байдаркові маршрути, а колишню рятувальну станцію перетворили на місце для ночівлі.

На нашу думку, туризм може стати важливим напрямком економічного розвитку Харківської області. Регіон має великий потенціал для залучення туристів. Варто почати з малих кроків, орієнтуючись на місцевих споживачів. Потенційні напрямки для розвитку туризму на Харківщині можуть включати промислові об'єкти, автентичні продукти, лісові масиви, заповідники, байдаркові сплави, веломаршрути, бджолярство та стародавні ремесла. Окремо варто відзначити зелений туризм, адже сільські території Харківщини приваблюють своєю природною красою, різноманіттям історико-культурних пам'яток та доступними цінами. Розвиток сільського туризму покращить соціально-економічні умови на селі, адже ця індустрія найшвидше створює нові робочі місця [4].

Якщо кожна громада створить свій унікальний туристичний кластер і організує навколо нього подію, це стане потужним інструментом для економічного зростання. Простий, але ефективний досвід громад, які успішно розвивають туризм, буде корисним для тих, хто тільки починає цей шлях.

Під час війни розвиток туризму в Харківській області зазнав значних викликів, проте деякі територіальні громади продовжують працювати над збереженням та відновленням туристичної діяльності [11; 20; 25].

1. Валківська міська територіальна громада. Валківська громада активно співпрацює з Програмою "U-LEAD з Європою" для розвитку місцевої інфраструктури та туризму. Під час зустрічі представників 15 громад Харківського та Богодухівського районів обговорювалися перспективи розвитку міжнародного партнерства та проєктної діяльності, що сприятиме відновленню та розвитку туризму в регіоні.

2. Савинська селищна територіальна громада. Після деокупації громада працює над планом відновлення та розвитку, який включає заходи з відновлення інфраструктури та створення умов для розвитку туризму. Зокрема, планується відновлення культурних та історичних об'єктів, що можуть стати привабливими для туристів.

3. Солоницівська громада. Наразі на території громади знаходиться 20 пам'яток історії місцевого значення, внесених до Державного реєстру пам'яток історії та монументального мистецтва. Окрім того, тут є 31 пам'ятка історії місцевого значення, що входить до Державного реєстру нерухомих пам'яток археології України, та одна пам'ятка монументального мистецтва.

В 2024 році, у рамках партнерства з Туристсько-мистецьким хабом «Доступний простір подорожей», започатковано новий проєкт під назвою «Солоницівська громада. Від цікавого до смачного». У ході цього проєкту було проведено моніторинг історичних та культурних пам'яток, незвичайних і цікавих локацій, народних майстрів і творчих особистостей, а також об'єктів туристичної інфраструктури в кожному селі громади. Однією з основних локацій, яку вивчали, стали джерела колишнього Курязького монастиря.

На нашу думку, локальний туризм у Харківській області під час війни є важливим ресурсом для підтримки територіальних громад. Він допомагає відновити економіку, зберегти культурну спадщину, сприяти психологічній реабілітації населення та стимулювати волонтерські ініціативи. У

майбутньому цей напрямок може стати основою для відродження регіону, закладаючи фундамент для сталого розвитку після завершення війни.

Основною метою розвитку локального туризму є формування альтернативних туристичних привабливих точок на території громади та активізація можливостей для розвитку різних видів туризму. Якщо розглянути структуру галузей, де туризм є центральним, то можна побачити, що ця галузь охоплює майже всі сфери діяльності громади, оскільки туристи є тимчасовими жителями, які користуються різноманітними послугами, як і місцеві жителі. Єдиним винятком є соціальні послуги, які доступні лише місцевим мешканцям. Туристичний інформаційний центр продовжить відігравати важливу роль у наданні інформації не лише про житло та послуги, але й про доступні туристичні види на території громади. Це сприятиме покращенню якості обслуговування, розосередженню потоку туристів і подовженню туристичного сезону.

В громадах Харківської області планується розвивати наступні напрямки:

- Велотуризм;
- Екотуризм;
- Фотополювання;
- Лісовий туризм (збір грибів та ягід);
- Відпочинок у кемпінгах;
- Подорожі на байдарках по каналах між озерами;
- Агротуризм;
- Зимові види туризму;
- Оздоровчі програми;
- Туризм місцями пам'яті.

На рис.2.8 представлено річний план, який візуально демонструє, як розвиток цих видів туризму та об'єктів зробить Харківську область привабливою для туристів протягом усього року.

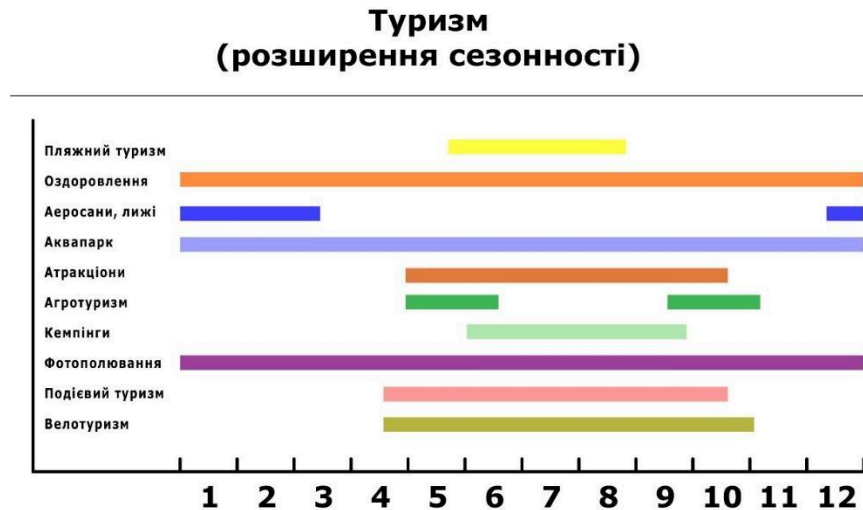


Рис.2.8. Річний план розширення сезонності туризму в Харківській області

Отже з урахуванням особливостей та діяльності Харківської області мають бути визначені три ключові напрямки розвитку, які відображають її унікальні характеристики та повинні бути включені в пілотні проекти: інфраструктура, туризм, охорона навколишнього середовища. В процесі встановлення взаємозв'язків має бути створено мережу, що складається з різних секторів розвитку. Усі зв'язки будуть двосторонніми, що демонструватиме їх взаємозалежність або вплив один на одного. Цей підхід дозволить розробити власну методику для оцінки рівня інтеграції (комплексності) окремих проектів або розвитку певних територій.

На нашу думку, створення Стратегії розвитку локального туризму дасть змогу реалізувати такі важливі цілі, як:

1. Відновлення економіки регіону. Туризм є одним з основних джерел доходу для багатьох місцевих громад. Після війни стратегія дозволить залучити інвестиції, створити нові робочі місця та сприяти розвитку малого і середнього бізнесу.

2. Залучення внутрішніх туристів. Внутрішній туризм може стати важливою складовою економіки, оскільки українці будуть більше подорожувати по своїй країні. Розвиток локального туризму дозволить привернути увагу до Харківщини як туристичного напрямку.

3. Відновлення інфраструктури. Стратегія допоможе в реконструкції і модернізації інфраструктури регіону, зокрема доріг, готелів, транспортної мережі, що також стимулюватиме розвиток місцевих підприємств.

4. Відновлення та збереження культурної та історичної спадщини. Харківщина має багатий культурний та історичний спадок, який варто зберегти і презентувати туристам. Стратегія розвитку туризму допоможе створити програми для популяризації цих цінностей, відновлення пам'яток і створення нових туристичних маршрутів.

5. Психологічне відновлення громадян. Туризм після війни допоможе місцевим жителям відновити моральний дух, надаючи можливість відпочити, оздоровитися та побачити нові місця в рідному регіоні.

6. Залучення міжнародного туризму в майбутньому: Хоча на даному етапі міжнародний туризм може бути обмежений через безпекову ситуацію, стратегія може стати основою для поступового відновлення міжнародних зв'язків і популяризації Харківщини за кордоном, коли це стане можливим.

Місія стратегії – сприяння відродженню Харківщини через розвиток туристичної інфраструктури, збереження природної та культурної спадщини, створення сприятливих умов для туристів і місцевих жителів, забезпечуючи сталий економічний розвиток регіону.

Візія стратегії: Харківщина – провідний туристичний центр Східної України, що поєднує унікальні природні ландшафти, багату історичну спадщину та сучасну туристичну інфраструктуру, сприяючи економічному та соціальному розвитку громади.

Реалізація Стратегії розвитку локального туризму на Харківщині після війни принесе низку важливих результатів для регіону. Насамперед це сприятиме економічному зростанню, адже розвиток туристичної сфери стимулюватиме малий та середній бізнес, створюватиме нові робочі місця, залучатиме інвестиції та збільшуватиме надходження до місцевих бюджетів. Важливим наслідком стане також відновлення туристичної інфраструктури: реконструкція доріг, модернізація готелів, оновлення баз відпочинку та

покращення транспортних маршрутів, що зробить регіон зручнішим і доступнішим для мандрівників.

Табл.2.5

Стратегія розвитку локального туризму на Харківщині після війни

Сфера	Стратегічна ціль	Заходи	Орієнтовні дати реалізації	Орієнтовний бюджет
Інфраструктура, громадський транспорт, дороги, комунікації	Відновлення та модернізація туристичної інфраструктури для забезпечення комфортних умов для жителів та туристів.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відновлення та ремонт доріг, що ведуть до туристичних об'єктів. 2. Запуск екологічно чистого громадського транспорту. 3. Впровадження системи водопостачання та каналізації. 4. Створення інфраструктури для еко-туризму. 5. Розвиток інформаційних пунктів та цифрових сервісів. 	2025-2030	500 млн грн
Навколишнє середовище, громадські простори, клімат, туризм	Використання природного потенціалу регіону для сталого розвитку туризму.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Створення екологічних маршрутів. 2. Розвиток зеленого туризму. 3. Популяризація природних заповідників. 4. Впровадження програм енергоефективності. 5. Організація подієвого туризму. 	2024-2028	300 млн грн
Економіка, бізнес, використання землі, ринок праці	Стимулювання економічної активності через розвиток туристичної сфери.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підтримка малого бізнесу у сфері туризму. 2. Популяризація локальних продуктів. 3. Розвиток традиційних ремесел. 4. Залучення інвесторів. 5. Інтеграція з ІТ-сектором. 	2025-2030	400 млн грн
Соціальний захист, охорона здоров'я, освіта, культура і спорт	Розвиток соціального середовища, комфортного для мешканців і привабливого для туристів.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відновлення спортивних об'єктів. 2. Створення нових освітніх програм для гідів. 3. Оптимізація медичної інфраструктури. 	2024-2029	350 млн грн

		4. Розширення мережі культурних центрів. 5. Відкриття нових музеїв.		
Архітектурний і культурний туризм	Збереження та популяризація культурної спадщини регіону.	1. Розвиток екскурсійних маршрутів. 2. Організація фестивалів культури. 3. Відновлення історичних пам'яток. 4. Створення міжнародних мистецьких резиденцій.	2024-2032	450 млн грн

Складено автором

Окремий акцент буде зроблено на популяризації історико-культурної спадщини. Відновлення пам'яток, створення нових туристичних маршрутів, організація фестивалів та культурних заходів дозволять розкрити унікальність Харківщини для туристів. Важливу роль відіграватиме і соціальний аспект, оскільки туризм стане інструментом для відновлення громади. Це не лише підвищить якість життя місцевого населення завдяки новим можливостям для зайнятості, а й сприятиме психологічному відновленню людей після пережитих воєнних подій.

У перспективі реалізація стратегії зробить Харківщину привабливим туристичним регіоном, що приверне увагу мандрівників з усієї України. Закладання основ для розвитку міжнародного туризму в майбутньому допоможе інтегрувати регіон у світовий туристичний ринок. Водночас розвиток туризму матиме екологічний та інноваційний аспекти: збереження природних ресурсів, підтримка екотуризму та впровадження цифрових технологій для створення зручних сервісів для відвідувачів.

ВИСНОВКИ:

Виконане дослідження дозволило зробити автору низку важливих висновків.

1. Локальний туризм розглядається як форма туристичної діяльності, що базується на активній участі місцевого населення в усіх етапах – від планування до реалізації туристичних ініціатив. Його ключова функція полягає у посиленні соціально-економічного потенціалу територіальних громад, створенні джерел доходу та підтримці малого бізнесу на місцевому рівні. Залучення жителів до організації туристичних послуг не лише забезпечує економічну вигоду, але й сприяє формуванню локальної ідентичності та відновленню почуття гордості за культурну й історичну спадщину регіону.

2. Локальний туризм стимулює міжкультурний обмін і сприяє поширенню практик сталого розвитку. Туристи мають можливість глибше ознайомитися з автентичними традиціями, способом життя місцевого населення, а громади, у свою чергу, відкриваються до нових ідей та перспектив. Екологічна орієнтація локального туризму – зокрема через практики збереження природних ресурсів, мінімізацію відходів і підтримку місцевих ініціатив – формує умови для відповідального та тривалого розвитку туристичної сфери. Таким чином, туризм, орієнтований на громаду, виступає не лише економічним чинником, а й соціокультурним і екологічним інструментом регіонального відновлення.

3. Сталий і динамічний розвиток туристичної індустрії на рівні територіальних громад є можливим лише за умови впровадження інтегрованого підходу, що передбачає тісну координацію між усіма зацікавленими сторонами. Формування конкурентоспроможного туристичного середовища вимагає активної взаємодії органів місцевого самоврядування, представників наукового середовища, підприємницьких

структур, експертів галузі, ініціативних мешканців, а також центрального апарату влади.

4. Сучасні українські бренди демонструють, що мода здатна виконувати не лише естетичну, а й важливу культурну функцію. Через дизайнерські рішення, стилістичні акценти та символіку, вітчизняні виробники одягу активно популяризують національні традиції, переосмислюють елементи народного мистецтва й інтегрують їх у сучасний контекст. Таким чином, модна індустрія України стає платформою для збереження та актуалізації культурної спадщини, сприяючи її пізнанню як у межах держави, так і на міжнародній арені.

5. Війна суттєво трансформувала стан локального туризму в територіальних громадах Харківської області, викликавши як безпосередні втрати, так і появу нових викликів і можливостей. Бойові дії, окупація окремих територій, руйнування інфраструктури та загроза безпеці призвели до повного або часткового припинення туристичної діяльності в багатьох громадах. Зникнення традиційних туристичних потоків спричинило економічний спад у сфері малого бізнесу, зокрема в закладах розміщення, харчування та культурно-дозвіллевих установах. Водночас деякі громади, що залишилися у відносно безпечних зонах, почали переорієнтовувати туристичні практики, акцентуючи увагу на внутрішньому туризмі, історико-культурних маршрутах, пов'язаних із героїкою спротиву, та волонтерському туризмі. Зростає також інтерес до меморіалізації подій війни, що формує нові типи локацій – місця пам'яті, символічно значущі об'єкти, що можуть у перспективі інтегруватися в туристичну інфраструктуру регіону. Таким чином, війна не лише призвела до руйнування туристичного потенціалу, а й поставила перед громадами завдання його переосмислення та адаптації до нових соціокультурних умов.

6. У контексті післявоєнного відновлення Харківської області розроблення Стратегії розвитку локального туризму набуває особливого значення як системний інструмент активізації соціально-економічних

процесів. Насамперед йдеться про відновлення економічної динаміки на місцевому рівні через створення умов для залучення інвестицій, стимулювання малого та середнього підприємництва, а також генерацію нових робочих місць. Важливою складовою є також розвиток внутрішнього туризму, що дозволить зміцнити економіку через зростання туристичної мобільності громадян у межах країни, водночас репрезентуючи Харківський регіон як привабливу дестинацію. Здійснення стратегічних заходів сприятиме також відбудові критично важливої інфраструктури: транспортної, готельної, рекреаційної, що є ключовим чинником зростання туристичної привабливості регіону.

Не менш значущим є гуманітарний і культурний вимір туристичної стратегії. Харківщина має унікальну культурно-історичну спадщину, яка потребує системного збереження та популяризації. Запровадження стратегічних програм дозволить не лише відновити зруйновані об'єкти, а й створити нові тематичні маршрути, що формуватимуть культурну ідентичність регіону. Крім того, розвиток туризму виконує важливу соціально-психологічну функцію — він сприяє емоційному відновленню громадян, формує відчуття стабільності та віри у майбутнє. У довгостроковій перспективі така стратегія закладає підґрунтя для поступової інтеграції Харківської області у міжнародний туристичний простір, формуючи її позитивний імідж на глобальному рівні.

Реалізація цієї стратегії дозволить перетворити Харківщину на туристично привабливий регіон, що поєднує природну красу, багату історію та сучасну інфраструктуру. Це сприятиме економічному розвитку, створенню робочих місць та відродженню культури після війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text>
2. Закон України «Про охорону культурної спадщини» (зі змінами і доповненнями) від 8.06.2000 № 1805-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 39. Ст. 333. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>.
3. Альбещенко О. С. Тенденції розвитку об'єднаних територіальних громад – як туристичної дестинації. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2021. № 29. С. 6–10.
4. Белобородова М. Роль сільського туризму в сталому розвитку місцевої громади. *Економіка і регіон*, 2022, №4(87). [10.26906/EiR.2022.4\(87\).2786](https://doi.org/10.26906/EiR.2022.4(87).2786).
5. Бялковська О.А., Оганесян С.А. Аналіз сучасного стану туристичного бізнесу в територіальних громадах Хмельниччини. *Актуальні питання економічних наук*, 2023. [10.5281/zenodo.14273409](https://doi.org/10.5281/zenodo.14273409).
6. Гайворонська міська територіальна громада. Туризм. URL: <https://haivoron-miskrada.gov.ua/turizm-10-38-39-24-06-2021/>
7. Гуцал Л., Шоробура І. Формування туристичної привабливості територіальних громад в Україні. *Економіка та суспільство*, 2023, №49. [10.32782/2524-0072/2023-49-47.journals.kmf.uzhgorod.ua+3](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-47.journals.kmf.uzhgorod.ua+3)
8. Децентралізація в Україні. URL: <https://decentralization.gov.ua>
9. Доан П. В. Локальні системи у територіальному управлінні туризмом в Україні : автореф дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.02. Київ, 2015. 24 с.
10. Задворний С. Управління розвитком туризму в локальних спільнотах (досвід територіальних громад Хмельницької області). *Економіка та суспільство*, 2022, №46. [10.32782/2524-0072/2022-46-7](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-7).
11. Збитки України від війни становлять 524 мільярди доларів — оновлена оцінка. 25.02.2025. URL:

<https://www.rfi.fr/uk/україна/20250225-збитки-україни-від-війни-становлять-524-мільярдів-доларів-оновлена-оцінка>

12. Іванов А. Особливості управління сферою туризму в Україні в умовах адміністративно-територіальної реформи. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2021. № 4(77). С. 141–157.
13. Карий О. І., Глинський Н. Ю. Об'єднання зусиль територіальних громад з метою використання їх туристично-рекреаційного потенціалу. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7886>
14. Корнус О.Г., Пацюк В.С., Венгерська Н.С. Туристичні кластери у прифронтових громадах України. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio*, 2023, №2(7). [10.32782/2786-5843/2023-2-7](https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-7).
15. Кравцов С.С. Місце територіальної громади в розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Право та економіка: генезис, сучасний стан та перспективи розвитку*, 2008, с. 218–223. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/24925>.
16. Левицька І., Климчук А., Білецька Н., Коцєруба Н. Стратегія розвитку туризму для середнього міста: від сценаріїв до стратегічних карт. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. № 11(6), 1382–1391. [https://doi.org/10.14505/jemt.11.6\(46\).15](https://doi.org/10.14505/jemt.11.6(46).15)
17. Мельник Н.В., Качаровський Р.Є., Чижевська Л.Т. Особливості туристично-рекреаційної атрактивності Любешівської селищної ОТГ Волинської області. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 2019, №9(393), с. 118–126. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/handle/lib/27836>.
18. Мельник А. В., Мельник Н. В., Качаровський Р. Є., Селезньова О. В. Детермінанти формування туристичної привабливості об'єднаних територіальних громад. *Агросвіт*. 2023. № 2. С. 35–41.
19. На Івано-Франківщині розпочинається проєкт "Опілля: скарби нації". URL:

<https://iftourism.com/news/article/rozpochinayemo-proyekt-opillya-skarbi-nacij>
i

20. Основні показники економічного і соціального розвитку м. Харкова за 2024 рік. URL: <https://www.city.kharkiv.ua/uk/document/osnovni-pokazniki-ekonomichnogo-i-sotsialnogo-rozvitku-m-kharkova-za-2024-rik--73782.html>
21. Остапенко П., Перхалюк Р., Бончковський О., Остапенко С. Атлас адміністративно-територіального устрою України. Новий районний поділ та територіальні громади. Київ. 2020. 56 с.
22. Павлюк С., Мирзаєв Н., Унгалов С. Туристична галузь як інструмент місцевого економічного розвитку територіальних громад Карпатського регіону України. *BIO Web of Conferences*, 2025. № 151, 03010. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202515103010>
23. Паньків Н. Є. Соціально-екологічний підхід до розроблення стратегії сталого розвитку туризму територіальних громад. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020. № 30(3). С. 71–76.
24. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
25. Програма розвитку культури, туризму та охорони нерухомої культурної спадщини Харківської області на 2024 – 2028 роки. URL: <https://oblrada-kharkiv.gov.ua/program/programa-rozvytku-kultury-turyzmu-ta-ohorony-neruhomoyi-kulturnoyi-spadshhyny-harkivskoyi-oblasti-na-2024-2028-roky/>
26. Телетов О.С., Летуновська Н.Є. Інноваційно-маркетингові перспективи в умовах створення сільських територіальних громад. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Економіка і менеджмент*, 2018, №6(76), с. 71–76. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68622>.
27. Тимошенко Т., Шевчук О., Шевчук О. «Лагідний» маркетинг та позиціонування громад і регіонів в контексті повоєнного відновлення

- туризму в Україні з врахуванням світового досвіду. *Економіка та суспільство*, 2024, №64. [10.32782/2524-0072/2024-64-152](https://vdao.info/turyzm-pid-chas-vijny-u-kamyanczi-podilskomu-shukayut-no-vi-pidhody/).
28. Туризм під час війни: у Кам'янці-Подільському шукають нові підходи. URL: <https://vdao.info/turyzm-pid-chas-vijny-u-kamyanczi-podilskomu-shukayut-no-vi-pidhody/>
29. У 2024 році туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн. ДАРТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-b-yudzhhet-mayzhe-3-mlrd-grn>
30. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>
31. Шацька селищна об'єднана територіальна громада. URL: <https://hromada.canactions.com/shatska/>
32. Шевченко Н., Руденко Я. Сільський туризм у контексті розвитку соціокультурних послуг в умовах децентралізації в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2019, №2. [10.32461/2226-3209.2.2019.177329](https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf).
33. Як Шацька громада розвиває туризм спільно з місцевим бізнесом та громадським сектором. URL: <https://www.prostir.ua/?news=yak-shatska-hromada-rozvyvaje-turyzm-spilno-z-mistsevym-biznesom-ta-hromadskym-sektorom>
34. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, UNWTO, 2007. 150 p.
35. Як розвивали туризм Вінниці у ковідні часи та на початку вторгнення – депутати міськради заслухали звіт. URL: <https://vinnytsia.city/yak-rozvyvaly-turyzm-vinnytsi-u-kovidni-chasy-ta-na-pochatku-vtorgnennya-deputaty-miskrady-zaslukahaly-zvit/>

36. Exploring the impacts of local development initiatives on tourism: A case study analysis. (2023). *Heliyon*, 9(9), e19924. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19924>
37. Rouch, L., & George, E. (2025). Pathways to tourism diversification in mid-mountain territories: Are transformations taking place? *arXiv preprint arXiv:2504.16492*. <https://arxiv.org/abs/2504.16492>
38. Salas-Olmedo, M. H., Garcia-Palomares, J. C., & Gutierrez, J. (2017). Tourists' digital footprint in cities: A comparative analysis of big data sources. *arXiv preprint arXiv:1705.07951*. <https://arxiv.org/abs/1705.07951>
39. Storonyanska I., Dub A., Graftska O., Hrynychshyn I., Bilanyuk O., Pierscieniak A. The tourist infrastructure of local communities in Ukraine: current state and impact on local economic development. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7. No. 2. Pp. 102–118. <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.02.06>.
40. The Role of Local Government on Rural Tourism Development: Case Study of Desa Wisata Pujonkidul, Indonesia. (2020). *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(7), 1234–1245. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160710>
41. Tourism in the 2030 Agenda. URL: <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>
42. Wise, N., Mulec, I., & Armenski, T. (2017). Towards a new local tourism economy: Understanding community sentiment, social impacts and potential entrepreneurship from tourism in Podgradí Bač, Vojvodina, Serbia. *Tourism Planning & Development*, 14(4), 463–478. <https://doi.org/10.1177/0269094217734329>