

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

Факультет геології, географії, рекреації і туризму

***Кафедра соціально-економічної географії і регіонознавства
імені Костянтина Нємця***

До захисту допустити

Завідувач кафедри _____ Людмила НЕМЕЦЬ

«_____» _____ 2025 р.

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МІСТІ ХАРКІВ
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

Виконав: студент 4 курсу, групи ГР-41
спеціальності **106 «Географія»**
ОПП «Географія рекреації та туризму»
Саламатін Станіслав Ігорович

Науковий керівник:
к. геогр. н., доцент Кравченко Катерина Олександрівна

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

Голова ЕК Тарас ПОГРЕБСЬКИЙ

Секретар ЕК Олена ПЕДЬ
«_____» _____ 2025 р.

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ.....	5
1.1. Теоретичні основи дослідження міського туризму.....	5
1.2. Складові елементи у системі міського туризму.....	8
1.3. Методологічні особливості дослідження міського туризму.....	10
РОЗДІЛ 2. СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ МІСТА ХАРКІВ.....	13
2.1. Характеристика туризму міста Харків.....	13
2.2. Особливості планування та зонування міста Харків	20
2.3. Структура туризму міста Харків.....	25
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ МІСТА ХАРКІВ.....	45
ВИСНОВОК.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Дослідження міського туризму на прикладі міста Харків є актуальним, оскільки інтерес до міського туризму зріс у світі. Харків є великим культурним та економічним центром України, місто має безліч архітектурних пам'яток, парків розваг та відпочинку, музеїв та інших об'єктів, які цікаві як внутрішнім туристам так і закордонним. Міський туризм у Харкові є описом основних наявних туристичних маршрутів, до якого входять культурні та розважальні заходи. Дослідження міського туризму в Харкові є важливою та актуальною темою, яка допоможе краще зрозуміти попит на туристичні послуги, дізнатися про вподобання туристів, що в результаті дозволить розвивати туристичну інфраструктуру у конкретному напрямку, розширювати та створювати нові туристичні маршрути, за рахунок збільшення доходів місцевих підприємців, а також бюджету міста. Допоможе виявити проблемні місця, з якими стикається місто Харків у розвитку міського туризму, що в свою чергу дасть змогу вживати заходів щодо їх усунення, адже *тема роботи є актуальною*.

Об'єктом дослідження є міський туризм, а предметом дослідження особливості розвитку міського туризму у Харкові.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану та визначення перспектив розвитку міського туризму на прикладі міста Харків.

Завдання дослідження:

- дослідження туристичної інфраструктури міста Харків;
- оцінка ролі туризму у господарстві міста Харків;
- аналіз інструментів та заходів розвитку міського туризму у Харкові;
- визначення проблем та перспектив розвитку міського туризму у Харкові.

Структура: робота складається з трьох розділів, вступу, списку використаних джерел. У першому розділі розкрито теоретичні основи дослідження міського туризму. У другому розділі проаналізовано

суспільно-географічні та економічні особливості розвитку міського туризму Харкова. У третьому розділі розкрити проблеми та перспективи розвитку міського туризму міста Харків

Роботу викладено на 65 сторінках, ілюстровано малюнками, схемами, таблицями. Інформаційну базу дослідження складають друковані наукові джерела, інтернет-джерела, офіційні документи. При написанні роботи використано традиційні наукові підходи та методи суспільно-географічного дослідження, тощо.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

1.1 Теоретичні основи дослідження міського туризму

Поява міського туризму пов'язана із процесами геоурбаністики. Туризм має значний вплив на розвиток та економіку більшість міст та їх країн. Зростання кількості та якості готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо - також наслідок розвитку туризму. При цьому має широкі можливості залучення, а також різноманітних інвестицій, що позитивно впливає на розвиток території [1. с.1].

Туризм відбувся таким яким ми його знаємо завдяки великим містам та їх мешканцям, оскільки історично так склалося, що ті, хто має знання, таланти, кошти, прагнули протягом всієї нашої історією людства у великі, розвинені міста. Ці чинники з'єднавшись воєдино призвели нас до того, що зараз міста - це центри всього розвитку людства в його сферах діяльності. Це також обумовлює той факт, що концентрація трудових та економічних ресурсів веде до зростання та розвитку технологій (автомобільних, дорожніх, залізничних, авіаційних, комунікаційних) у зв'язку з покращенням комфорту та якості життя, що знову відкрило нову сторінку у розвитку міського туризму, оскільки вже у XXI столітті і навіть XX столітті відстані не є вагомим чинником для подорожі, адже великі міста мають прямі комунікації, що дає імпульс розвитку міському туризму так і для комерційної діяльності. Значення міст у контексті саме туристичної діяльності постійно зростає і вже у 2024 році у науковій літературі все частіше зустрічається поняття «міський туризм» який розуміється, як подорожі та візити з фокусом на міські напрямки [1. с.1].

В Організації Об'єднаних Націй прогнозується, що до 2050 року 70% населення світу проживатиме в урбанізованому середовищі і відповідно населення подорожуватиме в інші міста. Тому міста вже виступають окремими одиницями об'єктів туристичного ринку, оскільки вбирають і

концентрують у собі якусь кількість туристичних об'єктів різної направленості, тому на початку XXI століття популярним є саме міський туризм [2. с.1].

Сфера туризму має значний вплив на велику кількість секторів діяльності сучасного міста як прямо (митний збір, плата за візу) так опосередковано (збільшення заробітної плати робітників), що зумовлює збільшення сум податку з доходів фізичних осіб, що сплачується ними в бюджет). Сучасні міста є центрами розвитку туристичної сфери і мають залишатися такими, вони мають підтримувати інтерес та запит туриста, а для цього важливим є дієве управління із відповідним планом розвитку [2. с.2]. Дослідження, що проводилися на тему туризму в багатьох країнах, показали відмінні результати на економіку, незаперечні плюси сфери туризму - використання місцевих сировинних ресурсів, низький рівень імпорту, якщо влада країни та місцеві підприємці за підтримки університетів зможуть реалізувати всі плюси сфери туризму, у тому числі міського, в результаті певна територія країни отримає туристичні об'єкти різної спрямованості які правильно реалізовані. За рахунок цього сфера туризму може перевищити вплив промисловості на економіку країни чи міста [4. с.2].

Відвідуючи туристичний об'єкт на певній території тієї чи іншої країни, турист неминуче залишає певні кошти, як і місцевий житель сплачує всі податки: акцизний збір, податок на додану вартість, який сплачують робітники туристичної галузі; податок на прибуток, що оплачується туристичними організаціями; податки, які оплачують компанії постачальники (електроенергія, вода, продуктів харчування, будівельні матеріали) всього необхідного для роботи туристичної організації. За рахунок будь-якого туристичного об'єкта з'являються довгі економічні ланцюжки, робочі місця, що в сукупності створює сприятливе економічне середовище вже не тільки для певної території, де знаходиться туристичний об'єкт а й для всієї країни. Надходження до державного

бюджету у вигляді всіх прямих та непрямих податків може становити до 55% від загального надходження від туризму [4. с.3].

При цьому недостатньо просто вкласти державні, приватні підприємницькі або навіть іноземні інвестиції, щоб підготувати до прийому туристів туристичний об'єкт. Також важливим є просування реклами або PR-служб про цей об'єкт у широкі маси, на це навіть можуть виділити більше коштів, наприклад, ніж на реконструкцію самого об'єкта. У таких випадках багато чого залежить від місцевої влади, яка може замовити рекламу в місті, розмістити про це новину на своєму офіційному сайті. У PR-служб це довгострокова інформаційна стратегія, метою якої є створення позитивної думки, тим самим привернути увагу ще більше туристів [5. с.4].

Коли у великому місті вдається виконати таке не просте завдання як підготовка туристичного об'єкта, популяризувати його або взагалі створити з нуля і він починає приносити радість туристам та користь місту та країні загалом. Тоді перед містом та в цілому країною з'являється можливість почати будувати з нуля свій імідж або змінити його. Це комплекс характеристик та асоціацій, що свідчить про культурний, соціальний та економічний потенціал. Це дає ще більше можливостей залучати іноземних туристів, інвесторів, бізнес-партнерів, а що найважливіше дає міжнародне визнання (за темою автора це у сфері туризму зокрема у міському), і в цілому покращення міжнародного сприйняття країни, як місце куди можна і обов'язково потрібно приїхати туристу, як інвестору, який знає, що сюди потрібно інвестувати тощо [7 с.2], [8 с.5].

Так само імідж створюється на основі елементарних речей, як образ міста та темп життя міста та його громадян. Клімат теж впливає у його створенні сонячний він чи туманний. Чи є місце зеленим і взагалі, яка у нього флора та фауна, який рельєф, гідрографія. Планування міста, яке воно зручне або незручне. Це зрештою збагатить духовно-емоційну

складову туриста і заповнить враженнями та спогадами його пам'ять, може бути, цей турист відвідає місто знову або переїде на постійне місце проживання [3 с.2].

Тому життєво важливо не просто вкласти, інвестувати кошти, а правильно ними розпорядиться, інакше у кращому варіанті цей об'єкт закрийється і буде виставлений на продаж чи оренду, який можуть викупити чи орендувати та дати йому друге життя, а в гіршому він буде покинутий [5. с.4].

Подібні моменти практикуються в Європі, де законодавчо можна владі здати в оренду туристичний об'єкт, що має історико-культурну цінність, такі як маловідомі замки або палаци. Здаються з різних причин однією з таких є нестача робочих рук. Придбати як власну нерухомість не можна лише оренда з метою популяризації і отримання прибутку з об'єкта. Орендуєць проходить через бюрократичні процедури, де одним із пунктів зобов'язується зберегти його первісний вигляд. При порушенні договору орендарем він буде розірваний [6].

1.2 Складові елементи у системі міського туризму

Відвідувати міста туристи можуть з різних причин (подивитися красу міста, його архітектуру, неповторний стиль) або іншими, наприклад обставини (ознайомлення зі визначними пам'ятками, що історично склалися з якимись значущими подіями або самому взяти участь у подіях), сходити на шопінг (ярмарки, виставки або торговельні центри), розвагами (парки розваги, події, засновані на будь-яких святах), паломництво або елементарно з оздоровчою метою. Варіацій причин цього величезна. З урахуванням перерахованого можна говорити, що ресурсною базою міського туризму є культурно-пізнавальні, подієві та бізнес ресурси, які використовуються для розвитку туристичної діяльності у містах та залучення сюди потоків туристів [2. с.2].

Тому розвиток міського туризму безпосередньо пов'язаний і залежить від рекреаційної ресурсної бази будь-якого міста (природні та кліматичні особливості, архітектурна та історико-культурна спадщина). На основі наявного будуються та пропонується туристичні програми міста, наприклад (рекреаційний туризм, лікувально-оздоровчий), а вже з наступним високим рівнем розвитку та суспільно-економічного життя відкривається різноманітність надання та подача розважальних, торгових, освітніх, комунікаційних послуг [2. с.2]. Від туристичної спеціалізації відрізняють види міських туристичних центрів: культурно-пізнавальний; діловий; міста-курорти; лікувальні центри та паломництва. Багато міст, переважно великі, є напівфункціональними [3 с.2].

Таблиця 1.1

Види міського туризму
(побудовано автором за даними [2. с.2], [9. с.1-2])

Складові частини	Входить до переліку
Шопінг-туризм	Відвідування громадських, культурно-мистецьких і спортивних заходів.
Подієвий туризм	Відвідування різноманітних подій та заходів, таких як фестивалі, концерти, спортивні змагання.
Діловий туризм	Участь у конференціях, семінарах, переговорах, зустрічах з партнерами чи клієнтами, професійному навчанні та інших ділових заходах.
Пізнавальний туризм	Відвідування історико-культурних і природних пам'яток, пам'ятників, музеїв.
Освітній туризм	Відвідування лекцій, виставок, конференцій, лабораторій та інших освітніх заходів, навчання мов, дослідження інших культур та традицій.
Рекреаційний туризм,	Різні види відпочинку та розваг, які віддають перевагу туристом, який спрямований на позитивне проведення часу та відновлення сил, наприклад, пляжний відпочинок.
Медичний туризм	Відвідування для медичних закладів різного профілю з метою отримання якісної та доступної медичної допомоги.
Екстремальний туризм	Пов'язані з заняттями небезпечних та екстремальних видів спорту, наприклад, бейсджампінг.
Паломницький туризм	Відвідування священні місця.
Спортивний туризм	Урок популярних видів спорту, такі як пішохідний туризм, велосипедні прогулянки, плавання. Безпечний та доступний для широкого кола людей

1.3 Методологічні особливості дослідження міського туризму

На сучасному етапі розвиток туризму, розробка позитивних прогнозів та результативної політики влади для туризму не може бути без застосування методів та методик вивчення такої сфери економіки, як туризм. До методів дослідження висувуються конкретні вимоги (рис. 1.1.) [36. с.3].



Рис. 1.1. Вимоги до методів дослідження [36. с.3].

Облік цих особливостей під час проведення досліджень сприяє отриманню справді наукових результатів. Методи наукового дослідження можна розділити втричі великі групи: філософські; загальнонаукові; конкретно-наукові [36. с.3].

Філософські методи - це використання категорій, положень, принципів та законів тієї чи іншої філософської системи для проведення наукових досліджень. Також можливе використання положень позитивістської, неопозитивістської та постмодерної філософії.

Загальнонауковий метод - це такий засіб або прийом (або вся його комплексність), який з деякими різновидами використовується у всіх або майже у всіх наукових дисциплінах. Загальнонауковий метод

використовується з урахуванням особливостей конкретного об'єкта дослідження. Прикладами можуть служити методи моделювання та логічні засоби, такі як аналіз та синтез, індукція та дедукція.

Конкретно-наукові методи використовуються лише в економічній географії тому вважається нестандартним науковим методом, оскільки використовувати його в соціальній чи політичній географії було б недоцільно. У той же момент метод балансів може бути використаний у подібних конкретних ознаках дисципліни, наприклад, регіональної та економічної географії. Він також відноситься конкретно-науковим, але не спеціальним, а міждисциплінарним.

Для вивчення туризму доречно скористатися сукупністю методів письменницький, метод ідеалізації, картографічний, статистичний, польових досліджень, SWOT-аналіз тощо [36. с.4]. Опис це впорядкована характеристика території та теоретичний синтез отриманої інформації, пояснення та побудова теорії. Описовий етап у вивченні туристичної географії є найбільш тривалим. Для розгляду отриманої інформації вчені поступово почали використовувати методи класифікації та категоризації, а також елементарні статистичні розрахунки [36. с.4].

Метод ідеалізації передбачає створення ідеальних зразків при цьому зіставляючи з ідеальним варіантом. Це складний метод, і його застосування вимагає врахування особливостей інших методів, моделювання, аналогії абстрагування. Картографічний метод це систематизація, яка підводить до підсумків цього географічного вивчення як картографічні моделі, карти, картосхеми, де карти відіграють важливу роль у вивченні просторових моделей та інших явищ. Її складання є важливим наслідком географічних досліджень [36. с.5]. Статистичний спосіб дослідження добре себе показали під час вивчення багатьох явищ і секторів економіки, включаючи туризм. Для аналізу туристичної сфери застосовують метод сезонної оцінки числа туристів, що подорожують не через туристичні агенції (рис. 1.2.) [36. с.5].

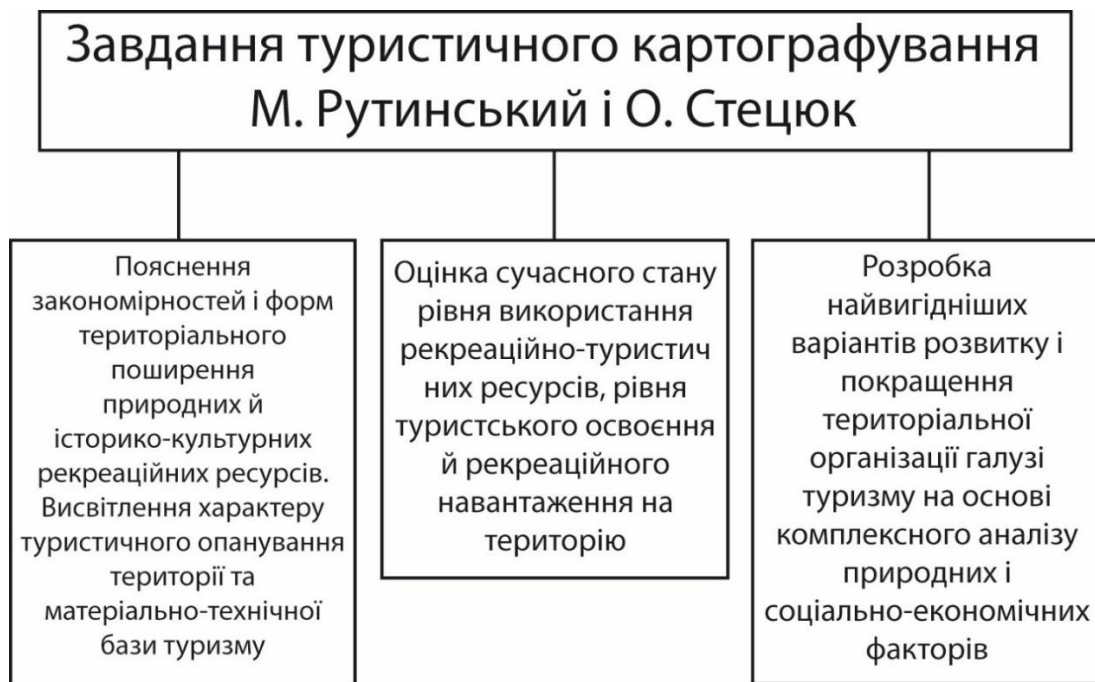


Рис. 1.2. Завдання туристичного картографування за М. Рутинським і О. Стецюк [36. с.5].

Вченим та аналітикам недостатньо наявної інформації про розвиток туризму, що є у відкритих джерелах інформації, наприклад про поїздки вихідного дня, про мотиви міжнародних туристичних поїздок, про розвиток прикордонного туризму. Тому це змушує вчених та аналітиків звертатися до соціологічних опитувань, досліджень, спостережень. Основна мета подібних досліджень - визначити привабливість природних та історико-культурних ландшафтів, а також бажання та поведінку туристів [36. с.7].

SWOT-аналіз щодо новий метод дослідження туризму. У ході цього процесу визначаються сильні сторони (Strengths), відповідно слабкі сторони (Weaknesses), а також можливості (Opportunities) та погрози (Threats). Суть SWOT-аналізу полягає у виявленні та порівнянні сильних і слабких сторін по відношенню до можливостей і загроз навколишнього середовища об'єкта дослідження, що цікавить нас. У ході процесу аналізу визначається, чи є в об'єкта дослідження стратегічні перспективи та можливості для його реалізації [37. с.2].



Рис. 1.3. Методика дослідження туризму в регіоні [36. с.9].

План організації стабільного зростання туристичної сфери в усіх областях України, який передбачає поліпшення ситуації і в містах, як невід'ємну частину адміністративно-територіальної одиниці, яким мають користуватися кваліфіковані науковці, представники туристичних компаній із залученням влади. У плані має бути оцінка наявного рівня туризму, перспективні напрями на основі наявних туристичних ресурсів з подальшим залученням фінансових, матеріальних, трудових ресурсів, що виробляють механізм стратегії в туристичній сфері. Цей процес невід'ємно викликає зіткнення державних, фінансових, соціальних інтересів, де сторони плану, що беруть участь, повинні вирішити розбіжності і отримати вигоду від результату, оскільки без цієї умови реалізувати успішно план стабільного зростання в туристичній сфері неможливий. Кінцевий результат плану призводить до виконання потреб громадян у галузі туризму, де в результаті проводитиметься економічна, соціокультурна активність (рис. 1.3.) [36. с.10-11].

РОЗДІЛ 2

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ МІСТА ХАРКОВА

2.1 Характеристика міського туризму міста Харків

Коли йдеться про розвиток міста Харків, необхідно приділити увагу розвитку його туристичної сфери, оскільки це сприяє підвищенню культурного рівня, покращення здоров'я та зокрема ментального стану громадян, збільшення надходжень фінансів після чого починає зростати попит на товари та послуги, де значний відсоток займатиме міська промисловість. Збільшення туристичних об'єктів та їх популярності призводить до зростання готельного, ресторанного господарства впливає стан кон'юнктури у будівництві та інфраструктурі. Це у свою чергу створює робочі місця [5. с.2].

Для розвитку туризму необхідно використовувати разом історико-культурні та ландшафтні ресурси, оскільки вони є основним для цього. Естетична привабливість ландшафтів стимулює розвиток культурних ініціатив та зростання потоку туристів та підвищує історико-культурний потенціал території. Поєднання цих туристичних ресурсів у свою чергу дає можливість у розвиток конкретних видів туризму на певній території [5. с.2].

Першим важливим для туризму аспектом є переміщення з рекреаційною метою. Сучасна система транспорту міста Харків складається з двох рівнів: перший – автобуси, тролейбуси, трамваї та таксі; другий – метрополітен. Наявність метрополітену у місті дає йому перевагу на фоні інших міст України, і цю перевагу місто використовує, проте метрополітен не розширює свої лінії, у планах є будівництво двох нових станцій, але коштів немає. Усі види громадського транспорту Харкова мають окремі диспетчерські центри, які керують ними. Для другого рівня - харківського метрополітену це не важливо, оскільки він фізично не

стикається з першим рівнем. Проте для першого рівня – децентралізація створює суттєві проблеми більше для самих громадян та гостей міста. Сама ідея децентралізації керівництва першого рівня транспортної системи непогана, проте коли це ускладнює узгодження маршрутів, призводить до затримок громадського транспорту, нестабільного графіка і коли навіть метрополітен не може вирішити це питання, оскільки не покриває все місто станціями метро, то це проблема [10. с.2].

Ще одним фактором у пасажирських перевезеннях це різні форми власності у всіх представників громадського транспорту. Власником метрополітену є комунальне підприємство «Харківський метрополітен», тролейбусним та трамвайним транспортом власником є комунальне підприємство «Міськелектротранспорт», а автобусними маршрутами займаються підприємства державні, приватні підприємства та фізичні особи.

Підсумовуючи, транспортна система Харкова потребує перегляду децентралізації для першого рівня системи. Оскільки це створює незручності більше місту, ніж самим власникам громадського транспорту. Пропонується об'єднати і зробити одне комунальне підприємство, яке побудує роботу або є варіант залишити децентралізацію з кінцевим результатом її оптимізації. Адже це по суті основна її проблема, є приклади, де державні, приватні підприємства та фізичні особи покращували транспортну систему міста - оновленням парків та підходом до його обслуговування [10. с.2]. Проблеми та перспективи розвитку транспортної інфраструктури пов'язані з підвищенням якістю транспортного обслуговування. Вплив на якість парку транспортної інфраструктури надають зовнішні, внутрішні та ринкові фактори (рис. 2.1.).



Рис. 2.1. Чинник впливу на якість транспортного обслуговування туристів [15 с.15].

Система громадського харчування утворює різні класи ресторанів, барів, кафе, закусочних, закладів швидкого харчування та магазинах самообслуговування (рис. 2.2.). Туристи ставляться до їжі не тільки як до фізіологічної потреби, а й як до способу знайомства з традиціями приймаючої країни. Адже кухня країн відображає її побут та культуру, національні особливості. Не просто так національну кухню називають візитівкою країн.

Особливо швидко розвиваються ресторани, різні кафетерії саме в торгових центрах та популярних туристичних центрах, де у вихідні або у будні дні після закінчення робочого дня приходять місцеві жителі та туристи приємно провести час.

Зараз також набирають популярність заклади самообслуговування, де не потрібно просити офіціантів зробити замовлення. Оскільки Харків

велике та перспективне місто у сфері туризму для іноземних туристів, це буде великим плюсом оскільки не буде виникати непорозуміння через не знання мов один одного. Іноземний турист знаючи про це просто візьме, що йому необхідно сплатить і далі вирушить своїм маршрутом. Тим більше якщо ця продуктова мережа буде впізнавана у світі, країні, чи самому місті. І навіть впровадження закладів самообслуговування не сильно нашкодить іншим гастрономічним закладам, не позбавить людей роботи, оскільки людина істота соціальна, звичні нам заклади пропонують нам не лише їжу, напої, а й унікальну атмосферу будь-якого подібного закладу. Тут люди можуть завести спілкування на знайомі теми, прийти разом із друзями, родичами, де офіціанти та працівники закладів харчування можуть вам допомогти зробити замовлення [11].



Рис. 2.2. Класифікація закладів харчування [11 с.3].

Одним із найважливішим місцем надання послуг залишаються заклади розміщення туристів: готелі; мотелі; турбази. (рис. 2.3.) В Україні

ще поширений індивідуальний момент здачі квартир подового їх власниками на правах оренди. Якість знаходження в закладах та їх рівня прямо залежить від фінансових можливостей туриста, як і туристичні потоки прямо впливають на рівень розвитку та якості.

Готельний бізнес є окремим економічним явищем, для зацікавлення людей туризмом, у тому числі і міським, оскільки прибравши готельний бізнес, сфера туризму серйозно постраждала. Готелі при цьому сприяють залученню туристів, що прибувають у країну, що також сприяє економіці країни. З часом завдяки розвитку телекомунікаційних технологій, поява інтернету та розвитку електроніки полегшила туристам пошук місця для ночівлі, що дає впевненості людині в тому, що вона зможе приїхати в будь-яке місце з туристичною метою, там же відпочити, привести себе в порядок тощо [11 с.4].



Рис. 2.3. Заклади розміщення туристів [11 с.4].

В умовах стрімкого розвитку туристичного ринку конкуренція між туристичними напрямками посилюється. Робляться зусилля щодо залучення інвестицій, у тому числі іноземних. Аналітики прогнозують, що конкуренція у цьому напрямку посилюватиметься і виграє від цього той, хто зможе вигідно та правильно себе позиціонувати. Ключовим фактором формування переваги у людей є наявність бренду DESTINATION або його відсутності. Це є постійною гарантією популярності у споживчому середовищі. Поєднує імідж і бренд, мета котрих спрямована на створення позитивного образу компанії, міста, країни. Успішне поєднання бренду (ідентифікація) та іміджу (сприйняття) обумовлює довгострокову довіру людей. Елементами бренду міста є: ім'я, логотип, слоган, якість, ціна та позиціонування, репутація (рис. 2.4.) [11 с.180].

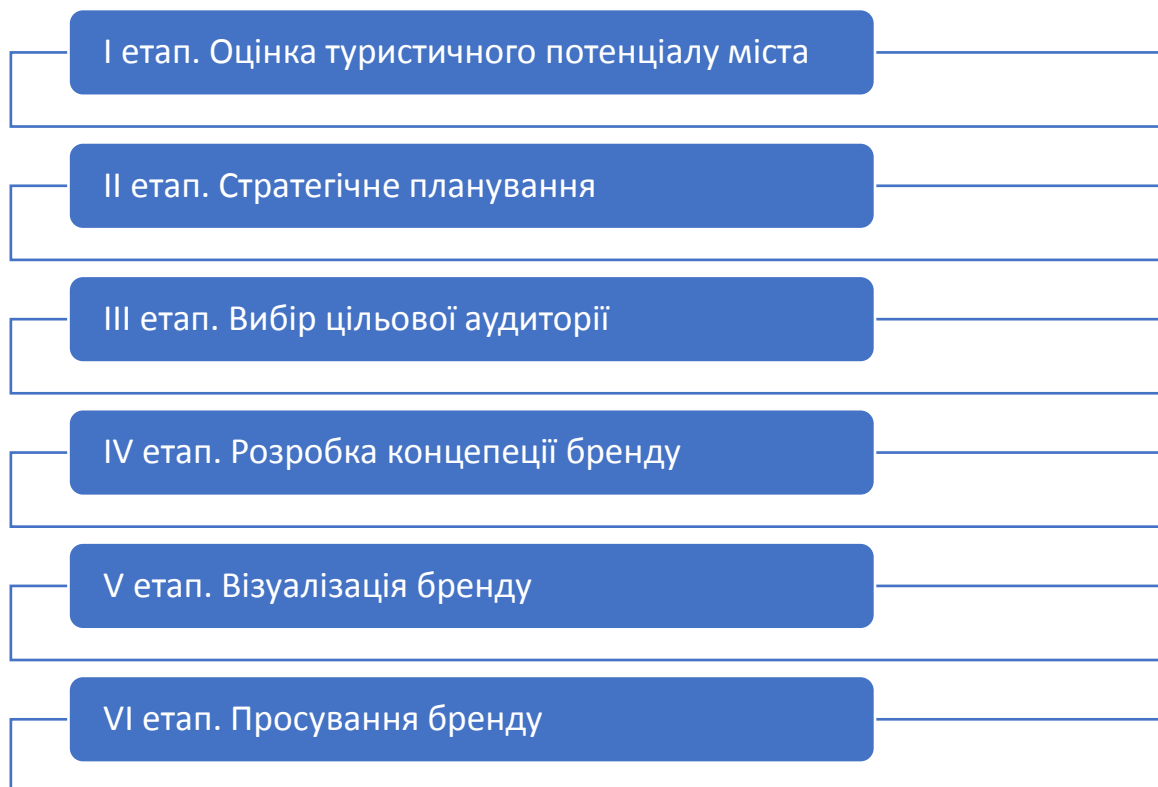


Рис. 2.4. Етапи розробки бренду міста [11 с.180].

На першому етапі проводиться всебічний аналіз міста з погляду його туристичної привабливості. На другому етапі формується довгострокова стратегія розвитку туристичного бренду. Визначаються цілі та завдання,

цільові ринки, бюджет, а також ключові показники ефективності. На третьому етапі визначаються основні групи туристів, на яких буде спрямована маркетингова кампанія. Це можуть бути молодь, сімейні пари, бізнесмени, любителі активного відпочинку. Четвертий етап – розробляється унікальне позиціонування міста на туристичному ринку. Визначаються ключові цінності, які асоціюватимуться з містом (наприклад, історія, культура, природа, гастрономія). П'ятий етап - створення візуального образу бренду: логотип; фірмовий стиль; дизайн рекламних матеріалів. Візуальна складова має відображати концепцію бренду та викликати позитивні емоції у цільовій аудиторії. Останній, шостий етап - проводиться активна маркетингова кампанія для просування туристичного бренду міста. Використовуються різноманітні канали комунікації [11 с.180].

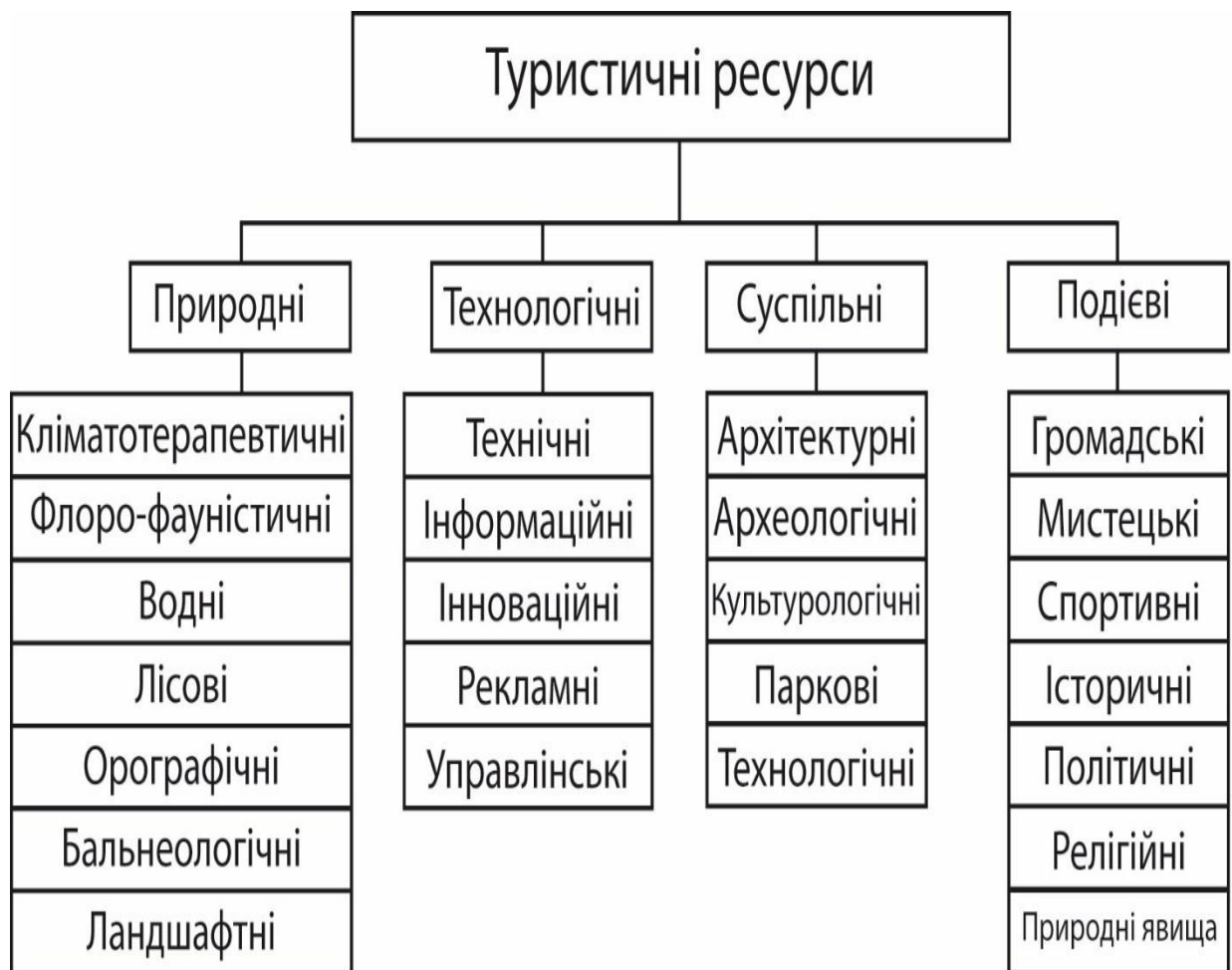


Рис. 2.5. Класифікація туристичних ресурсів за І. Смалем [27 с.18].

За класифікацією туристичних ресурсів І. Смаль (рис. 2.5.) виділяються природні до яких входять клімато-терапевтичні, флоро-фауністичні, водні, лісові, орографічні, бальнеологічні і ландшафтні. До технологічних входять: технічні; інформаційні; інноваційні; рекламні; управлінські.

Матеріальні об'єкти, які несуть смислову та естетичну інформацію - це суспільні туристичні ресурси, які використовуються в туристичній діяльності. Суспільні ресурси об'єднують у групи: архітектурні; археологічні; культурологічні; паркові; техногенні.

Подієві туристичні ресурси включають мотиваційні передумови для поїздки у місце, де відбуваються події і явище. Існують різні рівні пізнавальної цінності подієвих туристичних ресурсів до яких відносять глобальні, регіональні та місцеві. За тематикою виділяються групи: громадські; мистецькі; спортивні; історичні; політичні; релігійні; природні явища [27 с.18].

Таблиця 2.1

Приклади туристичних ресурсів за класифікацією І. Смаль

(побудовано автором за даними [27. с.18])

Природні	Суспільні	Подієві
Центральний парк	Центральний парк	
	Майдан Свободи	
Сад Шевченка	Сад Шевченка	
Харківський зоопарк	Харківський зоопарк	
Саржин Яр	Саржин Яр	
Парк “Молодіжний”	Парк “Молодіжний”	
Сквер “Стрілка”	Сквер “Стрілка”	

2.2. Особливості планування та зонування міста Харків

Сучасна концепція є дестинацією з двох позицій, перша з позиції відвідувача, а друга з менеджера-девелопера. З погляду відвідувача це

місце, яке підбирається з метою проведення рекреації. Основними елементами концепції є: місцевість (місто, ліс, узбережжя); вибір (маркетинг, особистий мотив); схильність (культурне, екологічне та соціально-економічне).

Друга позиція це погляд менеджера з розвитку на управління туристичним потребам і яке воно має вплив на дестинацію. За рахунок розвитку дестинації з часом запроваджуються поняття управління попиту (оцінка якості, бренд, простота, загальнодоступність). Управління впливом/ефективністю (постановка плану для розвитку сфери туризму, а також оцінка ефективності території, планування та зонування) [38 с.1].

Кластерний підхід широко використовується в туристичному секторі для формування та розвитку конкурентоспроможних туристичних дестинацій. Його використання якого є важливим на рівні окремих районів, оскільки однією з причин результативності кластера є його регіональна інтеграція різних підприємств та кампаній, а також тісне взаємини контактів між собою.

Загальне значення кластера це сукупність у системі однорідних одиниць, які можна розглядати як самостійні компоненти з конкретними властивостями.

У плані розвитку районів є структура територіально-галузевої організації виробництва, яка допомагає втілити новаторський підприємницький проект економічного зростання. Проект реалізується за участю зацікавленої регіональної та муніципальної влади, що у свою чергу створює синергетичний ефект від співпраці з науково-дослідними та проектними організаціями.

Туристичні кластери регіонів визначаються за підсумком об'єднання регіональних туристичних кластерів (міських туристичних дестинацій) з їхньої території. На створення цих кластерів впливає ресурсний фактор, це добре відомий пункт у всіх сферах, де важлива наявність природних, культурних, історичних, фанових, налагодження трудових ресурсів, і

земельні ділянки під використання - все це визначає потенціал розвитку туризму в регіоні, а також передбачає специфіку доповнюючих підприємств, а це можуть бути наприклад кластери лікувально-оздоровчого спрямування, різних спортивних напрямків та подібних напрямів можна перераховувати багато.

Також одним з важливим фактором є фактор діяльності з назви це говорить про отримане за підсумком діяльності людини. Завдяки цьому чиннику зберігається конкуренція на ринку сфери туризму, працює це за рахунок створених умов, що реалізуються на певній території [38 с.2].

Розвиток туристичної сфери в Україні вимагає створення діючих та збалансованих проєктів як складової стратегії як соціального так і економічного розвитку території на тривалий період, це дозволить визначити позиціонування, а також фокус розвитку господарських структур від міст і до областей, вирівнювання дисбалансу між секторами економіки та послужить зменшенню випадків зіткнення інтересів громад, та об'єднаних територіальних громад. Розробка цих програм є процесом закладеним у стратегічний план розвитку на 2021 – 2027 роки.

У зв'язку з проблемами розвитку туристичної сфери та рекреації, уряд схвалив стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, де обрано першочергові цілі та завдання. Нормативно-правовою базою для розробки регіональних стратегій є українське законодавство «Про стимулювання розвитку регіонів» та «Про засади державної регіональної політики», Процедури розробки регіональних стратегій розвитку та планів дій щодо їх реалізації, а також моніторингу та оцінки ефективності реалізації цих регіональних стратегій та планів дій (затверджено постановою Кабінету Міністрів України №932 від 11 листопада 2015 року), Методологія розробки, моніторингу та оцінки ефективності стратегій регіонального розвитку та планів дій щодо їх реалізації (наказ Міністерства регіонального розвитку, будівництва та

житлово-комунального господарства України №79 від 31 березня 2016 року.) [39 с.326-327].

Загальний метод створення плану дій регіонів, спільнот та територій отримав фундамент для створення та стандартизації стратегій регіонів. Стратегія розвитку туристичної сфери та рекреації, тут не мається на увазі під окрему стратегію, а допускає лише створення регіональних програм розвитку туристичної сфери та рекреаційної індустрії.

Першочерговий пріоритет та завдання розвитку туристичної сфери є невід’ємною частиною загальної стратегії соціального та економічного розвитку. Виконання встановлюється шляхом створення спеціальних регіональних програм туристичної, рекреаційної сфери, а також захисту культурної спадщини певної території та її розвитку. У питанні фінансування програм, це доручено регіональним та місцевим бюджетам [39 с.327].

Вивчення способів до складання регіональних стратегій розвитку туристичної сфери та рекреації в Європейському Союзі дало сформуванню методик формування плану розвитку туристичної сфери та рекреації на території України, це допоможе об’єднати та сфокусувати всі складові обласного ресурсного та економічного потенціалу на фундаменті комбінацій, виконання цілей сталого розвитку та створення стійких внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг [39 с.328].

Для здійснення плану розвитку туристичної сфери та рекреації необхідно розробляти обласні механізми, які сприятимуть об’єднанню та регулюванню суб’єктів ринку, а також тісно пов’язаних до них галузей та орієнтації докладених зусиль, найбільш оптимальному з погляду здійснення спільної стратегії [39 с.330].



Рис. 2.6. Процес формування стратегії регіонального сталого розвитку туризму та рекреації [39 с.329].

Компоненти формування стратегії регіонального сталого розвитку туризму та рекреації значно (рис. 2.6.) відрізнятимуться, це залежить від низки причин. Вплив на це надає регіон, місто по відношенню до якого буде застосовуватися стратегія і будуватися вона повинна, відштовхуючись від параметрів суб'єкта, що розглядається, наприклад від вже наявної туристичної інфраструктури, туристичних об'єктів. Даний підхід планування стратегії полягає в тому, що дозволяє створити ціле уявлення туристичної складової міста. Зрозуміти які процеси протікали, що привели до наявних результатів, дозволяє спрогнозувати тенденцію розвитку, попит на туристичні компоненти, ефективність існуючої моделі розвитку туризму в місті.

Такий підхід відрізняється від реалізованих вузькоспрямованих програм розвитку конкретних туристичних об'єктів тим, що його першорядним завданням є провести комплексний аналіз регіону, міста.

Зібрати в сукупність більше сфер діяльності міста, проаналізувати їх, знайти взаємозв'язок конкретних сфер з туристичною сферою, який вплив вони мають, знайти першопричини проблеми розвитку туристичної сфери і вирішити їх [39 с.330].

2.3 Структура міського туризму міста Харків

В умовах відсутності достатньої статистичної інформації про кількість туристів, які відвідують Харків, суми витрачені туристами, доходи міста від туризму та кількість людей, зайнятих в індустрії туризму. У такому разі допоможе об'єктивна інформація про потенціал міського туризму Харкова, це дозволить готельним мережам, туристичним операторам та заступникам голів місцевих адміністрацій ознайомиться зі станом туризму у місті, з подальшим виділенням коштів на розвиток туристичної галузі.

До популярних туристичних пам'яток відносяться: Центральний парк, який один з 15 найкращих парків Європи; майдан Свободи, одна з найбільших площ Європи (близько 12 га, 6 місце у Європі, 12 місце у світі); найбільший в Україні «сухий» фонтан на майдані Свободи у центрі міста (150 струменів, 7 кілець, 36 метрів у діаметрі); Сад Шевченка; Стадіон "Металіст"; ТРЦ "Французький бульвар"; Саржин Яр; Харківський зоопарк, який відповідає всім європейським нормам [14 с.2].

У період статусу Харкова у якості Першої столиці (1917-1934 рр.) Центральний парк називався Комунальним. Як центральний культурно-рекреаційний парк цей харківський парк досяг свого найвищого розквіту та увійшов до списку садово-паркових пам'яток мистецтва.

Основні моменти садово-паркового мистецтва традиційно видаються як об'єкти, сформовані з двох елементів: природного (дерева, луки, чагарники, водойми та ін.) І творчої - людської праці з естетичного

осмислення та надання форми природним компонентам та доповненню їх об'єктами паркового будівництва.

Окрім постійної діяльності гуртків та секцій, Центральний парк у Харкові приймав близько 200 великих заходів на рік. За кількістю відвідувачів щодо площі парку він був найкращим у місті. У святкові дні тут збиралося понад 100 000 людей [15 с.1]. У 2010 році було розпочато проект глобальної реконструкції парку. Це був масштабний проект, але він був реалізований у мінімальні терміни. 23 серпня 2012 року, у День визволення Харкова було урочисто відкрито.

Символом нового парку атракціонів стала білка. Вже не одне покоління харків'ян протягом десятиліть відвідує парк, щоб нагодувати цього милого створення. Ця традиція є невід'ємною частиною парку.

Під час реконструкції було встановлено нові атракціони, зроблені у Німеччині, Італії, Канаді, Франції та Великій Британії. Серед них – найкращий в Україні Розважальний центр, американські гірки, найбільше в Україні колесо огляду (висота – 55 м), Французька карусель, Будинок жахів, а також атракціони для маленьких дітей, комплекс для любителів екстремальних видів спорту, ролердром, ретро-зона, спортивні майданчики, автодроми та інші об'єкти [16]. Все, що створено у Центральному парку атракціонів, справа рук харків'ян. Це місце створено для гарного відпочинку усіх верств населення [16]. Сайт парку оформлено сучасно з усіма тенденціями нашого часу. На ньому все індивідуально зрозуміло, де що шукати тощо.

На території парку знаходяться: вуличні розваги (атракціони, міні-атракціони, тематичні зони); розважальні центри (ігрові автомати, 7D кіно, місця проведення дитячих свят); квест-кімнати. Також на території парку знаходяться ресторани та кафе, а також вулична їжа, різноманітність якої вражає. З початку повномасштабного вторгнення парк неодноразово зазнавав обстрілів [16].



Рис. 2.7. Карта центрального парку міста Харків [16].



Рис. 2.8. Логотип та символ центрального парку [16].

За даними адміністрації Центрального парку з 24 лютого 2022 року було зруйновано п'ять атракціонів, ще дев'ять – зазнали значних пошкоджень. У зв'язку з поточними обставинами запуск атракціонів адміністрацією законсервовано, але парк, як і раніше, використовується відвідувачами для прогулянок. За парком, як і раніше, стежить персонал парку, відбувається облагородження території, висаджують квіти, доглядають озеро [30].

Майдан Свободи має форму хімічної реторти. Таку незвичайну форму площі надали через Будинок Державної промисловості. Для будівництва цієї площі було виділено три сусідні райони. Це започаткувало формування нового мікрорайону з площею, центром якої став Державний промисловий корпус. Інший кінець майдану було обмежено Сумською вулицею. У 2017 році Держпром був включений до списку Світової спадщини ЮНЕСКО [17].

Майдан Свободи відіграє центральну роль у культурному та суспільному житті Харкова. Тут у довоєнний час відбуваються головні державні свята, народні гуляння, ярмарки, концерти та інші масові заходи. Найбільш багатолюдний концерт, який відбувся 12 вересня 2008 року на площі і зібрав один із найбільших натовпів (оцінки, від 150 до "понад 350 тисяч"). Виступав легендарний британський гурт Queen і Пол Роджерс. Гітарист гурту Queen того ж дня написав у своєму блозі:

“У це важко повірити ... Більше чверті мільйона прекрасних жителів Харкова зібралися на площі Свободи і запалили! Вони скандували, сміялися, кричали і плакали ... Це була зустріч, яку важко собі уявити. Ми були натхненні, вражені й навіть часом надто емоційні.”

Брайан Мей

британський рок-музикант, гітарист гурту Queen

Вхід на площу був безкоштовним, музиканти не отримували гонорар за виступ. Українська сторона взяла на себе лише витрати на проведення концерту та проживання артистів [18].

Виступ легендарного музичного гурту Queen та Пола Роджерса був покликаний привернути увагу до боротьби зі СНІДом, яка призвела до смерті вокаліста гурту Queen - Фредді Мерк'юрі [17].

Сад імені Тараса Шевченка – ботанічний сад у центрі Харкова, один із найстаріших у місті. Історія міського саду, названого на честь видатного поета України, починається у 1880-х роках, коли було придбано землю для створення парку. Ініціатором його створення виступила Асоціація любителів ландшафтного дизайну та деревообробки [20 с. 1]. У 1935 року тут було встановлено пам'ятник великому українському поетові та художнику Т.Г. Шевченку [21]. Спроекований він був відомим ландшафтним архітектором Олександром Біроноженком.

Проект включав алеї та водоймища, а також різноманітні дерева та чагарники. У 2000-х роках було проведено масштабні ремонтні роботи, спрямовані на відновлення історичного ландшафту, модернізацію інфраструктури та створення приємного середовища для відвідувачів парку. Парк слугує місцем відпочинку городян, де проводять різноманітні заходи та їх спрямованості, а також парк є об'єктом культурної спадщини [20 с. 1].

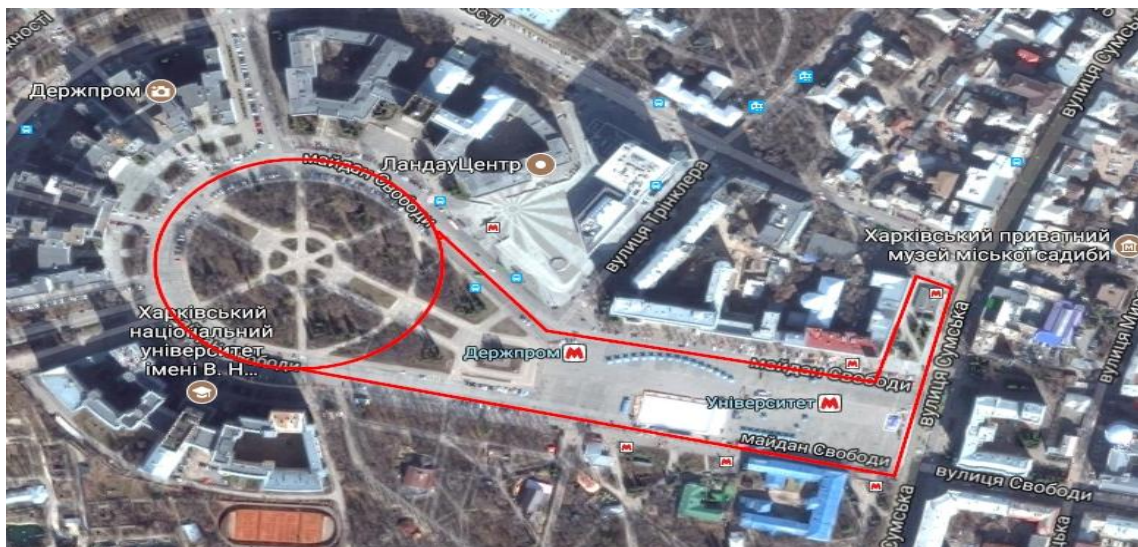


Рис. 2.9. Скріншот супутникового знімку майдану Свободи [19].

У деяких місцях ландшафт змінився до невпізнання. Замість старого ярю з'явився цілий каскад озер. У них оселилися чорні лебеді, а на воді збудовані їхні будинки. На березі озера вздовж сходів, що ведуть до озера, тягнуться сучасні, зручні, приємні оку лави. Тут можна помилуватися красою садів і освіжитися, обплескавшись водою що б'є з фонтану. На всій території садів працює безкоштовний Wi-Fi, тому можливо залишатися на зв'язку і користуватися інтернетом. Альтанки, сучасні скульптури, романтичні арки, ковані містки через ставок – все це лише частина величезного, сучасного саду Шевченка. Діти мають можливість випробувати себе у ролі великих творців, а саме:

- скульптура Володимира Вернадського - видатного вченого природознавчого напрямку, який провів своє дитинство в цьому місті;
- композиція пам'яті художника Іллі Рєпіна;
- скульптура Леоніда Бикова, у ролі капітана Титаренка ;
- пам'ятник Марку Бернесу, який провів своє дитинство та юність у Харкові;
- скульптури Клавдії Шульженко та Ісаака Дунаєвського;
- скульптура Леся Курбаса під назвою «Людина невидимка та Лесь Курбас» [22].

Історія ОСК «Металіст» бере свій початок у 1925 році. На той час робітники та службовці паровозобудівного заводу (нині ДП «Завод імені Малишева») збудували футбольне поле, бігову доріжку та невелику трибуну для глядачів. На той час це був найбільший стадіон у Харкові, який зараз є стадіоном «Металіст». Відкриття стадіону відбулося 12 вересня 1926 року. Перша назва стадіону - «Трактор», але після першої реконструкції 1949 року він був перейменований на «Чержинець», а на початку 1960-х років знайшов свою нинішню назву і став спортивним центром Харкова.

У 1966-1967 роках була реконструйована західна трибуна, а через три роки-північна. Ще через три роки було збудовано північну трибуну.

Наприкінці 2009 року реконструкцію стадіону було завершено. Побудовано дах по периметру, нові сидіння та територія, що прилягає до ложі преси. Наразі стадіон відповідає всім вимогам для проведення чверть фіналів чемпіонатів Європи.

Навіс стадіону не встановлений на трибунах. Він кріпиться на двадцяти чотирьох сталевих V-подібних стовпах по периметру стадіону, конструкція, що отримала неофіційне прізвисько «Павук». Завдяки такій конструкції стадіон здатний витримати землетрус у 8 балів. На початку 2010 року, перед приїздом до Харкова комітету Євро-2012 на чолі з Мішелем Платіні, на торцевих стінах сусідніх від стадіону будинках було нанесено символ ФК «Металіст» [23].



Рис. 2.10. Логотип ФК Металіст Харків [23].



Рис. 2.11. Карта ОСК «Металіст» [23].

Торгово-розважальний центр «Французький бульвар» це сучасний торгово-розважальний центр у Харкові. Загальна площа: шістдесят дев'ять тисяч квадратних кілометрів. Понад п'ятнадцять розважальних зон. У цьому торговельно-розважальному центрі розташовані магазини одягу, взуття, аксесуарів та електроприладів, а також різноманітні кафе, ресторани та розважальні заклади. Загалом більше ніж двісті магазинів та більш ніж двадцять п'ять кафе та ресторанів.

У торгово-розважальному центрі "Французький бульвар" з кожним роком з'являється все більше місць для активного відпочинку. Від льодової ковзанки та роллердрому «ШатоЛедо» до скеледрому «ПК-центр» та батутного клубу. Відвідувачі знайдуть собі заняття до смаку. Любителі здорової їжі також знайдуть широкий асортимент смачних та корисних продуктів.

У країні професій та захоплень «Франсільванія» ви і ваша сім'я зможете повечеряти в ресторані, зробити покупки та разом подумати про майбутнє ваших дітей. На окремому поверсі знаходиться «Дитячий бульвар», де відкрито понад 20 дитячих магазинів та чотири великі дитячі супермаркети. У торгово-розважальному центрі діти можуть не лише наповнити рюкзаки шкільним приладдям та поповнити гардероб модними новинками, а й зарядитися енергією та гарним настроєм, відсвяткувати дні народження та відпочити з батьками у розважальній зоні Харкова.

Французький бульвар - місце, де призначають побачення та роблять теплі фотографії. Головною особливістю всіх закоханих є точна зменшена копія Ейфелевої вежі, розташована на другому рівні паркування [24].



Рис. 2.12. Карта ТРЦ «Французький бульвар» [24].



Рис. 2.13. Логотип ТРЦ «Французський бульвар» [24].

Історія першого - Харківського зоопарку в Україні почалася у 90-х роках XIX століття, за ініціативою Олександра Брандта збудувати у Харкові «акваріум». влаштувати там виставку.

У 1895 році асоціація відкрила шкільний дослідницький центр на ділянці дослідного саду університету (близько 2,5 га). Спочатку тут містилися дрібні хижаки, невеликі птахи та свійські тварини. 1900 року перші ссавці та птиці прибули до Харкова з акліматизаційного зоопарку в Асканії Новій.

З 1830 по 1920 рік площа зоопарку збільшилася в десять разів, і в 1941 році в ньому експонувалося близько сотні видів ссавців, стільки ж риб, земноводних та рептилій, а також понад двісті видів птахів. Під час німецької окупації тут містилося сто п'ятнадцять видів тварин та птахів та двадцять п'ять видів риб. До звільнення вижили лише чотири ведмеді, п'ять мавп та один вовк. Будинок слонів, будинок мавп та акваріум було частково зруйновано, всі огорожі знесено, сотню співробітників замінили сорок, з яких лише п'ятнадцять колись працювали у зоопарку. У 1944 році до зоопарку надійшла перша група тварин, восени 1944 року в зоопарку розпочала роботу вчена рада під керівництвом В.Г.Авеліна. Розпочався період відновлення та розвитку зоопарку.

Після здобуття Україною незалежності зоопарк постійно веде роботу над його покращенням. Крім того, в зоопарку створені ідеальні умови для великої кількості вимираючих і рідкісних тварин. В зоопарку мешкають жирафи, гімалайські ведмеді, слони, японські мавпи, нільські крокодили, сурикати і африканські птахи. Зоопарк проводить тематичні екскурсії (оглядові, тематичні, подорожі континентами). У зоопарку є і дитячий зоопарк, місце де діти під наглядом кіперів можуть безпосередньо познайомитися з невеликими тваринами, де кіпери розкажуть про них багато чого цікавого оглядаючись на вікову групу відвідувачів і у відповідній манері спілкування» [25].



Рис. 2.14. Карта харківського зоопарку [25].

Готель Kharkiv Palace був офіційно відкритий у грудні 2011 року. З моменту заснування головною метою було створення домашньої та комфортної атмосфери для всіх гостей, які зупиняються у готелі. Для Kharkiv Palace важливо не лише виправдати, а й перевершити очікування

гостей. Команда готелю та окремі співробітники працюють 24 години на добу 7 днів на тиждень, щоб перебування в готелі стало справді незабутнім.

Якою б не була мета вашого візиту до Харкова, готель Kharkiv Palace вже обрали багато мандрівників, які звикли до зручностей високого стандарту гостинності та гастрономії. Просторі номери та розкішні люкси з чудовим видом на місто, зал, що ідеально підходить для проведення важливих заходів, різноманітні ресторани та бари, звичайно ж, спа-послуги для відпочинку після важкого дня.

Басейн в Kharkiv Palace функціонував цілий рік і обладнаний відповідно до найвищих вимог безпеки. У спеку насолоджувались комфортом у шезлонгах на відкритій терасі. Милувались заходом сонця через панорамні вікна, плаваючи в прозорій теплій воді басейну. У розпорядженні найкращі кардіо та силові тренажери при необхідності на місці можна звернутися до кваліфікованих тренерів. Готель надає широкий спектр косметичних процедур. Фахівці пропонують найкращі масажі та процедури з догляду за тілом. У готелі є банний комплекс, традиційна фінська сауна, а також турецький хаммам [26].

На даний момент готель не працює, оскільки 30 грудня він був підданий обстрілу. Також поранення в готелі отримав радник із безпеки команди журналістів німецького медіа – громадянин Великої Британії [31].



Рис. 2.15. Логотип готелю Kharkiv Palace [26].

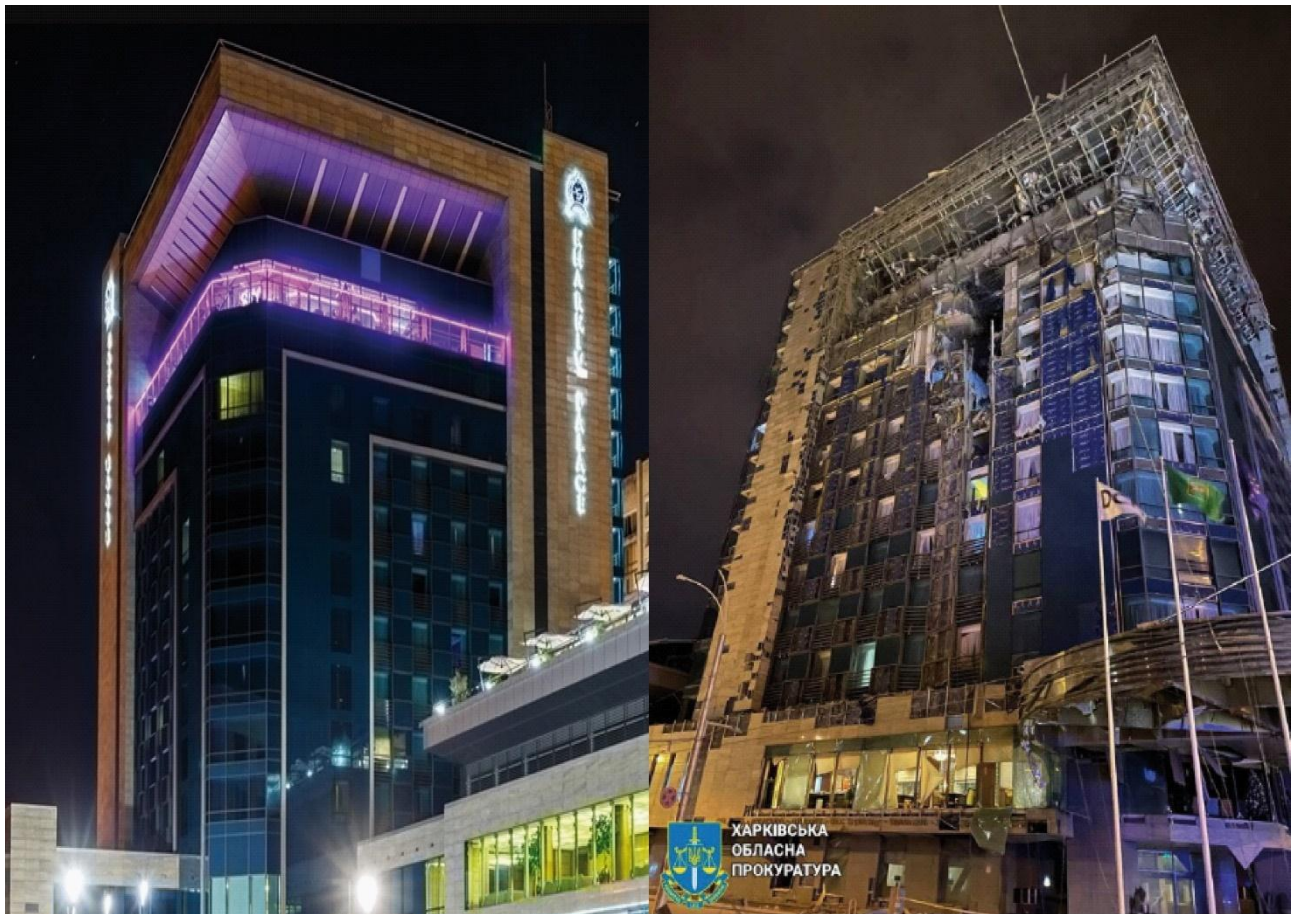


Рис. 2.16. Стан Kharkiv Palace до та після обстрілу [31].

Знаменита зона відпочинку Харкова - Саржин Яр отримала свою назву через особливості природного рельєфу та наявність на території маленького струмка – Саржина струмка. Паркова зона має площу 45 га, є природною балкою, яром. Довжина балки складає 12 км. Схили Саржин Яр у Харкові має пологі, порослі деревами. Вік тутешніх дерев поважний, що не є чимось особливим у Саржиному Ярі, оскільки парк був заснований у XVIII столітті.

У 2017 році розпочалося втілення у реальність проекту реконструкції покинутої частини Саржина Яру. Працівники харківської студії дизайну та архітектури SMB поставилися до цього об'єкту нестандартно, проект передбачав облагородження парку харківський Саржин Яр без зміни його цільної картини. Це означало, що елементи нового проекту мали обійтися без застосування сучасних будівельних елементів на кшталт плит з пластику, міських набережних та пляжів, а

головною метою розробників було збереження природи з мінімальним втручанням у вже наявний ландшафт. Вже 2019 року Саржин Яр був представлений в оновленому вигляді, оснащений якісним освітленням, лінії водойм від озерця до струмків та річки, були впорядковані.

Особливістю Саржиного Яру є відсутність атракціонів. Він позбавлений галасливих місць. Парк створений для насолоди його красою, співом птахів, які проживають на його території. Метою багатьох перехожих парку - це зайнятися собою, а саме заняття йогою, медитацією, читанням книг на свіжому повітрі.

Єдине місце де присутня будівельна плитка це гідрологічна пам'ятка природи, де є мінеральне джерело, яке обладнане необхідною інфраструктурою для його користуванням.

На території парку є дитячі та спортивні майданчики, чий дизайн виконаний з природних компонентів, що так само відбивається на його візуальному вигляді, де ви не знайдете яскравих кольорів. Доріжки для велосипедистів та пішоходів спроектовані та втілені в реальність за таким принципом, щоб одні іншим не заважали і не створювали неприємні ситуації.

У зоні відпочинку головною пам'яткою є цілюще джерело, свердловина, яка має статус гідрологічного пам'ятника природи, протягом лише однієї доби видає близько 350 літрів мінеральної води. Взимку в парк приваблює до себе любителів лижного спорту, де вони можуть спуститися з Фінської гірки, яка є найвищим місцем у місті для даного виду спорту, а навесні і до осені працівники Саржиного Яру встановлюють підвісну дорогу.

На цьому робота в Саржиному Ярі не закінчується, відвідуючи парк з року в рік відвідувачі можуть побачити нові висаджені рослини, які влітку зберігають сприятливу температуру спекотним літом [28].



Рис. 2.17. Парк Саржин Яр [35].

В умовах суверенітету місто Харків виступає не лише як одне з найбільших міст країни, як центр науки та освіти, а також одним із лідерів у культурі. Це місто, де переплітаються традиції багатьох народів країни. Одним із провідних напрямків у розвитку культури Харкова є музичне мистецтво.

Одним із проявів, що змінили образ актуального міста, є фестивалі. Кількість творчих фестивалів, змагань, оглядів на будь-який жанр на рік налічувала за десяток. Одним із таких є чудових витворів є Міжнародний музичний фестиваль-конкурс «Харківські асамблеї», він проводився

завжди восени кожного року, починаючи з року здобуття Україною незалежності 1991 року. Проводився цей захід на основі Харківського національного університету мистецтв імені І.І. П. Котляревського. На фестивалі відвідували та брали участь музиканти з Німеччини, Франції, Швейцарії, Австрії та навіть географічно далеких від наших кордонів Китай і цей список можна продовжувати.

Виступи зарубіжних професіоналів з музичного мистецтва супроводжувалися регулярними семінарами та поданням для тих, хто цікавиться даною темою, а так само це було спрямоване і для початківців.

З першого ж року здобуття незалежності проводився значний конкурс вокалу імені І.І. Алчевського, як і конкурс світового рівня естрадної пісні імені К.А. Шульженко.

У результаті школа музикантів класичної музики Харкова затвердила свій авторитет і цим увічнила місто Харків в історії культури. Організація та виконання подібних фестивалів, змагань та оглядів стало невіддільною перебуванням культурного життя міста. Весь цей напрацьований досвід проведення подібних заходів позитивно позначився розвиток подієвого туризму і це може стати міцним фундаментом для масштабування подібних видів подієвого туризму. Оскільки регулярно стали з'являтися в пропонованих туристичних послугах, які вже набирають свою публіку [40 с.1].

Також варто зазначити, що кількість відвідувань подібних заходів знизилася з 1990-х років і до повномасштабного вторгнення, зараз не перераховуватимуться причини цього, а лише озвучать моменти, які допоможуть виправити ситуацію. Звичайно стартом для розвитку мають стати зацікавленість державою та державні кошти, це має попрямувати на закупівлю реквізиту, костюмів, обладнання, для впровадження сучасних технологій, які будуть застосовані у створенні цих фестивалів, змагань, оглядів. Нестача коштів та обладнання є основною причиною непопулярності таких місць. Зараз XXI століття, технології та підходи

удосконалюються і це в сумі значно підвищує увагу аудиторії та їхню прив'язаність і навіть залежність до подібних заходів у зв'язку з чим зростає популярність подібного, що призводить до зростання дивідендів загалом. В Україні є штат співробітників, які займаються процесом організації концертних виступів, проте цей штат потребує матеріального забезпечення на гідному рівні сучасних потреб [40 с.1-2].

Велотуризм зараз є одним з найпопулярніших частин туристичної сфери, тому що є частиною активного туризму, а також через причину особливо актуальну в наші дні - екологія. При цьому, як і багато інших видів туризму, велосипедний має сувору прив'язку до трьох видів інфраструктури: туристична велосипедна інфраструктура; транспортна; туристична. Це надає можливість розвивати велотуризм у більшості містах, селищах. Розглядаючи це питання у контексті міста Харків та в цілому області, це має суттєвий потенціал за рахунок: історико-культурних та природних ресурсів; приватного бізнесу у вигляді великої кількості туроператорів, турпідприємств та виробників та компаній, що продають якісну готову продукцію та спорядження до неї [41 с.313].

Географічні умови проведення велотуризму чи веловідпочинку у Харкові визначається помірною природною складовою. Це спрощує охоплення аудиторії, що цікавиться цим видом туризму чи дозвіллям, навіть для непідготовлених учасників через зручний для цієї справи рельєф. Клімат також дозволяє займатися велотуризмом будь-яку пору року. Територія зелених насаджень у сумі складає 11 тисяч гектарів, яскраві представники Харкова для велотуризму та веловідпочинку - це парк Саржин Яр, Центральний парк. Сучасне становище у питанні прогресу велотуризму в місті Харків є результатом з двох велодоріжок оснащених усім європейським стандартам, при цьому є проекти, які мають на меті продовження розширення велосипедної інфраструктури в Харкові: проект велосипедної мережі центру міста "Re-cycle Kharkiv"; проект велодоріжки "Зелена мережа Харкова" та "Інший шлях".

При цьому місто Харків стикається з певними проблемами під час впровадження необхідної інфраструктури для велотуризму і не тільки, однією з таких причин багатьох проблем є незадовільна якість доріг, нестача велодоріжок з нанесених на них розміток і така сама ситуація на асфальтовій дорозі, що у свою чергу накладає незручності для самих велосипедистів, водіїв машин та пішоходів [42 с.1].

Програми розвитку велотуризму можна поділити на кілька пунктів:

1. Створення всієї необхідної інфраструктури для велосипедистів з нуля: створення велосипедних доріг у самому місті, так і за його межами з метою охоплення якнайбільше населених пунктів, а також кратне збільшення кількості дорожніх знаків для велосипедистів; будівництво паркувальних місць та місць взяття на прокат велосипедів у точках концентрації мешканців міста та туристів; реалізація системи технічного обслуговування та зберігання велосипедів.
2. Проектування та реалізація нових маршрутів та їх благоустрій: розробка нових, привабливих маршрутів; правильне та зручне проектування з детальною інформацією про маршрут [41 с.314].

Індустріальний туризм - вид туризму що передбачає вивчення об'єктів промисловості, це заводи, фабрики, електростанції, мета якого це ознайомлення з історичної, культурної, освітньої значимістю. Місто Харків має значну кількість подібних об'єктів промисловості, які з часом перестали працювати, індустріальні простори в Харкові займають більше 15%, ну а так само багато робочих підприємств могли б розвивати цей вид туризму, і це відкриває можливість обзавестися таким напрямом як індустріальний туризм, оскільки в світі і Україні зростає інтерес до етнотуризму, до зростання загального поняття населення про важливість промисловості у світі, а також отримання від цього виду туризму емоцій [43 с.583].

Вигода від розвитку індустріального туризму і правильної подачі це очевидно створення робочих місць, це веде за собою зростання

надходження податків до бюджету міста та області, залучення уваги і коштів місцевих підприємців зацікавлених у розвитку індустріального туризму з подальшою вигодою для всіх сторін зайнятих у розвитку, а також ще неочевидна перевага поінформованості про історію розвитку промисловості в Україні, що веде до зростання патріотизму серед усіх вікових груп громадян України, особливо молоді [43 с.584].

Існуючі об'єкти що використовуються в індустріальному туризмі до повномасштабного вторгнення може бути і у подальшому, можна назвати наступні:

Харківський залізничний музей, в якому можна доторкнутися до історії залізниці України в минулі століття. Музей налічує рідкісні та старовинні експонати, особливо виділяється інтерактивний макет швидкісного маршруту "Столичного ескпресу Харків – Київ". В окремо виділеному локомотивному депо "Харків-Сортувальний" є відділ музею оформлений у вагоні 1955 року випуску [43 с.584].

Харківський авіаційний інститут і авіазавод, де ви ознайомитеся з історією авіабудуванням і космічними програмами, до повномасштабного вторгнення росії, завод ввів спільну роботу з лідируючими країнами в цих галузях - США, Німеччина, Японія, Китай, Мексика. Тут розкажуть про авіабудування, про сконструйовані та втілені в метал проекти, покажуть агрегати різних розмірів цивільних та військових літаків. Після перемоги це підприємство і далі виконуватиме своє призначення для якого він був створений, ну при цьому це не завадить організовувати екскурсії, які будуть викликати почуття гордості та патріотизму у відвідувачів.

Музей заводу Монокристал є одним із світових лідерів у створенні синтетичних сапфірів для виробництва наукомістких елементів в електронних та оптоволоконних виробництв, а також створення засобів для сонячних компонентів.

Відомий кожному громадянину Харкова - Харківський тракторний завод, заснований у 1930 році, є одним із найбільших тракторних заводів у

світі, надає можливість проведення екскурсій у конструкторських бюро та на виробничих лініях.

Завод Турбоатом також відомий будь-якому жителю Харкова, заснований у 1934 році, що є лідером у виробництві парових турбін у світі, розміри яких вражають. До 24 лютого 2022 року експортував свою продукцію до країн Азії, Європи та навіть Північної Америки. Екскурсії проводились у приміщеннях на території заводу [43 с.585].

Пожежна-технічна виставка, де ви можете ознайомитися з важкою і при цьому шанованою професією пожежника, особливо в дні, коли йде війна за наш суверенітет та територіальну цілісність. Тут вам покажуть та розкажуть про будівлю державного нагляду та приміщень з пожежним обладнанням, де ви наочно побачите розвиток необхідного спорядження пожежників і не тільки [43 с.586].

Для втілення планів розвитку індустріального туризму потрібен мирний час, інакше це може призвести до плачевних наслідків. Також варто врахувати, що багато подібних об'єктів могли бути пошкоджені і перед їх використанням в індустріальному туризмі необхідно переконатися в безпеці конструкції будівель. У таких випадках рекомендується звернути увагу на будинки, що не потерпіли від бойових дій, оскільки їх простіше буде підготувати для проведення екскурсій. План відновлення міста має включати не тільки реконструкцію пошкоджених будівель, обов'язково на момент планування відновлення промислових будівель повинен бути закладений елемент туристичної спрямованості, для просування туристичного руху в місті та області, однією з тем цих екскурсій має російсько-українська війна. У цих екскурсіях невід'ємною частиною має бути відвідування місць жертв війни та їх історії, музеїв бойових дій. Необхідно відвідувачам показувати і розповідати правду про цю жахливу війну стосовно України [43 с.587].

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ МІСТА ХАРКІВ

Місто Харків, яке свого часу виконувало функцію столиці України, набуло статусу потужного центру науки, культури, релігії, освіти, політики та економіки як у межах міста, так і на рівні всієї області. Цей історичний факт істотно вплинув на формування ключових елементів міського середовища, які, окрім свого базового функціонального значення, створили підґрунтя для розвитку туристичного потенціалу Харкова.

Харків зберіг низку сильних сторін, що визначають його перспективи як туристичного центру. У майбутньому це може дозволити місту увійти до переліку лідерів за популярністю серед туристів не лише в Україні, а й на міжнародному рівні. Місто вирізняється унікальним архітектурним ландшафтом, в якому поєднуються історичні споруди різних епох, що формують своєрідну культурну мозаїку. Цю атмосферу доповнюють численні пам'ятники: на честь видатних постатей, важливих історичних подій, героїв, наукових досягнень і навіть символічних об'єктів, які стали частиною міської ідентичності.

Багато з цих об'єктів уже включено до реєстру національної культурної спадщини України, а щодо решти триває відповідна робота. Об'єкти, які отримують цей статус, перебувають під особливою охороною держави, отримують пріоритетне фінансування, що може доповнюватися міжнародною підтримкою.

Поряд із цим у місті активно здійснюються заходи з удосконалення туристичної інфраструктури, включаючи модернізацію сфери обслуговування. Триває ремонтно-реставраційна робота на пам'ятках архітектури, культових та меморіальних об'єктах, а також на локаціях, які користуються популярністю серед мешканців і гостей міста.

Переваги міста як туристичного центру підсилюються також природними ресурсами Харківської області. Клімат регіону - помірний і комфортний протягом усього року, що створює додаткові можливості для розвитку рекреаційної та курортної сфери. Наприклад, у Саржиному Яру функціонує загальнодоступне цілюще джерело, що має статус гідрологічної пам'ятки природи. Подібні об'єкти підкреслюють важливість природного компонента в розвитку туризму та сприяють популяризації як міста, так і регіону загалом [44, с.443-444].

У роки, коли Україна перебуває у стані війни внаслідок повномасштабного вторгнення росії, щоденні руйнування, яких зазнає Харків і Харківська область, включно з туристичною інфраструктурою, значно ускладнюють виділення актуальних проблем, оцінку перспектив і прогнозування майбутнього розвитку туристичної сфери регіону. Попри це, аналіз тенденцій і спостережень, зафіксованих до початку війни, свідчить, що міський туризм у Харкові займав досить обмежену нішу на ринку порівняно з бізнесом, орієнтованим на виїзний туризм.

Однією з ключових проблем була недостатня популяризація міського туризму, відсутність належного маркетингу, брендингу та інформаційної підтримки як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Це призводило до браку туристичного попиту, що, у свою чергу, змушувало компанії згорти діяльність у сфері туризму, перекваліфіковуватись або припиняти існування. Як наслідок, зменшувались надходження до місцевого бюджету, а значна частина туристичних об'єктів залишалась поза увагою, не реалізувавши свого потенціалу.

У період повномасштабної війни ситуація ще більше загострилася галузь туризму практично втратила компонент безпеки, що є базовим чинником для привабливості туристичних напрямків. Це ще більше ускладнює діяльність туристичних компаній і знижує потік клієнтів, що ставить під загрозу функціонування туристичної інфраструктури регіону в цілому [45 с.23]. Вирішенням ситуації в мирний час має стати просування

бренду «Україна» на світовій арені та підвищення інвестиційної привабливості [46 с.1]. За минулі три роки війни в Україні став популярний військовий вид туризму, де в основному він спрямований на невеликі групи іноземних туристів, що показує наслідки бомбардувань, подібний вид туризму не може стати локомотивом розвитку туристичної сфери і в мирний час від нього потрібно буде переходити на інші види туризму, але при цьому він не повинен бути забутий [45 с.23].

Виконаємо SWOT-аналіз проблем та перспектив розвитку міського туризму міста Харків (рис. 3.1).

Таблиця 3.1

**SWOT-аналіз проблем та перспектив розвитку міського туризму
міста Харків**
(побудовано автором)

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
1. Харків має значну кількість та якість туристичних об'єктів, зокрема: історико-культурні пам'ятки (театри, музеї, палаци, історичні будівлі, церкви), природні пам'ятки (ботанічні сади, парки), а також сучасні пам'ятки (сучасні торгові центри, спортивні об'єкти) 2. Харків велике місто з розвиненою інфраструктурою. Є велика кількість закладів розміщення туристів, закладів харчування з різними ціновими категоріями. 3. Клімат сприятливий та комфортний більшу частину року, що позитивно впливає на туристичні потоки. 4. Місто має високий транспортний потенціал за рахунок наявності розвиненої транспортної мережі. Ця перевага робить місто легкодоступним для туристів, а також забезпечує зручність прибуття в Харків. 5. Високий рівень освіти в регіоні та місті відкриває можливість туристам знайти спільні теми для розмови з місцевим населенням, що дає можливість збагатитися місцевою культурою та загалом підвищує планку послуг у туристичній сфері за рахунок необхідних знань та навичок. На що при цьому	1. Харків, який має величезний потенціал у туристичній сфері, на повну міру його не розкрив, однією з причин цього відсутність постійної реклами та планомірної роботи над брендом Харкова, як туристичного міста, це не проводиться всередині країни, так і за кордоном. 2. Недостатнє фінансування з боку держави туристичної сфери через наявність більш нагальних напрямків (зокрема – оборонна сфера, медицина, освіта, тощо). 3. У багатьох частинах Харкова, міська інфраструктура як і туристична потребує поліпшення та модернізації або реновації, що особливо стосується туристичної інфраструктури, наприклад, не вистачає кількості стендів з інформацією біля самого туристичного об'єкту. 4. Однією з проблем із залучення туристів із західних країн Європи є мовний бар'єр, покращенням ситуації можуть стати переклад інформації про туристичний об'єкт англійською мовою. 5. Незадовільний стан багатьох аспектів громадського транспорту, проблеми з керуванням, що призводить до затримок

звертають увагу багато туристів і зрештою, сприяє формуванню яскравих спогадів про відвідування цього місця.	транспорту, а також значна кількість пошкоджень засобів транспортування внаслідок бойових дій.
Можливості	Загрози
1. Вирішенням проблеми популяризації туристичної сфери Харкова може стати цифровий маркетинг. Соціальні мережі – Instagram, YouTube, Facebook та блогери, що займаються на даних майданчиках. Даний вид маркетингу менш витратний у засобах ніж інші, що у економічній сформованій ситуації держави позитивно вплине на туристичну сферу. 2. Міська влада Харкова як і держава загалом має залучати приватний бізнес для покращення ситуації в туристичній сфері, надаючи їм соціально-економічні пакети. 3. Харків і область мають значну кількість туристичних ресурсів. Це надає можливість розширювати туристичні напрямки, наприклад лікувальний, екстремальний або еко-туризм зі створенням більшої кількості та якості велодоріжок, що суміщають у собі екскурсії. 4. Враховуючи сучасні обставини воєнного часу перспективним є розвиток мілітарі-туризму та донат-турів, спрямованих на підтримку та відновлення інфраструктури міста Харків. 5. Створити цілорічний, повторюваний тендер спрямований на розвиток туризму, де результати тендеру будуть відомі кожному року. Правила тендеру мають будуватися на європейських стандартах. В участі можуть приймати різні за спрямованістю туристичні об'єкти, за їх розмірами тощо. Приймати можуть вже існуючі об'єкти, наприклад, які потребують перегляду концепції, реконструкції або об'єкти, представлені лише в презентації. За підсумком переможець у тендері зобов'язаний буде реалізувати представлені кошти тендеру. Такий спосіб має мотивувати учасників.	1. Бойові дії, що продовжуються, несуть постійну загрозу і шкоду для туристів, туристичних об'єктів, інфраструктури і зупиняє розвиток туристичної сфери, а так само зменшує кількість туристичних компаній, що надають послуги і не тільки, оскільки потреба в туризмі в небезпечних областях відсутня. 2. У розвитку будь-якої країни важливо який вона має інвестиційний клімат. В Україні особливо з 24 лютого 2022 року, він став несприятливим, що призводить до відсутності інвестицій з-за кордону. 3. Наявність у Європі великої кількості країн та міст лідерів у сфері туризму, це робить розвиток туризму в Україні нетривіальним завданням, що потребує особливого підходу та ідей. 4. Через війну та фактично прифронтове положення міста частина трудових ресурсів, в тому числі – і у сфері туризму вимушена виїжджати у безпечніші місця або за кордон. Це створює додаткові проблеми в економіці, на послуги та товари зростають ціни, зменшується кількість споживачів та послуг хто надає їх, що призводить до проблеми підтримувати на тому ж рівні туристичну сферу в Харківській області. 5. При нестачі коштів у бюджеті міста або нестачі, розвивати туристичну інфраструктуру та комунікації, а так само підтримувати їх на потрібному рівні стає важко, при тривалій подібній ситуації це призведе до зниження туристичної привабливості.

Незважаючи на війну, місто Харків адаптується під найскладніші умови для працездатності всіх сфер життя міста. У більшій частині областей країни повернулися у відносно звичний спосіб роботи театри,

музеї тощо, але не в Харкові, оскільки зараз географічне розташування не дозволяє повернутися до більш звичайного ритму робіт. Виходить, що спеціально відведені заклади на кшталт театрів зараз прибувають у запустінні. Для безпеки проведення будь-яких заходів, культурне життя зараз здійснюється у підземних укриттях, на численних станціях метро або невеликих пабах та барах ще з 24 лютого 2022 року.

Багато причетних осіб до культурного життя у місті шукають способи підтримувати на належному рівні культуру та розвивати її, демонструючи громадянам міста і не лише. Одним з таких рішень стало гастрольне життя закладів мистецтва та культури по різних підземних укриттях та станцій метро. Також із яскравих прикладів повернення до міста з відновленням своєї діяльності є артисти театру ляльок, сприяло цьому те, що в ньому знаходились укриття, проте незабаром колектив перемістився до приміщень "ART AREA ДК". Співробітники театру "Березіль" як і Театру Ляльок зав'язані своєю діяльністю не тільки в Харкові, вони так само їздять з робочими візитами іншими населеними пунктами, у тому числі й деокупованими, а також подорожують у більш безпечні області країни. На фестивалі "Премія Гра" у грудні 2023 року вистава "Нехай щастить" була визнана найкращою в країні виставою-рефлексією на тему російсько-української війни, тим самим висвітлюючи події в ній.

Виступ багатьох колективів можна побачити в ЄрмилівЦентрі, "ART AREA ДК" та ХНАТОБу. Бойові дії стають серйозною перепорою для розвитку молодих акторів та актрис, і це розуміють у єдиному функціонуючому приватному театрі "НАФТА" Харкова, де у листопаді 2023 року заснували майданчик "НАФТАЛАБ" для відточування майстерності та таланту на сцені. Для місцевих барів і пабів характерні виступи музичних гуртів, прикладами виступів, що вже минули, служать "Скай" і "Скрябін", "Жадан і Собаки", Святослав Вакарчук, ТНМК, а місцеві групи виступають активніше і сьогодні.



Рис. 3.1. Спектакль Академічного драмтеатру у підземному укритті [47].



Рис. 3.2. Музична група "Жадан і собаки" в закладі Харкова [47].

Восени 2023 року почали відкриватися галереї, на які за словами організатора арт-хабу "Творче нежить" є великий попит, що дало можливість на майданчику арт-хабу молодим художникам продемонструвати всім бажаючим свої ідеї, навички та внутрішній світ

тим самим розширюючи культурне життя міста. Інформаційно-виставковий центр "БУЗОК" був одним із лідерів у відкритті роботи у цей тяжкий час, а навесні цей список поповнив Центр культури та мистецтва, обидва центри регулярно проводять виставки та навіть спектаклі.

Наприкінці 2023 року знаковою подією відновлення культури у місті стало відвернення журналу про культуру - "Люк" та назвою першого випуску було "Харків, де твоє обличчя?" і присвячений був особами та моментами Розстріляного Відродження. Презентація журналу відбулася у приватному театрі "НАФТА". Кількість бажаючих була настільки величезною, що для багатьох не вистачило місць і багато хто розташовувався на підлозі, подібні моменти показують важливість культурного життя міста [47]. Культура є важливим аспектом боротьби, який формує національну ідентичність і єдність народу, а також підтримує моральний дух і психічну стійкість жителів Харкова та України в цілому [48].



Рис. 3.3. Друкований журнал "Люк" [47].

Міська влада часто повідомляє про відвідання Харкова іноземними політичними, громадськими діячами з різних країн: Франції, Данії, Естонії,

Швеції та інших країн. Цей процес є вкрай важливим і необхідним на постійній основі, це розуміють в Україні, оскільки за допомогою налагодження контактів Харкову надаватиметься допомога у різних сферах життя, особливо у тепловій критичній інфраструктурі, яка забезпечує роботу всіх сфер життя міста. При цьому не все може закінчуватися на допомозі, можуть будуватися тривалі взаємовигідні відносини. Мер міста Ігор Терехов зазначив, що партнери мають повне порозуміння у своєчасних потребах міста Харків [49, 50].



Рис. 3.4. Представники США та ООН з місцевою владою міста [50].

Подібний момент є елементом плану для розвитку стабільного зростання туристичної сфери країни, у тому числі міського туризму, необхідний план, який має включати зростання можливостей усієї структури адміністративно-територіальних одиниць України, де основну частину плану потрібно провести у великих містах. Для реалізації

необхідно задіяти усі ланки держави. Із застосуванням різних методів дослідження необхідно провести оцінку поточної ситуації у розвитку туризму та виявити напрямки туризму, в яких спостерігається позитивна тенденція, оскільки проводити план стабільного зростання туристичної сфери у виконання буде простіше, оскільки проведення роботи ґрунтуватиметься вже на базі успішних прикладів туристичної сфери України з подальшою перспективою розширення плану на менш розвинені та успішні приклади об'єктів туризму в країні, з метою підвищення їх привабливості та впізнаваності, як усередині країни так і за кордоном.

Втілення в реальність такого плану навіть у межах однієї області вимагає зосередження ресурсної бази і протягом усієї реалізації плану виходячи з історії людства виникатимуть інтереси причетних до цього плану, дуже важливо їх вирішувати у міру виникнення, оскільки без загального уявлення задіяних у роботі успішно реалізувати план буде неможливо. Внаслідок успішної реалізації в рамках навіть однієї області за стандартами Європи, Україна отримує адміністративно-територіальну одиницю з розвинутою туристичною сферою, де вже наявні туристичні об'єкти отримували позитивні оцінки, отримують посилений ефект від цього, що виражається у збільшенні кількості туристів і популярності, так і об'єкти, що перебували у незадовільному стані з відсутньою впізнаваністю серед туристів.

Для успішної реалізації туристичної дестинації будуть задіяні підприємства та організації, наприклад для реставрації історичної будівлі залучатимуть вчених історичного факультету для відтворення будівлі в первісному вигляді, а слідом за цим необхідно буде звернутися до тих, хто вже безпосередньо під керівництвом вчених історичних наук займатиметься реставрацією будівлі. Подібний приклад послідовності дії підвищує успіх виконаної роботи та подальшої ефективності роботи туристичного об'єкта і процесів, що пов'язані з ним.

ВИСНОВКИ

Сьогодні міський туризм є невід'ємною частиною процесу урбанізації та значно впливає на економіку. Зростання якості туристичної інфраструктури є наслідком розвитку туризму, що у свою чергу покращує умови життя міст. Зацікавленість туризмом у місті створює пропозиції в обслуговуванні, якості послуг, ексклюзивності та новизни у туристичних об'єктах – це створює робочі місця, що у свою чергу збільшує економічну активність у місті. Ефективне управління туризмом стимулює економічний розвиток, за рахунок чого сфера туризму може збільшити вплив промисловості не тільки на саме місто, а й на країну загалом. Ефективний розвиток туризму створює позитивний імідж місту, отже загалом і країні, що саме собою є рекламою із залучення туристів та іноземних інвестицій у галузь.

Рекреаційні ресурси прямо впливають на розвиток туризму, міського у тому числі, включаючи природні особливості, архітектуру та культурно-історичну спадщину. За рахунок наявності конкретних туристичних ресурсів визначається спеціалізація міста в туристичній сфері, наприклад лікувально-оздоровчий або рекреаційний туризм.

Особливістю планування та зонування міста у контексті туризму розглядається з двох точок зору. Одна з них спрямована на споживача, як того, хто купує товари і користується послугами, що надаються. Друга – менеджера, якому необхідно враховувати вподобання громадськості та передбачати тенденції в туризмі, вибір місця для відпочинку, що вибирається за різними критеріями, наприклад культурна привабливість.

Одним із елементів розвитку міста є розвиток туристичної сфери та відповідної інфраструктури. Туризм стимулює зростання ресторанного, готельного, будівельного бізнесу і не тільки. Особливе місце у туристичній інфраструктурі займає транспортна система, у Харкові вона складається з 2 рівнів: наземний громадський транспорт та метрополітен.

Заклади громадського харчування та заклади розміщення залишаються найбільш важливими у наданні послуг туристам, оскільки вони надають першочергові потреби людині, без яких туризм у тому вигляді, в якому ми його знаємо, зараз не існував і мав би куди менше охоплення зацікавленості ним аудиторією. Подібні заклади можуть стати елементами туристичного досвіду, залучаючи людей своєю незвичайною будовою, широким спектром меню, подачею наданням тих чи інших послуг. Тому розвиток якісного та різноманітного громадського харчування та закладів розміщення підвищує конкурентоспроможність міста як туристичного спрямування.

Розвиток іміджу міста як місце туризму вкрай важливий. В умовах глобалізації, міста конкурують за увагу туристів. Імідж сприяє розвитку міжкультурного обміну, що у свою чергу розширює кругозір і підкріплює причастя до цього міста, та громадську думку про нього. Правильна політика бачення іміджу про місто допомагає зберегти культурну спадщину, традиції та побут її громадян, а також використання природних ресурсів міста. У свою чергу це драйвер його розвитку.

Місто Харків має туристичний потенціал, тому що має Сад Шевченка, Центральний парк, майдан Свободи, які пропонують туристу поринути в історію та культуру, що відображає цінність своїм сприятливим міським середовищем. Стадіон “Металіст”, будучи центром спортивного туризму, приваблює до себе фанатів спортивних заходів. ТРЦ “Французький бульвар” є яскравим прикладом шопінг-туризму. Харківський зоопарк та Саржин Яр вносять екологічну нотку міста для сімейного відпочинку та прогулянок.

Розвиток даних туристичних об’єктів у комплексі посилює імідж міста Харкова як місце, яке пропонує різні позитивні враження для туристів будь-якої вікової групи та їх переваг у рекреації, що сприяє підвищенню статусу міста як сприятливого місця з метою туризму на міжнародних туристичних картках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Теоретичні аспекти розвитку міського туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://api.dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/ac8a306a-2102-4bfb-9e7e-2460dd7bad65/content>
2. Міський туризм як перспективний напрям розвитку туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
[http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5119/1/Urban tourism as a promising direction of tourism development.pdf](http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5119/1/Urban_tourism_as_a_promising_direction_of_tourism_development.pdf)
3. Міста як центри розвитку міського (урбан) туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://reposit.uni-sport.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/2401/42%20%D0%9C%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%B9%20%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. Розвиток туризму та індустрії туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38574/5/22nooveu.pdf>
5. Взаємовплив підприємств туристичної інфраструктури і національного туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://global-national.in.ua/archive/12-2016/46.pdf>
6. Як працює формат концесії в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://www.vikka.ua/novini/yakshho-kupiti-sobi-zamok-yak-pracyuye-format-koncesi%D1%97-v-ukra%D1%97ni/#google_vignette
7. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://crust.ust.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d7de39b5-1b58-4c6e-92f6-3b73ef3136bd/content>
8. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/16838/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F_%D0%9F%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B7%D0%B0-%D0%9F%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%90.%D0%9B._%D0%92%D0%B5

[%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_2022.pdf](#)

9. Сучасний стан та перспективи розвитку ділового туризму в Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://core.ac.uk/download/pdf/326487515.pdf>

10. Транспортна інфраструктура Харкова (аналіз стану та основні тенденції) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<file:///C:/Users/admin/Downloads/transportna-infrastruktura-harkova-analiz-stanu-ta-osnovni-tendentsiyi.pdf>

11. Кузик, С. П. Географія туризму : навч. посіб. / С. П. Кузик. — К. : Знання, 2011. — 271с. Інфраструктура туризму. 1,2,3,4,180 с.

12. ВІСНИК Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна / Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм» // Випуск 9, Харків – 2019, РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ МІСТА ХАРКОВА, с 180/

13. АВТОРЕФЕРАТ дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, Тернопіль – 2013, РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ/

14. Туристичний потенціал Харкова (довоєнний період) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://api.dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/afb3ce73-73dc-44a9-b26c-e96910eda064/content>

15. Міський парк у м. Харкові як пам'ятка садово-паркового мистецтва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tihae.org.ua/pdf/t2013-01-35-shvydenko.pdf>

16. Офіційний сайт парку Горького [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://centralpark.kh.ua/ua/>

17. ДероХарків, "Хімічна" форма найбільшого майдану України: Що варто знати про площу Свободи в Харкові [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://kh.depo.ua/ukr/kh/himichna-forma-naybilshogo-maydanu-ukrayini-scho-varto-znati-pro-ploschu-svobodi-v-harkovi-20170815623374>

18. Tochka.net. Площа Свободи: цікаві факти про головну визначну пам'ятку Харкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://travel.tochka.net/ua/9579-ploshchad-svobody-interesnye-fakty-o-glavnoy-dostoprimechatelnosti-kharkova/>

19. Google Maps [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://google.com.ua/maps>

20. Сучасний стан дендрофлори міського саду імені Т.Г. Шевченка м. Харкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/23539/1/18.pdf>
21. Discover, Міський сад ім. Т.Г. Шевченка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://discover.ua/locations/gorodskoy-sad-im-shevchenko>
22. Офіційна сторінка СКП «Харківзеленбуд» ХМР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zelenbud.webflow.io/areas/sadshevchenko>
23. Офіційний сайт ОСК «Металіст» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://metalist1925.com/>
24. Офіційний сайт ТРЦ «Французький бульвар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mall.com.ua/>
25. Офіційний сайт харківського зоопарку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zoo.kharkiv.ua/>
26. Офіційний сайт готелю Харків Палац [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kharkiv-palace.com/>
27. НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ, Навчально-науковий-виробничий центр, ТУРИСТСЬКІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11484/1/%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D0%B8%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8_%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9_%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%B0_2020.pdf
28. Kharkiv-day news.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://kharkiv-day.com/sarzhyn-yar-kharkiv/>
29. StatusQue [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://www.sq.com.ua/ukr/korisno_znati/18.08.2023/kolisnii-park-gorkogo-znovu-pereimenuvali
30. Коментарі.ua Харків [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://kharkov.comments.ua/ua/news/society/art-and-culture/22296-atrakcioni-u-harkovi-scho-pro-ih-robotu-kazhut-u-centralnomu-parku.html>
31. РБК-УКРАЇНА [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.rbc.ua/rus/news/udar-tsentr-u-harkova-poshkodzhenogotel-kharkiv-1703963320.html>
32. Kharkovgo [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://kharkovgo.com/>
33. ДероХарків [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://kh.depo.ua/ukr/kh/u-sadu-shevchenka-oselivsy-bronzoviy-bikov-201908151012430>

34. VGORODE [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://kh.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/404517-shulzhenko-y-dunaevskyi-v-sadu-shevchenko-ustanavlyvauit-novye-skulptury

35. РЕДПОСТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://redpost.com.ua/>

36. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/183/176>

37. Методика побудови сценаріїв розвитку України з використання swot-аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/12390/01-Zgurovsky.pdf>

38. Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова / Кластерний підхід до формування та розвитку туристських дестинацій з урахуванням туристського потенціалу міст

39. ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6bc18840-9049-4c30-acf7-fe7bf84d6f41/content#page=1>

40. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна / М. Ю. Онацький к.і.н., викладач / Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму у місті Харкові

41. Дослідження стану та перспектив розвитку велотуризму в Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://eu-conf.com/wp-content/uploads/2023/06/SCIENTIFIC-TRENDS-SOLUTIONS-THEORIES-AND-METHODS-OF-DEVELOPMENT.pdf#page=1>

42. Географічні передумови організації веловідпочинку як різновиду активного дозвілля у м. Харкові [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://periodicals.karazin.ua/pbgok/article/view/16852/15570>

43. Ресурси індустріального туризму у Харкові та їх післявоєнне відновлення та використання [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/19965/1/%D0%93%D0%95%D0%9E%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%A4%D0%86%D0%AF%20%D0%A2%D0%90%20%D0%A2%D0%A3%D0%A0%D0%98%D0%97%D0%9C-2024.pdf#page=1>

44. Проблеми і перспективи розвитку туристичної галузі в Харківському регіоні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://eprints.kname.edu.ua/1208/1/%D0%9E.%D0%92.%D0%A2%D0%98%D0%A8%D0%95%D0%92%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90~4oodpi.pdf>

45. Нозвиток туризму в контексті відновлення міста Харків після воєнного стану [електронний ресурс]. – режим доступу:

<http://195.20.96.242:5028/khkdk-xmlui/bitstream/handle>

46. Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи» / Валентина Михайлівна Кукса к.е.н., доцент кафедри економіки та управління / формування та позиціонування бренду “Україна” у світовому просторі

47. Kharkiv today. Культура підземелля. Чи виживе мистецтво у прифронтовому Харкові? [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://2day.kh.ua/ua/kultura/kultura-pidzemellya-chy-vyzhyve-mystetstvo-u-pryfrontovomu-kharkovi>

48. Frontliner. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://frontliner.ua/kharkiv-lives-inspite-shellings/>

49. Арміяinform. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://armyinform.com.ua/2024/04/21/delegacziyi-zahidnyh-partneriv-vidvidaly-harkiv/>

50. Об'єktiv. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.objectiv.tv/uk/objectively/2025/02/21/predstavniki-ssha-ta-on-vidvidali-harkiv-chim-tsikavilis-foto/>

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А1. Композиція пам'яті художника Іллі Рєпіна [32].



Рис. А2. Скульптура Леоніда Бикова [33].



Рис. А3. Пам'ятник Марку Бернесу [32].



Рис. А4. Скульптури Клавдії Шульженко та Ісаака Дунаєвського [34].

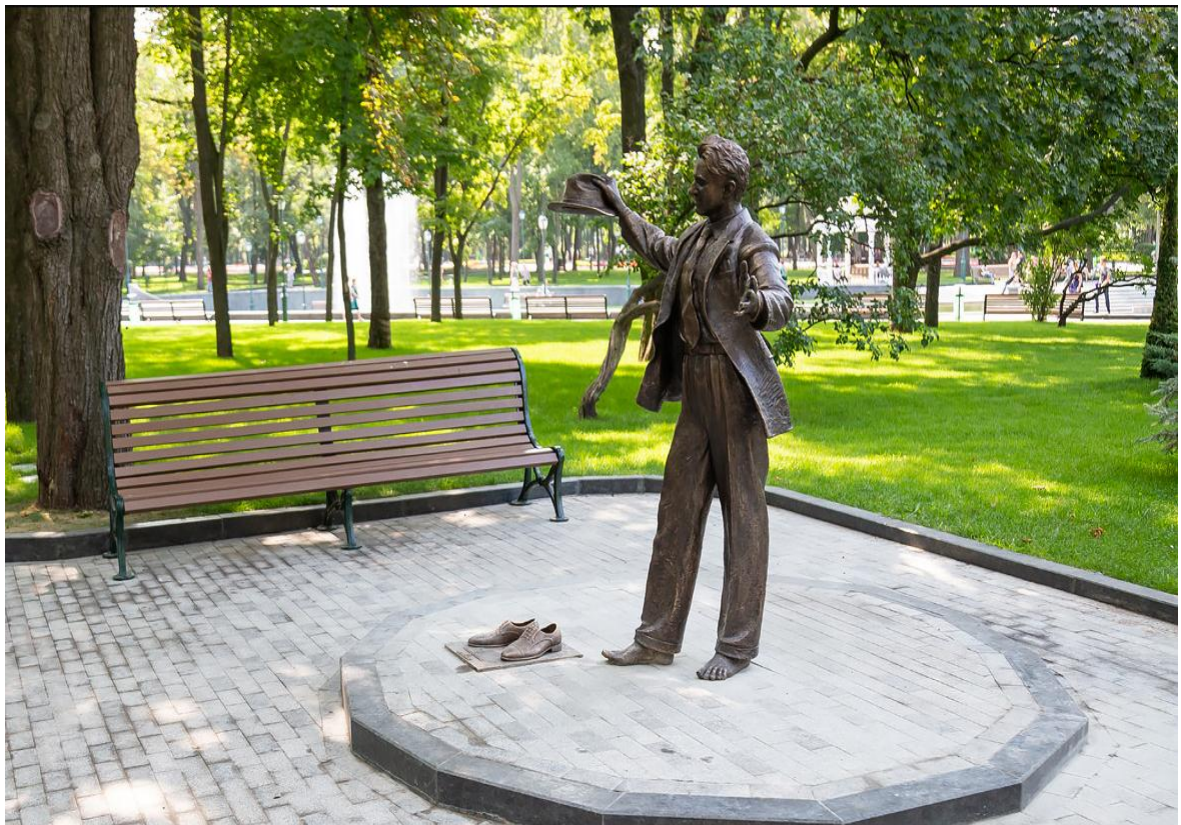


Рис. А5 Скульптура Леся Курбаса [32].

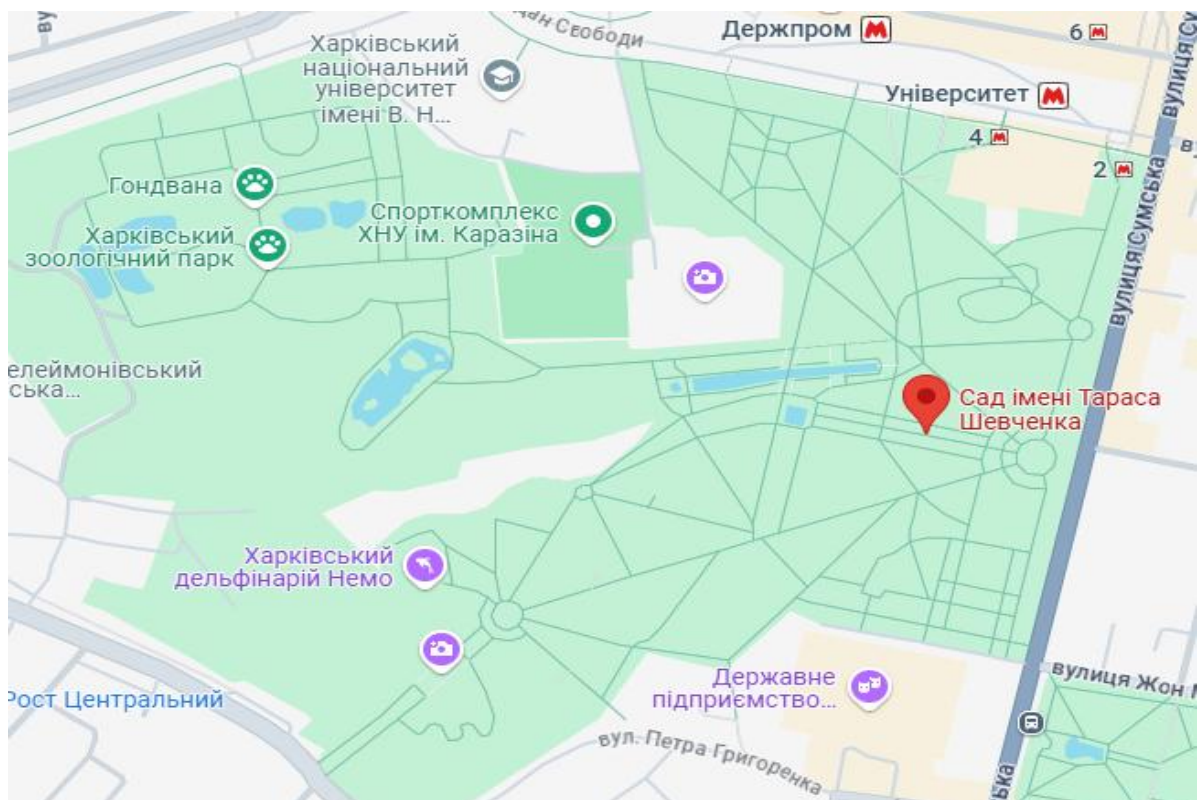


Рис. А6. Скріншот карти міського саду імені Тараса Шевченка [19].