

Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки  
(інститут)

Фінансово-економічний факультет  
(факультет)

Кафедра туризму та економіки підприємства  
(повна назва)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**кваліфікаційної роботи ступеня магістра**

здобувачки вищої освіти Бессонової Анни Володимирівни  
(ПІБ)

академічної групи 242м-24з-1  
(шифр)

спеціальності 242 Туризм і рекреація  
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туристична діяльність»  
(офіційна назва)

на тему «Туристична ревіталізація територіальної громади як напрям підвищення привабливості регіону»  
(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Безугла Л.С.			
розділів:				
1. Теоретичний	Безугла Л.С.			
2. Аналітичний	Безугла Л.С.			
3. Проєктний	Безугла Л.С.			
Рецензент	Шинкаренко Н.В.			
Нормоконтролер	Безугла Л.С.			

Дніпро  
2025

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**  
завідувач кафедри туризму  
та економіки підприємства  
Л.С. БЕЗУГЛА  
(підпис) (ініціали та прізвище)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**ступеня магістра**  
(бакалавра, магістра)

здобувачки вищої освіти Бессонової А.В. академічної групи 242м-24з-1  
(прізвище та ініціали) (шифр)  
спеціальності 242 Туризм і рекреація  
(код і назва спеціальності)  
за освітньо-професійною програмою «Туристична діяльність»  
(офіційна назва)

на тему «Туристична ревіталізація територіальної громади як напрям підвищення привабливості регіону»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від \_\_.\_\_.\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретико-методологічні особливості туристичної ревіталізації	29.09.2025
Аналітичний	Аналіз туристичного потенціалу та можливостей ревіталізації Самарської громади	27.10.2025
Проектний	Напрями та практична реалізація туристичної ревіталізації Самарської громади	28.11.2025
Оформлення кваліфікаційної роботи магістра		05.12.2025

Завдання видано

\_\_\_\_\_

(підпис керівника)

Л.С. Безугла

(ініціали та прізвище)

Дата видачі 09.06.2025

Дата подання до екзаменаційної комісії 08.12.2025

Прийнято до виконання

\_\_\_\_\_

(підпис здобувачки вищої освіти)

А.В. Бессонова

(ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 88 с., рис. 26, табл. 7, джерел 50.

У кваліфікаційній роботі досліджено туристичну ревіталізацію як інноваційний інструмент підвищення привабливості територіальної громади та формування її конкурентних переваг у регіональному туристичному просторі. Розкрито теоретико-методологічні засади ревіталізації територій, проаналізовано сучасні підходи до оцінки туристичного потенціалу та визначено ключові чинники, що впливають на трансформацію занедбаних або невикористаних об'єктів.

*Метою дослідження є наукове обґрунтування сутності та механізмів туристичної ревіталізації територіальних громад як сучасного напрямку підвищення їхнього туристичного потенціалу.*

*Об'єктом є процес туристичної ревіталізації територіальної громади.*

У роботі використано такі методи досліджень: критичний та порівняльний аналіз; ситуаційний підхід; метод структурно-логічного узагальнення; метод статистичних групувань; графічний метод.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** РЕВІТАЛІЗАЦІЯ, ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА, КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА, ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ, УРБАНІСТИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ, РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ.

## PAPER

Explanatory note: 88 pages, 26 figures, 7 tables, 50 sources.

The qualification work investigates tourism revitalization as an innovative tool for increasing the attractiveness of a territorial community and forming its competitive advantages in the regional tourist space. The theoretical and methodological principles of revitalization of territories are revealed, modern approaches to assessing tourism potential are analyzed, and key factors influencing the transformation of neglected or unused objects are identified.

*The purpose of the study* is to scientifically substantiate the essence and mechanisms of tourism revitalization of territorial communities as a modern direction for increasing their tourism potential.

*The object* is the process of tourism revitalization of a territorial community.

The following research methods are used in the work: critical and comparative analysis; situational approach; method of structural-logical generalization; method of statistical groupings; graphic method.

**KEYWORDS:** REVITALIZATION, TOURIST POTENTIAL, TERRITORIAL COMMUNITY, CULTURAL HERITAGE, TOURIST PRODUCT, URBAN TRANSFORMATION, TERRITORIAL DEVELOPMENT.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ	10
1.1. Концептуальні підходи до формування туристичного продукту на основі ревіталізації території	10
1.2. Теоретичні підходи до оцінки туристичного потенціалу територіальних громад	18
1.3. Методологічні принципи та інструменти ревіталізації туристичних об'єктів і територій	24
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ САМАРСЬКОЇ ГРОМАДИ	33
2.1. Організаційно-економічна характеристика Управління культури, молоді, спорту та туризму Самарівської міської ради	33
2.2. Регіональний аспект проведення туристичної ревіталізації територіальної громади	42
2.3. Оцінка проблем і перспектив реалізації туристичних ініціатив у межах громади	54
Висновки до розділу 2	64
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ САМАРСЬКОЇ ГРОМАДИ	66
3.1. Потенціал проведення туристичної ревіталізації в м. Самар	66
3.2. Розробка авторської екскурсії «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України»	71
3.3. Економічне обґрунтування програми запропонованої екскурсії	79
Висновки до розділу 3	84
ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

## ВСТУП

*Актуальність теми кваліфікаційної роботи.* В сучасних умовах соціально-економічних трансформацій, спричинених глобальними кризами, пандемічними обмеженнями та насамперед повномасштабною війною в Україні, особливого значення набуває проблема пошуку нових моделей відновлення та розвитку територіальних громад. У цих умовах туризм постає не лише як сфера дозвілля чи господарської діяльності, а як механізм соціально-економічної стабілізації, культурної ідентифікації та просторового відродження територій. Саме тому вивчення явища туристичної ревіталізації як процесу відновлення, переосмислення та повторного використання занепалих або неактивних об'єктів у туристичних цілях набуває особливої наукової та практичної ваги.

Для України, яка перебуває у стані глибокої соціально-політичної та економічної трансформації, ревіталізація має подвійне значення - як інструмент відновлення постіндустріальних і культурних об'єктів, зруйнованих або занедбаних унаслідок воєнних дій, і як спосіб формування нової культурної парадигми. В умовах післявоєнної відбудови туризм може стати каталізатором регіонального розвитку, об'єднуючи зусилля місцевої влади, бізнесу та громади. Саме територіальні громади, які є основними суб'єктами процесу децентралізації, відіграють провідну роль у реалізації таких ініціатив, адже саме на місцевому рівні формується інфраструктура, здійснюється стратегічне планування і відбувається взаємодія з населенням.

Особливої уваги потребує те, що туристична ревіталізація здатна перетворити кризові явища на точки зростання. Повернення до життя колишніх промислових зон, історичних будівель, сакральних комплексів чи об'єктів військової інфраструктури відкриває перед громадами можливість диверсифікації економіки, створення робочих місць, розвитку малого бізнесу та культурних ініціатив. Водночас такі процеси стимулюють зростання внутрішнього туризму, формують локальну ідентичність і підвищують

міжнародну привабливість України як країни, що активно відновлюється через культуру.

Таким чином, актуальність теми дипломної роботи полягає у необхідності наукового осмислення туристичної ревіталізації як сучасного напрямку підвищення туристичного потенціалу територіальних громад України, здатного поєднати економічні, соціальні та культурні цілі розвитку. У сучасних умовах вона є одним із ключових механізмів формування стійкого туристичного середовища, що забезпечує не лише відновлення інфраструктури, а й переосмислення самої сутності туризму — як простору відродження, взаємодії та творення майбутнього.

**Мета і завдання дослідження.** Метою роботи є наукове обґрунтування сутності та механізмів туристичної ревіталізації територіальних громад як сучасного напрямку підвищення їхнього туристичного потенціалу.

Для досягнення поставленої мети були вирішені наступні завдання:

- дослідити теоретико-методологічні основи туристичної ревіталізації, визначити її зміст, структуру, функції та принципи у контексті сталого розвитку територій;
- проаналізувати наявний стан і проблеми розвитку туристичної сфери на прикладі конкретної територіальної громади, визначити бар'єри та можливості впровадження ревіталізаційних ініціатив;
- розробити авторську методiku оцінювання ефективності реалізації туристичних ініціатив, побудовану на системі коефіцієнтів (управлінського, інфраструктурного, економічного, соціального та культурно-комунікаційного);
- сформулювати перспективні напрями розвитку туристичної діяльності на основі ревіталізації, обґрунтувати інструменти її реалізації в межах громади;
- розробити практичний приклад застосування концепції ревіталізації – авторську екскурсію «Подорож ревіталізованими об'єктами України», що інтегрує теоретичні та методичні положення дослідження;

– сформулювати науково-практичні рекомендації щодо впровадження ревіталізаційного підходу в систему туристичного планування територіальних громад України.

**Об'єкт дослідження** – процес туристичної ревіталізації територіальної громади.

**Предмет дослідження** – теоретичні, методологічні та практичні аспекти туристичної ревіталізації як напряму підвищення туристичного потенціалу територіальних громад.

**Методи дослідження.** У процесі написання кваліфікаційної роботи були використані такі методи: критичний та порівняльний аналіз – для комплексної характеристики терміну «ревіталізація» в контексті туризму; ситуаційний підхід – для здійснення ороганізаційно-економічної характеристики Управління культури, молоді, спорту та туризму Самарівської міської ради; метод структурно-логічного узагальнення, статистичних групувань, графічний – для діагностики потенційних можливостей проведення туристичної ревіталізації Самарської територіальної громади.

**Інформаційна база.** Інформаційну базу дослідження склали дані статистичних та аналітичних звітів Управління культури, молоді, спорту та туризму Самарівської міської ради, нормативно-правові акти, а також наукові дослідження провідних вчених у досліджуваній сфері.

**Практична цінність** роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані органами місцевого самоврядування, управліннями культури, туризму та економічного розвитку для розроблення програм відновлення туристичних об'єктів і створення нових маршрутів. Упровадження концепції туристичної ревіталізації дозволяє розвивати сталий туризм, який ґрунтується на балансі між збереженням спадщини, економічною вигодою та соціальною відповідальністю.

**Апробація результатів дослідження.** Основні наукові результати дослідження, викладеного в кваліфікаційній роботі магістра, висвітлені в публікаціях:

1) III Міжнародна міждисциплінарна науково-практична конференція «Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку науки і освіти», м. Полтава, 24-26 квітня 2025 року.

2) Бессонова А., Безугла Л., Агафонов О. Інноваційні інструменти взаємодії бізнесу та територіальних громад для розвитку місцевої економіки. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-11>

3) Безугла Л.С., Бессонова А.В., Язіна В.А. Управління бізнес-процесами в умовах інклюзивного просторового розвитку територіальних громад. *Журнал з менеджменту, економіки та технологій*. 2025. Вип. 2. С. 286-297. DOI: <https://doi.org/10.69803/3083-6034-2025-2-286>

**Структура та обсяг роботи.** Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 88 сторінках. Робота містить 7 таблиць та 26 рисунків. Список використаних джерел включає 50 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ

### 1.1 Концептуальні підходи до формування туристичного продукту на основі ревіталізації території

В сучасних умовах глобалізації та посилення міжрегіональної конкуренції за туристичні потоки проблема формування конкурентоспроможного туристичного продукту набуває особливої актуальності. З огляду на обмеженість природних ресурсів і необхідність збереження культурної спадщини, одним із пріоритетних напрямів розвитку туризму стає ревіталізація територій, тобто відновлення занепалих або неефективно використаних просторів для їх подальшого інтегрування в туристичний процес. Поняття «ревіталізація» (від лат. *re* – відновлення, *vita* – життя) в науковій літературі розглядається як процес повернення життєздатності певним просторам, об'єктам або територіям, які втратили свої первинні функції. У контексті туризму ревіталізація передбачає адаптацію культурних, історичних, архітектурних та природних ресурсів до нових соціально-економічних умов із метою створення привабливого та сталого туристичного продукту.

Наукові підходи до формування туристичного продукту на основі ревіталізації можна класифікувати за кількома напрямками:

1. Економічний підхід розглядає ревіталізацію як інструмент залучення інвестицій та активізації місцевого підприємництва. Туристичний продукт у цьому контексті розуміється як комерціалізований результат перетворення території, що сприяє створенню доданої вартості та підвищенню добробуту громади. Ключовими елементами є формування конкурентоспроможної пропозиції, оптимізація витрат, розвиток туристичної інфраструктури та створення сприятливого бізнес-середовища.

2. Культурологічний підхід акцентує увагу на символічному та ідентифікаційному потенціалі території. Ревіталізація в цьому випадку спрямована на відродження локальної культурної ідентичності, інтеграцію історичної спадщини у сучасні культурні практики, створення тематичних маршрутів і культурно-туристичних брендів. Формування туристичного продукту спирається на автентичність, унікальність і традиції місцевої спільноти, що сприяє не лише привабливості туристів, але й консолідації громади.

3. Просторово-урбаністичний підхід розглядає ревіталізацію як трансформацію фізичного простору з метою підвищення його привабливості для туристів. Йдеться про реконструкцію історичних кварталів, ревіталізацію промислових зон, благоустрій громадських просторів, створення рекреаційних зон та пішохідних маршрутів. Туристичний продукт у такому підході постає результатом гармонійної взаємодії архітектурного середовища, транспортної доступності, комфортності та естетичної привабливості території.

4. Соціально-комунікативний підхід підкреслює роль місцевої громади як активного суб'єкта ревіталізаційних процесів. Ефективне формування туристичного продукту можливе лише за умови залучення мешканців громади, представників малого бізнесу, культурних діячів і волонтерських організацій. Такий підхід сприяє зростанню соціальної згуртованості, формуванню позитивного іміджу території та розвитку громадянської відповідальності за збереження культурних ресурсів.

5. Екологічний підхід зосереджується на концепціях сталого розвитку та «зеленого туризму». У межах ревіталізації територій цей підхід означає раціональне використання природних ресурсів, мінімізацію антропогенного навантаження, упровадження енергоефективних технологій і розвиток екологічної інфраструктури. Туристичний продукт, створений на таких засадах, позиціонується як екологічно безпечний, етичний та орієнтований на довготривалу перспективу.

Підходи до визначення сутності туристичної ревіталізації викладено у таблиці 1.1:

Таблиця 1.1 – Підходи до трактування терміну «Туристична ревіталізація»

Автор (и)	Туристична ревіталізація – це...
Бернацька І., Брух О., Погорецький М.	Сучасний метод відновлення туристичних об'єктів та комплексів, що передбачає комплексні технічні, соціальні та економічні дії, спрямовані на відновлення традиційності і забезпечення розвитку певної території історичних районів міста [4].
Мельник Н.В., Мельник А.В., Милитчук Н.М.	Інструмент для вирішення проблем міста або регіону, що намагається внести якнайменше змін в архітектурний образ комплексу, одночасно з поверненням йому первісного або наданням нового, найперспективнішого в даний час, функціонального призначення [5].
Сич О.А., Ситник Н.С., Сташишин А.В., Круглякова В.В.	Процес просторових, технічних, соціальних та економічних змін, а також діяльність, яка проводиться в інтересах суспільства, метою якої є виведення району з кризової ситуації, відновлення його колишніх функцій і створення умов для подальшого розвитку з використанням його ендогенних особливостей [6].
Романів П.В.	Багатогранна дія, що включає ревалоризацію, реставрацію, реконструкцію, модернізацію та дії, спрямовані на відродження будівлі, району чи міста, зруйнованих у різних аспектах, а також економічних і соціальних [7].
Заславська К., Бучковський А.	Відновлення будівель чи міського середовища шляхом надання їм нового функціонального призначення [8].

*Джерело: узагальнено автором на основі [4-8]*

Важливо підкреслити, що сучасні концепції туристичної ревіталізації тяжіють до інтеграційного підходу, який поєднує економічні, культурні, екологічні та соціальні аспекти. Це дозволяє створювати комплексні програми розвитку територій, де туристичний продукт є не лише комерційною пропозицією, а й інструментом збереження культурної спадщини, формування позитивного іміджу регіону та підвищення якості життя населення. Отже, формування туристичного продукту на основі ревіталізації території слід розглядати як багатовимірний процес, що передбачає синергію економічних інтересів, культурних цінностей і просторової гармонії. Концептуальні підходи до цього процесу мають забезпечувати баланс між відновленням історичної спадщини, розвитком туристичної інфраструктури та збереженням природного й соціального середовища. Саме такий підхід відповідає сучасним

тенденціям сталого туризму та сприяє підвищенню конкурентоспроможності територіальних громад у туристичному просторі України.

Ідея ревіталізації територій бере свій початок у процесах відновлення історичних міських середовищ, які виникли в Європі після Другої світової війни. Спершу термін «ревіталізація» використовувався переважно в архітектурі та містобудуванні для позначення заходів із реконструкції або модернізації старих міських кварталів, які втратили свою функціональність. Уже в 1950–1960-х роках у країнах Західної Європи (насамперед у Франції, Італії, Німеччині та Великій Британії) почали активно реалізовуватись програми оновлення історичних центрів, промислових зон і портових територій. Ці ініціативи поступово стали не лише архітектурними, а й соціально-культурними проектами, спрямованими на відновлення міського середовища як простору для життя, дозвілля та туризму. Так, на рисунку 1.1 наведено приклад ревіталізації колишніх газометрів у м. Відень, Австрія, які було перетворено на житлові комплекси:

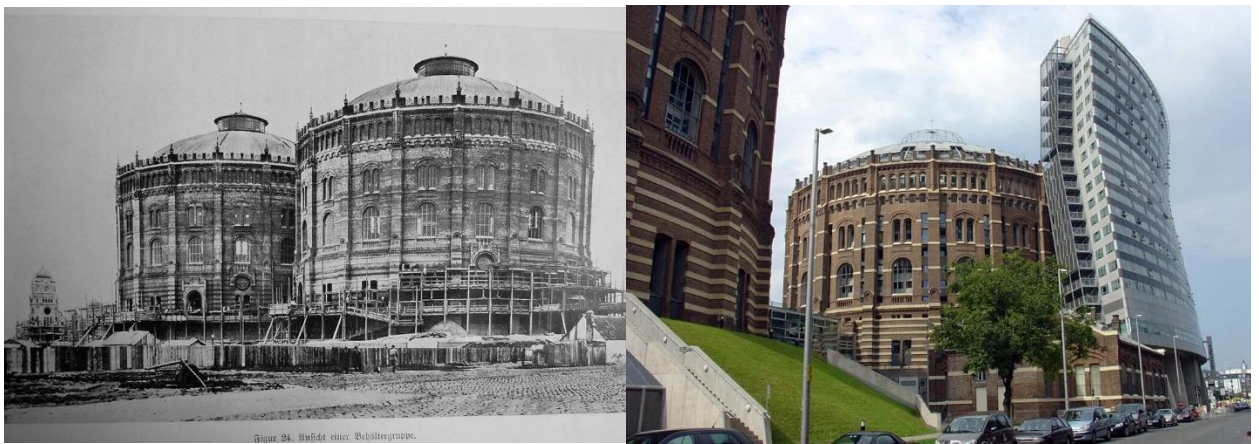


Рисунок 1.1 – Перетворення покинутих газометрів на житлові комплекси у Відні, Австрія

*Джерело: [1]*

У 1970-1980-х роках концепція ревіталізації розвивається в руслі урбаністичних та соціально-економічних теорій. Саме тоді починає формуватися розуміння ревіталізації як комплексного процесу, що поєднує

економічне відродження, культурну реанімацію та просторову гармонізацію. У цей період виникає термін «туристична ревіталізація», який використовували для опису перетворення промислових або занедбаних територій на туристично привабливі об'єкти. Прикладами можуть слугувати відновлення портових районів Барселони та Ліверпуля (рис. 1.2), реновація старих промислових зон у Манчестері чи Більбао, створення культурно-туристичних кварталів у Парижі, Кракові, Берліні.



Рисунок 1.2 – Туристична ревіталізація портової зони, м. Ліверпуль, Велика Британія

*Джерело: [2]*

Наприкінці XX – на початку XXI століття туристична ревіталізація стає невід'ємним елементом концепції сталого розвитку. Вона починає розглядатися не лише як економічний механізм, а як інструмент соціокультурного оновлення територій, збереження історико-культурної спадщини та формування локальної ідентичності. Визначальну роль у цьому процесі відіграли рекомендації ЮНЕСКО, Ради Європи та Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), які наголошували на необхідності

поєднання культурного збереження з туристичною комерціалізацією у межах етичних і сталих принципів. Починаючи з 2000-х років, поняття «туристична ревіталізація» почало набувати популярності в країнах Центрально-Східної Європи, які після соціально-економічних трансформацій зіткнулися з потребою оновлення історичних поселень, колишніх промислових об'єктів та сільських територій. Польща (рис. 1.3), Чехія, Угорщина та Словаччина стали прикладами успішної інтеграції ревіталізаційних стратегій у політику місцевого розвитку. Зокрема, польська програма «Rewitalizacja miast» (2004-2013 рр.) передбачала створення туристичних зон на основі відновлення історичних районів, що сприяло зростанню місцевої економіки та розвитку малого бізнесу.



Рисунок 1.3 – Культурно-діловий центр «Мануфактура», ревіталізований з колишньої текстильної фабрики, м. Лодзь, Польща

*Джерело: [3]*

В Україні ідеї ревіталізації почали активно впроваджуватися з початку 2010-х років у межах державних і регіональних програм збереження

культурної спадщини, розвитку туризму та урбаністичного оновлення. Сучасний етап розвитку туристичної ревіталізації в Україні характеризується прагненням інтегрувати її до місцевих стратегій розвитку територіальних громад. В умовах децентралізації ревіталізаційні проекти все частіше ініціюються на рівні громад, що дозволяє поєднати місцеву ідентичність, економічну доцільність і соціальну активність населення. Сьогодні туристична ревіталізація розглядається не лише як реконструкція матеріальної спадщини, а як комплексний процес оновлення території – її змістового, економічного та культурного наповнення.

Розвиток туристичної ревіталізації в Україні має вибіркового, але динамічний характер. В останнє десятиліття спостерігається активне впровадження проектів, спрямованих на відновлення історичних, промислових і культурних об'єктів із подальшою їх інтеграцією в туристичний простір. Такі ініціативи реалізуються як на державному, так і на місцевому рівнях – за підтримки міжнародних організацій, грантових програм та інвестиційних проектів. У таблиці 1.2 наведено приклади успішних проектів туристичної ревіталізації в різних регіонах України, які демонструють різноманітність підходів до відновлення туристично привабливих територій:

Таблиця 1.2 – Приклади успішної туристичної ревіталізації в Україні

Назва об'єкта / проекту	Локація	Характер ревіталізації	Результат / вплив на туризм
Promprylad Renovation	Івано-Франківськ	Перетворення промислової зони на культурно-туристичний та бізнес-хаб	Формування інноваційного простору, новий туристичний бренд міста
Арт-завод Платформа	Київ	Адаптація колишнього заводу під арт-івент-простір	Залучення молодіжного туризму, розвиток креативної економіки
Набережна міста Маріуполь	Маріуполь (до 2022 р.)	Благоустрій прибережної зони, створення туристичних і культурних просторів	Розвиток внутрішнього туризму, підвищення якості міського середовища
Мистецький Арсенал	Київ	Адаптація військового арсеналу під національний культурно-мистецький центр	Створення культурного магніту національного рівня, міжнародне визнання

Fabrika.space	Харків	Ревіталізація колишньої друкарні XIX ст. у креативний івент- та коворкінг-простір	Створено культурний і туристичний осередок у центрі міста; популярне місце для конференцій, подій, гастротуризму; підвищення іміджу Харкова як інноваційного міста
ReZavod	Чернівці	Адаптація покинутої промислової території (завод «Гравітон») під арт-простір і фестивальний майданчик	Формування культурного кластера; залучення молоді, митців і туристів; розвиток креативного туризму в регіоні
UNIT.City	Київ	Ревіталізація території колишнього мотоциклетного заводу у сучасний інноваційний парк	Створення технологічного й освітнього простору міжнародного рівня; формування ділового та освітнього туризму; популяризація іміджу Києва як «стартап-столиці» України

*Джерело: узагальнено автором на основі [9-11]*

Аналіз сучасних українських проєктів показує, що туристична ревіталізація є мультидисциплінарним явищем, яке поєднує урбаністику, економіку, культуру та маркетинг територій. Успішні приклади демонструють, що переосмислення промислової спадщини може створювати туристичну цінність навіть без традиційних історико-культурних пам'яток. Такі об'єкти стають не лише центрами тяжіння туристів, а й платформами для розвитку локальної спільноти, інновацій і нових форм дозвілля. Вони закладають основу для нової хвилі урбаністичного та креативного туризму в Україні, що відповідає європейським тенденціям сталого розвитку.

Отже, історичний розвиток концепції туристичної ревіталізації демонструє її еволюцію від вузько архітектурного поняття до інтегрованої стратегії місцевого розвитку, що поєднує культурну політику, економічні стимули та соціальну участь [20]. Ця тенденція визначає сучасне бачення туризму як важливого інструменту просторового відродження, культурного збереження та підвищення конкурентоспроможності регіонів.

## **1.2 Теоретичні підходи до оцінки туристичного потенціалу територіальних громад**

В науковій літературі поняття «туристичний потенціал» розглядається як багатокомпонентна категорія, що відображає сукупність природних, історико-культурних, соціально-економічних та інфраструктурних можливостей певної території, здатних забезпечити розвиток туризму та формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Для територіальних громад, у межах процесів децентралізації та регіонального самоуправління, оцінка туристичного потенціалу є одним із ключових інструментів стратегічного планування розвитку. Сучасні науковці пропонують різноманітні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу, що зумовлює різні методики його оцінювання [21]. Узагальнюючи їхні позиції, можна виокремити декілька основних теоретичних підходів: ресурсний, системний, функціональний, маркетинговий, соціально-економічний та інтегральний.

### **1. Ресурсний підхід.**

Ресурсний підхід є одним із найпоширеніших і полягає у визначенні туристичного потенціалу як сукупності туристично-рекреаційних ресурсів, що можуть бути використані для задоволення потреб туристів. До таких ресурсів відносять природні об'єкти (ландшафти, водойми, кліматичні умови), культурно-історичні пам'ятки, етнографічні особливості, а також об'єкти сучасної культури та інфраструктури. Згідно з цим підходом, головним завданням оцінки є виявлення, інвентаризація та класифікація туристичних ресурсів території, а також визначення їх кількісних і якісних характеристик. Методологічно ресурсний підхід близький до географічного, адже базується на просторовому аналізі розташування ресурсів, доступності та придатності їх до використання в туризмі. Однак, незважаючи на свою наочність, цей підхід має обмеження: він не враховує соціально-економічний контекст, рівень розвитку інфраструктури, людський фактор і управлінські можливості

громади [22].

## 2. Системний підхід.

Системний підхід розглядає туристичний потенціал як цілісну систему взаємопов'язаних елементів, які спільно забезпечують функціонування туристичної діяльності на певній території. Така система включає ресурсну базу, інфраструктуру, кадрове забезпечення, маркетингові інструменти, управлінські структури, фінансові механізми й соціокультурні умови.

Оцінка потенціалу за системним підходом здійснюється не лише через кількісні показники, але й через аналіз взаємозв'язків між складовими. Важливим стає поняття «керованості» потенціалу, тобто здатності громади ефективно використовувати свої ресурси через управлінські рішення, інновації та партнерства. В межах цього підходу формується концепція туристичної екосистеми громади, де ефективність залежить від узгодженості дій між владою, бізнесом, громадськістю та туристами.

## 3. Функціональний підхід.

Функціональний підхід акцентує увагу не на ресурсах, а на можливостях їх практичного використання. Туристичний потенціал, у цьому випадку, визначається рівнем функціональної придатності території до прийому, обслуговування та утримання туристичних потоків. Ключовими критеріями є наявність транспортної доступності, закладів розміщення, сервісу, безпеки, рівень цифровізації туристичних послуг, а також здатність території до сезонного регулювання навантаження [23]. Такий підхід тісно пов'язаний із поняттям туристичної інфраструктури та дозволяє оцінювати потенціал громади не лише з точки зору ресурсів, але й із погляду управління туристичними потоками та забезпечення комфортності перебування туристів.

## 4. Маркетинговий підхід.

Маркетинговий підхід до оцінки туристичного потенціалу базується на концепції привабливості території як туристичного бренду. У цьому випадку туристичний потенціал трактується як спроможність території задовольнити потреби цільових сегментів туристів і сформувати позитивний імідж у

туристичному просторі. Відповідно, оцінювання здійснюється через аналіз конкурентних переваг, унікальних рис території, пізнаваності бренду громади, ефективності комунікацій і маркетингових стратегій. Такий підхід активно використовується у практиці стратегічного планування, особливо в умовах конкуренції між громадами за інвестиції та туристичні потоки.

#### 5. Соціально-економічний підхід.

Цей підхід розглядає туристичний потенціал як економічну категорію, що відображає можливість території генерувати дохід, створювати робочі місця, стимулювати розвиток малого бізнесу та підвищувати якість життя населення. Важливим є розуміння туризму як механізму соціально-економічного розвитку громади, який формує мультиплікативний ефект – від зростання доходів до покращення соціальної інфраструктури [24]. Оцінювання потенціалу в межах цього підходу здійснюється за допомогою економічних показників (обсяги туристичних послуг, кількість відвідувачів, податкові надходження, рівень зайнятості у сфері туризму).

#### 6. Інтегральний підхід.

Інтегральний підхід є синтезом попередніх і передбачає комплексну оцінку туристичного потенціалу на основі системи критеріїв і показників, що охоплюють усі складові: ресурсну, інфраструктурну, управлінську, маркетингову та соціально-економічну. Інтегральні методика дозволяють здійснити кількісне порівняння територій, визначити рівень реалізації потенціалу, а також побудувати рейтингові моделі туристичної привабливості громад. У сучасних дослідженнях активно застосовуються індексні підходи (наприклад, «індекс туристичної привабливості територій»), що поєднують статистичні дані з якісними експертними оцінками.

Оцінювання туристичного потенціалу є не лише аналітичним інструментом, але й важливим етапом формування туристичної політики громади. Воно дає змогу:

- виявити сильні та слабкі сторони території;
- визначити пріоритетні напрями розвитку туризму;

- розробити ефективні програми ревіталізації та брендингу;
- залучити інвестиції та партнерів;
- забезпечити сталий розвиток туризму з урахуванням інтересів місцевої спільноти [25].

Зокрема, у контексті ревіталізації територій оцінка потенціалу дозволяє визначити об'єкти з найбільшою туристичною віддачею після реконструкції або адаптації, оцінити їх соціально-культурну значущість і здатність генерувати нові туристичні потоки. Теоретичне осмислення туристичного потенціалу територіальних громад свідчить про необхідність комплексного, міждисциплінарного підходу до його оцінки.

Ресурсна база, інфраструктура, маркетинг, управління, соціальні фактори й екологічна стабільність мають розглядатися як взаємопов'язані елементи єдиної системи. Застосування інтегральних методик дозволяє не лише кількісно оцінити потенціал, але й визначити ступінь його реалізованості та ефективності використання [26]. Таким чином, оцінка туристичного потенціалу є важливою складовою стратегічного управління розвитком громади, що безпосередньо впливає на успішність проектів туристичної ревіталізації та на формування сталих соціально-економічних процесів.

SWOT-аналіз є універсальним інструментом стратегічного планування, який дозволяє виявити внутрішні переваги й недоліки системи, а також зовнішні можливості та загрози її розвитку. У контексті туристичної ревіталізації, цей метод дає змогу оцінити сучасний стан галузі в Україні, визначити ключові чинники, що впливають на ефективність відновлення територій, і сформулювати напрями стратегічного управління туристичними ресурсами.

В рамках досліджено автором роботи проведено SWOT-аналіз туристичної ревіталізації в сучасній Україні (табл. 1.3):

Таблиця 1.3 – SWOT-аналіз туристичної ревіталізації в Україні

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Високий рівень культурно-історичної спадщини, значна кількість об'єктів, придатних до ревіталізації (заводи, фортеці, маєтки, залізничні станції тощо).</li> <li>2. Активізація громадських ініціатив і креативних спільнот, які ініціюють ревіталізаційні проєкти.</li> <li>3. Підвищення суспільного інтересу до внутрішнього туризму після 2020 року, зокрема до культурного та подієвого.</li> <li>4. Формування нових типів туристичних продуктів (індустріальний, креативний, гастрономічний, урбаністичний туризм).</li> <li>5. Позитивний імідж ревіталізації як інноваційного напрямку розвитку регіонів.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостатня фінансова підтримка на місцевому рівні, обмежений доступ до грантових програм і інвестицій.</li> <li>2. Низький рівень управлінської спроможності місцевих органів влади у сфері туризму.</li> <li>3. Відсутність системної методики оцінки туристичного потенціалу ревіталізованих територій.</li> <li>4. Недостатня транспортна та туристична інфраструктура в громадах.</li> <li>5. Брак кадрового потенціалу в управлінні проєктами ревіталізації, відсутність міжсекторальної координації.</li> </ol>
<b>Можливості (Opportunities)</b>	<b>Загрози (Threats)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розвиток міжнародних грантових і партнерських програм (Creative Europe, Horizon Europe, USAID, House of Europe тощо).</li> <li>2. Зростання інтересу до сталого та екологічного туризму, можливість поєднати ревіталізацію з принципами «зеленої економіки».</li> <li>3. Використання цифрових технологій (AR/VR, 3D-реконструкція, інтерактивні музеї) для популяризації ревіталізованих об'єктів.</li> <li>4. Можливість створення нових туристичних кластерів і маршрутів на основі ревіталізованих просторів.</li> <li>5. Розвиток державно-приватного партнерства у сфері туризму, залучення локальних бізнесів.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Політична та економічна нестабільність, воєнний стан, що ускладнює інвестиційні процеси.</li> <li>2. Руйнування або занепад історичних об'єктів через відсутність консерваційних заходів.</li> <li>3. Перевантаження туристичних локацій у великих містах і занедбаність периферійних громад.</li> <li>4. Ризик комерціалізації культурних просторів і втрати автентичності ревіталізованих об'єктів.</li> <li>5. Обмежений доступ до зовнішніх туристів через безпекові фактори, зниження міжнародного потоку.</li> </ol>

*Джерело: сформовано автором на основі [25-27]*

SWOT-аналіз свідчить, що потенціал туристичної ревіталізації в Україні залишається значним, проте реалізація цієї потенційної переваги потребує системного підходу до управління. Основною сильною стороною виступає наявність багатого культурно-історичного фонду, який може бути переосмислений у форматі сучасного туристичного продукту. Водночас ключовою слабкістю є відсутність чітких управлінських механізмів, методик оцінки ефективності й стабільного фінансування. Зовнішні можливості

відкриваються через інтеграцію у європейський туристичний простір, участь у міжнародних програмах підтримки культурної спадщини та залучення інноваційних технологій у сферу туризму. Однак загрози, пов'язані з безпековими ризиками, недостатньою інституційною підтримкою та руйнуванням історичних об'єктів, можуть стримувати розвиток ревіталізаційних процесів.

Туристична ревіталізація в Україні має всі передумови для перетворення на стратегічний напрям регіональної політики, здатний забезпечити сталий розвиток територій, збереження культурної спадщини та зростання соціальної активності громад. Для цього необхідно:

1. Створити національну методичку оцінки ефективності ревіталізаційних проєктів у туризмі;
2. Забезпечити синергію між державними, приватними та громадськими структурами;
3. Спрямувати увагу на розвиток людського потенціалу у сфері культурного менеджменту та туристичного маркетингу;
4. Акцентувати на інноваційності, екологічності та соціальній відповідальності ревіталізаційних ініціатив [27].

Таким чином, туристична ревіталізація виступає не лише як форма оновлення простору, а як інструмент соціально-культурної трансформації, що може зробити українські громади привабливими як для мешканців, так і для туристів. Туристична ревіталізація є не лише процесом реконструкції простору, а й інноваційною бізнес-моделлю, що базується на принципах сталості, соціальної участі та міжсекторальної співпраці. Вона перетворює занедбані території на економічно активні й культурно значущі центри, сприяє створенню робочих місць і залученню інвестицій. У контексті глобальної нестабільності саме такі моделі розвитку стають основою конкурентоспроможності територій і запорукою їхнього сталого майбутнього.

### **1.3 Методологічні принципи та інструменти ревіталізації туристичних об'єктів і територій**

Дослідження процесів туристичної ревіталізації вимагає чітко визначених методологічних засад, що забезпечують наукову системність підходів до оновлення просторових, культурних і соціально-економічних структур. Методологія ревіталізації туристичних територій ґрунтується на міждисциплінарному синтезі урбаністики, архітектурного планування, економіки туризму, культурології, соціології, маркетингу територій та стратегічного менеджменту. Головною метою цього синтезу є формування цілісної системи відновлення й повторного використання територій, яка б забезпечувала їхню сталу інтеграцію у соціально-економічний розвиток регіону.

Ключовим методологічним орієнтиром виступає концепція сталого розвитку, яка визначає баланс між економічною вигодою, соціальною користю та екологічною безпекою [28]. У межах цього підходу ревіталізаційні ініціативи розглядаються не лише як відновлення фізичного простору, а як складова процесу соціального відродження та підвищення якості життя. У цьому контексті важливим є дотримання принципу автентичності, тобто збереження історичного, архітектурного та культурного змісту території. Туристичний продукт, створений на основі автентичного простору, має вищу цінність, оскільки забезпечує унікальність і диференціацію дестинації. Вдалим прикладом реалізації цього принципу є ревіталізація замку Радомисль на Житомирщині, де реконструкція історичної споруди відбувалася з урахуванням первинних архітектурних особливостей та використанням традиційних матеріалів. Завдяки цьому об'єкт набув не лише культурного, а й туристично-економічного значення, перетворившись на потужний центр музейної та подієвої діяльності.

Суттєву роль у методології ревіталізації відіграє принцип мультифункціональності, який передбачає поєднання різних видів діяльності

на одній території. Це забезпечує економічну життєздатність ревіталізованого простору та сприяє залученню ширших цільових аудиторій. Успішним прикладом є проєкт «Promprylad.Renovation» в Івано-Франківську, що поєднує функції бізнес-інкубатора, культурного центру, освітнього осередку та простору для подій. У результаті створено сталу екосистему, в якій туризм, освіта, підприємництво і культура утворюють взаємодоповнювану модель розвитку.

Водночас важливим методологічним положенням є принцип партисипативності, який підкреслює необхідність залучення громади до процесу планування та реалізації ревіталізаційних проєктів [29]. Партисипативний підхід забезпечує врахування інтересів місцевого населення, підвищує рівень довіри до ініціатив і стимулює формування локальної ідентичності. В українській практиці такий підхід знайшов відображення у проєкті «Revitalize Vinnytsia», коли під час розроблення концепції оновлення центральної частини міста активно залучали громадськість через відкриті дискусії, воркшопи й консультації з урбаністами.

Окрему увагу в сучасній методології приділено принципу інноваційності, що проявляється у використанні цифрових, інформаційних і креативних технологій. Цифрова трансформація дозволяє оптимізувати управління ревіталізованими просторами, впроваджувати інтерактивні інструменти для туристів і проводити ефективний моніторинг відвідуваності. У цьому контексті прикладом може бути практика міста Львова, де у межах програми цифрової трансформації запроваджено електронну систему управління туристичними потоками та віртуальні тури історичними пам'ятками, що стали частиною стратегії ревіталізації культурного середовища.

Важливим аспектом методологічного підходу до ревіталізації є інтеграція економічних і соціокультурних інструментів. До економічних належать фінансові механізми державно-приватного партнерства, грантове фінансування, краудфандинг і залучення соціально відповідального бізнесу.

Соціокультурні інструменти передбачають розвиток освітніх і культурних програм, фестивального руху, залучення творчих спільнот та місцевих ініціатив до формування змісту простору [30]. У поєднанні ці інструменти створюють синергію, що перетворює ревіталізований простір на динамічний центр культурно-туристичної взаємодії.

Окремий пласт методологічних засад становить використання просторово-аналітичних інструментів, таких як геоінформаційні системи, 3D-моделювання, візуалізація даних і картографічне моделювання. Ці технології дозволяють оцінити потенціал території, визначити зони концентрації туристичної активності, виявити просторові обмеження й розробити сценарії розвитку. Зокрема, у процесі розроблення ревіталізаційної концепції промислових зон Харкова (рис. 1.4) використовувалися геоінформаційні моделі для прогнозування транспортної доступності та розподілу функціональних навантажень між новими туристично-культурними об'єктами.



Рисунок 1.4 – Проект з ревіталізації «Арт-завод «Механіка», м. Харків

*Джерело: [12]*

Методологічний підхід до ревіталізації також вимагає системного оцінювання ефективності впроваджених заходів. Для цього застосовуються

такі інструменти, як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, картування зацікавлених сторін, оцінювання соціального впливу (SIA) та індекси сталого розвитку. Їх поєднання забезпечує багатовимірну оцінку ревіталізаційного процесу – від економічної до культурно-психологічної складової. В європейській практиці така методологія лежить в основі проєктів ЄС, реалізованих у межах програм URBACT і Horizon, де ревіталізація розглядається як інструмент стратегічного управління міським розвитком.

Отже, методологічні принципи туристичної ревіталізації становлять цілісну систему, у якій поєднано теоретичні концепції сталого розвитку, інноваційні управлінські підходи, просторовий аналіз і соціальну взаємодію. Комплексне застосування цих принципів і методів дозволяє не лише відновлювати матеріальну інфраструктуру, а й формувати нові моделі територіальної ідентичності, що інтегрують економічний, культурний і соціальний потенціал громади [31]. Ревіталізовані туристичні простори перетворюються на осередки креативної економіки, які поєднують комерційну життєздатність із культурною значущістю, сприяючи формуванню сталого розвитку територій у цілому.

Ревіталізовані туристичні простори справді поступово трансформуються у важливі осередки креативної економіки, у яких поєднуються підприємницькі, культурні, освітні й комунікаційні функції. Такий синтез зумовлює появу нової моделі просторової організації, де економічна діяльність не протиставляється культурним чи соціальним цілям, а, навпаки, взаємодіє з ними в межах єдиної стратегії розвитку. Креативна економіка у межах туристичної ревіталізації постає як особливий тип економічної системи, заснований на генерації ідей, культурного змісту й інновацій, а не лише на матеріальних ресурсах. У цьому сенсі ревіталізовані простори виконують функцію своєрідних «інкубаторів» інноваційної діяльності, у яких поєднуються культура, підприємництво і туризм як взаємопідсилювальні елементи територіального розвитку.

Однією з ключових особливостей таких просторів є створення нових

соціальних мереж взаємодії. Вони формують середовище постійного обміну ідеями, у якому мешканці, туристи, підприємці та представники креативних індустрій спільно продукують цінності. Саме ця спільнотна взаємодія перетворює ревіталізований простір на динамічну платформу комунікації, творчості та економічної активності. Прикладом є платформа Promprylad.Renovation в Івано-Франківську, яка не лише забезпечує культурне наповнення міського середовища, а й виступає каталізатором нових підприємницьких ініціатив, спрямованих на розвиток сталого бізнесу, освітніх програм і соціальних стартапів. У цьому випадку ревіталізація не завершується на відновленні будівель – вона створює середовище для довготривалої еволюції локальної економіки, де культурна значущість стає передумовою економічного успіху [32].

Креативна економіка в контексті туристичної ревіталізації набуває форм, близьких до концепції «економіки вражень» (experience economy), у межах якої головним ресурсом стає емоційний і культурний досвід відвідувачів. Ревіталізовані простори, що інтегрують культурну спадщину з сучасними формами творчості, створюють унікальний туристичний продукт, заснований на естетичній і соціальній автентичності. Саме тому такі об'єкти, як Fabrika.space у Харкові чи Fest!Republic у Львові (рис. 1.5), стають не лише туристичними атракціями, але й центрами формування нових творчих спільнот, що активно впливають на культурну динаміку регіону.

Іншою важливою ознакою ревіталізованих просторів є їхня спроможність до саморозвитку [33]. Ревіталізовані простори формують відкриту екосистему, у якій економічна активність підживлюється постійним обміном знань, подій, виставок, освітніх програм і партнерських ініціатив. Це дозволяє створювати довгострокові ефекти для місцевої економіки, зокрема через підтримку малого бізнесу, розвиток креативних стартапів і залучення молодих фахівців.



Рисунок 1.5 – Ревіталізований простір «FEST!Republic», Львів

*Джерело: [13]*

З позиції сталого розвитку такі простори відіграють роль структурних елементів нової урбаністичної парадигми, що орієнтована на відновлення, адаптацію та вторинне використання. Вони демонструють, що економічне зростання може відбуватися без надмірного споживання ресурсів, натомість базуючись на інтелектуальному, культурному та соціальному капіталі. У цьому сенсі ревіталізовані туристичні об'єкти стають практичними реалізаціями концепції «розумного міста» (smart city), у якому знання, інновації й культура слугують головними рушійними силами розвитку [34].

В європейській практиці подібні моделі активно впроваджуються у межах програм міського відродження, таких як URBACT, Creative Europe чи New European Bauhaus (рис. 1.6), які сприяють створенню «живих лабораторій» для експериментів у сфері сталого туризму, екологічного дизайну та громадської участі. Аналогічні тенденції спостерігаються в Україні, де ревіталізовані простори стають платформами міжсекторальної співпраці, поєднуючи культурні ініціативи з підприємницькими, екологічними та соціальними проектами.



Рисунок 1.6 – Житловий масив, ревіталізований із закинутого аеропорту,  
м. Відень, Австрія

*Джерело: [14]*

Таким чином, туристична ревіталізація набуває рис комплексного соціально-економічного явища, у межах якого відбувається взаємоперетин економічного підприємництва та культурного розвитку. Ревіталізовані туристичні простори формують нову якість місцевого середовища, не лише фізично привабливу, а й інтелектуально насичену, творчу та соціально орієнтовану. Їхнє існування доводить, що креативна економіка може виступати не лише інструментом прибуткової діяльності, але й потужним засобом соціальної консолідації, культурного відродження та сталого зростання територій. Саме у такому поєднанні комерційної життєздатності з культурною значущістю і полягає сутність інноваційної парадигми туристичної ревіталізації, яка визначає перспективний напрям розвитку сучасного просторового менеджменту в Україні та світі.

## Висновки до розділу 1

За результатами досліджень, виконаних у розділі 1, зроблено наступні висновки:

1. У ході проведеного теоретичного аналізу встановлено, що туристична ревіталізація є складним багатофункціональним процесом, який охоплює соціально-економічні, культурні, просторові та управлінські аспекти відновлення територій. Вона відрізняється від традиційних форм реконструкції тим, що спрямована не лише на відновлення фізичного стану об'єктів, а й на надання їм нових змістових, туристичних та соціальних функцій, що відповідають принципам сталого розвитку.

2. Проаналізовано еволюцію поняття ревіталізації у контексті розвитку туризму. Визначено, що сучасна концепція туристичної ревіталізації сформувалася під впливом ідей урбаністики, культурного менеджменту й економіки спадщини. Історичний огляд розвитку ревіталізаційних практик в Україні показав перехід від локальних проєктів реставрації до комплексних програм адаптивного використання культурних і промислових об'єктів.

3. З'ясовано, що ключовим науковим підходом до вивчення туристичної ревіталізації є інтеграційний підхід, який поєднує ресурсну, соціальну, економічну та управлінську складові. Встановлено, що ефективність ревіталізаційних процесів безпосередньо залежить від рівня залученості громади, партнерських відносин між владою, бізнесом і громадським сектором, а також наявності стратегічного бачення розвитку туризму.

4. В історичному аспекті простежено еволюцію концепції ревіталізації – від реставраційних і реконструкційних практик до комплексного підходу, що охоплює адаптивне використання об'єктів спадщини для туристичних, культурних і креативних цілей. Українські приклади (Promprylad.Renovation, Jam Factory, Art-завод «Платформа» тощо) свідчать про поступовий перехід до європейських стандартів управління ревіталізованими просторами.

5. Визначено основні методологічні принципи ревіталізації туристичних

об'єктів: системність, інклюзивність, автентичність, міжсекторальну співпрацю та орієнтацію на культурну цінність простору. У роботі обґрунтовано, що ревіталізовані туристичні простори виступають осередками креативної економіки, які поєднують комерційну життєздатність із культурною значущістю та сприяють формуванню сталого розвитку територій у цілому.

6. У межах розділу було розроблено авторську систему аналітичного осмислення туристичної ревіталізації, що включає теоретичну класифікацію її напрямів (культурна, інфраструктурна, економічна, соціальна ревіталізація) та узагальнення реальних прикладів в Україні (на основі створеної таблиці об'єктів ревіталізації). Це дозволило закласти методологічну основу для подальшого прикладного аналізу у наступних розділах роботи.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ САМАРСЬКОЇ ГРОМАДИ

#### 2.1 Організаційно-економічна характеристика Управління культури, молоді, спорту та туризму Самарівської міської ради

Управління культури, молоді, спорту та туризму Самарівської міської ради є ключовим органом місцевого самоврядування, відповідальним за реалізацію культурної, спортивної та туристичної політики громади. Самарівська громада, розташована у південно-східній частині Дніпропетровської області (рис. 2.1), має важливе стратегічне значення як для регіону загалом, так і для розвитку внутрішнього туризму. Завдяки поєднанню історико-культурної спадщини, мальовничих ландшафтів та зручному географічному положенню громада виступає природним центром притягання туристів і дослідників локальних традицій.



Рисунок 2.1 – Самарівський район у складі Дніпропетровської області

*Джерело: [15]*

Культурне значення громади проявляється у збереженні архітектурних пам'яток, народних звичаїв, ремесел та мистецьких ініціатив, що сприяють

формуванню ідентичності мешканців і підтримують культурну різноманітність регіону. Спортивна складова діяльності приносить користь через створення умов для фізичного розвитку населення, зміцнення здоров'я та популяризацію активного способу життя. Туристичний потенціал Самарівської громади значною мірою зосереджений на природних ресурсах (річки, озера, зелені масиви), наявності традиційних свят, цікавої локальної гастрономії та можливостях культурного дозвілля. Офіційна символіка міста Самар наведена на рисунку 2.2.

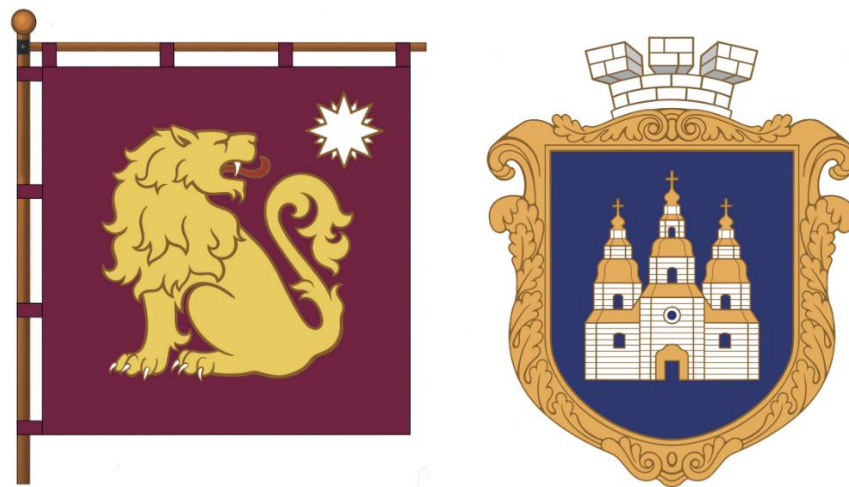


Рисунок 2.2 – Прапор та герб міста Самар

*Джерело: [16]*

Управління культури, молоді, спорту та туризму Самарівської міської ради розташоване у місті Самар за адресою 51200, Дніпропетровська область, Самарівський район, місто Самар, вулиця Гетьманська, будинок 14. Зареєстроване з 20.05.1992 року Самарівською міською радою, КВЕД – 84.11 Державне управління загального характеру.

Діяльність управління культури, спорту та туризму має мультиплексне значення: вона сприяє соціальній згуртованості, економічному розвитку через зростання туристичних потоків, підвищення інвестиційної привабливості території, а також формує імідж Самарівської громади як сучасної, відкритої та життєздатної одиниці місцевого розвитку. У цьому контексті практика у

зазначеному управлінні дозволяє зануритися у реальні механізми управління культурними проектами, спортивними активностями та маршрутами туристичної інфраструктури, що особливо вагомо в умовах децентралізації й збільшення ролі місцевого самоврядування в Україні.

Аналіз фінансово-бюджетної політики органів місцевого самоврядування є необхідним інструментом для оцінки ефективності розвитку громади та визначення пріоритетних напрямів її соціально-економічної діяльності. Бюджет Самарівської міської територіальної громади виступає головним індикатором того, наскільки збалансовано розподіляються ресурси між різними сферами життєдіяльності, а також демонструє, якою мірою місцева влада підтримує культурний, освітній і спортивний розвиток населення. Особливу увагу в структурі витрат займає блок «Духовний та фізичний розвиток», який включає показники «Фізична культура і спорт» та «Культура та мистецтво». Саме ці статті витрат безпосередньо пов'язані з формуванням суспільних цінностей, зміцненням соціального капіталу та створенням сприятливих умов для духовного збагачення і фізичного здоров'я мешканців. Витрати на культуру та мистецтво мають значно ширший спектр впливу. Вони визначають динаміку розвитку творчих ініціатив, підтримку закладів культури, збереження історико-культурної спадщини та розбудову туристичної інфраструктури.

У контексті дослідження, спрямованого на оцінку перспектив розвитку туризму в Самарівській громаді, саме показник «Культура та мистецтво» є ключовим. Він включає такі складові, як «Бібліотеки, музеї та виставки», «Клубні заклади» та «Інші заходи та заклади, творчі спілки» [17]. Його аналіз дозволить зрозуміти, наскільки місцева влада розглядає культуру як стратегічний ресурс, здатний підвищити конкурентоспроможність громади на регіональному рівні, а також сприяти залученню туристів і формуванню позитивного іміджу території.

Аналіз динаміки видатків на розділ «Культура та мистецтво» у структурі бюджету Новомосковської міської територіальної громади за 2021-2024 роки

свідчить про стаке зростання обсягів фінансування та зміщення пріоритетів між окремими напрямками. Загальні видатки на культуру і мистецтво зросли з 21,65 млн грн у 2021 році до 36,64 млн грн у 2024 році, тобто майже на 70%. Найбільш інтенсивне зростання припало на період 2022-2023 років, коли фінансування збільшилося майже наполовину, тоді як у 2024 році спостерігається незначне скорочення, однак рівень витрат залишається істотно вищим за початковий.

Найбільш відчутна позитивна динаміка характерна для фінансування клубних закладів. Якщо у 2021 році на цей напрям було спрямовано 9,02 млн грн (41,7% усіх витрат на культуру та мистецтво), то у 2024 році сума становила вже 19,72 млн грн, а частка зросла до 53,8%. Це свідчить про чітку орієнтацію громади на підтримку клубної інфраструктури як головного осередку культурного життя. Фінансування бібліотек, музеїв та виставок також збільшилося у грошовому вираженні – з 6,77 млн грн у 2021 році до 8,89 млн грн у 2024-му. Водночас їхня частка у загальній структурі видатків зменшилася з 31,3% до 24,3%, що вказує на поступове відносне зниження пріоритетності цього напрямку. Аналогічна ситуація спостерігається і у категорії «Інші заходи та заклади, творчі спілки». Хоча у 2021 році фінансування становило 5,86 млн грн, а у 2024 році – 8,02 млн грн, їхня частка скоротилася з 27,0% до 21,9%. Пік витрат відзначено у 2023 році, коли ця категорія досягла 9,4 млн грн, однак у 2024 році відбулося скорочення більш ніж на 15%. Графічне відображення витрат на культуру та мистецтво наведено на рисунку 2.3.

Динаміка видатків на культуру та мистецтво у Новомосковській міській територіальній громаді демонструє послідовне нарощування фінансування та водночас зміщення акцентів у бік розвитку клубних закладів. Це свідчить про стратегічний вибір громади на користь підтримки культурно-дозвільної інфраструктури, яка не лише забезпечує активне залучення населення до культурного життя, але й формує додаткові можливості для розвитку туристичного потенціалу території.

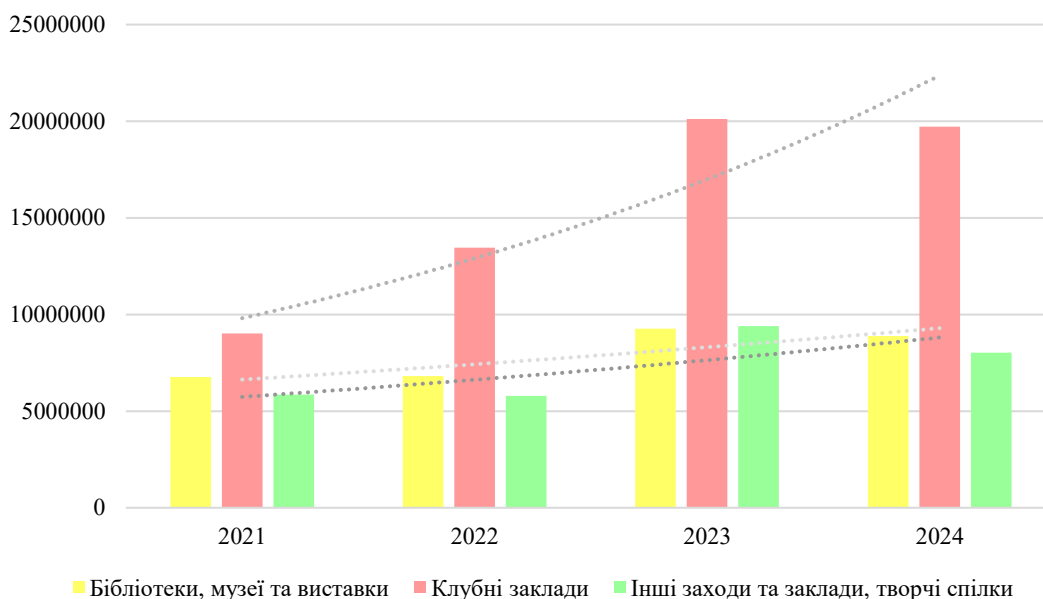


Рисунок 2.3 – Динаміка витрат на культуру та мистецтво Новомосковської міської територіальної громади по елементах, грн.

*Джерело: побудовано автором за даними [17]*

Що стосується основних показників розвитку культури та туризму, в місті Самар станом на 2025 рік зареєстровано 12 закладів культури, 6 бібліотек, з яких 2 – дитячі, та 4 заклади дозвілля (парки, будинки культури та ін.) [18]. Туристична сфера посідає важливе місце в соціально-економічному розвитку м. Самар, оскільки її розбудова безпосередньо впливає як на формування додаткових робочих місць, так і на підвищення авторитету міста в межах області. Пріоритетність цього напрямку зумовлена його потенціалом у створенні нових можливостей для працевлаштування та забезпеченні додаткових надходжень до бюджету, а також у зміцненні іміджу міста як перспективного туристичного центру.

Головною метою місцевої політики у сфері туризму є формування комплексних умов для розвитку туристичної індустрії, що сприятиме зростанню економічних показників та розширенню соціальних можливостей. Реалізація цього завдання передбачає кілька ключових напрямів. Передусім ідеться про становлення сучасної туристичної галузі, яка могла б виступати вагомим джерелом бюджетних надходжень. Не менш важливим є формування

позитивного іміджу м. Самар на внутрішньому й міжнародному рівнях шляхом маркетингового просування, участі у виставкових заходах, форумах, конгресах і конференціях. Окрему увагу приділяють інформаційному забезпеченню: поширенню відомостей про туристичний потенціал міста через мережу Інтернет, друковані матеріали (буклети, довідники), рекламну продукцію, а також створенню й просуванню туристичного бренду міста. Важливою складовою є активне використання засобів масової інформації та соціальних мереж для популяризації туристичного образу Самара, що дозволяє підвищити його впізнаваність та привабливість. У процес розбудови конкурентоспроможного туристичного продукту активно залучається громадськість, що підсилює сталість та результативність управлінських рішень.

Очікуваними результатами реалізації зазначених заходів є підвищення іміджу міста як серед українських, так і серед іноземних відвідувачів, формування та систематизація бази даних об'єктів туризму, зростання попиту на туристичні послуги, а також підвищення рівня поінформованості потенційних туристів. Важливими індикаторами успішності виступатимуть збільшення кількості гостей міста, які приїжджають з туристичною метою, та зростання частки позитивних відгуків про якість відпочинку і сервісу. У сукупності ці результати мають забезпечити сталий розвиток туристичної галузі м. Самар та її інтеграцію у ширший регіональний і національний туристичний простір.

Місто Самар на Дніпропетровщині, яке до недавнього часу було відоме під історичною назвою «Новомосковськ», нещодавно презентувало оновлену айдентику. У процесі переформулювання бренду візуальні елементи підібрані таким чином, щоб синтезувати просторові та культурні маркери громади: у логотипі поєднано образ Троїцького собору як символу історичної осі, силует мосту через ріку Самару як маркер транспортної та просторової зв'язності, композицію човна як алюзію до річкових традицій і рекреаційних можливостей, а також стилізовані мотиви лісів і сонця, що візуалізують

природні ресурси та динаміку громади. Шрифтова і конструктивна частина напису «САМАР» обстежена на відповідність архітектурним формам регіону, а кольорова палітра вибрана із наміром символічно відтворити водну стихію, соснові масиви та енергетичну складову місцевої спільноти. Практична інтеграція айдентики вже відбувається у міському просторі: елементи бренду з'явилися на зупинках громадського транспорту й фасадах будівель, включені до системи навігації, використовуються у мерчі та під час міських подій, що сприяє їх видимості та запам'ятовуванню.

З позиції туристичної ревіталізації значення цієї ініціативи є багатовимірним і заслуговує на детальне теоретично-прикладне осмислення. У першу чергу створення цілісної айдентики виступає інструментом формування дестинаційного іміджу, який є одним із ключових ресурсів у маркетинговому арсеналі територіальної громади. Узгоджена візуальна система дозволяє значно підвищити впізнаваність дестинації на внутрішньому й зовнішньому ринках, створюючи когерентний образ у свідомості потенційних відвідувачів. Окрім цього, символічна прив'язка логотипа до локальних знакових об'єктів (собору, мосту, річки, лісу) трансформує абстрактні елементи брендингу в змістовні маркери маршрутизації та наративу, які можуть бути безпосередньо інкорпоровані в екскурсійні продукти, тематичні маршрути та програму культурно-пізнавальних заходів. Таким чином айдентика служить не стільки естетичним доповненням, скільки засобом конструювання туристичного змісту й посилення смислової привабливості території.

Інтеграція нових візуальних рішень у фізичний простір (рис. 2.4) має також важливий функціональний вимір: системна навігація, уніфіковані зупинки, фасади й інформативний мерч підвищують якість туристичного сервісу, зменшують когнітивне навантаження на відвідувача і підвищують задоволеність від перебування. Це, у свою чергу, впливає на ключові індикатори, які були визначені як очікувані результати ревіталізаційних заходів: збільшення кількості гостей з туристичною метою, покращення

відгуків про сервіс та зростання попиту на місцеві туристичні послуги. Бренд, що має чітку візуальну й змістову основу, створює передумови для більш тривалих перебувань туристів, сприяє виникненню «молодіжних» та «гастрономічних» візитів, а також полегшує просування подійного туризму.



Рисунок 2.4 – Нова айдентика міста Самар, Дніпропетровська область, розроблена маркетинговою агенцією «Superheroes Marketing»

*Джерело: [19]*

Соціокультурний ефект айдентики проявляється у створенні спільного символічного простору для мешканців, що є важливим компонентом ревіталізації. Бренд, який коректно презентує історичну спадщину та природні ресурси громади, може зміцнювати локальну ідентичність, підвищувати

громадянську залученість і стимулювати волонтерську та підприємницьку активність. Результатом може стати підвищення внутрішньої соціальної капіталізації, що демонструє, наскільки успішною є трансформація простору не лише в економічному, але й у символічному вимірі. Крім того, наявність чіткої айдентики підвищує привабливість міста для інвесторів культурно-креативних проєктів, оскільки зменшує невизначеність щодо іміджевого фону й полегшує ідентифікацію партнерів.

З економічної точки зору брендова стратегія може слугувати катализатором для розвитку локального мерчандайзингу, крафтового виробництва і супутніх сервісів, що сприяє диверсифікації джерел доходу громади і створенню робочих місць у секторі малого й середнього бізнесу. Впровадження у мерч, навігацію і промо-матеріали логотип діє як маркер довіри й якості, що важливо для туристів, котрі обирають дестинації на основі репутації та вражень. Відповідна стратегія комунікацій, яка використовує логічний зв'язок між візуальною айдентикою та туристичними продуктами (наприклад, тематичні тури, фестивалі, екопроєкти), дозволяє перетворити короткостроковий інтерес на стійку відвідуваність.

Однак важливо критично оцінювати потенційні обмеження та ризики. Брендинг має бути підкріплений реальними інфраструктурними й сервісними покращеннями, інакше він ризикує стати поверхневим маркуванням без реального впливу на туристичну діяльність. Надмірна комерціалізація символів або непродумана промоція може призвести до втрати автентичності й негативної реакції громади або досвідчених відвідувачів. Тому у контексті ревіталізації брендинг має розглядатися як частина комплексної стратегії, що поєднує візуальну комунікацію, інфраструктурні інвестиції, програмну наповнюваність і системи моніторингу ефективності.

З погляду практичних рекомендацій для подальшої роботи над інтеграцією айдентики в процес ревіталізації доцільно рекомендувати послідовну імплементацію бренду у всі ключові точки взаємодії туриста з містом: маркетингові ресурси, цифрові платформи, навігаційні системи,

туристичні маршрути, події проекти та мерч. Рекомендується також розробити методичний пакет, який би включав настанови з використання брендів елементів, стандарти навігації і сценарії для тематичних маршрутів, а також систему показників для моніторингу впливу бренду на туризм (рівень пізнаваності, зміни у кількості туристичних візитів, індекс задоволеності відвідувачів, економічні ефекти для локального бізнесу). Ці заходи забезпечать перехід від візуального оновлення до системної трансформації туристичного продукту громади.

У сукупності, оновлена айдентика Самара є не просто естетичним нововведенням, а важливим інструментом у комплексі заходів туристичної ревіталізації, здатним упорядкувати комунікацію про місце, підсилити його привабливість, активізувати локальну креативну економіку та сприяти інтеграції міста у ширший регіональний туристичний простір. Ефективність цього інструмента буде визначатися ступенем його системної імплементації, узгодженості з програмами розвитку інфраструктури та здатністю залучати і утримувати як внутрішніх, так і зовнішніх відвідувачів.

## **2.2 Регіональний аспект проведення туристичної ревіталізації територіальної громади**

Туристична ревіталізація територіальних громад набуває особливого значення у регіональному контексті, оскільки саме на цьому рівні відбувається інтеграція локальних ініціатив у ширші просторово-економічні системи. Регіональний підхід дозволяє розглядати ревіталізацію не як ізольований процес оновлення окремих об'єктів, а як структурну складову регіональної політики сталого розвитку, у межах якої туризм виконує функцію соціально-економічного каталізатора. Дніпропетровська область, до якої належить територіальна громада міста Самар, характеризується складною історико-економічною структурою, що поєднує промисловий, транспортний і рекреаційний потенціали. У минулому домінування промислового

виробництва, зокрема металургії та машинобудування, призвело до диспропорції у використанні природного й культурного середовища. Проте останніми роками у межах регіональної стратегії розвитку формується нова парадигма, орієнтована на диверсифікацію економіки через розвиток креативних індустрій, туризму, рекреаційних і культурних сервісів.

Так, серед комунальних закладів Управління культури, молоді, спорту та туризму міста Самар є центр культури та дозвілля, культурно-освітній молодіжний центр, історико-краєзнавчий музей, заклади дитячої творчості та спорту [35]. На рисунку 2.5 наведено географічне розташування даних закладів на території міста Самар:

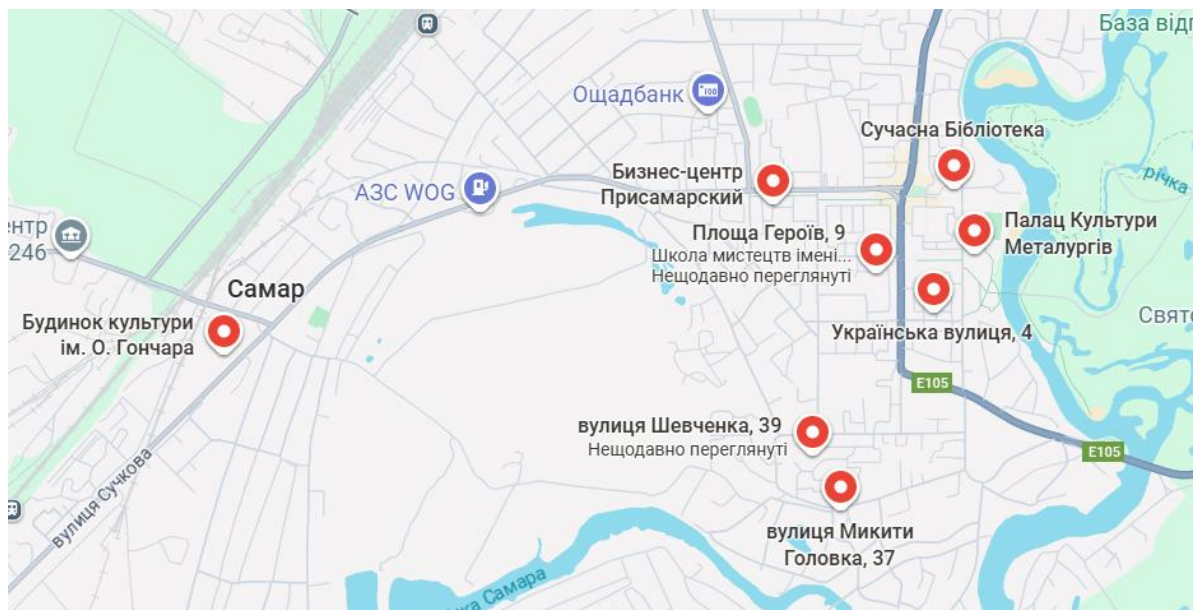


Рисунок 2.5 – Розташування комунальних закладів Управління культури, молоді, спорту та туризму міста Самар

Регіональний аспект туристичної ревіталізації полягає у формуванні просторових кластерів, які об'єднують локальні громади на основі спільних туристичних і культурних ресурсів. Для Придніпровського регіону такими кластерами можуть виступати Дніпровсько-Самарська рекреаційна зона, історико-культурні осі «Стара Самар – Новомосковськ – Петриківка» та природно-екологічні маршрути уздовж річок Дніпра, Самари й Орелі. Вони

поєднують значний ландшафтний, історико-культурний і етнографічний потенціал, що створює основу для міжмуніципальної співпраці у сфері туризму.

Місто Самар, розташоване у північно-східній частині області, посідає важливе місце у цій системі завдяки своєму географічному положенню та культурній спадщині. Територія громади має виражений природно-рекреаційний потенціал, зумовлений наявністю лісових масивів, водних ресурсів річки Самари, чистого повітряного басейну та близькості до великих транспортних артерій. У культурному вимірі громада володіє низкою пам'яток архітектури, серед яких Троїцький собор XVIII століття – одна з найцінніших споруд українського бароко. Цей комплекс утворює історичний центр міста та є перспективним ядром майбутньої туристичної ревіталізації.

З огляду на регіональні тенденції розвитку туризму, проведення ревіталізаційних заходів у громаді має спиратися на стратегічну інтеграцію з обласними програмами. Зокрема, у Стратегії розвитку Дніпропетровської області до 2027 року окремо визначено напрям «Створення умов для розвитку та популяризації культури в регіоні» [36]. У межах цього напрямку акцент зроблено на створенні туристичних кластерів, відновленні історико-культурних об'єктів, розвитку подієвого та екологічного туризму. Така регіональна політика створює передумови для узгодження місцевих ініціатив Самарської громади із загальнообласними пріоритетами, що підвищує ефективність залучення інвестицій і державних грантів.

Одним із важливих завдань регіональної туристичної ревіталізації є формування інституційного середовища. Ефективність реалізації проектів значною мірою залежить від налагодженої співпраці між органами місцевого самоврядування, бізнесом, громадськими організаціями та освітньо-культурними установами. У цьому контексті важливим є створення міжмуніципальних партнерств – так званих туристичних альянсів, які дозволяють об'єднувати ресурси й реалізовувати масштабні проекти. Для Самарської громади перспективним є налагодження співпраці з

Петриківською територіальною громадою, яка має потужний бренд декоративного розпису, та з Дніпровською міською радою, що володіє розвиненою інфраструктурою подієвого туризму.

З методологічної точки зору регіональний аспект ревіталізації передбачає застосування кластерного підходу, який дозволяє інтегрувати локальні об'єкти у спільну систему туристичного продукту. Туристичний кластер не лише оптимізує розподіл потоків і ресурсів, а й забезпечує мультиплікативний ефект – розвиток суміжних галузей, зростання зайнятості та підвищення інвестиційної привабливості територій. Так, формування Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру могло б включати ревіталізацію історичних садіб, створення екотуристичних маршрутів уздовж річки Самари, розвиток велотуризму та організацію подієвих фестивалів, які інтегрували б місцеві громади в єдину культурно-економічну систему.

Особливої уваги заслуговує питання ідентичності територій. У межах регіонального підходу туристична ревіталізація виконує важливу символічну функцію – відновлення локальної пам'яті та культурної спадкоємності. Зміна назви міста з «Новомосковськ» на «Самар» і впровадження нової айдентики є не лише адміністративним актом чи маркетинговою ініціативою, а глибоким елементом ревіталізаційного процесу, спрямованим на реконструювання історичного нарративу території. Таким чином, відновлення автентичної назви стає актом культурної реабілітації та водночас маркетинговим інструментом, що підсилює емоційно-символічний зв'язок між громадою і відвідувачем.

З економічного погляду регіональний аспект туристичної ревіталізації полягає в диверсифікації економічної бази промислових регіонів через розвиток сфери послуг. Туризм і креативні індустрії виступають альтернативою для відновлення постіндустріальних територій, де традиційне виробництво зменшує свою роль. Для Дніпропетровщини, яка тривалий час залишалася індустріальним осередком України, це відкриває нові перспективи для розвитку малого й середнього бізнесу, готельно-ресторанної галузі, транспортної логістики та культурно-дозвіллевих послуг. У цьому сенсі

ревіталізація туристичних об'єктів у Самарській громаді може стати прикладом економічної адаптації регіону до сучасних викликів.

У межах дослідження було здійснено аналіз обсягів реалізованих послуг підприємствами сфери послуг України за видами економічної діяльності у 2022-2024 роках. Особливу увагу приділено двом секторам, безпосередньо пов'язаним із розвитком туристично-рекреаційної інфраструктури та креативних індустрій, – «Тимчасове розміщування й організація харчування» та «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок». Ці галузі становлять економічну основу функціонування туризму й відображають рівень активності у суміжних напрямках: культурному, подієвому, спортивному та рекреаційному туризмі. Варто зазначити, що аналіз охоплює період надзвичайної соціально-економічної турбулентності, спричиненої початком повномасштабної збройної агресії російської федерації проти України у 2022 році. Саме цей рік став критичною точкою для більшості секторів економіки, включно зі сферою послуг. Повномасштабна війна призвела до скорочення туристичних потоків, часткового закриття підприємств готельно-ресторанного бізнесу та культурно-дозвіллевих установ. Попри це, вже у 2023 році спостерігається відчутне відновлення зазначених галузей, що свідчить про їхню високу адаптивність і потенціал до відродження в умовах кризових викликів.

Згідно з даними (таблиця 2.1), у 2022 році обсяг реалізованих послуг у сфері тимчасового розміщування й організації харчування становив 23,0 млрд грн, або 2,37% від загального обсягу реалізації послуг. У 2023 році показник зріс до 33,7 млрд грн (2,97% загального обсягу), що демонструє темп приросту 46,5%, а у 2024 році – до 40,1 млрд грн (2,83%), із додатковим зростанням на 19,0% порівняно з попереднім роком. Така позитивна динаміка пояснюється поступовим поверненням внутрішнього туризму, розвитком волонтерської логістики, збільшенням службових відряджень, а також адаптацією підприємств харчування до нових умов (формат «кухонь підтримки», кейтеринг, доставка, локальні гастрономічні ініціативи).

Таблиця 2.1 – Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності, тис. грн.

Вид економічної діяльності	2022	Частка	2023	Частка	Темп приросту	2024	Частка	Темп приросту
Тимчасове розміщення й організація харчування	23002079,8	2,37	33694355,9	2,97	46,48	40103001,6	2,83	19,02
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	3090491,3	0,32	11645193,3	1,03	276,81	26796278,2	1,89	130,11
Усього	969933417	100	1133247621,7	100	16,84	1419254765,5	100	25,24

*Джерело: розраховано автором за даними офіційної статистики [37]*

Порівняльний аналіз свідчить, що обидва сектори – готельно-ресторанний і культурно-дозвіллевий – у 2022-2024 роках демонструють випереджальну динаміку зростання порівняно з загальним обсягом сфери послуг (який зріс на 16,8% у 2023 році та на 25,2% у 2024 році). Це свідчить про прискорене відновлення галузей, пов'язаних із туризмом і рекреацією, у порівнянні з іншими секторами послуг. Таким чином, саме ці напрями стають рушійними силами процесів ревіталізації територій, створюючи робочі місця, генеруючи мультиплікативні ефекти у торгівлі, транспорті, креативних індустріях і локальному виробництві.

У регіональному контексті (на прикладі Дніпровсько-Самарського субрегіону) ця тенденція є особливо показовою. Поступове відновлення підприємств громадського харчування, поява нових крафтових гастропроектів, активізація культурних центрів і фестивального руху створюють сприятливе середовище для туристичної ревіталізації громади. Зростання економічної активності у цих секторах підтверджує, що туризм і культура виступають не лише сферою відпочинку, але й механізмом соціально-економічної стабілізації, який допомагає громадам долати наслідки воєнних потрясінь через створення можливостей для самозайнятості, локального бізнесу та позитивної ідентифікації території.

Загалом, динаміка обсягів реалізованих послуг у 2022-2024 роках демонструє перехід від кризи до поступового зростання, що свідчить про

відновлення стійкості сфери туризму та культури в Україні. В умовах війни ці галузі проявили неочікувану гнучкість, перетворившись на інструменти не лише економічного, але й культурного та психологічного відновлення суспільства. Саме тому результати цього аналізу є переконливим аргументом на користь розвитку політики туристичної ревіталізації як одного з напрямів післявоєнного відновлення регіонів, зокрема Самарської територіальної громади.

Регіональний вимір також включає екологічний компонент, оскільки ревіталізація туристичних просторів часто пов'язана з відновленням природних екосистем і рекреаційних зон. Річка Самара, що є ключовою природною віссю громади, потребує комплексних заходів екологічної реабілітації, благоустрою прибережних зон і створення екомаршрутів. Ці ініціативи сприятимуть розвитку екотуризму, популяризації активних видів відпочинку й формуванню позитивного іміджу регіону як зони екологічної гармонії.

У підсумку регіональний аспект туристичної ревіталізації територіальної громади полягає у поєднанні трьох взаємопов'язаних вимірів: економічного, культурного та екологічного. Їхня збалансована реалізація забезпечує сталість розвитку, підвищує конкурентоспроможність регіону та сприяє інтеграції локальних громад у ширший національний туристичний простір. У випадку Самарської громади реалізація регіональної стратегії ревіталізації здатна не лише перетворити місто на центр культурно-туристичного тяжіння, але й зробити його важливою ланкою у мережі туристичних кластерів Придніпров'я, що формують нову економічну та культурну карту України.

Автором розроблено проєкт моделі Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру: його структура, учасники, типологія об'єктів, функціональні напрями, потенційні туристичні маршрути й очікувані результати.

## **Модель Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру**

### **Концептуальне обґрунтування**

Дніпровсько-Самарський туристичний кластер є інтегрованою моделлю міжмуніципальної співпраці, орієнтованою на розвиток культурного, екологічного, подієвого та рекреаційного туризму на території Придніпровського регіону. Його створення відповідає сучасним принципам сталого регіонального розвитку та стратегічним завданням децентралізації, які передбачають активізацію економічного потенціалу територіальних громад через горизонтальну взаємодію.

Кластер формується навколо природного й історико-культурного ядра – долини річки Самари, що з'єднує декілька локальних осередків із високим туристичним потенціалом: місто Самар, м. Дніпро, смт Петриківка, с. Орлівщина та прилеглі громади (рис. 2.6). Ця територія поєднує унікальні ландшафтні комплекси, архітектурні пам'ятки, народні промисли й розвинуту транспортну мережу, що створює передумови для формування цілісного туристичного продукту регіонального масштабу.

### **Структура та учасники кластеру**

Модель кластеру передбачає три рівні учасників:

**1. Інституційне ядро** – органи місцевого самоврядування (Самарська, Дніпровська, Петриківська громади), Управління туризму Дніпропетровської ОДА, регіональні департаменти культури, природокористування та інвестицій. Це стратегічні суб'єкти управління, що координують політику розвитку, залучають фінансування, формують нормативно-правову базу.

**2. Економічне середовище** – представники малого й середнього бізнесу (готелі, садиби зеленого туризму, ресторани, транспортні компанії, виробники крафтової продукції, туристичні агенції, ремісничі майстерні). Вони є основними виконавцями кластерних проєктів і безпосередніми бенефіціарами від зростання туристичного потоку.

**3. Соціокультурне середовище** – освітні заклади, громадські

організації, культурні інституції, творчі спільноти, волонтерські ініціативи, екологічні рухи. Їх участь забезпечує соціальну інклюзію, автентичність і стале культурне наповнення простору [48].

Функціональна взаємодія цих груп здійснюється через координаційну раду кластеру – дорадчий орган, який визначає стратегічні напрями, розподіл фінансових ресурсів і узгодження календаря туристичних подій.

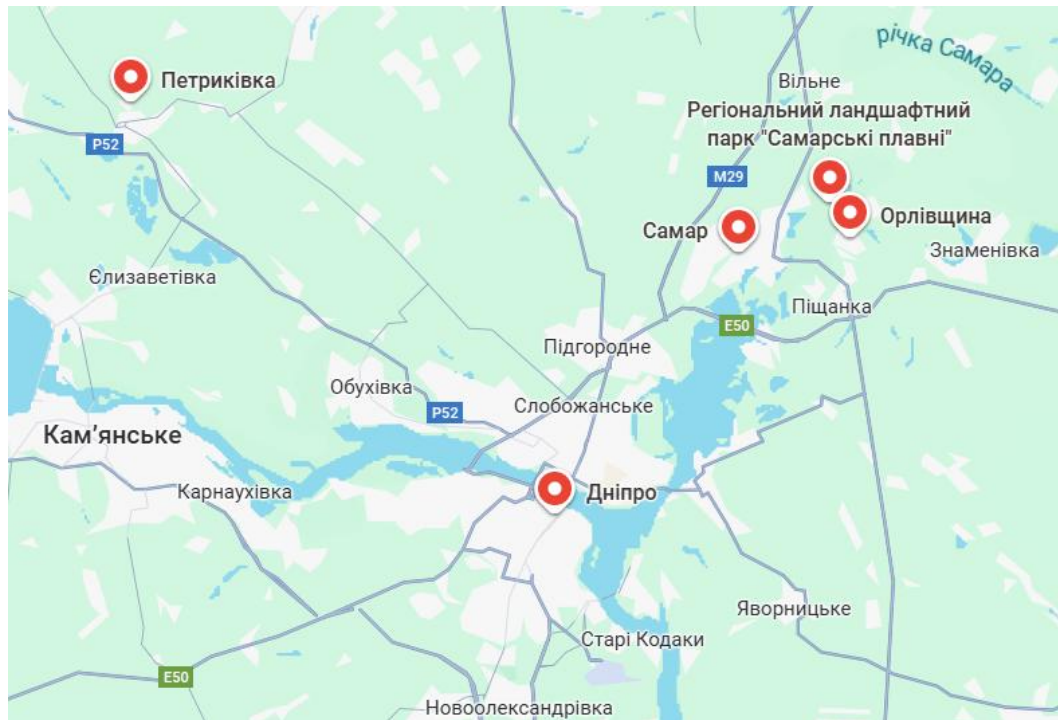


Рисунок 2.6 – Географічне розташування запропонованого туристичного кластеру, Дніпропетровська область, Україна

### Ключові об'єкти кластеру

До туристичного ядра Дніпровсько-Самарського кластеру пропонується включити такі об'єкти:

- Троїцький собор у Самарі – архітектурний центр кластеру, довкола якого формуються пізнавальні маршрути.
- Петриківський культурний центр – осередок народного мистецтва з майстер-класами, виставками й етнографічними подіями.
- Природний парк «Самарські плавні» – основа для розвитку екотуризму, байдаркових маршрутів і фототурів.

- Набережна річки Самари та міст у Самарі – публічний простір для проведення фестивалів, ярмарків і масових заходів.
- Рекреаційні зони Орлівщини – локації для активного туризму, кемпінгу та зеленого відпочинку.
- Музей історії Придніпров'я (м. Дніпро) – інформаційний та освітній центр кластеру, який виконує роль хабу для відвідувачів.

У перспективі до складу кластеру можуть увійти також об'єкти промислового туризму (старі заводи, цегельні, млини), адаптовані під культурно-освітні простори, що відповідатиме тенденції креативної ревіталізації.

### **Функціональні напрями діяльності кластеру**

Робота кластеру може бути структурована за кількома взаємопов'язаними напрямками:

- Культурно-історичний туризм – ревіталізація архітектурних пам'яток, створення музейних та освітніх програм.
- Екотуризм і рекреація – облаштування екостежок, розвиток водного й велосипедного туризму, популяризація природної спадщини.
- Подієвий туризм – організація щорічних фестивалів («Самарська хвиля», «Петриківський дивосвіт»), ярмарків, культурних форумів.
- Креативна економіка – створення простору для ремісничих майстерень, коворкінгів і стартап-ініціатив у сфері дизайну, гастрономії, виробництва сувенірів.
- Маркетинг і бренд-менеджмент – просування єдиного бренду «Дніпровсько-Самарський туристичний маршрут», розробка айдентики, створення сайту й інтерактивної карти кластера.

### **Пропозиція маршрутно́ї мережі**

**1. Історико-культурний маршрут «Від старої Самарі до Петриківки».**

Тематика: сакральна архітектура, історія козацьких поселень, декоративно-прикладне мистецтво.

Основні точки: Троїцький собор – історичний центр Самара – Петриківський розпис (рис. 2.7) – етнографічний музей.



Рисунок 2.7 – Музей народно-прикладного мистецтва, с. Петриківка, Дніпропетровська область, Україна

*Джерело: [38]*

## **2. Екотуристичний маршрут «Долина Самари».**

Тематика: ландшафтне різноманіття, флора і фауна, водні активності.

Формат: байдаркові сплави, піші прогулянки, кемпінг, спостереження за птахами.

## **3. Подієвий маршрут «Фестивальна Дніпровщина».**

Тематика: культурні події, гастрономічні ярмарки, креативні майданчики.

Основні події: фестиваль локальної кухні у Самарі, арт-форум у Дніпрі (рис. 2.8), ярмарок майстрів у Петриківці.



Рисунок 2.8 – Арт-фестиваль сюрреалізму, Дніпро, Україна

*Джерело: [39]*

### **Очікувані результати створення кластеру**

Створення Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру забезпечить комплексний соціально-економічний ефект. У короткостроковій перспективі очікується зростання туристичних потоків на 15-20% у межах регіону, підвищення кількості робочих місць у сфері послуг і збільшення доходів від туризму. У середньостроковій перспективі (3-5 років) прогнозується формування стійкої партнерської мережі між громадами, закріплення регіону на туристичній карті України та вихід на міжнародний рівень завдяки участі у програмах транскордонного співробітництва.

З культурної точки зору кластер сприятиме відродженню локальної ідентичності, популяризації народного мистецтва й збереженню природних ландшафтів. З екологічної – забезпечить контрольований режим використання рекреаційних територій і поширення практик відповідального туризму. У довгостроковій перспективі Дніпровсько-Самарський туристичний кластер може стати ключовим елементом туристичної ревіталізації Дніпропетровської області, який поєднує природну, культурну й економічну сталість, забезпечуючи гармонійний розвиток у межах концепції «життєздатного регіону».

### **2.3 Оцінка проблем і перспектив реалізації туристичних ініціатив у межах громади**

Оцінка проблем і перспектив реалізації туристичних ініціатив у межах територіальних громад є важливою складовою сучасної системи управління розвитком туризму. Її значення зумовлене тим, що ефективність реалізації локальних проєктів у сфері туризму залежить не лише від ресурсного потенціалу території, але й від комплексу соціально-економічних, управлінських і комунікаційних чинників, які формують середовище для їх функціонування. В умовах децентралізації саме громади стають базовими суб'єктами туристичної політики, відповідальними за планування, реалізацію та моніторинг туристичних ініціатив. У теоретичному аспекті оцінювання проблем і перспектив туристичних ініціатив спирається на принципи системності, комплексності та прогнозності. Системність передбачає розгляд громади як цілісного соціоекономічного організму, у якому взаємодіють інституційні, економічні, культурні й природні елементи. Комплексність означає врахування всіх складових туристичної діяльності – від ресурсної бази та інфраструктури до управління, маркетингу і взаємодії із зацікавленими сторонами. Прогнозність передбачає можливість моделювання майбутніх сценаріїв розвитку на основі аналізу поточних тенденцій і ризиків [49].

Методологічно оцінка стану реалізації туристичних ініціатив передбачає поєднання якісних і кількісних методів. Якісні методи (експертні інтерв'ю, SWOT-аналіз, контент-аналіз стратегічних документів) дають змогу визначити основні проблеми, бар'єри та можливості. Кількісні методи (статистичний, індексний, коефіцієнтний аналіз) забезпечують вимірюваність процесу, що особливо важливо для розроблення управлінських рішень і моніторингу ефективності реалізованих програм. Сучасна наука пропонує різні підходи до оцінювання ефективності туристичного розвитку громад. Зокрема, виділяються ресурсний підхід (оцінка природних, культурних і людських ресурсів), інституційний підхід (оцінка управлінської спроможності

органів місцевого самоврядування), маркетинговий підхід (аналіз туристичного бренду, інформаційної видимості, рівня сервісу) та соціально-економічний підхід (аналіз впливу туризму на зайнятість, доходи, рівень життя населення) [50]. В умовах післявоєнної відбудови доцільним є інтегрований підхід, який поєднує всі ці складові у єдину систему.

У межах цього дослідження пропонується авторська система оцінки проблем і перспектив реалізації туристичних ініціатив у територіальній громаді, що базується на використанні коефіцієнтів, які характеризують основні напрями розвитку: управлінський, інфраструктурний, соціальний, економічний та культурно-комунікаційний. Така система дозволяє комплексно оцінити стан громади, визначити сильні й слабкі сторони, а також сформулювати прогноз щодо ефективності майбутніх проєктів туристичної ревіталізації. Система побудована на п'яти інтегральних коефіцієнтах, що характеризують різні аспекти розвитку громади у сфері туризму. Для кожного коефіцієнта використовується шкала від 0 до 1, де 1 означає оптимальний рівень розвитку, а 0 – критичну ситуацію. Загальний індекс перспективності туристичного розвитку (ІТР) розраховується як середнє арифметичне значення п'яти складових коефіцієнтів.

#### 1. Управлінський коефіцієнт ( $K_y$ )

Характеризує рівень інституційної спроможності громади у сфері туризму. Враховуються такі показники: наявність стратегії розвитку туризму, спеціалізованого відділу або координатора, участь у грантових і партнерських програмах.

Формула:

$$K_y = \frac{S+I+P}{3} \quad (1)$$

де  $S$  – наявність стратегічного документа (1 або 0),

$I$  – інституційна спроможність (наявність відповідального органу, від 0 до 1),

$P$  – участь у партнерствах або проєктах (від 0 до 1).

## 2. Інфраструктурний коефіцієнт ( $K_i$ )

Відображає стан і доступність туристичної, транспортної та сервісної інфраструктури. Показники: кількість готельних і гастрономічних закладів на 10 тис. населення, якість транспортного сполучення, наявність навігації та благоустрою туристичних локацій.

## 3. Економічний коефіцієнт ( $K_e$ )

Показує рівень економічної активності у сфері туризму. Враховується частка туристичних і культурних послуг у загальному обсязі реалізованих послуг громади, темп приросту цих показників за останні 2 роки, кількість робочих місць у сфері послуг.

## 4. Соціальний коефіцієнт ( $K_c$ )

Відображає рівень залученості населення до туристичних ініціатив і соціальної підтримки галузі. Показники: участь громадських організацій, волонтерських ініціатив, рівень локальної підтримки туристичних подій, обсяг освітніх і просвітницьких проєктів у сфері культури та туризму.

## 5. Культурно-комунікаційний коефіцієнт ( $K_k$ )

Характеризує рівень розвитку брендингу, інформаційної відкритості й маркетингової активності громади. Показники: наявність офіційного туристичного сайту, айдентики, активність у соціальних мережах, участь у всеукраїнських чи міжнародних виставках, частота згадок у ЗМІ.

Інтегральний показник розраховується за формулою:

$$ІТР = \frac{K_u + K_i + K_e + K_c + K_k}{5} \quad (2)$$

Рівні оцінювання:

- 0,00–0,40 – критичний рівень розвитку (переважають проблеми, перспективи низькі);
- 0,41–0,65 – середній рівень (наявний потенціал, але потребує інституційної підтримки);
- 0,66–1,00 – високий рівень (туризм є рушієм розвитку громади,

стабільні перспективи).

Ця методика може бути застосована для Самарської громади як аналітичний інструмент моніторингу ревіталізаційних процесів.

Розвиток туристичних ініціатив у межах територіальних громад України відбувається в умовах глибокої соціально-економічної трансформації, спричиненої наслідками війни, децентралізацією та зміною просторових моделей управління. Туристична сфера, яка традиційно вважається одним із найдинамічніших секторів економіки, виявила високу адаптивність навіть у кризових умовах. Проте ефективність її відновлення та інтеграції у систему місцевого розвитку значною мірою залежить від здатності громад ідентифікувати власні проблеми, потенціали й знайти реалістичні механізми їх реалізації.

У контексті Самарської територіальної громади ключовим викликом є дисбаланс між наявним потенціалом і рівнем його практичної реалізації. Незважаючи на багатий історико-культурний спадок, природні ресурси, вигідне географічне положення та сформовану транспортну мережу, громада наразі не використовує ці переваги в повному обсязі. Основні перешкоди мають комплексний характер і охоплюють управлінські, інфраструктурні, фінансові, інформаційні та соціальні аспекти.

Однією з найсуттєвіших проблем залишається недостатній рівень інституційної спроможності у сфері туристичного менеджменту. Відсутність спеціалізованих підрозділів із розвитку туризму на рівні громади, обмежені кадрові ресурси та слабка координація між владою, бізнесом і громадськими організаціями ускладнюють реалізацію комплексних програм. Часто туристичні ініціативи мають епізодичний характер і не супроводжуються системним плануванням, моніторингом чи аналізом ефективності. Водночас більшість локальних проєктів реалізуються за рахунок ентузіазму громадських активістів або грантових програм, що забезпечує короткостроковий, а не стратегічний ефект.

Не менш значною проблемою є обмежена інфраструктурна база. Стан

доріг місцевого значення, недостатня кількість облаштованих рекреаційних зон, відсутність туристично-інформаційного центру та системи навігації знижують комфортність перебування відвідувачів. Багато пам'яток архітектури та природних локацій потребують консерваційних або відновлювальних робіт, а також інвестицій у благоустрій. Особливої уваги потребує екологічна інфраструктура: очисні споруди, прибережні смуги, системи поводження з відходами, без чого неможливе впровадження повноцінного екотуризму. Ще одним чинником є недостатня інформаційна видимість громади. Попри значну кількість унікальних ресурсів, Самар залишається маловідомим туристам через відсутність єдиного бренду просування, офіційного сайту для туристів, активної присутності у соціальних мережах та інтеграції в національні туристичні платформи. Це створює ефект «невидимості» території, коли потенційний відвідувач не має достовірних відомостей про наявні можливості, маршрути, заклади харчування, проживання та культурні події. У цьому сенсі створення нової айдентики міста, про яку йшлося у попередньому підрозділі, є лише першим кроком на шляху до формування цілісної маркетингової стратегії.

Серед соціально-психологічних чинників, що ускладнюють реалізацію туристичних ініціатив, можна виокремити пасивність частини місцевого населення та брак підприємницької культури у сфері туризму. Через багаторічну промислову орієнтацію регіону туризм досі не сприймається як перспективний вид діяльності. Це потребує проведення просвітницьких кампаній, навчальних програм і створення умов для залучення молоді до проєктів креативної економіки. Водночас, попри наявні труднощі, Самарська громада володіє значним потенціалом для реалізації туристичних ініціатив, який може бути активізований у середньостроковій перспективі. По-перше, наявність річки Самари, лісових масивів і ландшафтних ресурсів створює сприятливі умови для розвитку екотуризму, кемпінгу, байдаркових маршрутів, риболовлі та велосипедних подорожей. По-друге, історико-культурний спадок, зокрема Троїцький собор XVIII ст., старовинні садиби,

історичний центр, відкриває можливості для створення тематичних маршрутів: «Барокова Самар», «Сакральні перлини Придніпров'я» тощо. По-третє, зростаюча роль креативних індустрій та гастрономічного туризму в регіоні може стати новим імпульсом для розвитку місцевого підприємництва.

З економічної точки зору, перспективи розвитку туристичних ініціатив у межах громади безпосередньо пов'язані з процесами диверсифікації регіональної економіки. Туризм може виступати компенсаторним механізмом у структурі місцевого господарства, який створює додаткові робочі місця та стимулює суміжні галузі – транспорт, торгівлю, ремісництво, виробництво сувенірної продукції. Розвиток туристичних ініціатив також має потенціал для залучення зовнішніх інвестицій, зокрема у формі державно-приватного партнерства, грантів ЄС, міжнародних фондів і програм технічної допомоги.

У стратегічному вимірі важливим напрямом є поєднання локальних і регіональних зусиль. Реалізація туристичних проєктів у межах громади повинна узгоджуватися з програмами розвитку туризму Дніпропетровської області, що передбачають створення міжмуніципальних кластерів, формування єдиних туристичних маршрутів і розвиток цифрових платформ. Така інтеграція дозволить громаді Самар стати повноправним учасником регіональних і національних туристичних мереж, що забезпечить сталість і довгострокову ефективність її ініціатив. Отже, попри наявність низки проблем (інституційних, фінансових, інфраструктурних і комунікаційних), туристичні ініціативи у межах Самарської громади мають виразні перспективи розвитку. Вони ґрунтуються на унікальному поєднанні історико-культурних, природних і людських ресурсів, а також на зростаючому інтересі суспільства до внутрішнього туризму та локальних культурних практик. За умови цілеспрямованої підтримки місцевої влади, підвищення рівня менеджменту, залучення бізнесу й активізації громади туристична ревіталізація може стати одним із головних інструментів економічного та соціокультурного відновлення території.

Для більш об'єктивного визначення рівня розвитку туристичних

ініціатив у межах Самарської територіальної громади було застосовано авторську систему коефіцієнтів оцінювання, що ґрунтується на п'яти ключових компонентах: управлінському, інфраструктурному, економічному, соціальному та культурно-комунікаційному. Кожен із них відображає певний аспект реалізації туристичної політики громади, а сукупність цих показників дозволяє визначити інтегральний індекс перспективності туристичного розвитку (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Авторська оцінка стану туристичних ініціатив у Самарській громаді

Коефіцієнт	Оцінка (від 0 до 1)	Характеристика
Управлінський ( $K_y$ )	0,55	Наявна стратегія розвитку, але слабка інституційна реалізація; участь у грантах – обмежена.
Інфраструктурний ( $K_i$ )	0,48	Інфраструктура частково відновлена, туристична навігація потребує оновлення.
Економічний ( $K_e$ )	0,62	Темпи зростання послуг високі, але частка у загальному обсязі послуг поки низька.
Соціальний ( $K_c$ )	0,58	Громада поступово активізується, зростає волонтерська участь і культурна самоорганізація.
Культурно-комунікаційний ( $K_k$ )	0,7	Айдентика створена, зростає медійна активність, проте необхідна цифрова платформа туризму.

*Джерело: розраховано автором за даними [17-18; 35]*

Результати розрахунку коефіцієнтів, подані в таблиці, свідчать, що загальний інтегральний показник ІТР для Самарської громади становить 0,59, що відповідає середньому рівню розвитку туристичних ініціатив. Це вказує на наявність суттєвого потенціалу для подальшої активізації туристичної діяльності, хоча окремі напрями потребують додаткової управлінської та фінансової підтримки.

Найвищі значення зафіксовано за культурно-комунікаційним коефіцієнтом (0,70), що пояснюється створенням нової айдентики міста Самар, посиленням інформаційної відкритості та зростанням медійної активності громади. Це свідчить про формування позитивного іміджу

території та її поступову інтеграцію в регіональний туристичний простір. Відносно високим є також економічний коефіцієнт (0,62), який відображає позитивну динаміку реалізації послуг у сфері туризму, харчування й культури, зафіксовану в період 2022-2024 років.

Разом із тим інфраструктурний показник (0,48) залишається одним із найнижчих, що зумовлено частковим зношенням об'єктів, недостатнім розвитком транспортної мережі та браком облаштованих туристичних зон. Аналогічно, управлінський коефіцієнт (0,55) відображає обмеженість інституційної бази: відсутність окремого туристичного підрозділу та слабку системність реалізації стратегічних документів. Соціальний коефіцієнт (0,58) свідчить про поступове підвищення громадської активності, зростання ролі волонтерських ініціатив і молодіжних проєктів, проте соціальна залученість ще не має сталого характеру. Отже, середній рівень ІТР демонструє, що Самарська громада перебуває на етапі формування стійкої моделі туристичного розвитку, де вже створено сприятливі культурно-інформаційні передумови, але необхідне посилення управлінських механізмів, модернізація інфраструктури та розширення економічної бази. За умов системного управління та міжсекторальної співпраці громада має потенціал перейти до високого рівня туристичної активності ( $ІТР > 0,66$ ) у середньостроковій перспективі.

Попри наявність окреслених інституційних, інфраструктурних і комунікаційних проблем, Самарська територіальна громада володіє вагомими передумовами для динамічного розвитку туристичної сфери. Перспективи цього розвитку формуються під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, серед яких провідну роль відіграють просторові ресурси, культурна спадщина, соціальний капітал громади та регіональна політика децентралізованого управління.

Насамперед слід відзначити, що післявоєнний контекст відкриває для громад нові можливості залучення інвестицій і міжнародної підтримки. Туризм дедалі частіше розглядається не лише як сфера послуг, а як інструмент

відбудови, що поєднує економічне зростання із соціальною інтеграцією та культурною реабілітацією. У рамках державної політики відновлення передбачено підтримку локальних ініціатив, спрямованих на збереження спадщини, розвиток екотуризму, промоцію української культури та залучення громад до міжнародних програм (зокрема EU4Culture, House of Europe, Creative Europe). Участь Самарської громади у таких проєктах може забезпечити не лише фінансові ресурси, а й управлінські та освітні можливості, що підвищить її інституційну спроможність.

З огляду на природно-географічні особливості, одним із перспективних напрямів є розвиток екологічного та активного туризму. Наявність річки Самари, лісових масивів, прибережних ландшафтів та екологічно чистих територій створює потенціал для формування маршрутів водного, велосипедного, пішохідного та кемпінгового туризму. Впровадження екомаршрутів і туристичних стежок дозволить не лише залучити внутрішніх мандрівників, але й підвищити рівень екологічної свідомості населення. Додатковим напрямом може стати створення екопарку «Самарські плавні», який поєднає рекреаційні, освітні та природоохоронні функції.

Значні перспективи має культурно-пізнавальний туризм, який базується на відродженні історичної спадщини громади. Центральним елементом такої моделі може стати Троїцький собор XVIII століття (рис. 2.9), який разом із прилеглою історичною забудовою формує унікальний архітектурний ансамбль. Ревіталізація цього простору з перетворенням його на культурно-туристичний центр через створення музейного комплексу, проведення фестивалів сакральної музики, пленерів, освітніх заходів сприятиме не лише зростанню туристичної привабливості, а й зміцненню локальної ідентичності.

Окремий перспективний напрям – розвиток креативних індустрій. В умовах сучасної економіки саме креативний сектор часто стає драйвером місцевого відновлення. Для Самарської громади це може означати створення ремісничих майстерень, хабів, арт-резиденцій, гастрономічних фестивалів і крафтових виробництв. Такі ініціативи поєднують економічну діяльність із

культурною, формуючи стійку модель туризму, де творчість стає ресурсом розвитку. Потенційно ефективним може бути створення «Самарського культурного кластеру», який об'єднає локальні ініціативи та стане простором для молодіжних і освітніх програм.

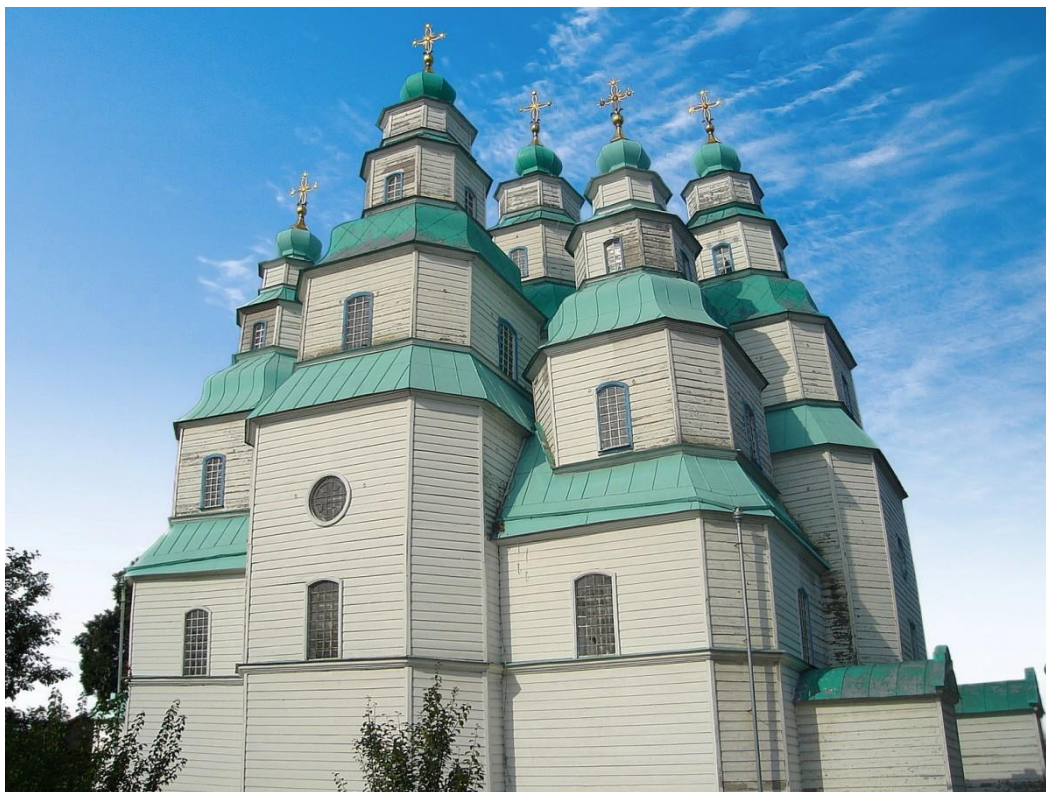


Рисунок 2.9 – Найбільший дерев'яний собор України, розташований у м. Самар Дніпропетровської області, Україна

*Джерело: [40]*

Перспективним є також формування єдиного туристичного бренду регіону, що дозволить громаді посісти помітне місце на карті внутрішнього туризму України. Уже розроблена візуальна айдентика міста є добрим підґрунтям для створення цілісного комунікаційного бренду, який охоплюватиме символіку, слоган, цифрові платформи, мобільні додатки та інформаційні стенди. Такий бренд може бути інтегрований у стратегію Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру, що підсилить синергію між громадами регіону. Серед економічних перспектив варто виділити потенціал малого та середнього бізнесу. Розвиток готельних, гастрономічних і

розважальних закладів створює нові робочі місця, забезпечує додаткові податкові надходження та стимулює суміжні галузі. Запровадження механізмів державно-приватного партнерства у сфері туризму дозволить залучити інвесторів до реконструкції пам'яток, будівництва туристичних об'єктів і благоустрою територій. Водночас участь громади у міжнародних проєктах сприятиме диверсифікації джерел фінансування, що зменшить залежність від державних субвенцій.

Соціальний аспект перспектив туристичного розвитку полягає у підвищенні рівня залученості громади. Туристичні ініціативи здатні формувати нові моделі соціальної взаємодії, активізувати волонтерські, молодіжні та освітні проєкти, підвищувати рівень місцевої гордості та психологічної стійкості населення. Туризм стає засобом «соціальної терапії», що сприяє відновленню життєвих орієнтирів громади після воєнних потрясінь. У довгостроковій перспективі реалізація туристичних ініціатив здатна трансформувати Самар у центр культурно-економічного тяжіння Придніпров'я, поєднавши традиції, природу, інновації та креатив. За умови узгодження місцевих дій із регіональними програмами розвитку туризму громада може стати прикладом збалансованої ревіталізації території – від локального бренду до системної регіональної синергії.

## **Висновки до розділу 2**

В результаті досліджень, проведених у другому розділі кваліфікаційної роботи, сформульовано наступні висновки:

1. Самарська громада має відчутні передумови туристичного розвитку (географічне положення, природні й культурні ресурси), однак ступінь їх практичної реалізації поки що обмежений інфраструктурними та інституційними бар'єрами, що знижує конкурентоспроможність дестинації. Після шокового 2022 р. зафіксовано прискорене відновлення суміжних із туризмом секторів: «Тимчасове розміщування й організація харчування» та

«Мистецтво, спорт, розваги й відпочинок» демонструють випереджальні темпи зростання, що підтверджує наявність платформи для туристичної ревіталізації попиту.

2. Розроблена автором система коефіцієнтів оцінювання (управлінський, інфраструктурний, економічний, соціальний, культурно-комунікаційний) дала змогу комплексно виміряти стан туристичних ініціатив; інтегральний індекс перспективності (ІТР) становить 0,59 – середній рівень із потенціалом зростання за умови інституційного посилення та модернізації інфраструктури.

3. Проведений SWOT-аналіз структурував сильні сторони (ресурсна база, локальна ідентичність), слабкості (інфраструктура, управлінська спроможність, видимість бренду), можливості (кластери, грантові програми, розвиток еко- та культурного туризму) і загрози (воєнні ризики, конкуренція за туриста, кадровий дефіцит), що слугує основою для пріоритизації управлінських дій.

4. Створено та обґрунтовано авторську модель Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру (інституційне ядро – органи місцевого самоврядування та ОДА; економічне середовище – готелі/ресторани/транспорт/креативні бізнеси; соціокультурне середовище – заклади освіти, ГО, культурні інституції). Модель включає ядрові об'єкти (Дніпро, Самар, Петриківка, Орлівщина, Самарські плавні), пропозицію маршрутної мережі та механізм координації (координаційна рада), а також карту-схему; очікуваний ефект – зростання туристопотоків, мультиплікативний вплив на МСБ і зміцнення регіональної ідентичності.

## РОЗДІЛ 3

### НАПРЯМИ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ САМАРСЬКОЇ ГРОМАДИ

#### 3.1 Потенціал проведення туристичної ревіталізації в м. Самар

Сучасний розвиток міського туризму дедалі більше пов'язаний із процесами ревіталізації – відновленням та переосмисленням занедбаних або недостатньо використовуваних міських просторів. Для м. Самар цей напрям відкриває широкі можливості, адже місто має значний історико-культурний та інфраструктурний ресурс, який нині використовується не в повній мірі. Туристична ревіталізація у Самарі може стати дієвим інструментом підвищення привабливості міста, покращення якості міського середовища та залучення інвестицій. Насамперед варто відзначити потенціал відновлення історичних будівель і пам'яток архітектури, що збереглися у центральній частині міста. Реставрація старих адміністративних та житлових споруд із подальшою інтеграцією у туристичний простір дозволить створити нові музейні та культурні об'єкти. Це забезпечить поєднання збереження історичної спадщини та розвитку сучасної культурної інфраструктури.



Рисунок 3.1 – Центр міста Самар

Найбільш важливим напрямом є ревіталізація промислових зон та індустріальної спадщини. На території міста та його околиць залишаються об'єкти, що втратили первинну економічну функцію: колишні виробничі корпуси, склади, інженерні споруди (рис. 3.2). Світова практика свідчить, що саме такі простори часто стають привабливими для креативних індустрій, адже дозволяють створювати унікальні туристичні продукти – від технопарків і бізнес-інкубаторів до майданчиків для фестивалів, ярмарків чи тематичних екскурсій. У м. Самар подібні об'єкти могли б бути переобладнані під культурно-розважальні комплекси або сучасні хаби для молоді.



Рисунок 3.2 – Приміщення покинутого заводу з виробництва соняшникової олії, м. Самар

Особливої уваги заслуговує ревіталізація прибережних зон та зелених територій. Завдяки природним умовам місто має значний рекреаційний потенціал, однак окремі ділянки набережної та міських парків потребують оновлення (рис. 3.3). Благоустрій берегової лінії, створення пішохідних і велосипедних маршрутів, облаштування зон відпочинку та екологічних стежок сприятиме розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму.

Розвиток водного туризму, організація прогулянкових маршрутів річкою та облаштування малих причалів могли б стати додатковими атракціями для гостей міста.



Рисунок 3.3 – Пляж на річці Самара, що потребує туристичної ревіталізації  
*Джерело: [41]*

Також важливим аспектом є створення нових культурних і туристичних локацій на базі клубних закладів та бібліотек, що вже функціонують у місті. Їхня модернізація через впровадження інтерактивних технологій, мультимедійних виставок, віртуальних екскурсій може значно підвищити привабливість для молоді та туристів. Бібліотеки, наприклад, можуть трансформуватися у культурно-освітні простори з коворкінг-зонами, лекційними майданчиками та сучасними виставковими платформами.

За містом також розташовано покинуту базу відпочинку (рис. 3.4), яка могла б стати привабливим об'єктом для місцевих жителів та туристів з області. Розташована в зеленій зоні, ревіталізована база може бути місцем для емоційного перезавантаження, релаксації та відновлення:



Рисунок 3.4 – Покинута база відпочинку біля м. Самар

Ще одним перспективним напрямом є туристична ревіталізація територій, пов'язаних із локальною історією та традиціями. Йдеться про відновлення старих ремісничих майстерень, ярмаркових площ чи місць, де відбувалися значущі історичні події. Такі об'єкти можуть стати основою для створення етнографічних або гастрономічних маршрутів, що поєднуюватимуть

автентичні традиції з сучасними формами їх популяризації. На рисунку 3.5 наведено існуючий приклад ревіталізації: колишня зачинена бібліотека перетворена на сучасний торговий центр «Україна»:



Рисунок 3.5 – Торговий центр «Україна», м. Самар

*Джерело: [42]*

У перспективі туристична ревіталізація м. Самар має потенціал забезпечити комплексний ефект. По-перше, вона сприятиме збереженню історико-культурної спадщини та раціональному використанню міських просторів. По-друге, створить нові можливості для економічного розвитку через зростання туристичних потоків і появу нових робочих місць. По-третє, забезпечить соціальну інтеграцію населення у процеси розвитку міста, формуючи відчуття приналежності та гордості за власну територію. Таким чином, ревіталізація постає не лише як інструмент оновлення туристичної інфраструктури, але й як стратегічний напрям підвищення якості життя у м. Самар.

У контексті окреслених перспектив особливої актуальності набуває практичне опрацювання можливостей туристичної ревіталізації на прикладі реальних об'єктів, що вже зазнали успішної трансформації в інших регіонах України. Аналіз таких прикладів дозволяє не лише ідентифікувати ефективні

моделі ревіталізації, але й зрозуміти логіку їхнього впровадження, механізми адаптації до локальних умов, інструменти взаємодії з громадою та економічні ефекти, які вони генерують. Відповідно, важливим елементом дослідження є розробка авторської екскурсії, що демонструє найкращі практики ревіталізації та формує уявлення про потенційні траєкторії розвитку туристичного середовища в м. Самар. Такий підхід сприяє не тільки систематизації здобутого теоретичного й аналітичного матеріалу, але й забезпечує практичну візуалізацію можливостей ревіталізації як інструменту перетворення міського простору.

### **3.2 Розробка авторської екскурсії «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України»**

В сучасних умовах післявоєнного відновлення туризм в Україні поступово набуває нових змістових і ціннісних орієнтирів. Якщо раніше ключовою метою туристичної діяльності було забезпечення дозвілля та пізнання культурної спадщини, то сьогодні туризм дедалі частіше виконує функцію інструмента соціально-економічної реінтеграції територій, формування колективної пам'яті та осмислення процесів трансформації міського простору.

Особливого значення набувають ревіталізовані об'єкти – колишні промислові, культурні чи військові споруди, які отримали нове життя завдяки сучасним архітектурним, дизайнерським і соціальним підходам. Такі простори не лише зберігають історичну тяглість, але й стають осередками нової урбаністичної ідентичності, креативних індустрій, освіти та дозвілля. Саме ці об'єкти є матеріальним втіленням філософії сталого розвитку, де спадщина та інновація співіснують у єдиному культурному ландшафті.

У цьому контексті створення авторської екскурсії «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України» має на меті продемонструвати потенціал сучасних українських міст

і громад до культурного та економічного відновлення через туристичну діяльність. Екскурсія є не лише подорожжю у просторі, а й мандрівкою у часі – від індустріальної спадщини минулого до креативних центрів сьогодення. Маршрут запропонованої екскурсії наведено на рисунку 3.6:

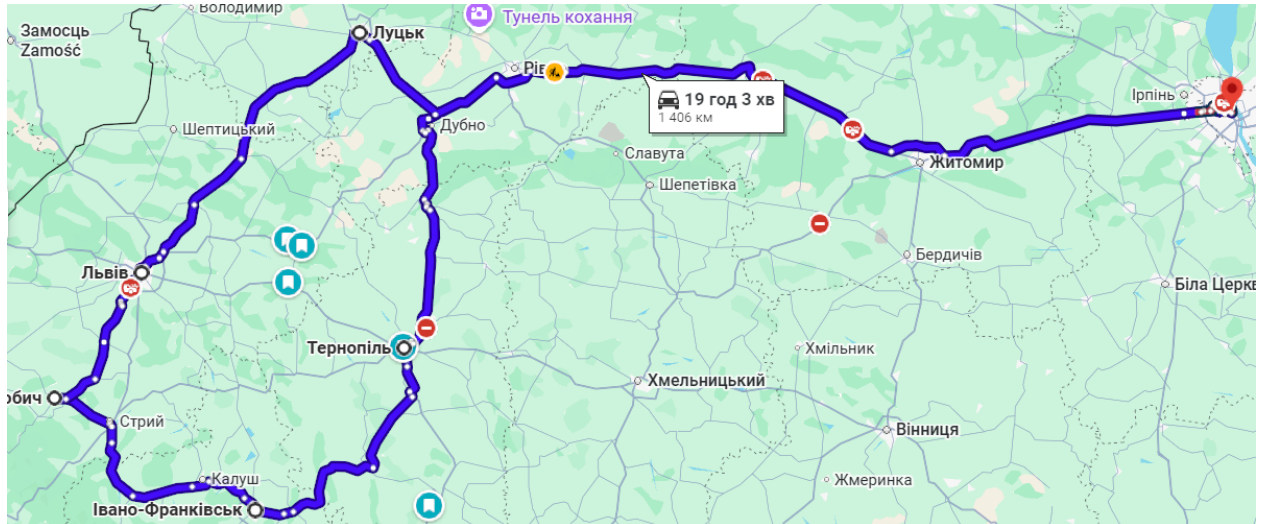


Рисунок 3.6 – Маршрут авторської екскурсії Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України»

Розроблення туристичного маршруту, що поєднує історичну спадщину та ревіталізовані об'єкти, ґрунтується на сучасних підходах до організації культурно-пізнавальних подорожей, які розглядають туризм не лише як форму рекреації, але й як інструмент територіального розвитку, збереження культурного середовища та стимулювання локальної економіки. У контексті України, де процеси ревіталізації набули інтенсивного розвитку протягом останнього десятиліття, особливо у Києві та Західному регіоні, поєднання традиційної культурної спадщини з інноваційними урбаністичними трансформаціями дає змогу представити туристам багатопланову структуру міського простору, в якій історія та сучасність утворюють органічно взаємодоповнювальну систему.

Концептуально маршрут формує новий тип екскурсійного продукту, у якому класичні об'єкти спадщини (замки, собори, історичні центри, музеї) співіснують із ревіталізованими промисловими територіями, культурно-

креативними центрами, модернізованими набережними та громадськими просторами. Такий підхід відповідає сучасній світовій тенденції осмислення міста як динамічної структури, де спадщина не лише зберігається, але й переосмислюється – через нові соціальні функції, культурні практики та економічні моделі.

Важливою передумовою побудови маршруту є також логістична збалансованість. Географічно близьке розташування ключових центрів ревіталізації – Києва, Тернополя, Івано-Франківська, Львова, Дрогобича та Луцька – дозволяє сформувати маршрут із мінімальними транспортними витратами часу, що підвищує комфортність подорожі й водночас зберігає інтенсивність екскурсійного наповнення. Маршрут створений у спосіб, який уникає «розтягнутих» переїздів, забезпечуючи правильний баланс між оглядом історичних локацій та знайомством із ревіталізованими просторами.

У теоретичному вимірі екскурсія виступає прикладом практичного застосування концепції туристичної ревіталізації як інструменту розвитку міста. Вона дозволяє не лише показати потенціал окремих об'єктів, але й продемонструвати, як ревіталізація змінює структуру міського середовища, формує нові види туризму (креативний, індустріальний, урбаністичний), стимулює соціальну активність та сприяє створенню сучасної ідентичності територій. Таким чином, маршрут є не просто туристичним продуктом, а й аналітичним інструментом, який відображає регіональні тенденції розвитку та підкреслює важливість інноваційних підходів до використання культурної спадщини в Україні.

### **«Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України»**

#### **День 1. Київ: взаємодія історичної тяглості та сучасних ревіталізаційних практик**

Подорож розпочинається у столиці України – місті, де зародилися найпотужніші урбаністичні ініціативи та креативні експерименти з

перетворення міського простору.

Перший день подорожі присвячений знайомству зі столицею України як містом, у якому історична архітектура та багат шарова культурна спадщина невід’ємно переплітаються з новими формами урбаністичного розвитку. Оглядова екскурсія охоплює знакові об’єкти Києва: Софійський собор, Андріївський узвіз, Пейзажну алею та історичний центр Подолу, що репрезентують різні етапи формування міської ідентичності. Паралельно увага зосереджується на сучасних ревіталізаційних проєктах, які демонструють переосмислення міського простору через культурні та креативні практики. До таких об’єктів належать Річковий вокзал, перетворений на громадсько-туристичний простір, Мистецький Арсенал як приклад трансформації історичного військового комплексу, а також Art-завод «Платформа» (рис. 3.7) – один із наймасштабніших центрів креативної економіки у Східній Європі, створений на території колишнього Дарницького машинобудівного заводу. Завершення дня – прогулянка набережною, яка символізує культурну відкритість міста та формує емоційний вступ до тематики ревіталізації як динамічного процесу оновлення. Нічний переїзд потягом до Тернополя.



Рисунок 3.7 – Art-завод «Платформа», Київ, Україна

Джерело: [43]

## **День 2. Тернопіль: сучасна міська інтеграція навколо ревіталізованих водних та зелених просторів**

Другий день маршруту присвячений Тернополю – місту, яке сьогодні активно розвиває концепцію ревіталізації через переосмислення природних і рекреаційних зон. Екскурсія розпочинається зі знайомства з історичним ядром міста, включно із середньовічним Тернопільським замком і сакральною архітектурою. Особливу увагу приділено міському ставу (рис. 3.8), навколо якого реалізовано комплексну ревіталізацію: оновлено набережну, створено сучасні громадські простори, відновлено туристичну інфраструктуру. Це дає змогу оцінити, як природне середовище у поєднанні з продуманими урбаністичними рішеннями сприяє формуванню нової туристичної привабливості міста. День завершується вільним часом на озері або оглядом сучасних громадських просторів. Ночівля у Тернополі.



*Фото: Віктор Дерев'яний*

Рисунок 3.8 – Ревіталізований простір міського ставу, м. Тернопіль

*Джерело: [46]*

## **День 3. Івано-Франківськ та Дрогобич – ревіталізація промислової спадщини та культурні трансформації регіону**

У першій половині дня учасники знайомляться з Івано-Франківськом –

містом, яке стало символом української ревіталізаційної урбаністики. Після огляду історичного центру (Ратуша, Стометрівка, сакральні пам'ятки) відбувається відвідання проєкту «Промприлад.Renovation» (рис. 3.9), що перетворює промислову територію на простір розвитку освіти, мистецтва, креативних індустрій та інноваційної економіки. Комплекс демонструє потенціал переосмислення промислової спадщини як потужного ресурсу модернізації міського середовища.

У другій половині дня група відвідує Дрогобич – місто, яке гармонійно поєднує архітектурну спадщину з промисловою історією. Центральним об'єктом є Дрогобицька солеварня, котра виступає унікальним прикладом збереження та переосмислення давнього виробничого комплексу в туристичному контексті. Огляд оновлених громадських просторів Дрогобича підкреслює розвиток міста в напрямі сталого туризму. Після завершення екскурсійного дня – переїзд до Львова та поселення у готель.



Рисунок 3.9 – Prompriklad.Renovation, Івано-Франківськ, Україна

*Джерело: [45]*

#### **День 4. Львів – культурна спадщина світового значення та нові креативні простори**

Львів представляє найвищу концентрацію об'єктів, у яких поєднуються

історичні та інноваційні культурні шари. У першій частині дня група оглядає класичні об'єкти історичного центру: Площу Ринок, Храміві ансамблі, Високий Замок та історичні квартали з унікальною багатонаціональною архітектурою. Друга частина екскурсії присвячена сучасним ревіталізаційним проєктам: Jam Factory Art Center (рис. 3.10), створеному на базі колишнього заводу; FestRepublic, який виник на території індустриальних площ; а також музеєфікованому простору «Територія Терору», що поєднує історичну пам'ять та сучасні музейні технології. Львів демонструє зразкову взаємодію спадщини й культурного оновлення, що є важливою основою для аналізу ревіталізаційних процесів. Ночівля у Львові.



Рисунок 3.10 – Jam Factory Art Center, Львів, Україна

*Джерело: [44]*

### **День 5. Луцьк – інтеграція культурної спадщини та ревіталізації в урбаністичному розвитку міста**

Останній день маршруту присвячено Луцьку – місту, де процеси ревіталізації охоплюють як промислові території, так і рекреаційні зони. Екскурсія включає огляд Луцького замку, Старого міста, вежі Чарторийських

та інших елементів архітектурної спадщини. Далі учасники відвідують культурно-інноваційний центр «Адреналін Сіті» (рис. 3.11), створений на основі реконструйованих виробничих будівель, а також у майбутньому буде розглянуто оновлені ділянки набережної річки Сапалаївки, де планується реалізація сучасні підходи до ландшафтної та екологічної ревіталізації. Після завершення екскурсії відбувається нічний переїзд потягом до Києва.



Рисунок 3.11 – Проект ревіталізації набережної вздовж Сапалаївки, м. Луцьк

*Джерело: [47]*

Розроблена авторська екскурсія «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України» демонструє комплексний підхід до осмислення туристичної ревіталізації як інструменту сучасної урбаністичної трансформації. Маршрут, побудований за принципом географічної та функціональної збалансованості, поєднує ключові центри культурної спадщини з прикладами успішного переосмислення індустриальних, рекреаційних і громадських просторів. Завдяки цьому екскурсія відображає не лише історичну тяглість урбаністичного розвитку, але й новітні процеси формування креативної економіки та туристичної інфраструктури.

Тур демонструє, що сучасна ревіталізація в Україні не є фрагментарним або локальним явищем, а становить цілісну систему практик, яка сприяє підвищенню туристичної привабливості територій, розширенню можливостей культурного виробництва та формуванню нових форматів взаємодії мешканців із міським середовищем. Представлені у маршруті об'єкти Києва, Тернополя, Івано-Франківська, Дрогобича, Львова та Луцька демонструють різноманітність підходів до ревіталізації – від перетворення промислових комплексів на центри інновацій до оновлення рекреаційних територій та створення багатофункціональних публічних просторів.

Змістовне поєднання класичних екскурсійних елементів із сучасними ревіталізаційними кейсами дозволяє сформувавши комплексне уявлення про трансформаційний потенціал українських міст. Екскурсія має не лише пізнавальний, але й аналітичний характер, адже слугує практичною ілюстрацією того, як ревіталізація може стати рушійною силою соціально-економічного розвитку громади, зміцнення місцевої ідентичності та підвищення якості міського середовища. У цьому контексті запропонований маршрут можна розглядати як універсальну модель, що може бути адаптована до інших територій, які розглядають ревіталізацію як стратегічний напрям свого розвитку.

### **3.3 Економічне обґрунтування програми запропонованої екскурсії**

Економічне обґрунтування є необхідною складовою будь-якого туристичного продукту, оскільки воно визначає його комерційну доцільність, конкурентоспроможність і потенціал масштабування. Авторська екскурсія «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України», розроблена у попередньому підрозділі, належить до категорії освітньо-пізнавальних міжрегіональних турів, тому економічна модель її функціонування передбачає поєднання комерційної самоокупності з просвітницькою метою.

Економічне обґрунтування розробленої екскурсійної програми базується на оцінці витрат, необхідних для її реалізації, а також на аналізі потенційних економічних ефектів, які така діяльність може генерувати для туристичного ринку та територіальних громад, що входять до маршруту. При побудові туру враховано принцип оптимального співвідношення між вартістю логістики, якістю туристичного продукту та можливостями підвищення регіональної привабливості через демонстрацію найуспішніших кейсів ревіталізації міського середовища.

Вибір структури маршруту з нічним переїздом «Київ – Тернопіль» дозволяє мінімізувати витрати часу на дорогу в денний період, що підвищує ефективність використання туристичного дня без збільшення загальних витрат на проживання. Подальші географічно близькі переїзди (Тернопіль → Івано-Франківськ → Дрогобич → Львів → Луцьк) формують компактний маршрут, який скорочує витрати на транспорт на 15-20% у порівнянні з аналогічними турами, що охоплюють віддалені регіони. Така структура також зменшує витрати на паливе, амортизацію транспорту та оплату роботи екскурсоводів, що є важливим чинником для формування конкурентної вартості туру. Проживання передбачене у трьох містах: Тернополі, Львові (дві ночі) та, за потреби, у Луцьку. Вибір саме цих локацій зумовлений їхньою туристичною інфраструктурою, доступністю готельних послуг середнього сегменту й можливістю оптимізації вартості за рахунок зменшення сезонних коливань цін (у порівнянні, наприклад, із курортними регіонами). Таким чином, структура маршруту забезпечує рівномірний розподіл витрат на проживання без надмірних фінансових навантажень на організаторів і туристів.

Більшість ревіталізованих просторів, включених до маршруту (Промприлад.Renovation, Jam Factory Art Center, оновлені набережні та громадські простори), мають безкоштовний або символічно платний формат відвідування. Це дозволяє суттєво зменшити загальну вартість туру без втрати змістовної цінності програми. Об'єкти, що мають платний вхід (наприклад,

музейні експозиції Львова або Дрогобицька солеварня), характеризуються помірним рівнем тарифів та значною культурною цінністю, що виправдовує включення їх до програми. Маршрут охоплює регіони, де ревіталізація вже стала важливим елементом місцевого соціально-економічного розвитку. Туристичні потоки, спрямовані на такі об'єкти, формують мультиплікативний ефект, що включає:

- зростання доходів місцевого бізнесу (кафе, готелі, сувенірні крамниці, транспортні послуги);
- розширення ринку праці, особливо у сфері культурних індустрій та туризму;
- підвищення вартості нерухомості в районах успішної ревіталізації;
- зміцнення партнерств між бізнесом, громадою та культурними інституціями.

Завдяки цьому тур має не лише комерційну вигоду, а й соціальну та економічну значущість для територій, через які проходить маршрут. Комбінація класичних культурних об'єктів і ревіталізованих просторів створює продукт, який відповідає сучасному попиту туристів на «змішані» форми досвіду: історичний, культурний, урбаністичний та індустріальний туризм. Це розширює цільову аудиторію туру, роблячи його привабливим як для внутрішніх, так і для міжнародних відвідувачів. Такий підхід також підвищує потенційну рентабельність туру: різноманітність вражень дозволяє встановлювати економічно обґрунтовану, але конкурентоспроможну ціну.

Орієнтовний кошторис подано в таблиці 3.1:

Таблиця 3.1 – Орієнтовні витрати на реалізацію туру (на 25 осіб)

Стаття витрат	Сума, грн	Частка, %	Коментар
Транспорт (залізничні переїзди, автобусні трансфери)	140 000	50,54	Автобус, 5 днів, включно з нічним переїздом потягом Київ–Тернопіль
Проживання (3 ночі у готелях 3★)	67 500	24,37	3 ночі × 25 осіб × 900 грн
Харчування (сніданок)	–	–	Включено у вартість проживання

Продовження табл. 3.1

Екскурсійне обслуговування (вхідні квитки, гідн, воркшопп)	37 000	13,36	Послуги екскурсовода-супроводжувача та місцеві екскурсоводи (Київ, Львів, Івано-Франківськ, Луцьк)
Організаційні витрати	10 000	3,61	Бронювання, координація, документообіг
Вхідні квитки до музеїв та об'єктів	18 750	6,77	За середніми тарифними розцінками
Страховання туристів	3 750	1,35	У розрахунку на 25 осіб
<b>Разом:</b>	<b>277 000</b>	<b>100 %</b>	

Джерело: авторський розрахунок

Отже, собівартість туру на одну особу становить:

$$C1 = 277\,000 / 25 = 11080 \text{ грн.} \quad (3)$$

З урахуванням необхідності покриття ризиків, адміністративних витрат та мінімальної рентабельності туристичного оператора (15-20%), доцільно застосувати коефіцієнт націнки 1,18. З урахуванням націнки, кінцева ціна туру для одного учасника становить:

$$Ц * \% = 11080 \times 1,18 = 13074,4 \text{ грн.} \quad (4)$$

Отже, орієнтовна вартість участі у турі становить приблизно 13000 грн.

Розрахуємо очікувані результати для групи з 25 учасників (табл. 3.2):

Таблиця 3.2 – Прогноз доходів та фінансових результатів

Показник	Розрахунок, грн	Значення, грн
Доходи від реалізації туру	$13\,000 \times 25$	325 000
Загальні витрати	$11\,080 \times 25$	277 000
<b>Валовий прибуток</b>	–	<b>48 000</b>
<b>Рентабельність</b>	$48\,000 / 325\,000 \times 100$	<b>14,76 %</b>

Джерело: авторський розрахунок

Таким чином, реалізація туру є економічно доцільною та забезпечує прибутковість приблизно 15%, що відповідає середньому рівню для

культурно-пізнавальних турів в Україні. Окрім безпосередньої фінансової вигоди, екскурсія створює ширший мультиплікативний ефект для економіки регіонів:

- підтримка локального бізнесу – готелів, ресторанів, транспортних компаній, креативних просторів;
- створення додаткових робочих місць (гіди, організатори, адміністратори локацій);
- збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів;
- розвиток внутрішнього туризму та міжрегіональної співпраці;
- формування позитивного іміджу України як країни, що відновлюється через культуру та креатив.

Отже, економічне обґрунтування свідчить про високу соціальну рентабельність туру, оскільки його реалізація стимулює розвиток цілої низки суміжних секторів – транспортного, готельного, гастрономічного, освітнього та культурного. Проведені розрахунки доводять, що авторська екскурсія «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України» є економічно виправданою, фінансово стабільною та соціально значущою ініціативою. Її реалізація сприяє не лише популяризації феномену туристичної ревіталізації, але й формує нову модель сталого туризму, у якій економічна вигода поєднується з культурним розвитком і соціальною користю для громад. Таким чином, проект може бути впроваджений як пілотна програма міжрегіонального туристичного партнерства за підтримки місцевих органів влади, університетів та приватного сектору. Запропонований кошторис демонструє, що авторська екскурсія є економічно доцільною та конкурентоспроможною у сегменті культурно-пізнавального туризму. Основну частку витрат становлять транспортні послуги та проживання, що є типовим для багатоденних турів. Водночас використання ревіталізованих просторів із безкоштовним або пільговим доступом дозволяє знизити витрати на екскурсійне обслуговування без втрати якості туристичного продукту.

### Висновки до розділу 3

В результаті вирішення завдань даного розділу автором зроблені наступні висновки:

1. Розроблено практичну модель упровадження концепції туристичної ревіталізації на прикладі Самарської територіальної громади. Доведено, що ревіталізація здатна стати ефективним інструментом не лише просторового, а й соціально-економічного розвитку громади. На основі аналізу міського середовища визначено потенційні об'єкти, що можуть бути адаптовані під туристичні функції, зокрема занедбані промислові, культурні та рекреаційні зони, які мають історико-архітектурну або ландшафтну цінність.

2. З урахуванням просторових, історичних і соціальних особливостей Самарської громади обґрунтовано напрями практичної ревіталізації: створення тематичних громадських просторів на базі колишніх промислових об'єктів, розвиток екологічно орієнтованих рекреаційних локацій біля Самарських плавнів, а також формування культурного маршруту, що інтегрує сакральні, архітектурні та природні пам'ятки. Такі заходи сприятимуть підвищенню привабливості міста як туристичного центру регіонального рівня.

3. У роботі розроблено та теоретично обґрунтовано авторську екскурсію «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України», яка побудована на поєднанні історико-культурної спадщини та ревіталізованих об'єктів Києва і Західної України, засвідчила практичну реалізованість концепції туристичної ревіталізації як інструменту підвищення туристичної привабливості територій. Запропонований маршрут вирізняється логістичною збалансованістю, змістовною насиченістю та економічною доцільністю, що підтверджується проведеним кошторисним і фінансовим аналізом. Екскурсія демонструє можливість трансформації ревіталізованих просторів у повноцінний туристичний продукт, здатний формувати додану вартість, стимулювати локальну економічну активність і водночас популяризувати сучасні

урбаністичні практики збереження та переосмислення культурної спадщини. Авторська екскурсія виступає прикладом прикладного використання туристичної ревіталізації як стратегічного напрямку розвитку регіонів.

4. Практична реалізація запропонованих заходів дозволить сформуванню в громаді нову модель локального туристичного розвитку, де ревіталізація виступатиме не одноразовим проектом, а постійним інструментом управління територією. Це створить умови для підвищення економічної активності, зайнятості населення, розвитку малого підприємництва, активізації культурних процесів та соціальної згуртованості.

5. Доведено, що впровадження концепції туристичної ревіталізації на місцевому рівні – це не лише напрям підвищення туристичного потенціалу, а механізм соціально-культурного відновлення громади, який поєднує інновації, спадщину та ідентичність. Самарська громада має потенціал стати прикладом ефективного використання ревіталізаційного підходу для створення сталого туристичного середовища та підвищення якості життя мешканців.

## ВИСНОВКИ

В результаті виконання кваліфікаційної роботи, мета якої полягала у обґрунтуванні сутності та механізмів туристичної ревіталізації територіальних громад як сучасного напрямку підвищення їхнього туристичного потенціалу, зроблено наступні висновки:

1. У результаті проведеного дослідження доведено, що туристична ревіталізація є сучасним і багатовимірним напрямом розвитку територіальних громад, який поєднує культурні, економічні, соціальні та просторові чинники. На відміну від традиційної реставрації або реконструкції, ревіталізація передбачає комплексне відновлення функцій простору, його адаптацію до нових туристичних, культурних і комунікативних потреб суспільства.

2. Здійснено систематизацію теоретико-методологічних основ туристичної ревіталізації. Уточнено сутність поняття «туристична ревіталізація» як процесу відновлення та повторного використання об'єктів і територій з метою формування туристичного продукту, що сприяє сталому розвитку громад. Обґрунтовано її місце в системі сучасного туризмознавства на перетині урбаністики, культурного менеджменту та економіки спадщини.

3. Визначено, що ефективність туристичної ревіталізації залежить від комплексного поєднання трьох складових: ресурсної (наявність об'єктів спадщини й природних ресурсів), інституційної (наявність стратегічного управління, партнерств і фінансування) та соціальної (залучення громади, участь бізнесу, активність населення). Доведено, що саме інтеграція цих складових забезпечує сталі результати туристичного розвитку.

4. Проведено історичний аналіз формування ревіталізаційних практик в Україні. Встановлено, що впродовж останнього десятиліття в країні сформувалися успішні приклади відновлення постіндустріальних і культурних об'єктів: Promprylad.Renovation (Івано-Франківськ), Jam Factory (Львів), Art-завод «Платформа» (Київ), Re:Factory (Дніпро), ReZavod і Fabrika.space (Харків). Вони демонструють перехід до європейської моделі, у

якій ревіталізовані простори стають ядром креативної економіки.

5. На основі проведених теоретичних узагальнень створено авторську систему коефіцієнтів оцінювання ефективності туристичних ініціатив у громадах (управлінський, інфраструктурний, економічний, соціальний, культурно-комунікаційний). Ця методика забезпечує кількісну оцінку рівня розвитку туризму та дозволяє визначити інтегральний індекс перспективності (ІТР), який може бути використаний у моніторингу туристичного потенціалу місцевого рівня.

6. У результаті практичного дослідження Самарської громади встановлено, що її інтегральний показник  $ІТР = 0,59$ , що відповідає середньому рівню розвитку туристичних ініціатив. Виявлено сильні сторони (ресурсна база, локальна ідентичність), слабкі (інфраструктура, управління, видимість бренду) та можливості (гранти, кластери, еко- та культурний туризм). Ці результати створили підґрунтя для визначення стратегічних напрямів ревіталізації.

7. Запропоновано авторську модель Дніпровсько-Самарського туристичного кластеру, яка об'єднує основних акторів туристичної діяльності регіону (органи влади, бізнес, заклади культури, освіти, громадські ініціативи) та формує єдиний туристичний простір. Кластерна концепція дозволяє забезпечити міжмуніципальну співпрацю, диверсифікацію туристичного продукту та підвищення конкурентоспроможності регіону.

8. Розроблено практичні напрями туристичної ревіталізації Самарської громади, які включають відновлення культурно-історичних об'єктів, створення екологічних маршрутів, розвиток креативних індустрій, модернізацію інфраструктури, впровадження єдиного бренду громади та стимулювання участі місцевого бізнесу. Запропоновано конкретні приклади потенційних локацій для ревіталізації на території міста Самар.

9. Розроблено й економічно обґрунтовано авторську екскурсію «Міста, що відроджуються: поєднання історичної спадщини та ревіталізованих просторів України», що поєднує історичну культурну спадщину, природні

об'єкти та приклади успішної ревіталізації та демонструє різні моделі відновлення простору через туризм. Програма має пізнавальний і навчальний характер, забезпечує міжрегіональний обмін досвідом і сприяє популяризації України як простору культурного відродження. Економічні розрахунки підтвердили прибутковість і соціальну доцільність туру (рентабельність майже 15%).

10. У підсумку доведено, що туристична ревіталізація є одним із ключових інструментів сталого розвитку територіальних громад України. Вона поєднує функції збереження спадщини, активізації економіки, розвитку креативного підприємництва та соціальної інтеграції населення. Запропоновані авторські методичні й практичні рішення можуть бути використані органами місцевого самоврядування, управліннями туризму та культурними інституціями як модель реалізації політики післявоєнного відновлення через культуру та туризм.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беляева Я. Добре забудьте старе: 10 прикладів перетворення промзон. *Платформа*: веб-сайт. URL: <https://platfor.ma/magazine/text-sq/pb/10-adaptive-reuse-examples/>
2. Жаботинський Д. Як промзони повертають у міський простір – кращі світові приклади. *Хмарочос*: веб-сайт. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/05/29/yak-promzony-povertayut-u-miskyj-prostir-svitovi-pryklady/>
3. Кривда М. Ревіталізація: від модного слова до – діла. *Голос України*: веб-сайт. URL: <https://www.golos.com.ua/article/323493>
4. Бернацька І., Брух О., Погорецький М. Управління ревіталізацією туристичних об'єктів як інструментом залучення іноземних інвестицій. *Агросвіт*. 2017. Т. 10. №1-2. С. 57-65.
5. Мельник Н.В., Мельник А.В., Милитчук Н.М. Ревіталізація туристичних об'єктів: світовий досвід. «Моделі міждисциплінарних та міжгалузевих освітніх та освітньо-наукових програм: виклики, можливості та варіанти впровадження»: зб. матер. міжнар. конф. (Одеса, 25-26 червня 2020 р.). Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2020. С. 86-88.
6. Сич О.А., Ситник Н.С., Стасишин А.В., Круглякова В.В. Ревіталізація міст – досвід європейського союзу для України: навч. посібник. За заг. ред. канд. екон. наук., доц. О.А. Сич. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2023. 312 с.
7. Романів П.В. Контексти структурно-просторового розвитку туристично-рекреаційної сфери. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. Вип. 2(12). С. 41-47. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.6)
8. Заславська К., Бучковський А. Як ревіталізація робить збиткові промислові об'єкти привабливими для інвестицій. *ILF*: веб-сайт. URL: <https://www.ilf-ua.com/uk/blog/iak-revitalizatsiia-robit-zbitkovi-promislovi-ob>

iekti-privablivimi-dlia-

investitsii/?fbclid=IwAR1xrYtwf46V6XSFO8n\_IPAqDsaGViYqZvNRwbc1PLO6  
Tkh90eytVjir8TM

9. Бессонова А.В., Безугла Л.С., Белобородова М.В. Міжнародний досвід ревіталізації промислових об'єктів: можливості для України. *Development Service Industry Management*. 2024. Вип. 2(2024). С. 49-55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(8\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(8))

10. Миколаєнко Н. (Напів)ревіталізовані: 4 приклади переосмислення індустріальних просторів в Україні. *Mistosite*: веб-сайт. URL: <https://mistosite.org.ua/articles/napivrevitalizovani-4-pryklady-pereosmyslennia-industrialnykh-prostoriv-v-ukraini>

11. Європейський простір. Ревіталізація промзон та публічних просторів: український досвід. URL: <https://euprostitir.org.ua/practices/144084>

12. Дім. Із заводу – в культурний центр: історія харківської «Механіки». URL: <https://kanalDIM.tv/iz-zavoda-v-kulturnyj-czentr-istoriya-harkovskoj-mehaniki-video/>

13. Холдинг емоцій «!FEST». !FESTrepublic. URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/projects/festrepublic/>

14. Eliason M. The 5 Coolest Trends in Urbanism ... in Europe. *CivicWell*: веб-сайт. URL: <https://civicwell.org/civic-news/currents-urbanism-europe/>

15. Онлайн-енциклопедія «Вікіпедія». Самарівський район. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Самарівський\\_район](https://uk.wikipedia.org/wiki/Самарівський_район)

16. Самарівська міська рада. Символіка міста. URL: <https://samar-rada.dp.gov.ua/pro-misto/atributi-mista>

17. Державний веб-портал бюджету для громадян «Open Budget». Бюджет Новомосковської міської територіальної громади. URL: <https://openbudget.gov.ua/local-budget/0458200000/info/profile>

18. Самарівська міська рада. Рішення Ради від 12 грудня 2024р. № 1709 «Про затвердження Програми соціально-економічного та культурного розвитку м. Самар на 2025 рік». URL: <https://samar-rada.dp.gov.ua/vsi->

[normativni-akti/pro-zatverdzhennia-prohramy-sotsialno-ekonomichnoho-ta-kulturnoho-rozvytku-m-samar-na-2025-rik](#)

19. Маркетингова агенція «Superheroes Marketing». Ребрендинг міста Самар – повернення голосу історії. URL: <https://superheroes.ua/cases/rebrendyng-mista-samar/>

20. Белобородова М.В. Сталий розвиток туристично-рекреаційних систем: регіональний аспект. М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро: ПОРОГИ, 2024. 244 с.

21. Машіка Г., Пічкарь Р. Сучасні підходи до оцінки туристичного потенціалу території. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»: Зб. наук. праць. Переяслав, 2020. Вип. 64. С. 20-23.

22. Роїк О., Малоїд А. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу Радехівської територіальної громади. *Таврійський науковий вісник*. 2025. Вип. 23. С. 273-283. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.23.33>

23. Пасека С., Джумурат В. Теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу території. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 5. С. 42-49. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-322-5-6>

24. Язіна В.А., Дзюба В.В., Мирний Є.Є. Інтегрована комплексна модель оцінки туристичного потенціалу України: сутність та специфіка. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-194>

25. Юхновська Ю.О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Том 30(69). № 4. С. 54-59. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-4-34>

26. Каганець-Гаврилко Л. Теоретико-методичні підходи до аналізу та оцінки використання туристично-рекреаційного потенціалу в умовах кризи. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2023. Вип.

1(82). С. 162-170. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2023-1-162-170>

27. Голод А., Крижанівський Т., Дудаш О. Розвиток туристичних кластерів як стратегічний напрям регіональної політики. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-182>

28. Ужва А.М. Методологічні принципи та інструменти ревіталізації туристичних об'єктів і територій. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38-2. С. 45-48.

29. Запісоцький А.І. Соціально-економічний вплив розвитку промислового туризму на громади колишніх індустріальних міст. *Академічні візії*. 2025. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15612820>

30. Голод А.П., Феленчак Ю.Б., Графська О.І. Методологічні засади соціалізації туризму. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-22>

31. Коркуна О.І. Потенціал туристично-рекреаційної сфери у розвитку економіки територіальних громад України: монографія. Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського МОН України. Львів, 2020. 276 с.

32. Олійник Л.В., Трегубов О.С., Клочковська В.О. Креативна економіка як фактор розвитку туристичної галузі: світові практики та перспективи для України. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-105>

33. Синиця В.А. Креативні індустрії та розвиток туризму: економічні перспективи. *Причорноморські економічні студії*. 2025. Вип. 91. С. 59-63. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.91-9>

34. Адаменко Є. Креативна економіка як драйвер інноваційного розвитку туристичних підприємств у глобальному масштабі. *Таврійський науковий вісник*. 2025. Вип. 24. С. 319-328. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.24.35>

35. Самарівська міська рада. Комунальні заклади Управління культури,

молоді, спорту та туризму. URL: <https://samar-rada.dp.gov.ua/vikonkom/kultura/komunalni-zaklady-upravlinnia-kultury-sportu-ta-turyzmu>

36. Дніпропетровська обласна державна адміністрація. Стратегія розвитку Дніпропетровської області до 2027 року. URL: <https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/rozvitok-regionu/strategiya-rozvitku/proekt-strategiyi-rozvitku-dnipropetrovskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku>

37. Державна служба статистики України. Розділ «Економічна статистика / Економічна діяльність / Послуги». Збірка «Обсяг реалізованих послуг за видами економічної діяльності». URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/posl/arh\\_orp\\_ved\\_25.html](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/posl/arh_orp_ved_25.html)

38. Україна – це ми! Музей народно-прикладного мистецтва в селі Петриківка. URL: <https://we.org.ua/malovnychi-kutochky-ukrayiny/dnipropetrovska-oblast/muzej-narodno-prykladnogo-mystetstva-v-seli-petrykivka/>

39. Радіо Свобода. У Дніпрі розпочався перший фестиваль сюрреалізму. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news/29116014.html>

40. Andy Travel Club. Новомосковськ (Самарь) – найбільший дерев'яний храм України. URL: <https://andy-travel.com.ua/novomoskovsk>

41. Міський інформаційний портал «Самар (Новомосковськ)». Міський пляж. URL: <https://nmsk.dp.ua/gallery/gorod-novomoskovsk/gorodskoj-plyazh-lyagushatnik-id-6597>

42. Міський інформаційний портал «Самар (Новомосковськ)». ТЦ «Україна». URL: <https://nmsk.dp.ua/gallery/gorod-novomoskovsk/tcz-ukraina-byvshaya-czentralnaya-biblioteka-id-8504>

43. Platfor.ma. Арт-завод Платформа пропонує простір для виробництва представникам креативного бізнесу. URL: <https://www.platfor.ma/art-zavod-platforma-proponuye-prostir-dlya-vyrobnytstva-predstavnykam-kreatyvnoho-biznesu/>

44. Balbek Bureau. Jam Factory Art Center. URL:

<https://www.balbek.com/jam-factory-art-center>

45. InVenture. Promprylad.Renovation in Ivano-Frankivsk. URL: <https://inventure.com.ua/en/investments/promprylad.renovation-in-ivano-frankivsk>

46. Регіональний офіс водних ресурсів у Тернопільській області. Водні перлини Тернопільщини. URL: <https://surl.li/mzvihz>

47. Конкурент Волинь. У Луцьку хочуть зробити сучасну набережну вздовж Сапалаївки. URL: <https://konkurent.ua/publication/144576/u-lutsku-hochut-zrobiti-suchasnu-naberezhnu-vzdovzh-sapalaivki-video/>

48. Голод А.П., Крижанівський Т.Я., Душар О.І. Розвиток туристичних кластерів як стратегічний напрям регіональної політики. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-182>

49. Безугла Л.С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. *Вісник економічної науки України*. 2020. Вип. 2(39). С. 50-57. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).50-57](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).50-57)

50. Ігнат'єва І., Сербенівська А., Орел А., Белобородова М., Бондаренко Л. Інноваційні підходи в системі стратегування регіонального розвитку. *Огляд економіки та фінансів*. 2022. Том 20. С. 605-611. DOI: <https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.69>