

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

студентки Дзюби Віталіни Віталіївни

(П І Б)

академічної групи 242м-23з-1

(шифр)

спеціальності 242 Туризм і рекреація

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туристична діяльність»

(офіційна назва)

на тему «Стратегії туристичної ревіталізації промислових об'єктів у контексті соціально-економічного розвитку регіонів»

(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. Дослідницький	Безугла Л.С.			
3. Проектний	Безугла Л.С.			
Рецензент	Шагоян С.М.			
Нормоконтролер	Безугла Л.С.			

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри туризму та
економіки підприємства
(повна назва)

_____ Л.С. БЕЗУГЛА

(підпис) (прізвище, ініціали)

«_____» _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістра
(бакалавра, магістра)

студентці Дзюбі В.В. академічної групи 242М-23з-1
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності 242 Туризм і рекреація
(код і назва спеціальності)

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

на тему «Стратегії туристичної ревіталізації промислових об'єктів у контексті
соціально-економічного розвитку регіонів»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 13.11.2024 р. №1483-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретико-методологічні підходи до управління промисловою спадщиною з туристичною метою	02.09.2024 р. – 27.09.2024 р.
Дослідницький	Туристичний потенціал застарілої промислової спадщини на території України	30.09.2024 р. – 25.10.2024 р.
Проектний	Стратегічні пріоритети популяризації промислової спадщини на прикладі м. Дніпро	28.10.2024 р. – 25.11.2024 р.
Оформлення кваліфікаційної роботи магістра		26.11.2024 р. – 02.12.2024 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Безугла Л.С.

(прізвище, ініціали)

Дата видачі 02.09.2024 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 10.12.2024 р.

Прийнято до виконання

_____ (підпис студентки)

Дзюба В.В.

(прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 82 с., рис. 17, табл. 14, джерел 51.

В кваліфікаційній роботі проаналізовано процес ревіталізації промислових об'єктів через розвиток туризму. Доведено, що туристична ревіталізація дозволяє перетворювати занедбану інфраструктуру на культурно-туристичні центри, створюючи нові робочі місця, зберігаючи спадщину та зміцнюючи локальну ідентичність.

Метою дослідження є обґрунтування науково-методичних підходів до створення стратегії туристичної ревіталізації промислових об'єктів для поліпшення соціально-економічного розвитку регіонів.

Об'єктом є процес туристичної ревіталізації промислової спадщини.

У роботі використано такі методи досліджень: теоретичне узагальнення, факторний аналіз, критичний аналіз, індукція, графічний, аналітичний, статистичний метод.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: СТРАТЕГІЯ, ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ПРОМИСЛОВА СПАДЩИНА, ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ, АТРАКЦІЯ, ПРОМИСЛОВИЙ ТУРИЗМ, ПРОСУВАННЯ.

PAPER

Explanatory note: 82 pages, 17 figures, 14 tables, 51 sources.

The process of revitalization of industrial facilities through the development of tourism is analyzed. Tourist revitalization as a tool to transform neglected infrastructure into cultural and tourist centers, creating new jobs, preserving heritage and strengthening local identity is investigated.

The purpose of the study is to substantiate scientific and methodological approaches to creating a strategy for tourist revitalization of industrial facilities to improve the socio-economic development of regions.

The object of the study is the process of tourist revitalization of industrial heritage.

The following research methods were used in the work: theoretical generalization, factor analysis, critical analysis, induction, graphical, analytical, statistical method.

KEY WORDS: STRATEGY, TOURIST POTENTIAL, INDUSTRIAL HERITAGE, TOURIST OBJECT, ATTRACTION, INDUSTRIAL TOURISM, PROMOTION.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВОЮ СПАДЩИНОЮ З ТУРИСТИЧНОЮ МЕТОЮ	9
1.1 Розвиток та регулювання процесів трансформації застарілих промислових об'єктів	9
1.2 Туристична ревіталізація як вид конверсії застарілих промислових об'єктів	16
1.3 Діагностика деяких об'єктів промислової спадщини Європи як туристичних ресурсів	25
РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСТАРІЛОЇ ПРОМИСЛОВОЇ СПАДЩИНИ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	33
2.1 Організаційно-економічна характеристика приватного підприємства «Агенція «КИТ»	33
2.2 Досвід ревіталізації промислових об'єктів на території України	42
2.3 Особливості створення нової туристичної атракції на базі об'єкта промислової спадщини	53
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ СПАДЩИНИ НА ПРИКЛАДІ М. ДНІПРО	61
3.1 Оцінка об'єктів промислової спадщини в м. Дніпро як складових індустріального квест-туру	61
3.2 Формування програми квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра»	68
3.3 Економічне обґрунтування програми запропонованого квест- туру	72
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	83

Стратегії туристичної ревіталізації промислових об'єктів у контексті соціально-економічного розвитку регіонів

ВСТУП

Актуальність теми. Дослідження промислової спадщини як туристичного ресурсу базується на сучасних викликах і можливостях, що стоять перед регіонами, де традиційно домінували промислові підприємства. З огляду на глобальні тенденції економічної трансформації, дедалі більша увага приділяється перетворенню застарілих індустріальних зон на нові простори, які можуть бути джерелом розвитку, інновацій і збереження культурної спадщини.

Ревіталізація промислових об'єктів як елемент туристичних стратегій сприяє створенню унікальних продуктів, здатних привернути увагу як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Це дозволяє регіонам вирішувати проблему економічної стагнації, спричиненої занепадом традиційних галузей промисловості. Створення туристичних кластерів на основі колишніх заводів, фабрик чи шахт дозволяє інтегрувати культурно-історичний потенціал цих об'єктів у сучасну економіку, надаючи їм нове життя.

Соціальний аспект теми полягає в тому, що ревіталізація сприяє підвищенню зайнятості місцевого населення та формуванню відчуття ідентичності. Перетворення промислових об'єктів на культурно-туристичні центри допомагає зберегти спадщину, зміцнити локальну громаду та створити умови для соціального згуртування. Для багатьох громад такі об'єкти стають символами змін та адаптації до нових реалій, що сприяє підвищенню якості життя.

Екологічний вимір також додає актуальності цій темі. Використання вже існуючої інфраструктури промислових об'єктів зменшує потребу в нових забудовах і допомагає раціонально використовувати простір, що відповідає концепції сталого розвитку. Це важливо у контексті боротьби з наслідками промислового забруднення, які досі впливають на багато регіонів.

Таким чином, ревіталізація промислових об'єктів через розвиток туризму є не лише питанням економічного зростання, але й складним

механізмом збереження історії, трансформації регіональних ідентичностей та екологічної адаптації. Тема має значний потенціал для міждисциплінарного дослідження, охоплюючи економіку, соціологію, культуру й екологію, що робить її надзвичайно актуальною для сучасного суспільства.

Об'єкт дослідження – процес туристичної ревіталізації промислової спадщини.

Предмет дослідження – стратегії перетворення промислових об'єктів на туристичні атракції шляхом туристичної ревіталізації.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування науково-методичних підходів до створення стратегії туристичної ревіталізації промислових об'єктів для поліпшення соціально-економічного розвитку регіонів.

Для досягнення поставленої мети були вирішені наступні завдання:

- дослідити підходи до регулювання процесів трансформації застарілих промислових об'єктів;
- проаналізувати процеси конверсії застарілих промислових об'єктів;
- провести діагностику деяких об'єктів промислової спадщини Європи як туристичних ресурсів;
- провести організаційно-економічну характеристику приватного підприємства «Агенція «КИТ»;
- оцінити досвід ревіталізації промислових об'єктів на території України;
- охарактеризувати особливості створення нової туристичної атракції на базі об'єкта промислової спадщини;
- сформування програму квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра»;
- здійснити економічне обґрунтування програми запропонованого квест-туру.

Під час проведення дослідження застосовувались такі методи наукового пізнання: теоретичне узагальнення, факторний аналіз, критичний

аналіз, індукція, графічний, аналітичний, статистичний метод.

Інформаційну базу дослідження складають вітчизняні та міжнародні аналітичні й статистичні видання, зокрема науковий доробок дослідників в сфері індустріального туризму, періодичні видання, наукова та науково-популярна література, міжнародні конвенції та хартії, законодавчі акти України, організаційно-економічна документація ПП «Агенція «КИТ».

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні стратегії запровадження нового туристичного об'єкта на базі промислової спадщини.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в розробці практичних рекомендацій популяризації промислової спадщини з метою поліпшення соціально-економічного розвитку шляхом організації квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст дипломної роботи викладено на 82 сторінках. Кваліфікаційна робота містить 14 таблиць та 17 рисунків, 2 додатки. Список використаних джерел включає 51 найменування.

Публікації. Основні наукові результати дослідження, викладеного в кваліфікаційній роботі магістра, висвітлені в публікаціях:

Язіна В.А., Дзюба В.В., Мирний Д.Є. Інтегрована комплексна модель оцінки туристичного потенціалу України: сутність та специфіка. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовані на XII Міжнародній науково-технічній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Молодь: наука та інновації» Дніпро, 13–15 листопада 2024 р. із тезами доповіді на тему: «Переваги та недоліки трансформації застарілих промислових об'єктів з туристичною метою».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВОЮ СПАДЩИНОЮ З ТУРИСТИЧНОЮ МЕТОЮ

1.1 Розвиток та регулювання процесів трансформації застарілих промислових об'єктів

Індустріальна або промислова спадщина включає будь-які матеріальні залишки технологічного та промислового минулого людської цивілізації. Окрім архітектурної спадщини, як-от покинутих заводів і машин, до цієї категорії входять допоміжні склади, засоби транспорту та інфраструктури, а також робочі поселення. Нематеріальна спадщина також є дуже цінним доказом та історичним ресурсом, що свідчить про промисловий зліт. Систематична оцінка промислової спадщини почалася в 1950-х роках, і відтоді ми можемо стежити за прогресом промислової археології, науки, що займається вивченням промислової спадщини.

Після того, як у другій половині XIX століття нові технології та інформатизація витіснили мануфактури, парові заводи та застарілі методи виробництва, XX століття, а точніше його останні десятиліття, ознаменувалося повною трансформацією старих галузей промисловості. У цей період багато європейських промислових міст і сіл стали місцями занепаду промисловості, основною ознакою якої були покинуті фабричні потужності (рис. 1.1). Такі місцевості перетворюються на осередки соціальної напруженості, що суттєво дестабілізує та уповільнює регіональний розвиток, перешкоджаючи сталим ініціативам та практикам.

Сьогодні промислова археологія отримує дуже відповідальне завдання дослідження, валоризації, збереження, реставрації та перетворення такої промислової спадщини. Ця вузькоспеціалізована наука спирається на міждисциплінарний підхід, розглядаючи компактні матеріальні та

нематеріальні докази, усні свідчення, документи, предмети, машини та архітектурні залишки в різних наукових дисциплінах.



Рисунок 1.1 – Закинуті промислові ландшафти, Шотландія (ліворуч) та Австрія (праворуч)

Джерело: [1]

ICOMOS – Міжнародна рада з питань пам'яток і місць є головною міжнародною установою, заснованою в 1965 році з метою піклування про пам'ятки культури. Невдовзі промислові пам'ятки були включені до списків цієї організації, і, отже, саме починаючи з цього періоду можна говорити про системне управління ними. ICOMOS покладається на ТІССІН - Міжнародний комітет зі збереження промислової спадщини як організацію, відповідальну за її захист, популяризацію та презентацію.

Промислова археологія отримала додатковий поштовх після Першої наукової конференції на тему промислової спадщини, організованої в Айронбріджі у Великій Британії в 1973 році (FICCIM). Найбільш значущим документом в сфері збереження промислової спадщини, є Дублінські принципи, прийняті на 17-й Генеральній асамблеї ICOMOS у листопаді 2011 року. Він систематично визначає статус і сучасну інтерпретацію, а також спосіб трактування загальної промислової спадщини.

З метою систематичного збереження індустріальної спадщини деякі європейські країни заснували відповідні національні центри, адже станом на

теперішній час доволі мало пам'яток, які можуть похвалитися перебуванням в охоронному переліку ЮНЕСКО, що, однак, не применшує їхньої цінності. До програмного списку ЮНЕСКО внесено лише кілька промислових локацій, інші знаходяться під опікою організацій і вищезгаданих національних центрів, чий зусилля спрямовані на визнання значущості індустріальної спадщини. Серед згаданих організацій слід виділити наступні: SIA – Товариство промислової археології, засноване в 1971 році в Мічиганському технологічному університеті в Хоутоні, AIA – Асоціація промислової археології, заснована в 1973 році з метою захисту британської промислової спадщини. , CILAC – Комітет інформації та зв'язків з питань археології та науки, заснована у 1978 році у Франції, та інші менші організації, такі як, наприклад, Центр індустріальної спадщини, заснований у 2013 році в Університеті Рієки (Хорватія), спрямований на дослідження та захист промислових пам'яток цього міста.

Великий прорив у напрямку сучасної інтерпретації технічної та індустріальної спадщини здійснила асоціація E-FAITH – Європейська федерація асоціацій індустріальної та технічної спадщини, створивши платформу волонтерів та подібних організацій, які намагаються змінити колективну обізнаність про індустріальну спадщину. Охорона пам'яток, безумовно, є першим і найважливішим кроком у поводженні зі спадщиною, але кінцева туристична презентація також необхідна в процесі підкреслення їх важливості. Туристичний аспект промислової спадщини представлений в ряді міжнародних хартій та декларацій (табл 1.1).

Із включенням промислової спадщини до списків охоронюваних культурних цінностей певної країни, вона набуває абсолютно нового статусу. Промислові об'єкти (споруди, будівлі, машини та механізми) зі специфічними функціональними характеристиками, створені на первісному індустріальному етапі, отримують нову роль. Експерти оцінюють історичне значення та естетичні характеристики певної локації та дають орієнтири для майбутнього переобладнання. Цей процес має назву конверсія. Конверсії

передусе систематичне дослідження, аналіз порівняльного матеріалу, консервація існуючого стану та процедура реставрації. Коли йдеться про управління пам'ятками, то найвищий рівень визнання може надати ЮНЕСКО. Деякі найважливіші промислові об'єкти були включені до охоронного переліку цієї організації, наприклад Айронбрідж і портові склади в м. Ліверпуль у Великій Британії, Цольферайн – Ессен у Німеччині, Валлонія Майнс у Бельгії та інші.

Таблиця 1.1 – Основні міжнародні документи, які характеризують туристичний аспект промислової спадщини

Назва	Організація, рік прийняття	Короткий зміст
Хартія міжнародного культурного туризму	ICOMOS, 1999	Управління туризмом у місцях, що мають принципову важливість для спадщини
Ризька хартія	FEDECRAIIL – Європейська федерація музейних і туристичних залізниць, 2002-2005	Управління, збереження та охорона залізничної спадщини
Кардіфська декларація	ECTN, 2005	Культурний туризм як допомога для подальшої європейської інтеграції
Мальтійська декларація	Конгрес Europa Nostra, 2006	Культурна спадщина як відмінна риса європейської ідентичності
Сіємреапська декларація з туризму та культури	ЮНВТО-ЮНЕСКО, 2015	Нова модель партнерства між туризмом і культурою, внесок культурного туризму в розвиток міст
Фессалійська хартія сталого культурного туризму	ECTN, 2016, проєкт CHARTS	Додана вартість культурної спадщини до регіональної політики сталого розвитку туризму.

Джерело: узагальнено автором на основі [1-5]

Аналіз даних документів свідчить, що міжнародна спільнота приділяє значну увагу управлінню та збереженню культурної спадщини в контексті туризму. Основна увага зосереджена на інтеграції туризму та культури, їх впливі на регіональний розвиток і посиленні європейської ідентичності. Документи підкреслюють важливість сталого підходу, який балансує

економічний розвиток і охорону спадщини, сприяючи співпраці між різними секторами.

Одним із інструментів управління промисловою спадщиною є процес її конверсії (перетворення). Процедура конверсії індустріальної спадщини, пов'язаної з туризмом – це процес адаптації об'єктів промислового минулого для їх подальшого використання як туристичних, культурних або рекреаційних просторів. Така трансформація має на меті зберегти історичну цінність цих об'єктів, відновити їхню функціональність у сучасному контексті та інтегрувати в економічне і соціальне життя громад. Вона відбувається через реставрацію будівель, створення музеїв, арт-просторів, готелів, парків або інших закладів, які приваблюють туристів і водночас служать місцевій громаді.

Основною причиною такої конверсії є потреба в збереженні спадщини як свідчення технічного прогресу і соціальних змін минулих епох. Крім того, вона сприяє економічному розвитку через залучення туристів, створення робочих місць і підвищення привабливості регіонів. Наприклад, у Західній Європі багато колишніх шахт та фабрик стали популярними туристичними локаціями, як-от музей Ruhr в Німеччині чи Технопарк у м. Катовіце, Польща.

Переваги такого підходу полягають у збереженні історії, відродженні економіки депресивних регіонів і створенні унікальних туристичних продуктів. Водночас це може бути дорогим і складним процесом, адже об'єкти часто потребують значних інвестицій для реконструкції та адаптації. Іншим недоліком є ризик втрати автентичності спадщини або надмірна комерціалізація, яка може суперечити історичній і культурній цінності об'єкта. Таким чином, успіх конверсії залежить від збалансованого підходу, який враховує як економічні, так і культурні аспекти.

Детальний аналіз процедур конверсії індустріальної спадщини, пов'язаної з туризмом, показав три основні моделі її здійснення: повторне використання як пам'ятки культури чи об'єкта, повторне використання для

туристичних цілей та повторне використання з вторинним туристичним ефектом. Йдеться про перепрофілювання окремих закинутих промислових об'єктів або цілих промислових зон. Дуже важливо підкреслити, що жодне переобладнання не повинно впливати на основні стилістичні характеристики певної пам'ятки, автентичність якої має бути максимально збережена (рис. 1.2).

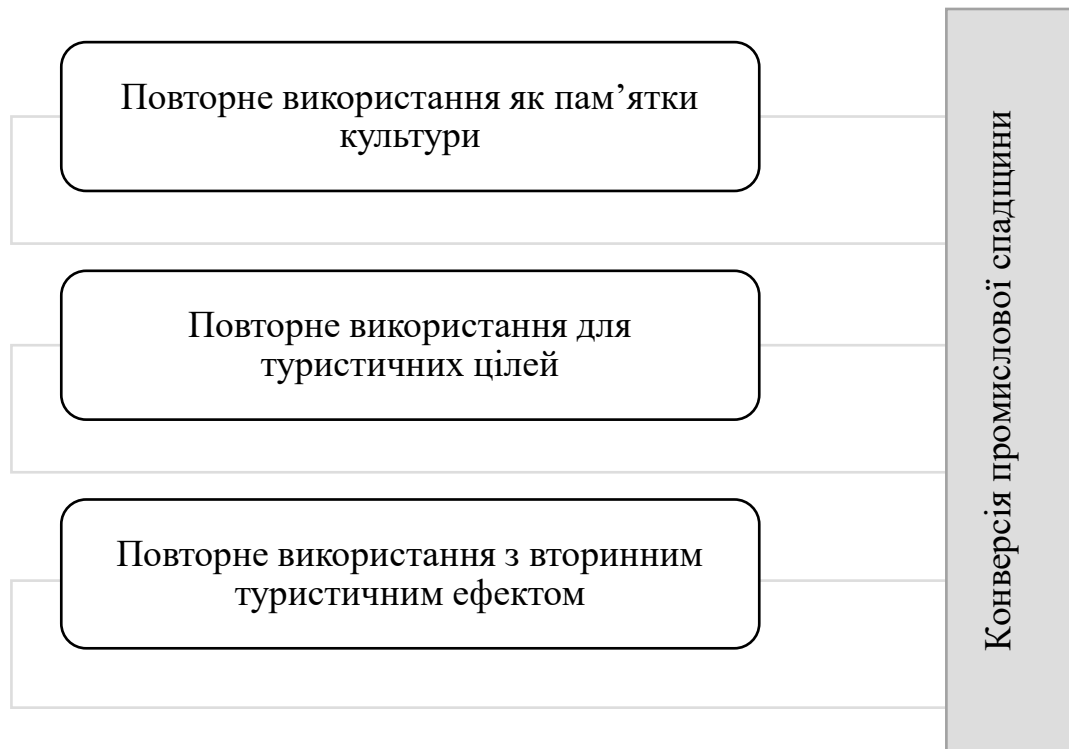


Рисунок 1.2 – Основні моделі конверсії (перетворення) промислової спадщини з туристичною метою

Джерело: складено автором за [12]

Розглянемо більш детально кожну із зазначених моделей конверсії. Перша – «Повторне використання як пам'ятки культури» – стосується консервації та відновлення існуючого стану промислового об'єкта. Подібне повторне використання може бути застосоване лише до об'єктів і місць надзвичайного національного та глобального значення. Найбільш переконливим прикладом такого роду пам'ятників є британський Залізний міст, так звана «батьківщина промислової революції». Іншим прикладом,

який досі не відреставрований, є торпедна пускова станція в Рієці (Хорватія), розташована на території колишнього торпедного заводу.

Друга модель «Повторне використання для туристичних цілей» відноситься до промислових місць, які були збережені та перетворені на нові туристичні функції. Прикладом такого збереження є готель Hilton Molino Stucky у Венеції, де колишній млин переобладнали під готель (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Готель Hilton Molino Stucky, Венеція у приміщенні відреставрованого млина

Джерело: [10]

Латвія, наприклад, використала свої старі залізничні маршрути, перетворивши їх на нові велосипедні доріжки, таким чином трансформували транспортну функцію занедбаних залізничних ліній на нову спортивно-туристичну пропозицію регіону.

У цій моделі також слід виділити підкатегорію «Культурний туризм» як другорядну сферу функціонування. Загальновідомо, що музеї є основними носіями культурного туризму в більшості країн. Тому важливо акцентувати увагу на музеях, створених для представлення місцевої промислової

спадщини чи важливої для міста чи району галузі промислового виробництва. Основною діяльністю музею є не туризм, а збирання, збереження, охорона та дослідження матеріальних і нематеріальних залишків свідчень про людей та їхнє середовище, тому саме ця підкатегорія виділена окремо. Важливо зазначити, що в даному випадку індустриальна спадщина є основою розвитку установи, в якій культурний туризм є лише другорядною діяльністю, частиною презентаційної активності музею. Деякі приклади таких закладів: Музей регіону Залізних воріт – Румунія, Музей ювелірного кварталу – Велика Британія, Музей черепиці та цегли – Греція та Музей води в Португалії.

Модель «Повторне використання з вторинним туристичним ефектом» відноситься до просторів, призначених для різних цілей, при цьому особливої уваги презентації сегментів індустриальної спадщини не приділяється. Ці місця повністю переобладнані і використовуються в різних комерційних і культурно-мистецьких цілях. Найвідомішим світовим прикладом може бути музей Тейт Модерн у Лондоні, де у вражаючих залах колишньої теплоелектростанції нині розміщено музей сучасного мистецтва. Колишні промислові приміщення використовуються, щоби додатково підвищити привабливість простору, не змінюючи урбаністику. Окрім музею, є також приклади перетворення на житлові та/або бізнес-приміщення. У цьому сенсі колишні портові зони переживають значний злет, оскільки вони часто розташовані в привабливих місцях і перетворюються на мистецькі ательє, зони для проживання, навчання чи розваг (Гамбург, Гетеборг, Сіетл тощо).

1.2 Туристична ревіталізація як вид конверсії застарілих промислових об'єктів

Ревіталізація промислових об'єктів або територій є одним із найбільш дієвих інструментів відродження подібних міст/регіонів, збільшуючи їхній туристичний та інвестиційний потенціал шляхом створення нових

культурно-розважальних об'єктів завдяки ревіталізації. Покинуті заводи, складські приміщення, фабрики, портові споруди та промислові майданчики активно перетворюються на музеї, концертні площадки, бібліотеки, парки та торгово-розважальні центри, створюючи нові робочі місця, розширюючи соціальну інфраструктуру міста та приваблюючи туристів.

Для того, щоб місцевість чи окрема пам'ятка набули статусу сучасної, вони мають відповідати кільком критеріям. Вони можуть доволі суттєво відрізнятись, проте основними будуть такі: кількість відвідувачів, місце у Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (за наявності), статус об'єкта в громаді, яка ним керує, і те, як він сприяє спільноті.

Кількість відвідувачів є кількісно вимірюваним фактором, який береться як релевантний для оцінки та спостереження за популярністю атракції – промислової спадщини. Ущелина Айронбрідж як репрезентативний об'єкт промислової спадщини має понад 545 000 відвідувачів на рік, Тейт Модерн – понад 8 мільйонів відвідувачів лише у 2022 році, тоді як уся область RUHR мала 10 мільйонів відвідувачів.

Кількість відвідувачів є важливою частиною інформації як у туристичному, так і в культурному аспектах, але це також фактор, який залежить від інших елементів, таких як туристична привабливість країни/міста, маркетинг тощо. На даний момент до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО внесено 22 об'єкти європейської промислової спадщини, тобто частка індустріальної спадщини в усіх об'єктах культурної спадщини Європи становить 5,3% (4% усіх об'єктів культурної спадщини світу).

Окрім ЮНЕСКО, одними з найпрестижніших переліків у сфері культури є нагороди Europa Nostra, Знак європейської спадщини, щорічна нагорода ECTN, титул культурної столиці Європи та інші. Те, як туризм і культура впливають на місцеву громаду, що є важливим фактором як у просуванні, так і в житті та експлуатації спадщини, стає центром інтересу дослідників в останні роки.

Europa Nostra – це провідна європейська мережа, яка займається збереженням та популяризацією культурної й природної спадщини Європи. Організація була заснована у 1963 році й стала важливим голосом у сфері захисту культурних пам'яток, які перебувають під загрозою, а також у розвитку сталого управління спадщиною.

Основною метою Europa Nostra є захист культурної спадщини як ключового елемента європейської ідентичності, соціального добробуту та економічного розвитку. Організація активно співпрацює з інституціями Європейського Союзу, ЮНЕСКО та Радою Європи, просуваючи політики, які спрямовані на посилення охорони спадщини. Вона також підвищує обізнаність суспільства щодо важливості культурних цінностей, наголошуючи на їхньому значенні для сталого розвитку, згуртованості громад та збереження навколишнього середовища.

Однією з найвідоміших ініціатив Europa Nostra є щорічна організація нагород European Heritage Awards / Europa Nostra Awards, які відзначають видатні досягнення у сфері збереження спадщини, наукових досліджень, освіти та громадської діяльності. Ці нагороди є одними з найпрестижніших у сфері охорони культурних цінностей.

Особливу увагу організація приділяє об'єктам, які перебувають під загрозою. У межах програми 7 Most Endangered щороку складається список пам'яток та місць культурної спадщини, що можуть постраждати через нехтування, конфлікти чи недостатнє фінансування. Europa Nostra залучає міжнародну підтримку, надає технічну експертизу та сприяє пошуку рішень для збереження цих об'єктів.

Мережа Europa Nostra об'єднує понад 400 організацій, серед яких неурядові організації, культурні фонди та інститути, а також тисячі індивідуальних членів. Це створює платформу для співпраці, обміну досвідом та знаннями у сфері управління спадщиною. Організація також проводить конференції, семінари та інші заходи, щоб залучити до своїх ініціатив як професіоналів, так і широку аудиторію.

Europa Nostra також займається публікацією досліджень, звітів та посібників із найкращих практик у сфері збереження спадщини. Вона інтегрує інноваційні підходи, такі як використання цифрових технологій та врахування змін клімату, для забезпечення сталого майбутнього культурних цінностей.

Штаб-квартира Europa Nostra розташована в Гаазі, Нідерланди, проте її діяльність охоплює весь європейський континент. Завдяки своїй діяльності організація забезпечує захист культурної спадщини для майбутніх поколінь, підтверджуючи її вагомий внесок у формування спільного європейського дому.

В 2024 році два об'єкти, які є членами ERIH, отримали цю престижну винагороду в категорії «Збереження та адаптивне повторне використання». Перший – історична шахта Ігнація в Рибніку, одна з найстаріших шахт в Польщі. Будівлю колишньої електростанції біля шахти перетворено на подієвий центр, відвідувачі можуть оглянути інтерактивну виставку «Епоха пари» в машинному відділенні та шахтній будівлі імені Костюшка, а також більш ніж 100-літній паровий двигун, побудований компанією Linke-Hofmann-Werke Breslau.



Рисунок 1.5 – Шахта Ігнація та електростанція в м. Рибнік, Польща

Джерело: [14]

Ще одна визначна пам'ятка шахти – колишня водонапірна вежа, яка тепер перетворилася на оглядовий майданчик, звідки відкривається панорамний вид на місто. Інтерактивний освітній центр відкрито в машинному залі Głowacki. Поруч із шахтою є дуже велика рекреаційна зона з дитячим майданчиком, садом вражень і паровим фонтаном (рис. 1.5).

Другий об'єкт – Shrewsbury Flaxmill Maltings, м. Шрусбері, Сполучене Королівство (рис. 1.6).



Рисунок 1.6 – Льонокомбінат та солодовня, Сполучене Королівство

Джерело: [14]

Цегляна будівля Шрусберійського льонокомбінату та солодовні була першою спорудою, оснащеною опорним залізним каркасом, що ознаменувало, разом з іншими промисловими пам'ятками в регіоні, початок масового виробництва та використання чавуну та сталі

Лише у 2005 році, після 18 років занепаду, розпочалися перші реставраційні роботи, які завершилися у 2022 році. У 2015 році відкрився інтерактивний центр для відвідувачів, який у 2022 році було розширено, включивши виставку «Млин», який містить огляд технічної, архітектурної та соціальної історії будівлі.

1.3 Діагностика деяких об'єктів промислової спадщини Європи як туристичних ресурсів

Діагностика об'єктів промислової спадщини Європи як туристичних ресурсів необхідна для виявлення їхнього потенціалу в культурному та економічному розвитку регіонів.

Розглянемо деякі об'єкти промислової спадщини з дев'яти європейських країн (Португалія, Швеція, Іспаня, Латвія, Італія, Греція Болгарія, Кіпр, Румунія). Метою цього аналізу є створення рекомендацій щодо майбутніх кроків у просуванні згаданих місць як туристичних продуктів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Туристично-культурний потенціал деяких об'єктів промислової спадщини Європи

Назва, країна	Оригінальне використання	Поточне використання	Кількість відвідувачів на рік	Охоронний документ	Туристично-культурний потенціал
Centro Curtir Ciência Guimarães, Португалія	Шкіряна фабрика	Музей та науковий центр	8000	Під охороною португальської мережі музеїв	Високий
Textile museum Borås, Швеція	Шовкова фабрика	Текстильний центр та музей	51000	Охороняється міським генеральним планом	Високий
“Trópolis“, Гранада, Іспанія	Відпочинок та культура	Відпочинок та культура	18000	Ні	Високий

Продовження табл. 1.3

Назва, країна	Оригінальне використання	Поточне використання	Кількість відвідувачів на рік	Охоронний документ	Туристично-культурний потенціал
Вузькоколіяка Vanitis, Латвія	Транспорт	Транспорт	20000-30000	Національна культурна спадщина	Середній+
Арсенал Венеції, Італія	Верф та завод зброї	Сучасне мистецтво, науково-дослідний центр	Більше 1000000	ЮНЕСКО	Високий
Центральний насосний центр, Салоніки, Греція	Водовід та водонапірні механізми	Музей води	6000	Ні	Середній
Port Burgas, Болгарія	Порт	Зона яхтінгу та рекреації	-	Ні	Середній
Електро-станція, Пафос, Кіпр	Електро-станція	Багато-функціональна будівля та музей	2000	Муніципальне законодавство	Низький
Старий млин Носман, Румунія	Млин	Туризм та освіта	3000	Локальне законодавство	Середній

Джерело: узагальнено автором на сонові [16-25]

Особливий наголос має бути зроблено на шляхах їх включення до стратегічних та програмних документів. Одним із найважливіших питань є представлення цих місць в Інтернеті та статус їх охорони, оскільки ці фактори значною мірою сприяють загальній популярності культурних туристичних місць.

Як бачимо з табл. 1.3, об'єкти промислової спадщини можна повторно використовувати для різних цілей. Найпоширенішим повторним використанням є використання як пам'ятки. Цей вид повторного використання зосереджений на збереженні пам'яті та історії об'єкта. Такий тип повторного використання часто передбачає створення установи, яка керує атракцією та її туристичною презентацією. Також в таблиці відображено дані про поточну охорону промислових пам'яток та їх статус у

відомих європейських культурних мережах.

Загальна кількість об'єктів, які були проаналізовані в цьому підрозділі, наведена на рис. 1.7. Об'єкти згруповані за типом конверсії в три категорії: повторне використання як пам'ятки; повторне використання для туристичних цілей; повторне використання з вторинним туристичним ефектом.

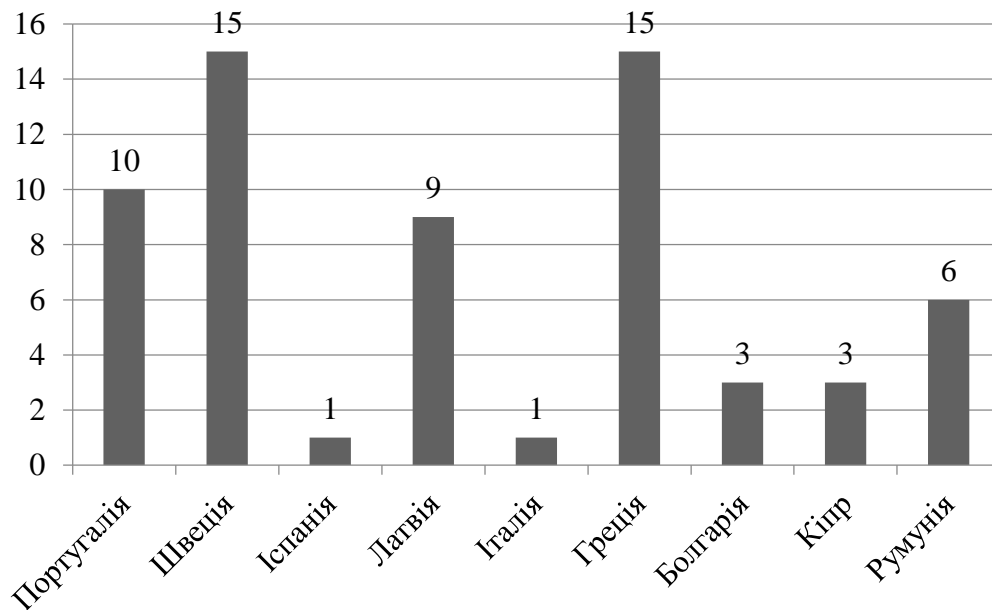


Рисунок 1.7 – Розподіл аналізованих об'єктів промислової спадщини за країнами

Джерело: [14]

Рівень захисту певного об'єкта сильно впливає на рівень його привабливості. Якщо об'єкт захищений, особливо на міжнародному рівні, його атрактивність суттєво зростає. Отже, об'єкти з міжнародним або національним рівнем охорони приваблюють більше відвідувачів завдяки їхній гарантованій цінності, історичному значенню та збереженню. Це також підвищує довіру туристів і створює позитивний імідж для регіону. Водночас об'єкти з недостатнім рівнем захисту мають менший попит через ризик втрати автентичності та недостатню інформованість туристів. Відповідно до зазначених вище моделей конверсії, всі 63 об'єкти були розподілені за типом повторного використання (рис. 1.8).

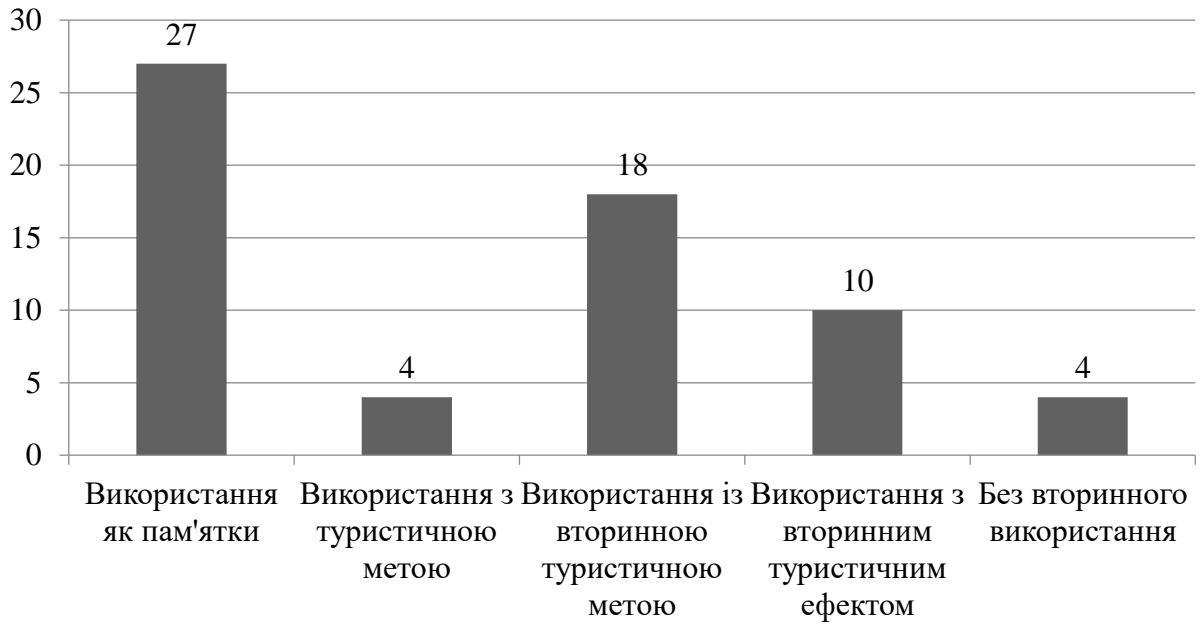


Рисунок 1.8 – Розподіл аналізованих об'єктів промислової спадщини за типом вторинного використання

Джерело: [13]

З іншого боку, такий захист є своєрідною гарантією для відвідувача щодо цінності та важливості відвідуваної пам'ятки. Дані щодо рівнів захисту проаналізованих об'єктів промислової спадщини наведено на рис. 1.9.

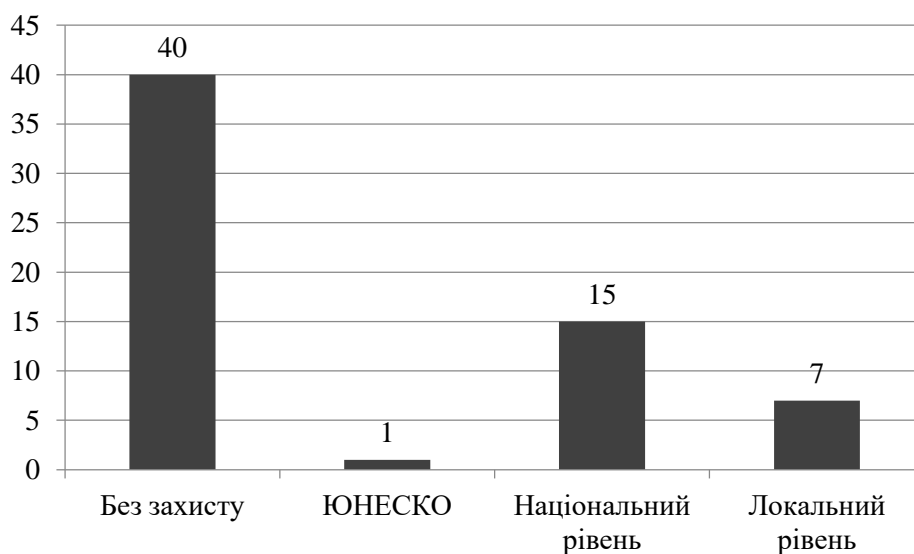


Рисунок 1.8 – Розподіл аналізованих об'єктів за рівнем захисту

Джерело: [14]

Ще одним типом захисту об'єктів промислової спадщини є віртуальна ревіталізація. Віртуальні реконструкції мають широкий спектр застосувань і використовуються для цілей документування, віртуальних турів, аналізу матеріалів і поверхонь і в багатьох інших випадках. Швидкий технологічний прогрес уможливорює створення складних реконструкцій будівель на високодеталізованому рівні з одночасною обробкою даних у середовищі реального часу. Тим не менш, більшість цифрових моделей будівель використовуються лише для візуалізації та презентації. Віртуальна ревіталізація дозволяє зберегти важливу будівлю в цифровому вигляді та повернути її до первісного використання – у віртуальному середовищі.

Віртуальна ревіталізація промислових об'єктів з туристичною метою передбачає створення цифрових моделей історичних або функціонуючих промислових споруд, які зберігають їх історичну та культурну цінність, надаючи можливість відвідування цих об'єктів через інтернет. Такий процес включає в себе поєднання сучасних технологій, таких як 3D-моделювання, віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR) та інші цифрові засоби для створення інтерактивного досвіду, що дозволяє користувачам взаємодіяти з промисловими об'єктами, не відвідуючи їх фізично.

Процес починається з дослідження промислових об'єктів: збір архівних матеріалів, фото, відео та документації, щоб відновити точне візуальне та історичне зображення об'єкта. Потім створюється 3D-модель, яка може включати реконструкцію інтер'єрів, процесів, які відбувалися на підприємстві, та навіть відтворення історичних подій. Це дозволяє користувачам не лише «відвідати» ці об'єкти, але й пережити досвід роботи чи життя людей, які були пов'язані з промисловими процесами.

Програми віртуальних турів дозволяють за допомогою простих інтерфейсів перейти від одного об'єкта до іншого, прогулятися через інтерактивні карти та дізнаватися про історію та особливості кожного з них. Для більш глибокого занурення можуть використовуватися технології доповненої реальності, що дають змогу накладати цифрові елементи на

реальний світ через мобільні пристрої чи спеціальні окуляри.

Прикладом віртуальної ревіталізації є віртуальний музей Технічного музею в Мюнхені або Музей промисловості в Лейпцигу. У цих музеях використовуються інтерактивні елементи, що дозволяють відвідувачам досліджувати промислові механізми, навіть якщо вони не можуть бути фізично присутніми в музеї. Деякі музеї пропонують віртуальні тури, які імітують фізичну прогулянку, показуючи не лише самі об'єкти, але й аудіовізуальний контекст, який допомагає краще зрозуміти етапи розвитку промисловості.

Переваги віртуальної промислової спадщини включають доступність для широкої аудиторії: люди з різних куточків світу можуть досліджувати об'єкти, не виходячи з дому. Це особливо важливо для людей з обмеженими можливостями або для тих, хто не може відвідати об'єкти через відстань чи фізичні бар'єри. Віртуальна ревіталізація дає можливість зберегти об'єкти, які через різні обставини можуть бути зруйновані або занедбані, надаючи їм нове життя через технології.

Однак існують і недоліки. Перш за все, віртуальні тури не можуть повністю передати атмосферу реального місця: фізичні відчуття, звуки, запахи або взаємодія з об'єктами є важливими для глибокого занурення у середовище.

Крім того, вартість створення таких віртуальних платформ може бути значною, оскільки потребує використання високотехнологічних ресурсів, таких як 3D-сканування, програмування та інші спеціалізовані послуги. Також важливо, що не всі об'єкти можуть бути віртуалізовані з високою точністю, що може призвести до втрати деяких важливих аспектів у відтворенні.

Незважаючи на ці виклики, віртуальна ревіталізація промислових об'єктів стає важливим інструментом у збереженні промислової спадщини та наданні доступу до неї майбутнім поколінням.

Висновки до розділу 1

За результатами досліджень, виконаних розділі 1, зроблено наступні висновки.

1. Промислова спадщина, що включає матеріальні та нематеріальні аспекти технологічного минулого, є важливим історичним ресурсом та свідченням прогресу людської цивілізації. Її збереження та адаптація до сучасних умов не лише підкреслюють її культурну цінність, але й сприяють відродженню занепалих регіонів. Міжнародні організації, такі як ICOMOS і ТІССІН, а також національні центри та асоціації зберігають, популяризують і інтегрують промислову спадщину у туристичний сектор, що зміцнює європейську ідентичність і сприяє сталому розвитку. Збереження таких об'єктів підтримується міжнародними документами, зокрема Дублінськими принципами, що систематизують підходи до їх конверсії.

2. Конверсія промислової спадщини передбачає адаптацію старих об'єктів до нових функцій із збереженням їх історичної цінності. Вона базується на міждисциплінарному підході, який включає дослідження, аналіз, реставрацію та подальше використання об'єктів для культурних, туристичних або рекреаційних цілей. Такий підхід сприяє економічному розвитку регіонів через створення нових робочих місць, залучення інвестицій та туристів. Три основні моделі конверсії – повторне використання як пам'ятки культури, адаптація для туристичних функцій та використання з вторинним туристичним ефектом – підкреслюють важливість збереження автентичності об'єктів.

3. Ревіталізація промислових об'єктів є ефективним способом переосмислення їхньої ролі в міському просторі. Цей процес включає комплекс заходів, спрямованих на модернізацію покинутих або занедбаних територій із використанням сучасних технологій для відновлення функціональності об'єктів та їхньої адаптації до потреб сучасного суспільства. Вона дозволяє не тільки зберігати історико-культурну

спадщину, але й створювати нові можливості для економічного та соціального розвитку міста, залучаючи інвестиції, збільшуючи туристичний потенціал і створюючи інфраструктуру для дозвілля та культури. Особливістю ревіталізації є можливість комплексного підходу, що охоплює різні аспекти трансформації: зміну функцій об'єкта, покращення його естетичного вигляду, врахування екологічних вимог і забезпечення інклюзивності. Завдяки цьому ревіталізація не тільки змінює зовнішній вигляд об'єктів, але й сприяє соціальній згуртованості, залученню громадськості та бізнесу до розвитку територій.

4. Туристична ревіталізація як напрям конверсії промислових об'єктів стикається з низкою викликів, які впливають на її реалізацію, зокрема недостатнє фінансування, бюрократія, юридичні труднощі та економічна нестабільність. Ці проблеми особливо актуальні для України, де криза, спричинена військовими діями, ускладнює залучення інвестицій та забезпечення сталого розвитку ревіталізованих об'єктів.

РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСТАРІЛОЇ ПРОМИСЛОВОЇ СПАДЩИНИ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

2.1 Організаційно-економічна характеристика приватного підприємства «Агенція «КИТ»

«Агенція «КИТ» працює у формі приватне підприємства, за розмірами відноситься до мікропідприємств і подає спрощену фінансову звітність. Компанія зареєстрована 25 січня 2006 року і працює на ринку більше 18 років.

Адреса: Україна, Дніпропетровська область, місто Дніпро, вул. Мечникова, буд. 5. Статутний капітал складає 500 грн. Такий невеликий статутний капітал свідчить про орієнтацію на надання послуг із низькими капіталовкладеннями.

Керівник, підписант, засновник та кінцевий бенефіціар: Обласова Ольга Ігорівна, тип власності: приватна, 100% належить засновнику. Єдина власниця, яка одночасно виконує управлінські функції, вказує на централізовану модель управління.

Основна діяльність: код КВЕД 78.10 — діяльність агентств працевлаштування.

Додаткова діяльність (ключові напрями):

- 1) послуги бронювання, діяльність туристичних агентств;
- 2) друк, видавнича діяльність та виробництво паперових канцелярських виробів;
- 3) рекламна діяльність і посередництво у ЗМІ;
- 4) театральна, концертна діяльність та їх підтримка;
- 5) діяльність агентств тимчасового працевлаштування.

Отже, підприємство має розгалужений спектр діяльності, що включає послуги з працевлаштування, туризму, реклами, організації культурних

заходів та торгівлі. Проаналізуємо актив балансу підприємства за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.1 – Актив балансу ПП «Агенція «КИТ» за досліджуваний період, тис. грн

Актив балансу	2021	2022	2023
Запаси	-	-	
Поточна дебіторська заборгованість	21,8	21,80	21,80
Гроші та їх еквіваленти	1,7	0	0,20
Інші оборотні активи	14,8	14,80	14,80
Усього за розділом II	38,3	36,60	36,80
Баланс	38,3	36,60	36,80

Джерело: [35]

Активи підприємства протягом 2021–2023 років залишаються стабільними з незначними змінами, що свідчить про сталий, але обмежений фінансовий розвиток. У 2021 році загальна сума активів становила 38,3 тис. грн., у 2022 році спостерігалось зменшення до 36,6 тис. грн, що могло бути зумовлено зниженням ліквідності. У 2023 році баланс дещо зріс до 36,8 тис. грн, що може вказувати на часткове відновлення фінансових позицій.

Запаси відсутні у всі роки, що вказує на специфіку діяльності підприємства (послуги, а не торгівля чи виробництво). Основна діяльність не потребує накопичення товарно-матеріальних запасів.

Поточна дебіторська заборгованість стабільна протягом усіх років на рівні 21,8 тис. грн, що становить близько 59–60% від загального обсягу активів. Це свідчить про залежність підприємства від своєчасних розрахунків із клієнтами.

Гроші та їх еквіваленти: значне зниження з 1,7 тис. грн у 2021 році до 0 тис. грн у 2022 році. У 2023 році спостерігається невелике відновлення до 0,2 тис. грн, що вказує на низький рівень ліквідності та можливі труднощі з грошовими потоками.

Розрахуємо основні економічні показники за даними активу балансу (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Економічні показники активів ПП «Агенція «КИТ»

Показник	2021	2022	2023
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,61	0,6	0,6
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,044	0,0	0,005
Частка дебіторської заборгованості в активах	0,570	0,6	0,59

Джерело: розраховано автором

За даними табл. 2.2 можемо зробити наступні висновки. Коефіцієнт покриття залишається стабільним на рівні 1,0 у всі роки, що свідчить про повне покриття поточних зобов'язань оборотними активами. Коефіцієнт швидкої ліквідності коливається між 0,6 та 0,61, що свідчить про недостатню ліквідність для швидкого погашення зобов'язань. Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризується дуже низькими значеннями, що вказує на відсутність достатніх грошових резервів для миттєвих розрахунків. Висока частка дебіторської заборгованості в активах (57-60%) вказує на значну залежність підприємства від розрахунків із дебіторами

Інші оборотні активи стабільно становлять 14,8 тис. грн протягом трьох років, що може включати передплачені витрати або інші короткострокові активи. Підприємство має стабільний, але низький рівень активів, що характерно для невеликих компаній, орієнтованих на надання послуг. Коефіцієнти ліквідності вказують на труднощі з грошовими потоками. Хоча дебіторська заборгованість стабільна, відсутність значних запасів і низькі грошові залишки можуть створювати ризики у разі затримки платежів клієнтами.

Рекомендації:

- 1) зосередитися на скороченні дебіторської заборгованості через покращення умов оплати;
- 2) підвищити рівень грошових залишків, забезпечивши більш

ефективне управління фінансовими потоками;

3) шукати можливості для збільшення активів, наприклад, через диверсифікацію діяльності чи залучення додаткового капіталу.

Проаналізуємо пасив балансу підприємства за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.3 – Пасив балансу ПП «Агенція «КИТ» за досліджуваний період, тис. грн

Пасив балансу	2021	2022	2023
Капітал	0,50	0,50	0,50
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-48,70	-48,70	-48,70
Неоплачений капітал	(-)	(-)	(-)
Усього за розділом I	-48,20	-48,20	-48,20
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	86,5	84,80	85,00
Усього за розділом III	86,5	84,80	85,00
Баланс	38,3	36,60	36,80

Джерело: [35]

Капітал залишається незмінним на рівні 0,50 тис. грн протягом 2021–2023 років, що вказує на обмежену ресурсну базу підприємства. Усі роки підприємство має непокритий збиток у розмірі -48,70 тис. грн, що формує негативний баланс власного капіталу. Підприємство працює зі значним дефіцитом власних коштів. Кредиторська заборгованість є основним джерелом фінансування діяльності підприємства, що перевищує загальний обсяг активів. Загальна сума пасиву дорівнює активу у всі роки.

Підприємство має критично низький рівень власного капіталу (дефіцит), що ускладнює можливість розвитку чи залучення інвесторів. Наявність значного непокритого збитку демонструє тривалий період нерентабельної роботи. Основним джерелом фінансування є короткострокові зобов'язання перед постачальниками, що створює високий фінансовий ризик у разі вимоги їх негайного погашення. Основні економічні показники пасиву балансу наведені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Економічні показники пасивів ПП «Агенція «КИТ»

Показник	2021	2022	2023
Співвідношення власного та позикового капіталу	0,56	0,57	0,57
Частка кредиторської заборгованості у пасиві	2,26	2,32	2,31

Джерело: розраховано автором

Отже, підприємству необхідно провести заходи з оптимізації витрат для зменшення кредиторської заборгованості, розглянути можливість збільшення власного капіталу через залучення інвесторів або додаткові внески власників, а також покращити прибутковість діяльності для зменшення дефіциту власних коштів і накопичення резервів.

Проаналізуємо основні фінансові результати діяльності підприємства.

Таблиця 2.5 – Фінансові результати ПП «Агенція «КИТ», тис. грн

Стаття звіту	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	48,1	0	5,60
Інші доходи	-	-	-
Разом доходи	48,1	-	5,60
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	48,1	(-)	5,60
Інші витрати	(-)	(-)	(-)
Разом витрати	48,1	-	5,60
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	-	-	-
Податок на прибуток	(-)	(-)	(-)
Витрати (доходи), які зменшують (збільшують) фінансовий результат після оподаткування	-	-	-
Чистий прибуток	0	0	0

Джерело: [35]

За даними табл. 2.5 бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції у 2021 році дохід становив 48,1 тис. грн., що є єдиним суттєвим показником доходу за аналізований період. У 2022 році підприємство не отримало

доходів від реалізації продукції, що свідчить про зупинку основної діяльності або відсутність попиту. У 2023 році дохід частково відновився, але лише на рівні 5,6 тис. грн, що вказує на суттєве зниження обсягу реалізації в порівнянні з 2021 роком.

Усі роки підприємство не отримувало додаткових доходів, що свідчить про залежність від одного джерела надходжень. У 2021 році витрати на собівартість повністю відповідали доходу (48,1 тис. грн), що означає відсутність прибутковості. У 2022 році витрат також не було через відсутність операційної діяльності. У 2023 році собівартість знову зрівнялася з доходом (5,6 тис. грн), що вказує на повне споживання ресурсів для забезпечення мінімальних продажів.

У всі три роки підприємство показує нульовий чистий прибуток, оскільки витрати повністю поглинають доходи. У 2022 році діяльність повністю зупинилася, а у 2023 році відновлення було незначним і не забезпечило зростання. Основні доходи повністю залежать від реалізації послуг, що створює ризик у разі втрати клієнтів чи попиту на ринку. Відсутність інших доходів обмежує фінансову стійкість і можливість диверсифікації доходів. Підприємство не генерує резервів для покриття майбутніх витрат чи інвестицій у розвиток. Поточна модель роботи є безрезультатною, оскільки весь дохід спрямовується на покриття собівартості.

Зменшення витрат на одиницю реалізованої послуги дозволить отримувати хоча б мінімальний прибуток. Додаткові доходи можуть бути отримані через нові послуги, розширення клієнтської бази або участь у нових ринкових сегментах. Також доцільно розглянути варіанти зовнішнього фінансування чи інвестування для покриття збитків і забезпечення розвитку. Підприємство перебуває у стані виживання, а його фінансова діяльність не забезпечує зростання чи стабільності. Необхідна реструктуризація або перегляд бізнес-моделі для виходу зі стагнації.

Проаналізуємо участь ПП «Агенція «КИТ» в публічних закупівлях. Можна виокремити кілька важливих аспектів, що характеризують його діяльність у цій сфері (рис. 2.1).

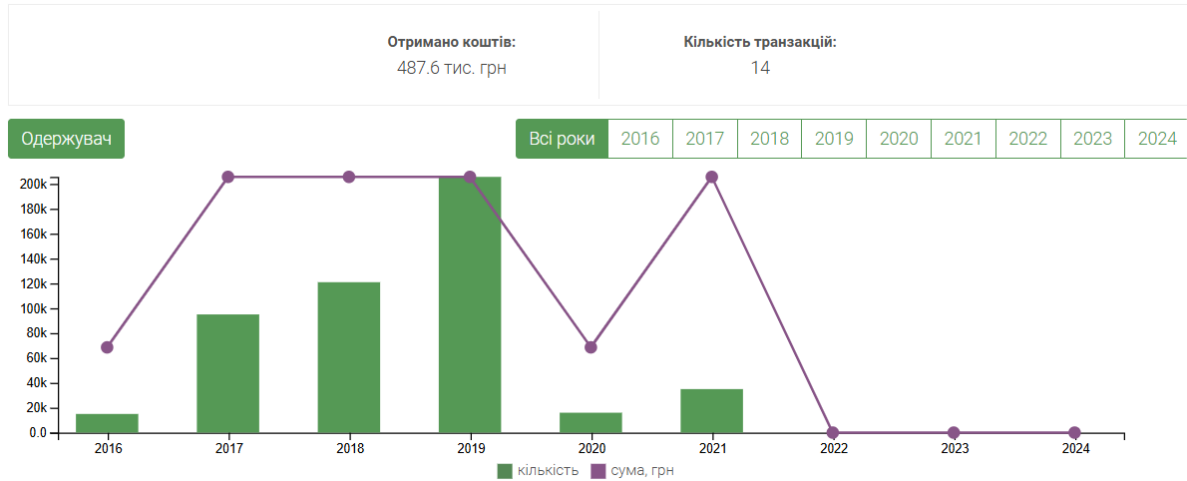


Рисунок 2.1 – Публічні закупівлі ПП «Агенція «КИТ»

Джерело: [28]

Підприємство активно брало участь у наданні послуг, які фінансуються з державного чи місцевого бюджету протягом 2016-2021 рр. Основні напрями його діяльності за закупівлями включають:

1) оздоровлення дітей та організація відпочинку. Це ключовий напрям, який підприємство реалізовує через продаж путівок для дитячого відпочинку та оздоровлення. Такі послуги користуються попитом у закладах соціальної сфери та органах місцевого самоврядування;

2) культурні послуги – участь у проєктах із виготовлення сувенірної продукції, друкованих матеріалів, а також організація програм для закладів культури;

3) готельні послуги – надаються послуги з проживання у межах проведення заходів або відпочинку;

4) інформаційні та проєктні послуги – реалізовано декілька інформаційних проєктів, таких як підтримка ініціатив на рівні обласних

організацій ветеранів.

Основними замовниками є відділи освіти, культури, молоді та спорту місцевих рад, а також соціальні центри. Підприємство має клієнтів як у великих містах (Дніпро, Трускавець), так і в менш урбанізованих громадах. Закупівлі охоплюють кілька регіонів України, що свідчить про гнучкість підприємства в адаптації до різних ринкових умов. Органи місцевого самоврядування – це основна категорія клієнтів підприємства. До неї належать відділи освіти, культури, молоді та спорту місцевих рад, які фінансують заходи в соціальній, освітній та культурній сферах. Наприклад, Відділ культури Мукачівської міської ради та Верхньосироватська сільська рада активно співпрацюють із підприємством для організації культурних заходів, відпочинку дітей та виготовлення сувенірної продукції. Соціальні служби, такі як Трускавецький міський центр соціальних служб, є замовниками путівок для оздоровлення дітей. Міський комунальний заклад культури (наприклад, «Дитяча музична академія імені Миколи Різоля») співпрацює з підприємством у сфері організації проживання учасників заходів.

Дніпропетровська обласна організація Всеукраїнського об'єднання ветеранів є одним із контрагентів, що замовляє інформаційні послуги для підтримки локальних проєктів, таких як ініціатива «Легенди Старого Кодака».

Багато контрагентів (наприклад, відділи культури та соціальні служби) повторно звертаються до підприємства, що свідчить про довіру до його послуг. Контрагентами «Агенції «КИТ» є переважно бюджетні установи, які замовляють послуги в соціальній, культурній і освітній сферах. Така співпраця демонструє високу довіру до підприємства, однак вимагає адаптації до умов державного фінансування та можливих змін у бюджетній політиці. Розширення клієнтської бази за рахунок приватних замовників може зменшити залежність від бюджетних коштів і забезпечити фінансову стабільність.

Послуги переважно надаються за невисокими сумами, що говорить про конкурентоспроможність пропозицій. Загалом вартість договорів невисока, але співпраця доволі регулярна. У закупівлях зафіксовано як послуги з ПДВ, так і без нього.

Широкий спектр послуг дозволяє охоплювати різні потреби замовників. Гнучкість у виконанні проєктів на різних рівнях – від локальних програм до співпраці з обласними структурами створює додаткову перевагу. Наявність досвіду та сталих клієнтів, що позитивно впливає на репутацію підприємства.

Потенційні ризики: орієнтація на бюджетні кошти може бути залежною від державних пріоритетів та фінансування; відносно невисокі суми контрактів можуть не забезпечувати суттєвого фінансового зростання.

Рекомендації для посилення конкурентних позицій підприємства в сфері публічних закупівель полягають в наступному:

- 1) розширення спектра клієнтів, у тому числі приватного сектору, для зменшення залежності від бюджетного фінансування;
- 2) зосередження на довгострокових контрактах, особливо у сфері оздоровлення та культури;
- 3) розробка нових видів послуг, які мають попит у межах державних програм;
- 4) розширення пропозиції шляхом диверсифікації пропонованого туристичного продукту.

Таким чином, «Агенція «КИТ» демонструє стійкість у наданні публічних послуг із перспективою на розширення своєї діяльності. Досвід в організації публічних закупівель та співпраця із соціальними органами підкреслює доцільність створення соціально-орієнтованих турів, спрямованих на ознайомлення із ревіталізованою промисловою спадщиною, наприклад, як елемент соціалізації вразливих груп населення, які постраждали від повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

2.2 Досвід ревіталізації промислових об'єктів на території України

Було б помилкою припустити, що в Україні нерозвинена сфера ревіталізації покинутих промислових підприємств. Активний процес ревіталізації українських промислових об'єктів почався 2013 року, але першою ініціативою з трансформації виробничих будівель став простір креативних індустрій «Ізоляція» у Донецьку 2010 року. Колишній завод ізоляційних матеріалів було перетворено у сучасну арт-платформу з виставковими просторами, книжковим магазином, просторами для дизайнерів, маркетологів, креативних професій тощо [38]. Нажаль, під час початку війни з РФ 2014 року Донецьк було окуповано, й відтоді на території проєкту «Ізоляція» окупантами облаштовано в'язницю і катівню. Автори простору були вимушені тікати з міста, і через рік, повторно запустили проєкт з ревіталізації, але вже у Києві.

Наразі культурний простір «Ізоляція» втілений на території покинутого Київського судноремонтного заводу й набув нової, сучасної та менш тривожної назви «IZONE». Наразі частина простору організована як коворкінг, а друга частина функціонує як культурний простір, де проводяться фестивалі, кінопокази, виставки, концерти. Також у приміщенні проєкту функціонують різні майстерні, де митці не тільки працюють, а й навчають творчим професіям, та бібліотека «Донбаські студії» [39]. Автори проєкту розглядають можливість повернення у Донецьк після деокупації, але приміщення «Ізоляції» планується перетворити на меморіальний парк на згадку про ув'язнених та закатованих українців на території колишнього культурного простору.

Проєкти з промислової ревіталізації переважно створювалися у м. Київ, адже за часів значної індустріалізації міста було створено велику кількість заводів та фабрик, які наразі втратили свою актуальність та були покинуті, займаючи значні простори у столиці, що стрімко розвивається та розширюється.

Найбільший промисловий об'єкт в Україні був ревіталізований 2013 року, коли Дарницький шовковий комбінат був перетворений на Арт-завод «Платформа». Територія заводу площею 120 тис. м² стала приміщенням для творчості, де окрім фестивальних та виставкових просторів також працюють пивоварня, кінотеатр під відкритим небом, майстерні, гастрономічні локації та коворкінги. Цей арт-простір наразі є найбільш популярним ревіталізованим об'єктом в Україні, адже саме тут проводиться безліч концертів та фестивалів всеукраїнського та міжнародного масштабів [41] (рис. 2.2).

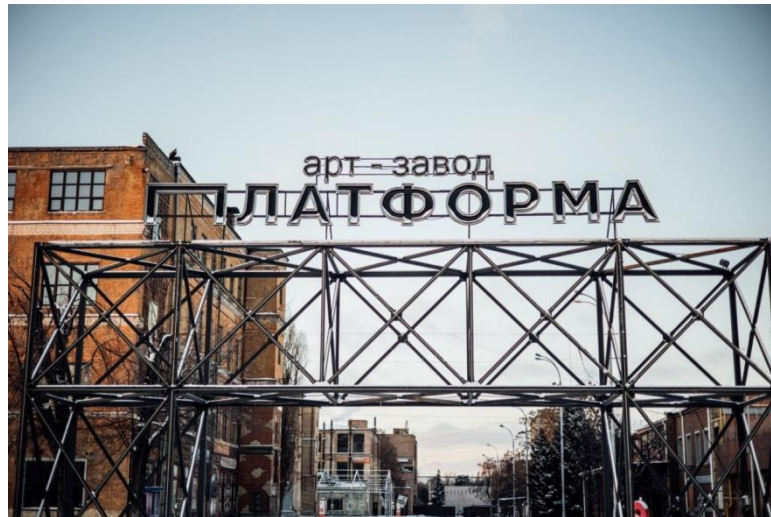


Рисунок 2.2 – Івент простір «Арт-завод Платформа», м. Київ

Джерело: [14]

Того ж року було реалізовано проєкт з ревіталізації колишньої київської льоноткацької фабрики у арт-простір Closer, який переважно відомий фестивалями і концертами електронної музики. Також на території об'єкта розташовані шоуруми, галереї, фотостудії, кафе, мистецький арт-простір, театр, кіномайстерня та багато інших локацій. Вигідне розташування та великий перелік арт-локацій приваблюють значні обсяги місцевих відвідувачів та туристів з усього світу [42]. Також у Києві працює найбільший у Східній Європі інноваційний парк «UNIT.City», що 2017 року було ревіталізовано на місці Київського мотозаводу загальною площею

близько 25 га. На території парку функціонують простори для стартапів та інновацій, лабораторії, коворкінги, освітні центри, інвестиційні фонди та площадки для проведення івентів. У межах інноваційних заходів проводяться лекції, форуми, фестивалі, конференції та кінопокази українських фільмів [43].

Також серед прикладів ревіталізації у Києві можна навести перетворення заводу «Більшовик» у торгово-розважальний центр «Cosmo Multimall», приміщень заводу «Арсенал» у коворкінг з фудкортом [42] та гастрохаб Garage на місці приміщень заводу Tetra Pak [45]. Львів також має декілька прикладів вдалих проєктів з промислової ревіталізації. 2016 року колишній завод з виробництва скла «Галичскло» було перетворено на кластер «!Fest Republic», який автори проєкту називають «холдингом емоцій». На території кластеру проводяться фестивалі, кінопокази, концерти, а також функціонують пивоварня та кавовий хаб, швейні цехи місцевої марки одягу, книжкове видавництво та коворкінг [46]. Також у Львові на території колишнього заводу радіоелектронної медичної апаратури працює креативний простір «ReZavod», що ставить своєю метою розвиток інженерної, дизайнерської та мистецької галузей у місті. 2023 року після восьми років ревіталізації було відчинено центр сучасного мистецтва «Jam Factory Art Center» на місці колишньої фабрики з вироблення повидла та консервації. У арт-просторі наразі є театральна сцена, виставкові зали, художні майстерні, офісні приміщення та простір для кінопоказів та концертів, що наразі планується ввести у експлуатацію (рис. 2.3).

Приміщення центру сучасного мистецтва розташовані у історичній будівлі, зовнішній та внутрішній облік якої автори проєкту намагалися зберегти з максимальною автентичністю, втім внутрішні комунікації об'єкта було замінено на сучасні та більш екологічні, у тому числі було задіяно сонячні панелі. Нові приміщення, зведені на території, було спроектовано з урахуванням потреб людей з інвалідністю.



Рисунок 2.3 – Jam Factory Art Center, м. Львів

Джерело: [14]

Музей сучасного українського мистецтва Корсаків у Луцьку також є прикладом унікального поєднання культури, історії, мистецтва й архітектури, що створює нову точку тяжіння для поціновувачів сучасного мистецтва. Його історія починається з ідеї трансформувати промисловий простір у середовище, яке б слугувало не лише виставковим майданчиком, а й платформою для діалогу про сучасну українську ідентичність через мистецтво.

Музей відкрився у 2018 році в рамках ширшого проекту ревіталізації колишнього цукрового заводу. Його ініціаторами стали Віктор та Оксана Корсаки – родина, яка об'єднала візію розвитку української культури з бажанням подарувати Луцьку сучасний арт-простір міжнародного рівня. Їхній задум полягав не лише у збереженні промислової спадщини, а й у переосмисленні її в контексті культурної трансформації (рис. 2.4).

Будівля, в якій розташувався музей, є прикладом індустріальної архітектури, характерної для Волині початку ХХ століття. Колишній заводський корпус вдало інтегровано в новий простір. Інтер'єр зберігає сліди

промислового минулого – великі зали з металевими конструкціями, елементи старої інженерної інфраструктури, що додає автентичності.



Рисунок 2.4 – Музей сучасного українського мистецтва Корсаків, м. Луцьк
Джерело: [14]

Особливу увагу приділено адаптації простору до потреб мистецьких експозицій: створено сучасне освітлення, акустичні системи та гнучкі зони для різних форматів заходів. Музей Корсаків став важливим осередком сучасного українського мистецтва, зібравши роботи понад 800 митців, серед яких є як визнані майстри, так і молоді таланти. Постійна експозиція представляє широкий спектр жанрів: живопис, графіку, скульптуру, інсталяції, відеоарт. Музей також активно співпрацює з митцями з інших країн, розширюючи міжнародний контекст українського мистецтва.

Серед цікавих прикладів ревіталізації територій можна відзначити «Зелений театр» в Одесі та «CAD» у Херсоні. Обидві площі є майданчиками просто неба, які призначені для проведення фестивалів, кінопоказів, музичних заходів та коворкінгу на свіжому повітрі. Головною рисою даних об'єктів є висока екологічність: у процесі ревіталізації не зрубали дерева, а лише садили нові, використовували екологічні матеріали (засновники

Зеленого театру наголошують на відсутності пластику і бетону), а також серед завдань об'єктів є відповідальне ставлення до навколишнього середовища. На об'єктах створено власні огороди, де люди можуть вирощувати екологічно чисті продукти, а на території Зеленого театру діє пункт прийому й переробки пластику і старого одягу [49].

Схід України, який здебільшого концентрується на важких видах промисловості, також має власні приклади успішної ревіталізації. Так, наприклад, у Харкові на місці паровозобудівного заводу 2016 року відкрили арт-завод «Механіка», що містить у собі паркову зону, виставковий центр, концертні зали та приміщення креативної індустрії. На арт-заводі до повномасштабного вторгнення РФ 2022 року проводилися безліч концертів, виставок, фестивалів, ярмарок і майстер-класів, а також навичок креативних професій набували тисячі дітей і дорослих, адже у просторі працюють школи вокалу, акторського мистецтва, танців та ін. [42].

Ще один ревіталізований об'єкт у Харкові розташований на території колишньої сільськогосподарської фабрики, перетвореної на IT-хаб і простір ідей «Fabrica.space». Даний об'єкт позиціонує себе у першу чергу як площадку для заходів (лекцій, семінарів, ділових зустрічей), але також відомий своєю зоною коворкінгу з окремими зонами для онлайн-зустрічей та ділових перемовин [50]. Нажаль, обидва об'єкти наразі функціонують переважно як простори, у яких можна орендувати зали для заходів, адже під час війни Харків став одним з найбільш постраждалих великих міст України через постійні бомбардування з боку росії. На диво, ревіталізований млин у Запоріжжі, перетворений на платформу творчих ініціатив «LOFT Млин», наразі активно функціонує навіть незважаючи на близькість до фронту та постійні обстріли. На об'єкті постійно проводяться лекції, концерти, вечірки й майстер-класи, а також сесії замальовок з натури для художників [51]. Також власники простору регулярно проводять збори на ЗСУ та допомагають місцевій спільноті відчувати творчу іскру навіть у сучасні важкі часи.

У Дніпрі також функціонує декілька ревіталізованих об'єктів. Колишня Катеринославська губернська земська управа у 2018 році була перетворена на «Центр сучасної культури» – площадку для суспільних заходів, таких як виставки, концерти, фестивалі та вистави. На першому поверсі будівлі розташована галерея сучасного мистецтва «Артсвіт», а також простір для митців «Ksi Prostir», створений для допомоги розвитку молодих художників та навчання креативним навичкам. Але автори проєкту окремо відзначають складність проведення ревіталізації саме з юридичної точки зору, адже більшість власності у місті – приватна. Також фахівці з ревіталізації зазначають на дуже малу для міста-мільйонника кількість сучасних центрів культури і мистецтва, і наголошують на гострій необхідності у проведенні ревіталізації, адже у Дніпрі дуже багато будівель є покинутими, занедбаними (рис. 2.5).

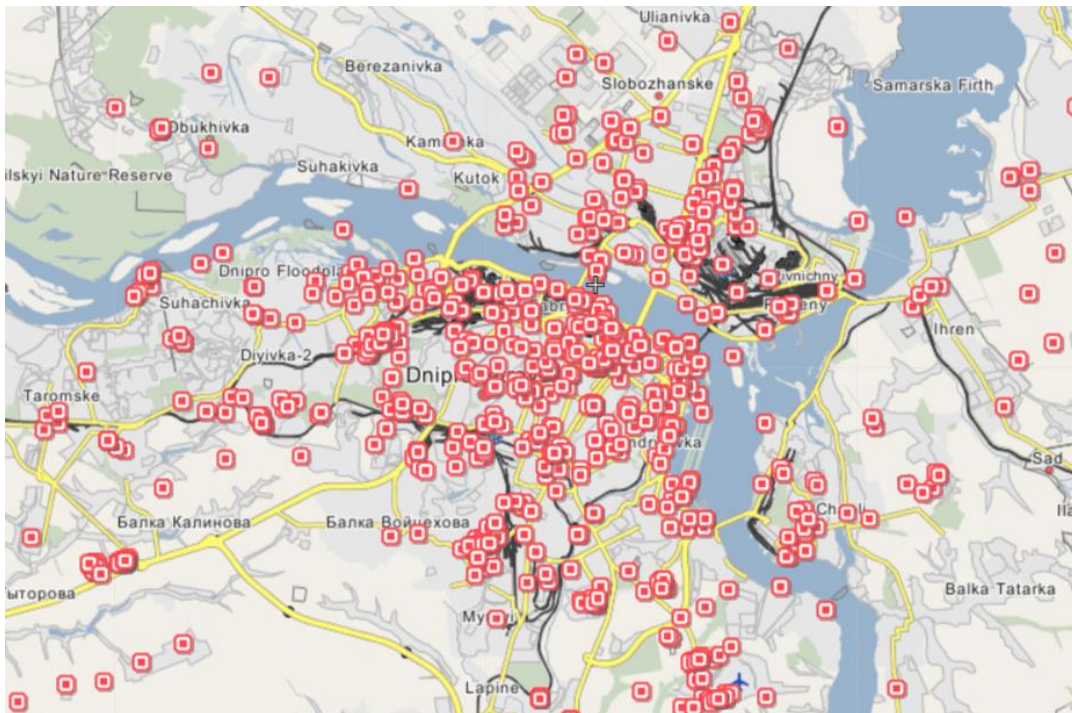


Рисунок 2.5 – Мапа занедбаних об'єктів в м. Дніпро

Джерело: [14]

Одним з останніх успішних проєктів з ревіталізації Дніпра є перетворення колишнього заводу протигазів у крафтову броварню «MOVA».

Окрім власне закладу харчування, на території діють пивний завод і громадський простір із зоною для проведення заходів просто неба. Оскільки навколо об'єкту переважно промзона та пустирі, місцеві жителі зраділи появі у районі нового місця для відпочинку із сучасним екологічним дизайном та великим дитячим майданчиком, що робить ревіталізований об'єкт місцем для дозвілля усієї родини. Також метою авторів проєкту є просування культури споживання пивних напоїв та створення площадки для спілкування та відпочинку усієї родини. Також на території функціонує Dnipro Beer Museum – музей історії пива у контексті історії Дніпра (рис. 2.6).



Рисунок 2.6 – Крафтова броварня «MOVA», м. Дніпро

Джерело: [14]

2017 року було презентовано проєкт з ревіталізації промислової території площею близько 50 га у Індустріальному районі міста. Протягом десяти років планується комплексно оновити територію, перетворивши її на сучасний еко-френдлі район з міською інфраструктурою, парками та

промисловими зонами, присвяченими сучасним технологіям – виробництву дронів та іншої електроніки й робототехніки. З переваг реалізації проєкту можна виділити створення нових робочих місць, розвиток міської інфраструктури та економіки, реновацію місцевості, залучення інвестицій до розвитку міста та підвищення іміджу Дніпра, адже наразі місто має репутацію виключно промислового, екологічно небезпечного обласного центру.

Це дозволяє визначити, які саме об'єкти мають найбільшу привабливість для туристів і які аспекти їхньої історії або архітектури можуть стати ключовими елементами промоції. Аналіз стану об'єктів допомагає оцінити необхідні інвестиції для збереження та адаптації їх до сучасних потреб. Така діагностика стимулює розвиток локальної інфраструктури, створення нових робочих місць і активізацію підприємницької діяльності. Вона також сприяє збереженню культурної спадщини та популяризації історії промисловості серед ширшої аудиторії. Результати аналізу дозволяють сформулювати стратегічні плани розвитку туризму, з урахуванням екологічних, соціальних та економічних викликів

Але невірно розглядати ревіталізацію лише як інструмент поліпшення міської екології. Наразі у м. Дніпро існує велика кількість покинутих будівель і територій, навіть у самому центрі міста, що псують його загальний облік і враження жителів й туристів. Саме тому ревіталізація має стати дієвим інструментом оновлення обліку українських міст, зростання їхнього іміджу та розвитку інфраструктури, а також підвищення рівня культури і креативності жителів регіону. Серед екскурсій містом Дніпро навіть існує автобусний тур «Заброшки Дніпра» [49], що демонструє туристам найбільш яскраві приклади покинутих будівель на території міста, легітимізуючи їхній занедбаний стан. Цю ситуацію необхідно змінювати шляхом ревіталізації, реконструкції або реновації території міста, адже для туризму у першу чергу необхідні позитивний досвід та імідж міста, а не репутація покинутого промислового центру.

Ці кроки стануть основою для оновлення Дніпра як сучасного, розвиненого, більш екологічного міста, яке може запропонувати туристам не тільки індустріальний, а й інноваційний, розважальний та науково-пізнавальний туризм. Дніпро та Дніпропетровська область можуть запропонувати туристам набагато більше, ніж стандартні, часто застарілі та нецікаві маршрути, і для цього вкрай необхідно трансформувати і розвивати можливості регіону та його міст у контексті сучасних технологій, інновацій та архітектурних особливостей.

Загалом Дніпропетровська область є однією з найбільш багатих на об'єкти культурної спадщини в Україні. Згідно з даними офіційної статистики, землі Дніпропетровщини характеризуються показниками, наведеними в табл. 2.6.

Це свідчить про значний потенціал Дніпропетровської області як осередка української культурної спадщини, що тільки підтверджує важливість впровадження заходів зі збереження та ревіталізації історичних об'єктів та їхнього розвитку як запоруки активізації туристичної діяльності в області.

Таблиця 2.6 – Характеристика культурної спадщини та земель Дніпропетровської області

Категорія	Значення	% від загальної кількості	Місце серед областей України
Землі під соціально-культурними об'єктами	-	7,06%	2
Землі під громадськими спорудами з історико-культурною цінністю	-	1,63%	18
Кількість історичних ареалів, од.	5	2,63%	8
Пам'ятки національного значення у Державному реєстрі, од.	5	2,99%	11
Пам'ятки місцевого значення у Державному реєстрі, од.	3849	17,59%	1

Джерело: узагальнено автором на основі [17-21]

Сьогодні проведенню ревіталізації в українських містах перешкоджає комплекс правових, урбаністичних, економічних, соціальних та екологічних проблем, серед яких ключова – відсутність фінансових ресурсів як у держави, так і приватних інвесторів, у тому числі внаслідок повномасштабного вторгнення РФ. Поряд із цим, складно змінювати призначення будівель та земельних ділянок через бюрократичні та юридичні перешкоди. Ревіталізація під суспільно-ділову та житлову забудову потребує великих капіталовкладень для знесення чи трансформації колишніх заводських будівель, створення нових житлових об'єктів та переселення в них громадян, а з іншого боку, вона дозволяє зробити незатребуваний простір соціально-активним, забезпечити мешканців міста житлом. Ревіталізація промислових зон під екологічно спрямовані промислові об'єкти пов'язана з перепрофілюванням виробництва, закупівлею нового обладнання та іншими проблемами.

Ревіталізація під рекреаційні озеленені простори ускладнена високим рівнем забрудненості ґрунту, необхідністю проводити рекультивацию занедбаних земель, підбір та посадку зелених насаджень, причому місцевих, акліматизованих видів рослин, з іншого боку, зелені зони дають можливість забезпечити постійний контакт людей з природою, створити природне середовище життя населення, змінити візуальне представлення міста [46].

Що стосується українського досвіду проведення ревіталізації, саме трансформація промислових об'єктів є найбільш актуальним методом перетворення міст з виключно індустріальних та екологічно небезпечних на сучасні, екологічні, орієнтовані на розвиток місцевих жителів та привабливі для туристів як усередині країни, так і з-за кордону.

Наразі Україна лише починає свій шлях до повсюдного впровадження методик промислової ревіталізації, але існуючі успішні приклади трансформації індустріальних площ свідчать про значний потенціал країни у галузі ревіталізації покинутих будівель і територій.

2.3 Особливості створення нової туристичної атракції на базі об'єкта промислової спадщини

Першим кроком до перетворення об'єкта промислової спадщини є експертна оцінка, дослідження та захист. Однак не менш важливою є загальна стратегія управління культурною спадщиною, розвитку культури на місцевому/регіональному рівні та розвитку туризму.

Без підтримки на рівні місцевої та регіональної політики було б важко розпочати процес валоризації та конверсії в будь-якому напрямку перетворення туристичних атракцій. Стратегічний розвиток культурного туризму вимагає співпраці на більшій кількості рівнів, від місцевих та регіональних органів влади, тобто відділів, відповідальних за культуру та туризм, до туристичних рад та установ культури.

Крім того, туристичні стратегії важливі для міжнародних мереж і маркетингу, що значно сприяє успіху під час розробки. Принципи, яких необхідно дотримуватися в процесі перетворення, включають професійну та міждисциплінарну оцінку, підхід участі у створенні політики та баланс між збереженням і перетворенням.

Процедурі перетворення індустріального об'єкта на відомий бренд культурного туризму передують безліч суворо визначених етапів роботи над зазначеною культурною атракцією. Реалізація процесу ревіталізації та презентації індустріальної спадщини потребує співпраці серед експертів різних наукових дисциплін, зокрема істориків, мистецтвознавців, етнологів, інженерів-техніків, реставраторів, працівників сфери туризму, музеєзнавців та інших, залежно від виду культурного об'єкта, що розглядається.

Унікального та повноцінного представлення пам'ятки культури можна досягти лише за умови дотримання всіх етапів експлуатації. Процедуру слід розділити на три частини, які складаються з серії менших, але важливих робочих сегментів. Кожен з окремих етапів роботи над пам'яткою потребує певного часу, а одночасно можна виконувати лише кілька процедур.

Основними трьома частинами обробки культурного об'єкта є реставрація, перетворення та туристична презентація. Програмі реставрації передують ретельні дослідження, польові та архівні роботи, охорона пам'ятки культури, консервація існуючого стану, створення концептуального проєкту реставрації та сама її процедура.

Процедура перетворення визначається шляхом ретельного аналізу порівняльного матеріалу або подібного місця, шляхом вивчення потреб місцевої громади та можливостей перетворення шляхом архітектурного пристосування початкової функції до нової. Остаточна процедура стосується презентації та майбутньої туристичної оцінки промислового об'єкта. Незважаючи на те, що він здається найпростішим, третій крок являє собою ретельно сплановану логістику реалізації всього проєкту та має значний вплив на майбутню кількість туристів і туристичну цінність об'єкта. Важливим сегментом завершального етапу є дослідження туристичного ринку.

На реалізацію кожного з етапів потрібен певний час, залежно від ступеня складності проєкту та стану пам'ятки. Основні етапи наведені на рис. 2.7.

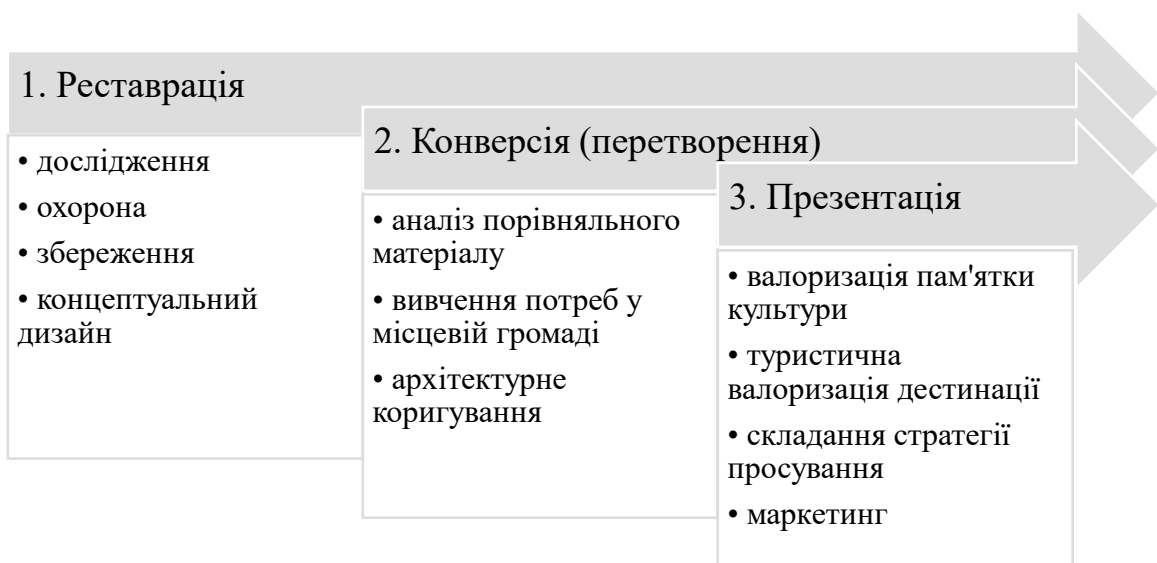


Рисунок 2.7 – Процедура створення туристичної промислової пам'ятки

Джерело: складено автором

Перша і друга стадії тривають одна за одною і рідко переплітаються, після відновлення слідує конверсія. Спільним є лише етап дослідження потреб місцевої громади та аналіз порівняльного матеріалу, який можна розпочати ще до реставрації самої пам'ятки. Важливість третього етапу полягає в його систематичності та тривалості, враховуючи, що його можна розпочати та реалізувати на самому початку проєкту, коли оброблену пам'ятку ще не відреставровано, а лише визначено як важливий туристичний об'єкт у межах культурної пропозиції країни. Неминучим кроком у просуванні атракції, безумовно, є оцифрування інформації про нього і публічний доступ через інтерактивні сучасні ЗМІ.

Видимість і, отже, відвідування об'єкта промислової спадщини залежать від кількох факторів. Одним із головних факторів є, безумовно, історична цінність трансформованої ділянки. Цінність — це те, що є властивим самому пам'ятнику (наприклад, Торпедний завод у Рієці, який виготовив першу торпеду в світі, або Айронбрідж як місце, де почалася промислова революція), але цінність місця також може бути додатково збільшена шляхом ретельної обробки. Планова стратегія інтерпретації є дуже важливою у разі розвитку туристичного інтересу до об'єкта. Саме інтерпретація є ключем до розвитку та видимості певного промислового напрямку.

Починаючи з самого початку розробки промислового об'єкта як туристичної атракції, необхідна консервація місця та запобігання подальшому руйнуванню. Це перший кроком в управлінні спадщиною. Залежно від цінності самого об'єкта, можна подати прохання про охорону ЮНЕСКО або національних чи локальних організацій. Включення об'єкта до списку індустриальних пам'яток, що перебувають під охороною ЮНЕСКО, значно полегшує управління об'єктом, яке в подальшому стає пріоритетним і обов'язково сприяє кращому туристичному просуванню.

Експерти зі сфери культури (мистецтвознавці, техніки, історики,

етнологи), освіти, туризму та маркетингу мають створити стратегію брендингу продукту, пов'язаного з певною пам'яткою. Стратегія включає просування сайту в місцевій громаді, розробку освітніх програм для школярів і просування об'єкта на туристичній карті світу. Брендинг – це етап, який тісно пов'язаний з інтерпретацією; отже, ці два процеси мають відбуватися одночасно. Також при розробці стратегії брендингу об'єкта необхідно додатково підкреслити його важливість у створенні історії регіону чи держави, де він розташований.

Процес оцифрування, розміщення пам'ятки в Інтернеті та чітко визначена її інтерпретація, а також створення віртуальної мережі сприяють видимості пам'ятки. Це не обов'язково означає, що тільки промислові об'єкти мають бути представлені у відповідних туристичних базах даних, але в залежності від попередньо запланованої стратегії, інтернет-база може з'єднувати різні об'єкти, які мають велике значення для вибраного регіону.

Ці процеси дозволяють формувати заплановані туристичні маршрути, що додатково збагачує туристичну пропозицію.

Цілі, яких необхідно досягти за допомогою аналізу туристичного ринку, такі:

- поточний і потенційний розмір ринку;
- прогнозування динаміки розширення ринку;
- оцінка напрямів розвитку;
- ключові фактори успіху.

Етапи інтерпретації, брендингу та створення мережі можуть розпочатися на самому початку управління пам'яткою. Процеси захисту, відновлення та перетворення з усіма додатковими діями, які вони включають, можуть розвиватися одночасно (рис. 2.8).

Охорона пам'яток і створення аудиторії, зацікавленої об'єктом – два надзвичайно важливі завдання в процесі менеджменту індустріальної спадщини. Аудиторія створюється за допомогою згаданої вище програми поширення, а ретельно спланована стратегія брендингу дозволяє

контролювати підвищення інтересу у вибраної аудиторії. Хоча можна припустити, що технічно освічені туристи більше зацікавлені, а отже, і більш численні, в об'єктах промислової спадщини, це, як правило, не так.

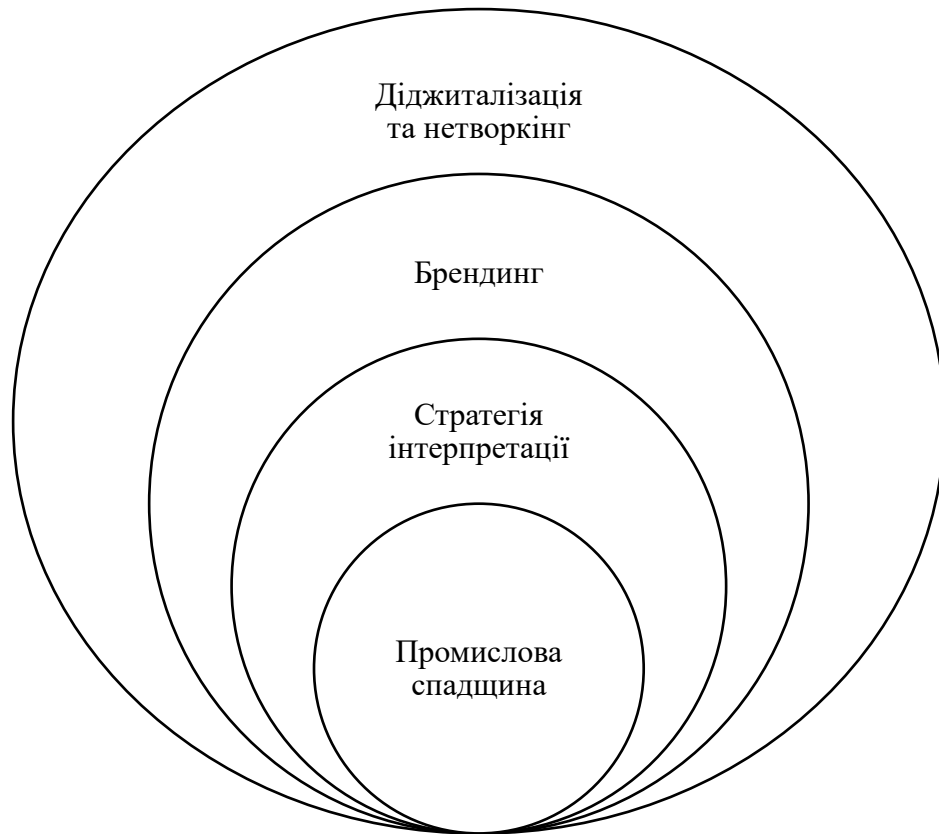


Рисунок 2.8 – Стратегічні основи управління об'єктом промислової спадщини

Джерело: складено автором

Інтерес аудиторії пов'язаний зі змістом відновленого промислового об'єкта та способом його популяризації. Якщо сюди входить промисловий об'єкт сам по собі, який може або не може бути відновлений, тоді наявність зв'язку між місцевістю та регіоном, де він розташований, є надзвичайно важливою, тобто причина, чому ця ділянка є важливою для національної або всесвітньої історії, має доволі важливе значення. У цьому випадку більший інтерес відвідувачів пов'язаний виключно з приватними інтересами або професією окремого відвідувача.

Дослідження, проведені серед відвідувачів промислових об'єктів, показують різні мотиви відвідування: основним є інтерес до місця, сім'ї та друзів, відпочинок, рекламна інформація, певних знань про місця, дорожні знаки та цікавість. Однак вони пов'язані з відмінностями в досвіді подорожі, статтю та часом подорожі. Крім того, результати показали, що туристи, як правило, відвідують одні й ті ж типи атракцій, хоча це не обов'язково пов'язано з їхньою професією. Це означає, що якщо турист відвідав промисловий об'єкт, він, швидше за все, відвідає/захоче відвідати інші. Це говорить про необхідність підключення атракцій за типом, тобто формування пропозицій з чіткою типологією.

Висновки до розділу 2

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

1. Приватне підприємство «Агенція «КИТ» працює понад 18 років у формі мікропідприємства з централізованою моделлю управління, орієнтуючись на низьковитратні послуги. Основною діяльністю є працевлаштування, доповнене туристичними, рекламними й культурними послугами. Фінансові активи стабільні, але обмежені, із високою залежністю від дебіторської заборгованості та низьким рівнем ліквідності. Відсутність запасів та обмежені грошові резерви вказують на ризики фінансової стійкості.

2. Підприємство демонструє стабільно низький рівень власного капіталу та значну кредиторську заборгованість, що створює фінансові ризики. Дохідність у 2022 році була відсутньою, а в 2023 році відновилася лише частково, не забезпечуючи прибутковості. Основні доходи надходять виключно від реалізації послуг, що робить компанію вразливою до змін ринкового попиту. Необхідні заходи зі зниження витрат, диверсифікації доходів і залучення додаткового фінансування для стабілізації діяльності.

Доцільно розглянути тури, засновані на відвідуванні об'єктів промислової спадщини.

3. У контексті ревіталізації промислових об'єктів, Дніпро виступає важливим прикладом з потенціалом розвитку. Попри те, що місто має обмежену кількість успішно ревіталізованих об'єктів у порівнянні з Києвом чи Львовом, вже існуючі проєкти, такі як «Центр сучасної культури», демонструють прагнення інтегрувати мистецькі, креативні та освітні простори в історичну архітектуру міста. Водночас реалізація таких ініціатив стикається з юридичними труднощами, пов'язаними із переважно приватною власністю на об'єкти, та потребує більш активної підтримки з боку місцевої громади й влади для подальшого розвитку креативного потенціалу міста.

4. Процес створення нової туристичної атракції на основі промислової спадщини вимагає поетапного підходу, який включає реставрацію, адаптацію та туристичну презентацію. Кожен етап передбачає міждисциплінарну співпрацю експертів, врахування потреб місцевої громади та проведення комплексних досліджень. Успіх процесу значною мірою залежить від стратегічного управління, планування інтерпретації та брендингу об'єкта, що сприяє його привабливості та інтеграції в туристичну пропозицію регіону.

5. Ефективне управління об'єктом промислової спадщини передбачає не лише збереження його історичної цінності, але й забезпечення широкої видимості завдяки цифровізації, використанню сучасних медіа та створенню мережі взаємопов'язаних туристичних маршрутів. Залучення місцевої та регіональної політики, а також включення об'єкта до міжнародних чи національних реєстрів, таких як ЮНЕСКО, значно підвищує його туристичну цінність і забезпечує стабільний інтерес аудиторії.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРІТЕТИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ СПАДЩИНИ НА ПРИКЛАДІ М. ДНІПРО

3.1 Оцінка об'єктів промислової спадщини в м. Дніпро як складових індустріального квест-туру

Будь-яка територія виконує для своїх мешканців та гостей безліч різноманітних функцій, які можуть стати основою для виокремлення територіальних туристичних продуктів. Однак у кожному конкретному місці або територіальному утворенні буває, найчастіше, не єдиний універсальний туристський продукт, а декілька, або навіть кілька десятків відокремлених продуктів, які частково відображають своєрідний об'єднаний туристичний продукт регіону.

Основу об'єданого турпродукту певної території становить її туристично-рекреаційний потенціал, заснований, в першу чергу, на наявності певних ресурсів, які, як правило, є візитівкою регіону. Саме ресурси визначають види туризму, які реалізуються в регіоні. Однак, об'єднаний турпродукт не можна вважати простою сумою всіх туристичних атракцій та послуг, які пропонуються на певній території. Як правило, він виявляється комбінацією меншої чи більшої кількості приватних туристичних продуктів, що утворюють єдине та однорідне ціле. Отже, мають бути зроблені певні зусилля щодо його формування (створення інфраструктури, поліпшення транспортної доступності, розвиток додаткових послуг тощо), але, перш за все, необхідне ефективне управління кожним елементом [25].

Важливо визначити базові види туризму, які буде включати в себе об'єднаний турпродукт Дніпропетровської області. Для цього скористаємось результатами досліджень, виконаних нами у розділі 1, і візуалізуємо туристично-рекреаційний потенціал Дніпропетровської області на відповідній діаграмі (рис. 3.1) за методикою, наведеною в [27].



Рисунок 3.1 – мапа туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області.

Джерело: складено автором

Слід зауважити, що найбільш сильними сторонами туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області є складова №4 – сприятливі кліматичні умови взимку та влітку, №5 – кількість та стан водоймищ, №6 – наявність природно-заповідних ресурсів, №7 – потужний історико-культурний потенціал, №8 – достатньо розвинена транспортна інфраструктура. Відзначимо, що складові туристично-рекреаційного потенціалу під номерами 1-4, 10 не можуть бути поліпшені в силу об’єктивних причин, а всі інші, які входять до сильних сторін Дніпропетровської області, мають можливості для покращення (№5,6,8) або перебувають у задовільному стані (№4, 7).

Наступним етапом формування об’єднаної туристичної пропозиції Дніпропетровської області буде оцінка вже наявних та популярних видів туризму в області (табл. 3.1)

Таблиця 3.1 – оцінка популярності видів туризму в Дніпропетровській області

Вид туризму	Основні атракції та інфраструктура	Орієнтовна частка регіонального туристичного ринку
Медичний	Дніпровський медичний кластер, 10 медично-туристичних маршрутів на базі організацій-учасників кластеру	12-16%
Зелений або екотуризм	8 сільських «зелених» та етносадиб, розташовані у Царичанській, Петриківській, Нікопольській та Криничанській громадах	10-12%
Індустріальний	Водоспад на Карачунах – затоплений кар'єр, діючий кар'єр Південного ГЗК, Ганнівський кар'єр та рудник.	5-8%
Діловий	1) Дніпро – Dnipro Economic Forum, Діловий центр «Менора», DniproExpo; 2) Кривий Ріг – ICSF 2023: International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological, Social and Economic Matters, EdFest	5-8%
Історико-культурний, етнографічний, археологічний, геологічний	1) Скелі МОПРу (Міжнародна організація допомоги борцям революції) – геологічна пам'ятка, висотою до 28 м; 2) Томаківський кромлех, Кромлех та Перуново капище у Микільському-на-Дніпрі, Мавринський майдан у Павлоградському районі та Підгородянський курган-майдан; 3) Китайгород – Змієві вали та гора Калитва козацькі оборонні церкви XVIII ст.: Успенська, Миколаївська та Святої Варвари; 4) Петриківка та Мала Петриківка – осередки петриківського розпису, внесеного до нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО.	15-20%

Джерело: складено автором

Варто відзначити, що враховуючи мапу туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області та можливості його подальшого розвитку та реалізації, найбільш цікавими з точки зору формування об'єднаного турпродукту видами туризму можуть бути зелений або екотуризм у поєднанні із такими видами, як історико-культурний, етнографічний, археологічний, геологічний [26]. Акцент може бути зроблений на збереженні славетних козацьких традицій для збалансованого

розвитку майбутніх поколінь. Сумарно такий об'єднаний турпродукт може претендувати на 30% регіонального туристичного ринку (за оцінкою ТА «Скай Тур»).

Таким чином, об'єднаний турпродукт це особливий, географічно визначений продукт, що складається з ряду елементів туристського потенціалу конкретного територіального утворення, об'єднаних єдиною метою, спрямованої на якісне задоволення туристських потреб, що відрізняється оригінальністю, унікальністю та ринковою привабливістю. Формування та реалізація об'єданого туристського продукту у сфері туризму регіону із низьким або середнім рівнем туристської привабливості дає низку переваг різним групам учасників цього процесу, а саме:

- територія отримує додаткову туристичну привабливість;
- мешканці отримують нові робочі місця за рахунок збільшення туристичного потоку – мультиплікатор зайнятості;
- туроператори, готельний та ресторанний бізнес, сектор розваг одержують приріст кількості споживачів послуг, що стимулює зростання інвестиційної привабливості туристичної сфери.

Вид туризму визначає систему комунікацій, набір туристичних послуг та товарів. Так, якщо територія має природно-ресурсний потенціал, то в системі створення інфраструктури повинна бути природно-орієнтована компонента: засобами розміщення є туристські бази, будинки відпочинку; є специфіка у формуванні харчування та системи дозвілля. У комплексі основних та додаткових послуг у турпродукті матиме найбільшу питому вагу послуги природно-орієнтованого профілю з усіх інших видів туризму. Оскільки окремі складові об'єданого туристського продукту виконують різну роль, потрібно аналізувати їх відповідно до структурно-функціональних категорій. Це означає, що композицію складових частин, яка задовольняє різні потреби туристів, необхідно співвідносити до постійної головної потреби, тобто потреби відпочинку природі.

Структура об'єданого туристичного продукту з позиції території, що

має середній рівень туристської привабливості, має, як мінімум, три рівні (рис.3.2).

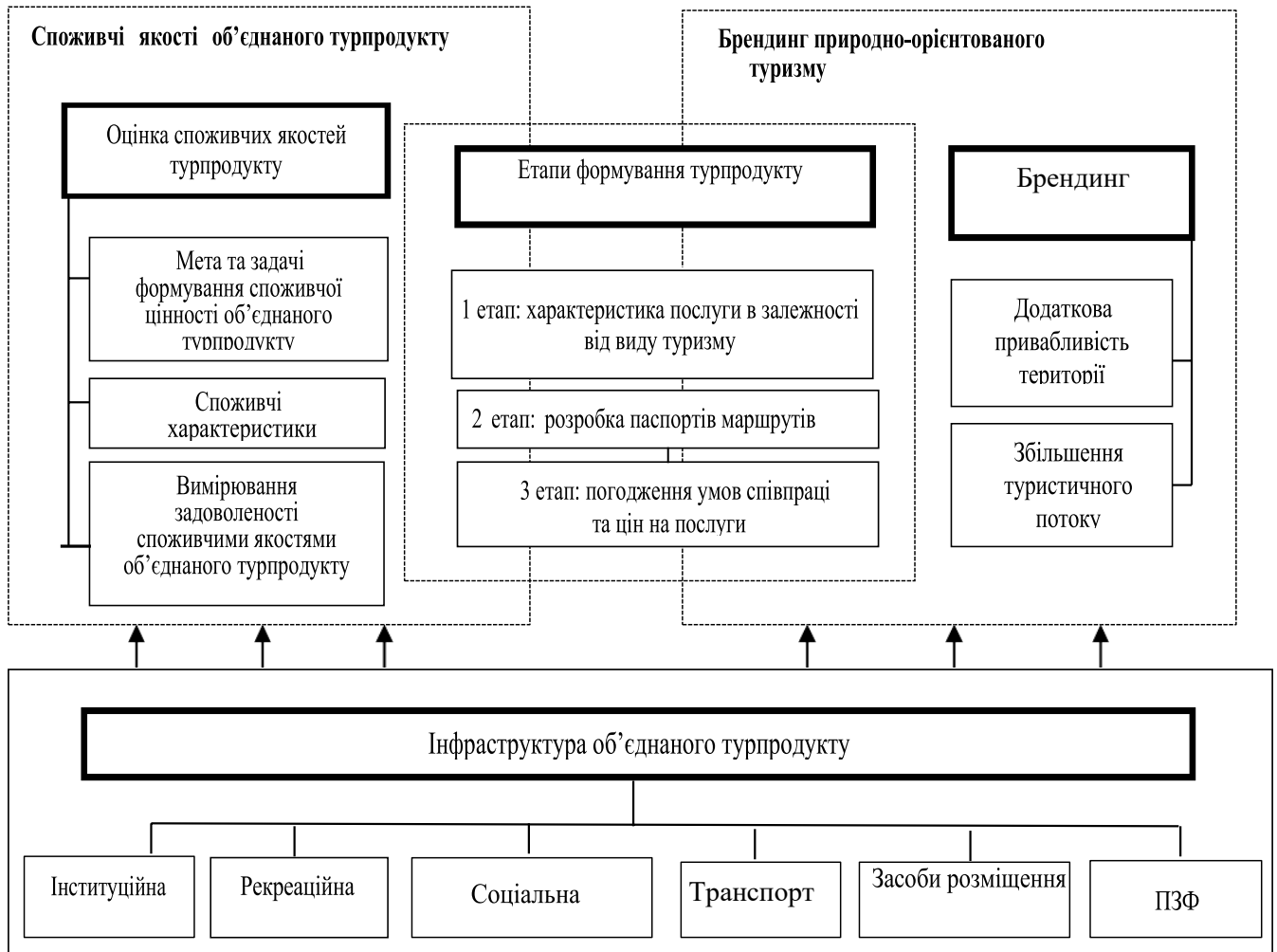


Рисунок 3.2 – Алгоритм формування об'єднаного турпродукту

Джерело: узагальнено автором на основі [26]

Перший рівень, що визначає основу об'єднаного турпродукту, включає комплекс туристських ресурсів або об'єктів, спрямованих на залучення туристів. Ця позиція щодо ролі та змісту є точною копією основи об'єднаного турпродукту. На другому рівні необхідно визначити туристичну інфраструктуру, виявити ті підприємства та організації, які створюють безпосередні послуги та специфічні продукти, які необхідні для задоволення потреб туристів. Крім того, при формуванні об'єднаного турпродукту не

відбувається поділу підприємств та організацій з виробництва основних та додаткових послуг, оскільки всі організації туристського бізнесу, виконуючи свої функції, створюють об'єднаний турпродукт. Третій рівень у формуванні об'єданого турпродукту становлять умови економічного, соціально-демографічного характеру, і навіть система безпеки території, тобто компоненти довкілля, у яких формується і реалізується об'єднаний турпродукт.

Перший етап пов'язаний із пошуком та відбором ідей, розробкою задумів, які, найчастіше, мають форму «моделі» – опису майбутньої туристської послуги та набору вимог до її організації залежно від виду туризму. На другому етапі розробляються маршрути, що визначаються метою туристської поїздки, наявністю атракцій, їх змістовними характеристиками, транспортною доступністю, наявністю ефективної інфраструктури.

Вибравши територію для здійснення туристичної поїздки та пункти маршрутизації, проводять їх структурування: визначаються основні центри перебування та пункти розміщення; вибирається вид маршруту виходячи з лінійного, кільцевого чи радіального спрямування.

Маршрутизація планується на основі обліку швидкісного режиму та виду транспорту, часу перебування в районі тощо. Планування транспортних маршрутів має на меті досягнення максимального змісту подорожі за мінімальних витрат часу, пов'язаного з пересуванням, усуненням, по можливості, нічних переїздів. Внаслідок цих заходів відбувається конкретизація маршрутів та характеристика центрів «дикої природи».

Друга складова туристичної поїздки пов'язана з комплексом обслуговування, що включає процеси розміщення, харчування, транспортування та відповідної програми дозвільного характеру, що виражається у програмі формування туру.

На третьому етапі здійснюється вибір постачальників туристського продукту природно-орієнтованого туризму з погляду вивчення їх пропозицій

щодо найбільш прийнятних співвідношень за якістю, ціною та відповідністю мети туру, погодженням умов співробітництва.

Вибір партнерів відбувається виходячи з їх позицій на туристичному ринку, наявності відповідних ліцензій, сертифікатів, досвід роботи гідів та провідників. Подібну інформацію, можливо, отримувати за допомогою міністерств, асоціацій, представництв, офіційних довідників та каталогів, а також від самих туристичних фірм або за особистими контактами.

Щодо умов взаємодії, то здійснюються переговори з безпосередніми виробниками туристських послуг, які ґрунтуються на уточненні порядку замовлень, зміні їх умов, пов'язаних з організацією туристичного обслуговування, забезпеченням надання відповідних додаткових послуг (страхування, медичний поліс та ін. формальності), порядком розрахунків, а також узгодженням особливих моментів при обслуговуванні в зонах відпочинку, де є певний ризик.

Ціни на тури при реалізації об'єднаного турпродукту пропонуються у трьох варіантах [28]:

- у вигляді групових цін – найчастіше це ціни загального групового виїзду чи екскурсії;
- як ціни пакета – тобто ціни для одного туриста;
- у вигляді диференційованої ціни, яка визначається кількістю туристів у групі, варіантами класу обслуговування, якістю розміщення та харчування, комплексом включених послуг, обраним сезоном.

Наступним етапом є організація брендингу природно-орієнтованого туризму. Стосовно територій без вираженої туристської привабливості, якою і є Дніпропетровська область, основним завданням бренду є надання можливості туристам вибору індивідуальної траєкторії маршруту у складі об'єднаного туристичного продукту, за допомогою розставлення орієнтирів з виділенням особливостей конкретної території. Наявність цих особливостей та можливості туристів наповнювати свій турпродукт різними видами туризму дозволить створити унікальні бренди Дніпропетровської області.

Таким чином, наведений алгоритм формування об'єднаного туристського продукту природно-орієнтованого або екологічного туризму із елементами історико-культурного, етнографічного та спортивно-оздоровчого видів туризму, дозволив виявити той факт, що його структура є дуже складною та багатокomпонентною. Окрім того, до природно-орієнтованого туризму можуть бути включені також наступні підвиди або підтипи туристичної діяльності, як аграрний, активний, водний, мисливський, рибальський, кінний, орнітологічний та інші.

3.2 Формування програми квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра»

Створення промислових квест-турів — це складний процес, який вимагає ретельного планування та інтеграції історичного, культурного й технічного контексту в ігровий формат. Основою кожного такого туру є ідея, що підкреслює унікальність об'єкта: його роль у промисловій історії, технічні досягнення, соціальну значущість або навіть легенди, пов'язані з місцем. Учасники туру стають не просто спостерігачами, а активними учасниками подій, завдяки чому вони отримують глибший емоційний досвід. Це може бути пошук «загублених артефактів» заводу, розгадування технічних загадок чи відтворення важливих історичних моментів.

Безпека таких турів є найважливішим аспектом. Промислові об'єкти, багато з яких були покинуті, часто мають зони, що становлять загрозу життю та здоров'ю людей. Для цього проводиться повна перевірка стану будівель та території, після чого визначаються маршрути, які є безпечними для відвідувачів. Маршрути мають бути чітко окреслені та позначені вказівниками, а учасники — отримувати інструктаж перед початком гри. Супровід досвідчених гідів, які знають специфіку об'єкта та його історію, є обов'язковою умовою. Додатково туристам можуть надавати каски, жилети, ліхтарі чи інші засоби захисту, залежно від особливостей локації.

Популярність промислових квест-турів пояснюється їх здатністю створювати унікальний досвід, який поєднує пізнавальність із розвагами. Завдяки цьому вони приваблюють різноманітну аудиторію, особливо молодь, яка цінує інтерактивність та нетиповість.

Такий формат допомагає перетворювати промислову спадщину, яка раніше асоціювалася лише з виробництвом, на об'єкти туристичного інтересу. Це, своєю чергою, відкриває нові перспективи для розвитку регіонів, особливо тих, які зазнали економічного занепаду через закриття заводів або шахт.

Однак створення таких турів несе і певні виклики. Підготовка промислового об'єкта до прийому туристів вимагає значних фінансових вкладень, включаючи облаштування інфраструктури, забезпечення безпеки, створення сценаріїв та проведення маркетингових кампаній. Деякі об'єкти, через свій стан або географічне розташування, можуть бути недоступними в певний сезон або викликати складнощі у транспортній логістиці. Також не кожен туристичний сегмент готовий до такого формату відпочинку, адже це може бути фізично або емоційно виснажливо.

Попри виклики, промислові квест-тури відіграють важливу роль у популяризації індустріальної спадщини. Вони дозволяють відвідувачам не лише дізнатися більше про історію регіону, а й відчувати себе частиною цього процесу, що сприяє формуванню глибшого зв'язку з місцевою культурою. Економічно такі проекти стимулюють розвиток малого бізнесу, зокрема готельно-ресторанної сфери, забезпечують роботою місцевих жителів і приваблюють інвестиції.

Крім того, вони можуть вирішувати соціальні проблеми, пов'язані із занедбаністю таких об'єктів, перетворюючи їх на культурно значущі центри, які стають гордістю громади. У довгостроковій перспективі промислові квест-тури сприяють формуванню сталого туризму, поєднуючи економічний розвиток із культурним збагаченням.

Програма квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра»

Квест-тур пропонує унікальну подорож найцікавішими індустріальними й історичними об'єктами Дніпра. Маршрут охоплює знайомство з основами гірничої справи в НТУ «Дніпровська політехніка» (геолого-мінералогічний музей, станція 1), подорож по підземному колектору річки Половиці (станція 2), оглядовий майданчик Мост-Сіті (станція 3) та занедбану канатну дороги (станція 4). Перевагою туру є поєднання об'єктів класичного пасивного промислового туру із дігерськими, руферськими та сталкінговими об'єктами. Учасники віком від 18 до 60 років стануть частиною інтерактивного дослідження, виконуючи завдання на кожному етапі, що допоможе дізнатися більше про історію міста та його індустріальну спадщину (рис. 3.3).

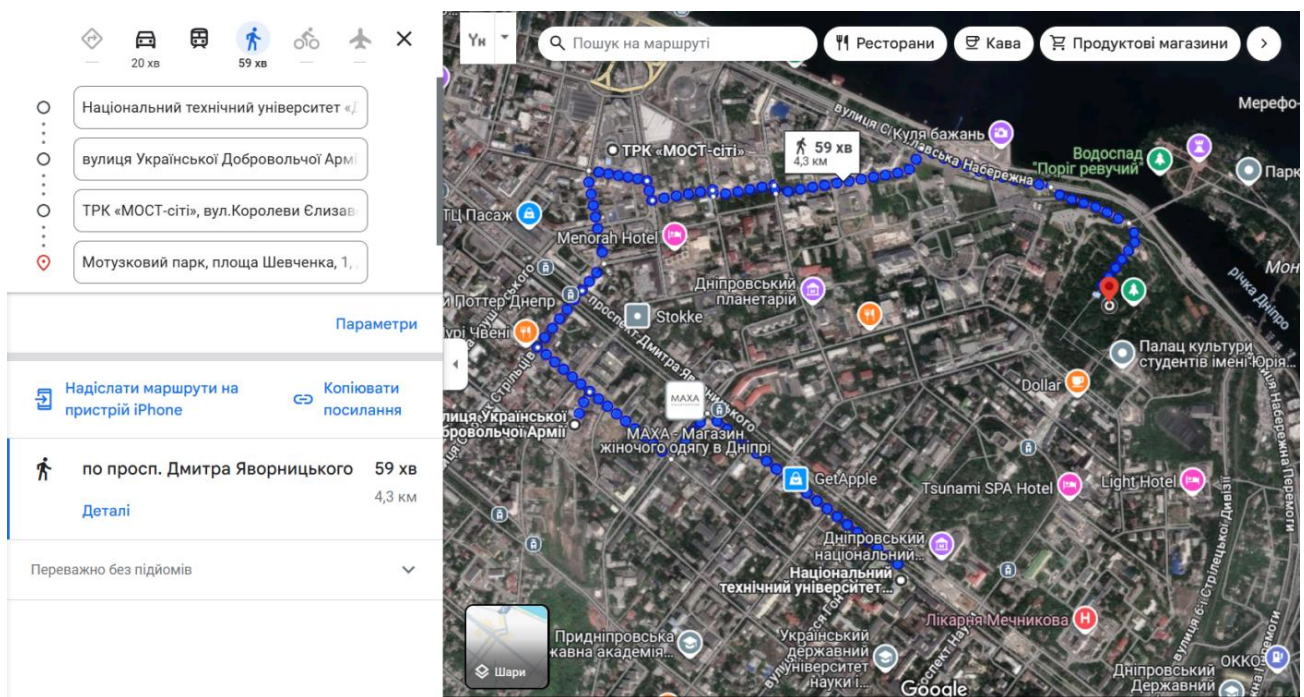


Рисунок 3.3 – Маршрут квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра»

Джерело: сформовано автором

Станція 1 і місце збору: НТУ «Дніпровська політехніка» – основи гірничої справи.

Час на локації: 1 година
 Короткий опис об'єкта:
 учасники потраплять до
 геолого-мінералогічного
 музею і знайомляться із
 історією гірничої
 справи. Завдання:



Розв'язати головоломки,
 пов'язані з мінералами та історією гірничої справи в регіоні. Наприклад,
 ідентифікувати тип корисних копалин за фізичними властивостями або
 скласти короткий маршрут із «запуску шахти».

Перехід між станціями – 15 хвилин.

Станція 2: підземний колектор річки Половиці.



Час на локації: 1 година
 Короткий опис об'єкта:
 Екскурсія підземною
 системою, що слугує
 частиною міської
 дренажної
 інфраструктури й
 нагадує про зниклу
 річку Половицю.
 Завдання: Пошук
 «таємного послання»

через розшифрування підземних міток. Доведеться використати ліхтарі,
 карту тунелю й знайти відповіді на питання про історію річки.

Умови: Учасники повинні мати гумові чоботи, ліхтарі та рукавички.

Перехід між станціями – 15 хвилин.

Станція 3: оглядовий майданчик на даху Мост-Сіті.

Час на локації: 30 хвилин



Короткий опис об'єкта:
з даху торговельно-розважального центру відкривається один із найкращих панорамних видів на Дніпро та індустріальний ландшафт міста.

Завдання: потрібно знайти

ключові орієнтири міста за допомогою бінокля та відповісти на питання про історичну роль цих об'єктів у розвитку Дніпра. Наприклад, ідентифікувати старі заводи або інші значущі промислові споруди.

Перехід між станціями – 20 хвилин.

Станція 4 і фініш: занедбана канатна дорога

Час на локації: 40 хвилин

Короткий опис об'єкта: ця локація – унікальний зразок індустріальної спадщини міста, що нагадує про транспортну інфраструктуру радянської доби. Завдання: Знайти «шифр», схований у залишках станції, що стане фінальною підказкою для



завершення квесту. Учасники зможуть спробувати реконструювати історію функціонування канатної дороги за фотографіями та архівними даними.

Загальна тривалість квест-туру: 4,5-5 годин, враховуючи переміщення між локаціями. Обов'язково діють вікові обмеження від 18 до 60 (в залежності від складу групи – до 55 років).

Необхідне обладнання для безпеки: каски, ліхтарі, гумові чоботи, рукавички (особливо для підземних і закинутих об'єктів).

Навігація: карти місцевості та підземних маршрутів.

Додаткове: бінокль.

Квест-тур проводиться під керівництвом досвідченого гіда, який знайомить учасників із кожним об'єктом, розповідає його історію та забезпечує безпеку. Для підземних об'єктів обов'язкова присутність технічного фахівця, який відповідає за інструктаж і супровід у небезпечних зонах.

Цей квест-тур поєднує освітні, історичні та розважальні елементи, що робить його привабливим для різних груп туристів, від молоді до сімей із дітьми. Він сприяє популяризації промислової спадщини Дніпра, забезпечуючи яскравий і незабутній досвід.

Запропонований квест-тур стає ефективним засобом популяризації промислової спадщини завдяки своїй здатності залучати аудиторію до інтерактивної взаємодії з історичними об'єктами. Він формує емоційний зв'язок учасників із промисловим минулим через безпосереднє занурення у атмосферу об'єктів та виконання завдань, що робить історію більш зрозумілою та живою. Унікальність туру полягає у використанні маловідомих або забутих локацій, які перетворюються на об'єкти культурної та освітньої значущості.

Цей формат стимулює увагу до важливості збереження таких об'єктів, адже зростаючий інтерес туристів і місцевих жителів сприяє їхній реставрації та підтримці. Квест-тур інтегрує промислову історію в сучасність, роблячи її доступною через технології, такі як доповнена реальність або інтерактивні завдання, що особливо приваблює молодь. Такий підхід також підвищує привабливість регіону для туристів, сприяючи розвитку місцевої економіки через нові робочі місця, попит на послуги транспорту, готелів, ресторанів та супутніх сфер.

Водночас подібний досвід формує унікальний туристичний образ регіону, де промислова спадщина стає не просто частиною історії, а значущим ресурсом для соціально-економічного розвитку. Квест допомагає не лише зберегти історію, а й переосмислити її значення.

3.3 Економічне обґрунтування програми запропонованого квест-туру

Першим етапом запровадження квест-туру має бути його апробація. Цей процес включає організацію тестового туру для перевірки маршруту, завдань і рівня складності для учасників.

Основні витрати на апробацію 7200 грн.:

- 1) зарплата гідів та технічного персоналу: гід 2000 грн/день та 1 технічний фахівець для станції 2 – 1200 грн/день. Разом: 3200 грн;
- 2) оренда обладнання (каски, біноклі, ліхтарі): 10 комплектів по 200 грн кожен. Разом: 2000 грн;
- 3) маркетингові витрати на залучення тестової групи (реклама у соцмережах, флаєри): 1500 грн;
- 4) друк карт місцевості та підземних маршрутів: 500 грн.

Далі маємо врахувати особливості проходження маршруту по станціям, що передбачає також додаткові витрати.

Екскурсійні витрати на станціях 10950 грн.:

- 1) станція 1: геолого-мінералогічний музей – доступ до приміщення та екскурсія 1000 грн.
- 2) матеріали для завдань (головоломки, картки): 300 грн.
- 3) станція 2: додаткове обладнання (гумові чоботи, рукавички) – 10 комплектів по 300 грн., загалом 3000 грн.
- 4) технічна підтримка та інструктаж: 1 фахівець по 1200 грн/день.
- 5) станція 3: оренда біноклів (2 шт.): 400 грн.
- 6) станція 4: Занедбана канатна дорога – обладнання для безпеки (додаткові каски): 10 шт. по 150 грн. Разом: 1500 грн.
- 7) супровід екскурсовода-ведучого: 2000 грн.

Рекламні витрати 9000 грн.:

- 1) соцмережі (таргетинг, пости): 3000 грн.;
- 2) поліграфія (листівки, афіші): 1000 грн.;

3) співпраця із онлайн-агрегаторами екскурсій (Kava, Риба Андрій):
5000 грн.

Максимальна кількість учасників у групі складає 10 осіб, тривалість туру – 3,4-5 годин. Таким чином, операційні витрати на одного учасника (включаючи зарплату персоналу, оренду обладнання та місць) складуть 2000 грн.

Загальні витрати на групу: $2000 \text{ грн} \times 10 = 20,000 \text{ грн}$.

Планована ціна квитка для учасника: 2500 грн.

Загальний дохід за групу: $2500 \text{ грн} \times 10 = 25,000 \text{ грн}$.

Чистий прибуток за одну групу: $25,000 \text{ грн} - 20,000 \text{ грн} = 5000 \text{ грн}$.

Норма прибутку: $(5000 \text{ грн} / 20,000 \text{ грн}) \times 100\% = 25\%$.

Фіксовані витрати (рекламні витрати + апробація): 16,200 грн.

Маржинальний дохід з одного учасника: $2500 \text{ грн} - 2000 \text{ грн} = 500 \text{ грн}$.

Необхідна кількість учасників для досягнення точки беззбитковості:

$16,200 \text{ грн} / 500 \text{ грн} = 33 \text{ учасники}$ (4 групи по 10 осіб та 1 додатковий учасник).

Тур може бути реалізований протягом всього календарного року, однак для забезпечення максимального комфорту групи доцільно проводити його з травня по жовтень. При плановій реалізації 4 тури на місяць, за рік маємо реалізувати 24 тури. За такої планової реалізації рентабельність складає 20,9%, що свідчить про доцільність організації такого квест-туру.

Цільова аудиторія квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра» – це активні люди віком від 18 до 60 років, які цінують унікальні та інтерактивні форми дозвілля. Вона охоплює кілька ключових сегментів, об'єднаних спільними інтересами до історії, індустріальної спадщини та нових форматів розваг.

Це допитливі та відкриті до нового люди, які прагнуть вийти за межі традиційних екскурсій. Їх цікавить не лише споглядання об'єктів, а й можливість безпосередньо брати участь у квесті, вирішуючи завдання та досліджуючи об'єкти міської індустріальної спадщини. Вони цінують емоції,

пригоди та можливість дізнатися щось нове про своє або інше місто.

Цільова аудиторія має середній або високий рівень освіти, що дозволяє їм сприймати інформацію про історію, технічні аспекти та міську інфраструктуру. Для них важливо, щоб події поєднували розважальну складову з елементами пізнання. Ця аудиторія включає людей, які люблять активний відпочинок, цікавляться історією, архітектурою, урбаністикою та культурною спадщиною. Вони схильні до подорожей і шукають способи зробити своє дозвілля різноманітнішим. Їх приваблюють нестандартні та автентичні формати відпочинку, які дають змогу побачити знайомі місця з іншого ракурсу.

Учасники готові до певних пригод, але надають перевагу заходам, де забезпечуються відповідні умови безпеки. Це означає, що важливу роль відіграють інструктажі, наявність необхідного обладнання та професійний супровід. Аудиторія цінує можливість комунікації та спільної роботи в команді під час вирішення завдань. Для багатьох це спосіб весело провести час із друзями, родиною чи колегами. Дехто може обирати квест-тур як можливість познайомитися з новими людьми, що мають схожі інтереси.

Основними мотивами участі в такому квест-турі є прагнення отримати новий досвід, розширити горизонти, зануритися в історію міста та отримати яскраві емоції. Елементи інтерактивності, загадковості й відкриття невідомого підсилюють їх зацікавленість.

Таким чином, квест-тур приваблює активних, допитливих і соціально орієнтованих людей, які цінують незвичайний підхід до пізнання міста та його спадщини. Квест-тур «Промисловими манівцями Дніпра» є економічно обґрунтованим проєктом із потенціалом отримання прибутку на рівні 21% при достатньому рівні попиту. У разі залучення мінімум 33 учасників покриваються всі витрати, а кожна додаткова група приносить чистий прибуток. Додатковою перевагою туру є популяризація різних видів промислового туризму та ознайомлення із індустріальною спадщиною міста.

Висновки до розділу 3

В результаті вирішення завдань, поставлених у даному розділі, автором зроблені наступні висновки та узагальнені практичні рекомендації.

1. Об'єкти промислової спадщини в Дніпрі можна трансформувати в туристичні атракції, використовуючи різні стратегії, що залежать від їхнього стану та особливостей. Наприклад, високо збережені об'єкти можна меморіалізувати або модернізувати, створюючи культурно-історичні центри чи сучасні рітейл-простори. Натомість менш збережені об'єкти придатні для гейміфікації, наприклад, через урбаністичні квест-тури, або віртуалізації, як у випадку зі створенням цифрових експозицій. Успішні приклади таких трансформацій в Україні та за кордоном (наприклад, MOVA в Дніпрі, Rotunda у Відні) демонструють значний потенціал цього підходу.

2. У Дніпрі активний індустріальний туризм представлений напрямами, як-от руфінг, сталкінг і дигерство, що поєднують естетичну, екстремальну та дослідницьку складові. Наприклад, об'єкти для руфінгу (Центр Менора, Мост-Сіті Центр) мають високий туристичний потенціал завдяки естетичним краєвидам, а дигерство (дослідження підземних річок, тунелів метро) приваблює шукачів нових вражень. Ці види туризму стимулюють інтерес до міської архітектури та промислових об'єктів, створюючи нестандартні туристичні маршрути, що потребують ретельного врахування питань безпеки та адаптації інфраструктури.

3. Промисловий туризм у Дніпрі є перспективним завдяки можливості організувати екскурсії на діючі або занедбані підприємства з освітньою, пізнавальною чи професійною метою. Такі екскурсії можуть залучати різні аудиторії: від школярів до професіоналів, пропонуючи знайомство з технологічними процесами та історією виробництва. Популяризація цього напрямку сприяє не лише економічному розвитку, але й підтримці інтересу до локальної спадщини, що підвищує конкурентоспроможність міста на туристичному ринку.

4. Формування квест-туру «Промисловими манівцями Дніпра» демонструє новаторський підхід до інтеграції історико-культурної спадщини у сучасні формати дозвілля. Завдяки поєднанню пізнавальних, розважальних та інтерактивних елементів, цей формат забезпечує глибокий емоційний зв'язок між учасниками та об'єктами промислової історії. Тур охоплює унікальні локації, такі як підземні колектори та закинуті індустріальні об'єкти, що створює відчуття автентичності та відкриття нового. Завдання для учасників спрямовані на розвиток командної роботи, креативного мислення та занурення в історичний контекст.

5. Запропонований квест-тур має потенціал стати самоокупним і прибутковим проєктом. Попередні розрахунки демонструють рентабельність на рівні 20,9% при реалізації 24 турів на рік. Витрати на організацію включають маркетингові кампанії, забезпечення безпеки, оренду обладнання та зарплати персоналу. З урахуванням планової ціни квитка в 2500 грн, тур дозволяє досягати прибутковості за умов залучення щонайменше 33 учасників.

ВИСНОВКИ

В результаті написання кваліфікаційної роботи вирішено важливе наукове завдання щодо обґрунтування науково-методичних підходів до створення стратегії туристичної ревіталізації промислових об'єктів для поліпшення соціально-економічного розвитку регіонів і узагальнено такі висновки:

1. Промислова спадщина є важливим ресурсом, що зберігає матеріальні та нематеріальні аспекти технологічного минулого, відображає прогрес цивілізації та сприяє формуванню культурної ідентичності. Її збереження та адаптація є інструментами регіонального розвитку, що об'єднують історичну, культурну та економічну складові.

2. Адаптація промислових об'єктів до сучасних потреб включає комплексний міждисциплінарний підхід із збереженням автентичності. Від реставрації до модернізації, ревіталізація об'єктів сприяє економічному зростанню через створення нових робочих місць, розвиток туристичної інфраструктури та залучення інвестицій.

3. Використання промислової спадщини у туризмі має значний потенціал для створення нових маршрутів, інтерактивних форматів дозвілля (квест-тури, гейміфікація) та залучення різноманітної аудиторії. Це дозволяє підвищити туристичну привабливість регіону, зберігаючи культурну спадщину.

4. Реалізація проектів ревіталізації та інтеграції промислових об'єктів у туристичний сектор стикається з викликами, зокрема фінансовими, юридичними та інституційними обмеженнями. В Україні ці виклики ускладнені економічною нестабільністю та військовими діями, що потребує додаткової підтримки від громадськості, влади та міжнародних організацій. Сучасні підходи до використання промислової спадщини включають цифровізацію, створення віртуальних експозицій, інтеграцію до креативних просторів і організацію нестандартних туристичних форматів, таких як

руфінг чи дигерство. Ці інновації сприяють популяризації локальної культури серед різних соціальних груп.

5. Попри обмежену кількість реалізованих проєктів, у Дніпрі існує значний потенціал для розвитку промислового туризму завдяки унікальним об'єктам і напрямкам, як-от екскурсії на діючі підприємства чи інтерактивні туристичні ініціативи. Успіх залежить від стратегічного управління, міждисциплінарної співпраці та активної участі громади.

6. У Дніпрі активний індустриальний туризм представлений напрямами, як-от руфінг, сталкінг і дигерство, що поєднують естетичну, екстремальну та дослідницьку складові. Наприклад, об'єкти для руфінгу (Центр Менора, Мост-Сіті Центр) мають високий туристичний потенціал завдяки естетичним краєвидам, а дигерство (дослідження підземних річок, тунелів метро) приваблює шукачів нових вражень. Ці види туризму стимулюють інтерес до міської архітектури та промислових об'єктів, створюючи нестандартні туристичні маршрути, що потребують ретельного врахування питань безпеки та адаптації інфраструктури.

7. Промисловий туризм у Дніпрі є перспективним завдяки можливості організовувати екскурсії на діючі або занедбані підприємства з освітньою, пізнавальною чи професійною метою. Такі екскурсії можуть залучати різні аудиторії: від школярів до професіоналів, пропонуючи знайомство з технологічними процесами та історією виробництва. Популяризація цього напрямку сприяє не лише економічному розвитку, але й підтримці інтересу до локальної спадщини, що підвищує конкурентоспроможність міста на туристичному ринку.

8. Запропонований квест-тур має потенціал стати самоокупним і прибутковим проєктом. Попередні розрахунки демонструють рентабельність на рівні 20,9% при реалізації 24 турів на рік. Витрати на організацію включають маркетингові кампанії, забезпечення безпеки, оренду обладнання та зарплати персоналу. З урахуванням планової ціни квитка в 2500 грн, тур дозволяє досягати прибутковості за умов залучення щонайменше 33

учасників. Цей формат відпочинку приваблює цільову аудиторію, орієнтовану на активний і пізнавальний відпочинок, та сприяє формуванню унікального туристичного бренду Дніпра. Крім того, проєкт стимулює розвиток супутніх галузей, таких як транспорт, готельний та ресторанний бізнес. Тур також вирішує соціальні проблеми, пов'язані з занедбаними промисловими об'єктами, інтегруючи їх у сучасний культурний контекст. У довгостроковій перспективі квест-тур підтримує сталий розвиток регіону через популяризацію його історії та залучення інвестицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пацюк В., Казаков В. Індустріальний туризм як ефективний напрям регенерації міст (аналіз досвіду Кривого Рогу). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, серія «Геологія. Географія. Екологія»*. 2023. № 58. С. 188-201.
2. Кириченко О. Характерні особливості розвитку міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-56>
3. Szromek A., Krzysztof H. Business creation in post-industrial tourism objects: Case of the industrial monuments route. *Sustainability*. 2019. <https://doi.org/10.3390/su11051451>
4. The International Committee For The Conservation Of The Industrial Heritage (TICCIH). Official website. URL: <https://ticcih.org/about/>
5. Falser M. Industrial Heritage Analysis. UNESCO World Heritage Centre, 2001. URL: <https://whc.unesco.org/archive/ind-study01.pdf>
6. International council of monuments and sites (ICOMOS). Official website. URL: <https://www.icomos.org/en/about-icomos/mission-and-vision/mission-and-vision>
7. European Route of Industrial Heritage (ERIH). Official website. URL: <https://www.erih.net>
8. OECD Tourism Trends and Policies. OECD Publishing, Paris, 2020. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.
9. World Tourism Organization. Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of Covid-19. 2021. Issue 2. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284422579>.
10. Бессонова А.В., Безугла Л.С., Белобородова М.В. Міжнародний досвід ревіталізації промислових об'єктів: можливості для України. *Development Service Industry Management*. 2024. №2. С. 49–55. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(8\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(8))

11. Visit Portugal. Industrial Tourism in São João da Madeira. URL: <https://www.visitportugal.com/en/content/industrial-tourism-sao-joao-da-madeira>
12. Abdurahiman S., Kasthurba A.K., Nuzhat A. Assessing the socio-cultural impact of urban revitalisation using Relative Positive Impact Index (RPII). *Built Heritage*. 2024. Vol. 8. No. 8. DOI: <https://doi.org/10.1186/s43238-024-00118-3>
13. UN General Assembly. A/RES/70/1 - Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>
14. UNESCO. World Heritage List. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/?search=industrial+heritage&order=country>
15. Білошицька Н.І., Татарченко Г.О., Білошицький М.В., Матляк Д.М. Ревіталізація промислових об'єктів: історія, основні принципи та прийоми. *Просторовий розвиток*. 2023. Вип. 1 (4). С. 76-94. DOI: <https://doi.org/10.32347/2786-7269.2023.4.76-94>
16. Мерилова І., Невгомонний Г., Речиць О. Парадигма розвитку депресивних промислових територій в умовах постіндустріальної економіки. *Містобудування та територіальне планування*. 2020. № 74. С. 214–231. <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2020.74.214-231>
17. Сич О.А. Ревіталізація як складова стратегії розвитку міста. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2020. Вип. 99. С. 66-73. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2020-99-07>
18. Макарчук І.М., Колодич Ю.М., Шевчук К.В. Редевелопмент промислових територій як спосіб створення нових засобів туристичної зацікавленості. *Економічний вісник університету*. Вип. 50. С. 7-12. <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2021-50-07-%D0%A5%D0%A5>
19. Безугла Л. С., Трегуб Ю. Є., Белобородова М. В. Критерії вибору об'єктів для завдань туристичної ревіталізації застарілої промислової спадщини. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio*. 2024. № 4. С. 27–34. <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2024-4-3>

20. INTERREG II C - Cooperation in spatial planning. Official website. URL: <https://cordis.europa.eu/article/id/8054-interreg-ii-c-cooperation-in-spatial-planning>

21. Yan M., Li Q., Zhang J. Rethinking Industrial Heritage Tourism Resources in the EU: A Spatial Perspective. *Land*. 2023. № 12(8), 1510. <https://doi.org/10.3390/land12081510>

22. ERIH Industrial Heritage Barometer. 2022-2023. Survey of European industrial heritage sites. URL: <https://www.erih.net/projects/erih-industrial-heritage-barometer>

23. Колесниченко М. Чи може Київ повернути Дніпро? Розповідаємо на прикладі Гамбургу та Нью-Йорка про те, як промзони і занедбані прибережні території перетворюють на громадські місця. URL: <http://surl.li/hpnzpt>

24. Musei Capitolini Centrale Montemartini. Official website. URL: <https://www.centralemontemartini.org/>

25. Галерея «Тейт Модерн» стала найпопулярнішою пам'яткою в Британії. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10494162-galereya-teyt-modern-stala-naypopulyarnishoyu-pam-yatkoju-v-britaniji.html>

26. Музей «Колочавська вузькоколія». URL: <https://www.karpaty.info/ua/uk/zk/kh/kolochava/museums/vuzkokolejka/>

27. Музей нафтової і газової промисловості України. URL: <https://esu.com.ua/article-70362>

28. Національний музей космонавтики імені С.П. Корольова. Офіційний веб-сайт. URL: <https://cosmosmuseum.info/>

29. Соляні шахти, агломерація Соледар-Бахмут. URL: <http://surl.li/apywit>

30. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Історичні населені місця України. URL: https://mcsc.gov.ua/wp-content/uploads/2024/05/tablyczya_iaop_stanom-na-01.05.2024.pdf

31. Загальний вид Інгулецького кар'єру. URL: <http://surl.li/punnvq>

32. Музей гірничої техніки під відкритим небом. URL: <http://surl.li/hsdeew>
33. Музей коксохімічного заводу, м. Кривий Ріг. URL: <https://ukraine.arcelormittal.com/people-and-careers/site-tours>
34. Макет кар'єру ПівдГЗК та гірничої техніки. URL: <http://surl.li/dgpyje>
35. Приватне підприємство «Агенція «КИТ». Досьє YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/34059366/
36. Офіційна сторінка ПП «Агенція «КИТ» на Clarityproject. URL: <https://clarity-project.info/edr/34059366/treasury>
37. Клуб активного та екологічного туризму «Добре поїхали». Офіційний веб-сайт. URL: <https://dobre.club/>
38. Туроператор «Відвідай». Тур «Дніпро: від козаків до металургів». URL: <https://vidviday.ua/tur-v-dnipro>
39. Visit Ukraine. «Дніпро індустриальний»: пішохідна екскурсія. URL: <http://surl.li/sovuwv>
39. Портал «Дніпро Культура». Кам'янське. URL: https://www.dnipro.lib.dp.ua/index.php?route=information/project&prj_id=633
40. Трегуб М., Трегуб Ю., Белобородова М., Макурін А. Концептуальні передумови та принципи зміни цільового призначення земель промисловості територіальних громад. *Просторовий розвиток*. 2024. № (7). С. 433–444. <https://doi.org/10.32347/2786-7269.2024.7.433-444>
41. Bieloborodova M. Approaches to assessing the tourist and recreational attractiveness of a territory on the example of the Dnipropetrovsk area. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. 2023. №3(90). С.6-14. [https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2023.3\(90\).3021](https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2023.3(90).3021)
42. «Урбаністика та індустриальний туризм». Методичні рекомендації на допомогу клубним працівникам, представникам туристичного бізнесу та суміжних сфер діяльності. «ДОНМЦК»; Краматорськ, 2020. 32с. URL: <http://surl.li/cnnads>

43. Бондаренко Л. А., Стахорська О. О. Особливості проектування туристичного продукту туроператором. *Журнал з менеджменту, економіки та технологій*. № 2. Харків: ДБТУ, 2024. С. 3-12. <https://doi.org/10.69803/2312-3427-2024-2-3>

44. Серета Н. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-100>

45. Бессонова А.В., Белобородова М.В., Захарова С. Г. Сучасні тенденції розвитку туристичних підприємств в сфері соціально-етичної відповідальності. *Development Service Industry Management*. 2024. № 4. С. 19-26. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8\(3\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8(3))

46. Bieloborodova M., Bessonova S. External environment transformation of Ukraine's tourist enterprises during the crisis. *European Journal of Management Issues*. 2020. №28(3). P.72–80. URL: <https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/view/271>

47. Касенкова К. Промисловий туризм як перспективний вектор розвитку туристичних дестинацій для індустріальних регіонів. *Економіка та суспільство*. 2021. №27. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-25>

48. Головчук Ю. О., Никига С.В., Запісоцький А. І. Інноваційні засади розвитку промислового туризму. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2023. № 39 С. 67-71. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.39-11>

49. Белобородова М.В. Управління туристично-рекреаційними системами: європейський досвід цифровізації. Реалізація європейського вектору розвитку економіки держави шляхом цифровізації : колективна монографія / За ред. А.В. Череп, І.М. Дашко, Ю.О. Огренич, О.Г. Череп, В.М. Гельман. Запоріжжя : видавець ФОП Мокшанов В.В., 2024. С. 11-49.

50. Белобородова М.В. Розвиток туристично-рекреаційних систем Дніпропетровської області. Вектори розвитку туристично-рекреаційних систем Дніпропетровської області / М.В. Белобородова, Л.С. Безугла, А.В.

Бессонова, Л.А. Бондаренко, Т.В. Герасименко ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро: Журфонд, 2024. С. 8-45.

51. Безугла Л. С., Онищенко А. І., Шадріна Д. В. Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7600>



"АГЕНЦІЯ "КИТ"

Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань на 14.12.2024 10:45:34

Повна назва: ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "АГЕНЦІЯ "КИТ"

Код: 34059366

Реєстраційний номер: 12241020000023091

Дата реєстрації: 25.01.2006

Адреса: Україна, 49000, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, ВУЛИЦЯ МЕЧНИКОВА, будинок 5

Статус: зареєстровано

Керівник: Обласова Ольга Ігорівна

Підписант: Обласова Ольга Ігорівна

Відомості про органи управління: ВЛАСНИК

Засновник: Обласова Ольга Ігорівна

Адреса: Україна, 49000, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, Ж/М ТОПОЛЯ - 2, будинок 28, корпус 2, квартира 40

Статутний внесок: 500 (100%)

Кінцевий бенефіціарний власник: Обласова Ольга Ігорівна

Адреса: Україна, 49000, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, житловий масив Тополя-2, будинок 28, корпус 2, квартира 40

Статутний капітал: 500 грн

Види діяльності

Основний:

- 78.10 Діяльність агентств працевлаштування

Додаткові:

- 17.23 Виробництво паперових канцелярських виробів
- 18.12 Друкування іншої продукції
- 46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення
- 79.11 Діяльність туристичних агентств
- 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
- 90.01 Театральна та концертна діяльність
- 90.02 Діяльність із підтримки театральних і концертних заходів
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля
- 58.19 Інші види видавничої діяльності
- 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування
- 73.11 Рекламні агентства
- 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації
- 78.30 Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами
- 78.20 Діяльність агентств тимчасового працевлаштування

Контактна інформація

Фінансова звітність мікропідприємства

Підприємство: ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "АГЕНЦІЯ "КІПТ"	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ 31.12.2023 34059366□
Територія: Дніпропетровська	за КАТОТТГГ	UA12020010010816623
Організаційно-правова форма господарювання: ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО	за КОПФГ	120
Вид економічної діяльності: рекламні агентства	за КВЕД	78.1
Середня кількість працівників: 1		
Адреса, телефон: Україна, 49000, м. Дніпро, вул. Мечникова, будинок 5, тел.		

1. Баланс

Форма № 1-мс

Код за ДКУД

1801006

на 31.12.2023 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби:	1010	-	-
первісна вартість	1011	-	-
знос	1012	(-)	(-)
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	-	-
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	-
Поточна дебіторська заборгованість	1155	21,80	21,80

Гроші та їх еквіваленти	1165	0,20	0
Інші оборотні активи	1190	14,80	14,80
Усього за розділом II	1195	36,80	36,60
Баланс	1300	36,80	36,60

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Капітал	1400	0,50	0,50
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-48,70	-48,70
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-48,20	-48,20
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1615	85,00	84,80
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	85,00	84,80
Баланс	1900	36,80	36,60

2. Звіт про фінансові результати

за 2023

Форма № 2-мс

Код за ДКУД

1801007

Продовження додатку Б

Стаття 1	Код рядка 2	За звітний період 3	За попередній період 4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5,60	0
Інші доходи	2160	-	-
Разом доходи (2000 + 2160)	2280	5,60	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	5,60	(-)
Інші витрати	2165	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2165)	2285	5,60	-
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-	-
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Витрати (доходи), які зменшують (збільшують) фінансовий результат після оподаткування	2310	-	-
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300 - (+) 2310)	2350	0	0

Керівник

ОБЛАСОВА ОЛЬГА ІГОРІВНА
(ініціал, прізвище)

Головний бухгалтер

(ініціал, прізвище)

1 Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та території територіальних громад.