

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГЖИЦЬКОГО**

**Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування
Кафедра туристичного бізнесу та гостинності**

Допускається до захисту

“ ____ ” _____ 2025р.

В. о. зав. кафедри _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
студента ХОМ'ЯКА РОМАНА АНДРІЙОВИЧА

на тему:

**«ГАРНІ МІСТА» ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД СУЧАСНОГО
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ**

на присвоєння кваліфікації – **Магістр з туризму**

Керівник роботи _____

к.е.н., доц. Багрій М.В.

Львів – 2025

АНОТАЦІЯ

Хом'як Р.А. «Гарні міста» як інноваційний тренд сучасного розвитку туризму України в контексті сталого розвитку: Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм і рекреація») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу та гостинності. Наук. кер.: М.В. Багрій, к.е.н., доцент. Львів, 2025. 83 с.

Дипломна робота присвячена дослідженню концепції «гарних міст» як інноваційного тренду розвитку туризму України в умовах сталого розвитку. У роботі розглянуто теоретичні основи формування естетично привабливого міського середовища та його вплив на туристичну мотивацію, імідж дестинації та конкурентоспроможність міста. Особливу увагу приділено аналізу взаємозв'язку між якістю урбаністичного простору, емоційним сприйняттям міста та розвитком культурного, креативного та екологічного туризму.

У дослідженні проаналізовано сучасні підходи до створення «гарних міст», включно з візуально-естетичним, соціокультурним, екологічним та маркетинговим. Окреслено роль креативних індустрій, урбаністичного дизайну, благоустрою та громадського простору в підвищенні туристичної привабливості українських міст. Проведено оцінку стану міських територій, визначено ключові проблеми, бар'єри та перспективи їх розвитку в контексті сталості.

Особлива увага приділена аналізу практик українських міст (Львів, Чернівці, Ужгород, Кам'янець-Подільський), де естетика міського середовища стала основою туристичного бренду та важливим чинником залучення туристів. У роботі досліджено інструменти формування туристичного бренду, роль культурної спадщини, зелених зон, реставраційних проєктів та цифрових технологій у розвитку інноваційних туристичних продуктів.

У практичній частині представлено рекомендації щодо впровадження концепції «гарних міст» у стратегічне планування туризму в Україні. Запропоновано інноваційні підходи до покращення міського простору, туристичної інфраструктури, культурних практик та маркетингових рішень, спрямованих на підвищення привабливості міст для внутрішніх та іноземних туристів.

Результати дослідження можуть бути використані органами місцевої влади, туристичними організаціями, менеджерами туристичних дестинацій та урбаністами для розроблення стратегій сталого розвитку туризму та формування нових моделей міського простору.

Ключові слова: гарні міста, туристична дестинація, естетика міського середовища, сталий розвиток, урбаністика, міський туризм, туристичний бренд, креативні індустрії, благоустрій, інноваційні підходи.

© Р.А. Хом'як, 2025

© ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького, 2025

ANNOTATION

Homiak R. «Beautiful cities» as an innovative trend in the modern development of tourism in Ukraine in the context of sustainable development: Qualification work for obtaining the second (master's) level of higher education: (242 «Tourism and recreation») / LNUVMB named after S.Z. Gzhytskyi. Department of Tourism Business and Hospitality. Science manager: M. Bahriy, Doctor of Economics, Associate Professor. Lviv, 2025. 83 p.

The thesis is devoted to the study of the concept of “beautiful cities” as an innovative trend in the development of tourism in Ukraine in the context of sustainable development. The work examines the theoretical foundations of the formation of an aesthetically attractive urban environment and its impact on tourist motivation, destination image, and city competitiveness. Particular attention is paid to analyzing the relationship between the quality of urban space, the emotional perception of the city, and the development of cultural, creative, and ecological tourism.

The study analyzes contemporary approaches to creating «beautiful cities», including visual-aesthetic, sociocultural, ecological, and marketing approaches. It outlines the role of creative industries, urban design, landscaping, and public space in increasing the tourist appeal of Ukrainian cities. The state of urban areas is assessed, and key problems, barriers, and prospects for their development in the context of sustainability are identified.

Particular attention is paid to the analysis of practices in Ukrainian cities (Lviv, Chernivtsi, Uzhhorod, Kamianets-Podilskyi), where the aesthetics of the urban environment have become the basis of the tourist brand and an important factor in attracting tourists. The work examines the tools for shaping a tourist brand, the role of cultural heritage, green areas, restoration projects, and digital technologies in the development of innovative tourist products.

The practical part presents recommendations for implementing the concept of «beautiful cities» in strategic tourism planning in Ukraine. Innovative approaches are proposed to improve urban space, tourism infrastructure, cultural practices, and marketing solutions aimed at increasing the attractiveness of cities for domestic and foreign tourists.

The results of the study can be used by local authorities, tourism organizations, tourism destination managers, and urban planners to develop strategies for sustainable tourism development and the formation of new models of urban space.

Keywords: beautiful cities, tourist destination, urban environment aesthetics, sustainable development, urban studies, urban tourism, tourist brand, creative industries, urban improvement, innovative approaches.

© A. Homiak, 2025

© LNUVMB named after S.Z. Gzhytskyi, 2025

ЗМІСТ	
Вступ	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «ГАРНИХ МІСТ» У ТУРИЗМІ	8
1.1. Сутність поняття «гарне місто» та його еволюція у світовій і вітчизняній науковій думці	8
1.2. Теоретичні підходи до вивчення взаємозв'язку між естетикою міського простору та туристичною привабливістю	16
1.3. Концепція сталого розвитку та її інтеграція у сферу туризму	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ «ГАРНИХ МІСТ» В УКРАЇНІ ЯК ТУРИСТИЧНОГО ФЕНОМЕНУ	32
2.1. Сучасні тенденції урбаністичного та туристичного розвитку українських міст	32
2.2. Оцінка туристичної привабливості українських міст за критеріями «краси» та сталості	40
2.3. Проблеми та бар'єри розвитку концепції «гарних міст» в Україні	43
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ «ГАРНИХ МІСТ» ЯК ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	54
3.1. Основні проблеми та напрями вдосконалення міського простору в контексті сталого туризму	54
3.2. Інноваційні підходи до промоції «гарних міст» на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках	61
3.3. Стратегічні пріоритети розвитку «гарних міст» в Україні	70
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасний розвиток туризму нерозривно пов'язаний із тенденціями урбаністичного оновлення, екологізації та формування комфортного міського середовища. Туристичні міста стають не лише центрами приваблення відвідувачів, а й осередками реалізації нових підходів до просторового планування, збереження культурної спадщини та впровадження принципів сталого розвитку.

В останні роки в європейській і світовій практиці все більшого значення набуває концепція «гарного міста» («beautiful city»), що поєднує естетичну привабливість, функціональність, екологічність і соціальну відкритість міського простору. Такі міста формують позитивний імідж країни, приваблюють туристів і створюють передумови для розвитку креативних індустрій, підвищення якості життя мешканців і гостей.

Для України ця концепція є надзвичайно актуальною, адже українські міста мають потужний історико-культурний потенціал, унікальну архітектуру та природне середовище, але водночас стикаються з проблемами хаотичної забудови, низького рівня екологічної безпеки та недостатнього розвитку туристичної інфраструктури. Саме тому вивчення і впровадження принципів «гарного міста» як інноваційного напрямку сталого туризму є важливим кроком до формування конкурентоспроможного туристичного простору України.

У сенсі тренду сталого розвитку туризму в Україні є кілька дослідників, чії праці близькі за тематикою (соціокультурний простір міста, міський туризм, культурна спадщина), і яких можна згадати як авторів, чії підходи можуть бути релевантними до ідеї «гарних міст» відображені у наукових працях таких авторів, як Козачок І. А., Кудінова І. П., Терз С. М., Степанова В. В., Карповець М., Кифяк В. Ф., Мальська М. П., Пікулик О. Б., Святохо Н. В., Смаль І. В., та інших. Проте, частина теоретичних та методичних проблем залишаються малодослідженими і потребують подальшої розробки. Якраз це

й зумовило актуальність проведення подальшого наукового дослідження даної проблематики.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження магістерської роботи є обґрунтувати концепцію «гарних міст» як інноваційного тренду розвитку туризму України в контексті сталого розвитку та визначити перспективи її реалізації.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі основні завдання:

- розкрити сутність поняття “гарне місто” та його еволюцію в сучасній науковій думці;
- проаналізувати взаємозв’язок між естетикою міського простору і туристичною привабливістю;
- дослідити сучасний стан розвитку туристично привабливих (“гарних”) міст України;
- визначити проблеми й бар’єри формування “гарних міст”;
- окреслити перспективи та інноваційні напрями розвитку сталого міського туризму в Україні;

Об’єктом дослідження є процес розвитку туристично привабливих міст України.

Предметом дослідження є концепція «гарних міст» як інноваційна модель сталого міського туризму.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використані наступні методи:

- узагальнення: використано для вивчення та систематизації нормативно-правової бази, яка регулює функціонування туристичної галузі в Україні;
- системний аналіз: використано при оцінці туристичної привабливості українських міст;
- аналітичний та структурно-логічний аналіз: застосовано при розробці перспектив формування та розвитку «гарних міст» як інноваційного напрямку сталого туризму України.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи - 84 сторінок, 5 таблиць, 20 рисунків, список використаних джерел з 69 найменувань.

В першому розділі розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження концепції «гарних міст» у туризмі.

В другому розділі досліджено аналіз сучасного стану розвитку «гарних міст» в Україні як туристичного феномену.

У третьому розділі було розглянуто перспективи формування та розвитку «гарних міст» як інноваційного напрямку сталого туризму України.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «ГАРНИХ МІСТ» У ТУРИЗМІ

1.1. Сутність поняття «гарне місто» та його еволюція у світовій і вітчизняній науковій думці

Поняття «гарне місто» має глибоке коріння у світовій урбаністичній думці. Його витoki сягають руху «City Beautiful», що сформувався у США наприкінці XIX — на початку XX століття. Основною ідеєю цього руху було створення гармонійних, естетично привабливих і функціонально зручних міських просторів, які б надихали мешканців та сприяли розвитку громадянської культури [6].

У сучасному контексті «гарне місто» — це не лише про архітектурну красу, а й про сталий, безпечний і дружній до людини міський простір, у якому гармонійно поєднуються природа, культура, технології та комфортне життя (рис. 1.1).

Науковці визначають кілька ключових ознак «гарного міста» [4, с.34]:

- естетична узгодженість архітектурного середовища;
- наявність публічних просторів і зелених зон;
- екологічна збалансованість;
- соціальна інклюзивність і доступність;
- розвиток креативних і культурних практик.

В українських умовах поняття «гарного міста» часто пов'язують із категоріями туристичної привабливості, культурної спадщини та урбаністичної ідентичності. Українські дослідники (зокрема, урбаністи, архітектори, спеціалісти з туризму) розглядають його як інтегральну характеристику міського середовища, де краса поєднується з комфортом, а історія — з інноваціями.



Рисунок 1.1. Гарне місто

Джерело [сформовано автором самостійно].

Отже, «гарне місто» — це не просто візуально привабливий простір, а система, що сприяє розвитку туризму, економіки та якості життя громадян, ґрунтуючись на принципах сталого розвитку.

Інкременталізм – це метод роботи з поступовими змінами, котрі залучають людей у дискусію та споглядають за впливом проведених змін [69].

Змиритися з практикою поступових змін у наших містах – нелегке завдання. Люди звикли до патерналістської практики, коли їм вказують, як

творити та як жити. Цей складний період майже повністю викоринив нашу повагу до простору та турботу про нього. Ми всі чули зневажливі слова: «Мій дім – це таємниця; я нічого не знаю». [19].

Це руйнування ідентичності, безумовно, не оминуло наших міст, оскільки генеральний план, який чітко розміщує кожен будинок і кожную вулицю, якщо не кожне дерево, на своєму місці, лише демонструє цінність колонізатора для нашого довкілля. А якби це було простіше, це звучало б приблизно так: «Товариші, не хвилюйтеся про своє довкілля (ідентичність), завершіть зміни на заводі та рухайтесь далі від цих думок». Такі зміни та трансформації міста, ретельно змодельовані в моделях та візуалізаціях, відображають ініціативу в усій її досконалості. Такі візуалізації, фактично, передають повідомлення про те, що її краще залишити недоторканою. В результаті самі пропозиції дематеріалізуються; громада не може оцінити, як вони будуть функціонувати в реальності, або чи будуть вони відображені в подальшому досвіді громади. [23].

Одну з цитат Кевіна Лінча, американського міського планувальника, можна навести як аргумент на користь поступових змін: «У міському плануванні не існує фінального результату, є тільки безперервна послідовність фаз. Не дивно, що мистецтво формування міст заради задоволення духовності та чуттєвості, це мистецтво, котре дуже відрізняється від архітектури, музики чи літератури».

Лінч говорить про те, що наші міста неможливо створити раз і назавжди — вони постійно трансформуються. Саме тому не варто намагатися створити єдиний план для розвитку та змін у місті. Тоді ви запитаете: якщо не планувати райони, парки та інше, то що далі?

— Люди. У першу чергу будуть люди [69].

Інкременталізм, за визначенням, — це поступове впровадження змін до проєкту з метою досягнення значного прогресу. Саме звідси походить ідея залучення людей до дискусій та роздумів про місто — вони стануть рушійними силами змін, агентами трансформації, які формуватимуть майбутнє міського

простору. Мешканці найкраще знають, як має виглядати їхній простір. Важливо не грати в демократичну гру, а не лише слухати мешканців, а й надавати рекомендації та приклади, спираючись на знання міських та культурних спільнот, які повинні взаємодіяти та обговорювати актуальні питання. [36, с.62].

Щоб дослідити ідею успадкування людської свідомості та її включення в міське планування, знову звернемося до Кевіна Лінча. Він стверджує, що гарне місто – це те, яке підтримує безперервність складної екології, одночасно допускаючи поступові зміни. Тобто, це складна та стабільна система, яка постійно розвивається. Лінч також зазначає, що фундаментальним благом міста є постійний розвиток окремої людини або невеликої групи та її культури: процес становлення дедалі складнішим, взаємопов'язаним та компетентним.

Основними цінностями такого міста є набуття та реалізація нових здібностей — інтелектуальних, емоційних та фізичних. Це означає, що міське середовище має не лише підтримувати існуючі соціальні та культурні структури, а й створювати умови для їх подальшого розвитку. Місто має адаптуватися до змін, одночасно зберігаючи свою ідентичність, сприяючи розвитку людського потенціалу та покращуючи якість життя. Для цього процесу мешканці стають співтворцями простору, активно формуючи його відповідно до своїх потреб та цінностей [36, с.63].

Наші простори стануть втіленням нашої віри в майбутнє свідомості громадян наступних поколінь. Якщо Лесь Курбас зазначав, що театр повинен бути таким, яким суспільство має стати завтра, то ми розвиваємо цю ідею, стверджуючи, що міський простір має відображати образ суспільства майбутнього. У зв'язку з цим головну роль у розвитку міст повинні відігравати самі громадяни, а не директиви згори. Лише таким шляхом можливо створити суспільство, яке здатне до самовдосконалення, усвідомлення та постійного розвитку.

Інкременталізм, на смак, трохи дивний, багатьом людям буде складно уявити цю ідею покрокових змін після патерналістичних практик [69].

Інкрементальна імплементація — це покрокові зміни, де громада та професіонали спільно спостерігають, як різні погляди на середовище формують міський простір, наприклад, вулицю (рис. 1.2).

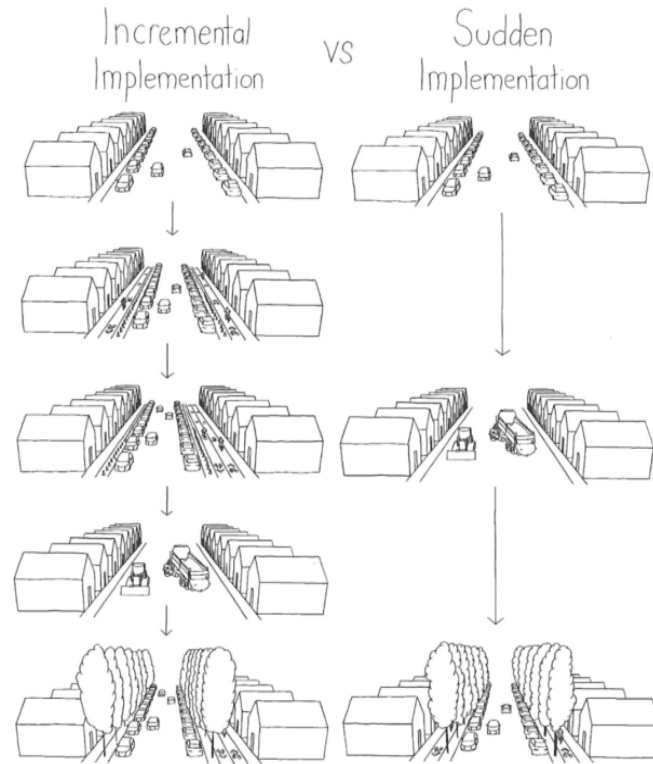


Рисунок 1.2. Інкрементальна імплементація

Джерело [69].

Зліва наведено приклад інкрементального підходу: місто тимчасово використало конуси та фарбу, щоб позначити велодоріжки та розташування дерев. Таким чином, воно спостерігало за використанням цього простору та вносило корективи, перш ніж робити значні фінансові вкладення в перепланування. Ця методика дозволяє швидко та бюджетно створювати прототипи, тестувати рішення і поступово їх удосконалювати, залишаючи простір для змін на етапі фіналізації проєкту. Таке поступове впровадження дозволяє уникати радикальних змін на старті, натомість забезпечуючи еволюційний підхід до розвитку простору, заснований на реальному досвіді його користувачів. [69].

Спочатку здійснюються невеликі зміни — встановлення тимчасових об'єктів, корекція транспортного руху, облаштування нових зон відпочинку або озеленення територій. Далі проводиться аналіз, щоб зрозуміти, як ці зміни сприймаються людьми, чи підвищують вони комфорт, безпеку та зручність пересування. Якщо результати виявляються позитивними, ці ініціативи закріплюються або розширюються. Наприклад, тимчасовий майданчик може перетворитися на постійний сквер, а випробувана модель організації руху може стати основою для реконструкції певної вулиці.

Такий поступовий підхід створює динамічний процес розвитку міста, коли рішення не спускаються згори, а формуються у співпраці мешканців, урбаністів, архітекторів і місцевої влади. У підсумку виникає міський простір, який відповідає потребам громади, гнучко реагує на зміни та підвищує якість життя жителів.



Рисунок 1.3. Встановлення тимчасових конусів

Джерело [69].

У Львові вирішили скоротити шлях через пішохідний перехід з метою підвищення безпеки. Замість очікування фінансування для комплексної перебудови вулиці, міська рада тимчасово розмістила конуси, щоб перевірити ефективність такого планування в реальних умовах. (рис. 1.3).

Такий підхід називають тактичним урбанізмом — це коли місто випробовує зміни за допомогою невеликих, недорогих і швидких рішень, перш ніж переходити до масштабної реконструкції. [69].

Проведений аналіз транспортного руху та поведінки пішоходів показав, що нова конфігурація переходу дійсно підвищила рівень безпеки: пішоходи стали перетинати вулицю в спеціально призначеному місці, а водії зменшили швидкість. З огляду на позитивні результати тимчасові рішення поступово трансформуються у постійні елементи міського простору — звужується проїжджа частина, облаштовуються островці безпеки, висаджуються зелені насадження.

Такий підхід дозволяє зекономити кошти, зосереджуючись на реальних потребах мешканців, а також формувати безпечніше та зручніше середовище без тривалих бюрократичних процедур. Подібні експерименти з «швидкими» змінами реалізуються й в інших містах України, таких як Київ, Вінниця та Івано-Франківськ. Завдяки тимчасовим заходам там вдалося знизити аварійність і зробити простір більш орієнтованим на комфорт людей.

Річард Сеннет у своїй книзі «Будувати і Жити: Етика міст» також звертає увагу на питання профілювання будівель. Він зазначає, що архітектурні споруди минулого часто вирізнялися багатофункціональністю, дозволяючи адаптуватися до потреб середовища. У протиположності цьому сучасна архітектура здебільшого орієнтована на виконання однієї визначеної функції, що суттєво обмежує її гнучкість та здатність до змін у міському ландшафті [69].

Постає питання: що станеться з офісами, паркінгами чи торговими центрами, коли вони втратять свою актуальність? У таких умовах важливо не просто зносити застарілі будівлі, які більше не відповідають сучасним стандартам, а здійснювати їх поступову модернізацію. Особливо це стосується

споруд у старих міських районах, які вже пройшли через зміни власників і набули різноманітних функцій упродовж свого існування. (рис. 1.4).

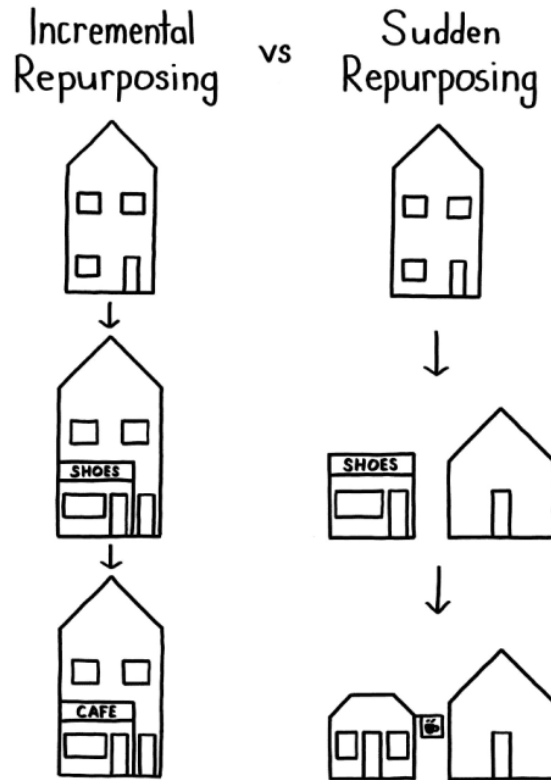


Рисунок 1.4. Перепрофілювання будівель

Джерело [69].

Перепрофілювання сприяє збереженню ресурсів, покращенню екологічної ситуації та запобіганню занедбаності міських територій, що тісно пов'язане з ідеями Лінча. Завдяки цьому ми не лише підтримуємо, але й стимулюємо обговорення в суспільстві, одночасно зберігаючи створені культурні надбання. Поступові зміни дозволяють орієнтувати міське планування на реальні потреби мешканців, а не на застарілі патерналістичні моделі. Адже краще разом із жителями вирішувати, де потрібна лавка, ніж діяти без їх участі. Надання громадам можливості брати участь у створенні власного середовища трансформує місто у живий, динамічний простір — «гарне місто», яке не просто існує, а постійно адаптується до своїх людей.

Воно стає живим організмом, що змінюється, реагує та розвивається, а не застиглим планом із кресленням у руках проєктувальників. Це концепція чогось усвідомленого й органічного — те, про що писав Лінч [69].

Інкрементальний підхід до формування нашого простору, спрямований на його захист, розвиток культури та популяризацію усвідомлення себе і свого середовища, дає українським містам змогу повернути автономність і дух співтворчості, відновлюючи гармонійний зв'язок між простором і суспільством.

1.2. Теоретичні підходи до вивчення взаємозв'язку між естетикою міського простору та туристичною привабливістю

Естетика міського середовища є одним із ключових чинників, що формує емоційне сприйняття міста туристом і впливає на його рішення щодо вибору дестинації. Краса міста — це не лише архітектурна довершеність або наявність історичних пам'яток, а й гармонія між простором, природним середовищем і людиною. Візуальне сприйняття урбаністичного ландшафту створює перше враження, яке часто визначає ставлення туриста до міста в цілому.

У наукових дослідженнях естетика міського простору розглядається як комплексна категорія, що поєднує архітектурну, культурну, екологічну та психологічну складові. Вона формує особливу «атмосферу місця» (*genius loci*), яка є одним із найсильніших мотивів подорожей [24, с.45].

За Г. Зіммелем і К. Лінчем, сприйняття міста ґрунтується на поєднанні візуального впорядкування простору (чіткість вулиць, співмірність будівель, симетрія чи контраст) та емоційної наповненості — почуття затишку, безпеки, натхнення. Саме цей баланс створює феномен «естетичного задоволення» від перебування у місті, що є рушійною силою туристичного потоку [57].

Естетичний досвід туриста пов'язаний також із культурною ідентичністю міста. Мандрівники прагнуть не лише побачити гарні об'єкти, а

й відчути дух місця — його історію, традиції, архітектурні стилі, характер мешканців. Тому естетика міського простору стає медіатором між культурою та туризмом, формуючи позитивний імідж і стійкий інтерес до відвідування.

У науковій літературі виокремлюють кілька підходів, які пояснюють, як саме краса міста впливає на його туристичний потенціал [27] (табл. 1.1):

1. Візуально-естетичний підхід. Цей підхід базується на сприйнятті міського простору як естетичного об'єкта, що створює візуальне задоволення.

Він включає оцінку:

- архітектурної композиції та гармонійності форм;
- колористики будівель і громадських просторів;
- просторової організації ландшафту (парки, набережні, вуличні ансамблі);
- освітлення, оздоблення фасадів, візуальних домінант.



Рисунок 1.5. Львів - образ «старого європейського міста»

Джерело [27].

Згідно з К. Лінчем, естетично привабливі міста мають читабельну структуру (зрозумілу для сприйняття), що полегшує орієнтацію туриста та сприяє позитивному емоційному досвіду.

Прикладом є Львів, де візуальна гармонія історичного центру, кольорова палітра та реставраційна політика створюють унікальний образ «старого європейського міста» (рис. 1.5).

2. Соціокультурний підхід. Цей підхід трактує місто як культурний текст, де кожна вулиця, будинок чи площа є носієм історії та ідентичності. Краса міста розглядається не лише у фізичному вимірі, а як втілення духовних і культурних цінностей.

Соціокультурний підхід базується на тому, що естетика є способом комунікації — через архітектуру, традиції, події, мистецтво в публічному просторі. Турист, перебуваючи у місті, сприймає його як символічний простір, де відбувається взаємодія між минулим і сучасним [60].

Кожна вулиця, площа чи архітектурний ансамбль постає втіленням історичних процесів, які формували міську спільноту.

Старі квартали, сакральна архітектура, колишні промислові зони, модерністські будівлі — усе це створює «шари пам'яті», які турист може прочитувати як культурний текст.

За соціокультурним підходом, естетика міського простору є результатом взаємодії:

- поколінь мешканців;
- культурних традицій;
- соціальних практик;
- цінностей, які зберігає міська громада.

Тому візуальна привабливість не існує окремо від атмосфери міста, локальної культури, гостинності та стилю життя городян [9, с.68].

У цьому контексті естетика не обмежується зовнішньою красою — вона відображає ментальність і характер місцевої спільноти.

Яскравим прикладом є Чернівці, де архітектурна спадщина австро-угорського періоду створює неповторну атмосферу «маленького Відня» і є центральним елементом туристичного бренду міста [51] (рис .1.6).



Рисунок 1.6. Чернівці - атмосфера «маленького Відня»

Джерело [51].

3. Екологічний підхід. Екологічний аспект естетики зосереджується на гармонії між містом і природним середовищем. Туристи дедалі частіше обирають DESTИНАЦІЇ, де можна поєднати культурний досвід із відпочинком у зелених, екологічно чистих локаціях.

Краса природних елементів — парків, водойм, зелених насаджень — стає естетичною складовою міського середовища.

Так, у Вінниці велика увага приділяється озелененню, догляду за набережною Південного Бугу, створенню велоінфраструктури — це формує образ «чистого, гармонійного міста», що приваблює туристів як комфортне місце для життя і подорожей [54] (рис. 1.7).



Рисунок 1.7. Вінниця - образ «чистого, гармонійного міста»

Джерело [54].

У світовій практиці прикладами екологічної естетики є Копенгаген, Відень, Цюрих, де природне середовище інтегроване у структуру міста, а туризм розвивається на принципах «green city».

4. Маркетинговий підхід. У межах цього підходу естетичні характеристики міста розглядаються як ресурс туристичного бренду. Краса стає інструментом просування – естетично привабливі простори, панорами, архітектурні символи активно використовуються в рекламі, сувенірній

продукції, відео- та фотоконтенті. Завдяки цьому формується візуальна ідентичність міста, що підсилює його конкурентоспроможність на туристичному ринку.

Прикладом є Одеса, де бренд міста побудований на поєднанні архітектурного шарму, гумору та морської романтики; або Київ, який розвиває імідж «міста на семи пагорбах» із мальовничими краєвидами та духовною глибиною [18, с.19].

Таблиця 1.1.

Підходи до розуміння впливу краси міста на туристичний потенціал

№	Підхід	Сутність підходу	Як впливає на туристичний потенціал
1	Візуально-естетичний	Краса міста сприймається через архітектуру, гармонію простору, благоустрій, освітлення, чистоту та доглянутість.	Формує перше враження туриста, підвищує привабливість міських локацій, сприяє позитивним емоціям і бажанню повернутися.
2	Соціокультурний	Краса міста відображає його історію, культуру, традиції, цінності громади та локальну ідентичність.	Туристи прагнуть відчувати “душу міста”, пізнати його культуру, що підсилює інтерес до екскурсій, фестивалів, музеїв, автентичних просторів.
3	Екологічний	Гармонія природного і міського середовища, наявність зелених зон, чистого повітря, води, комфортного мікроклімату.	Створює відчуття комфорту і безпеки, приваблює туристів, які цінують сталий розвиток, екотуризм і здорове середовище.
4	Маркетинговий	Краса міста використовується як елемент брендингу, у візуальній айдентиці, рекламі, туристичних кампаніях.	Підвищує впізнаваність міста, формує його позитивний образ у медіа, стимулює потік туристів та інвестицій.

Джерело [18, с.20].

Аналіз показує, що наведені підходи взаємодоповнюють один одного. Візуально-естетичний підхід забезпечує емоційну привабливість, соціокультурний — ідентичність, екологічний — комфорт і сталість, а маркетинговий — визнання і популяризацію.

Таким чином, естетика міського простору є мультидисциплінарною категорією, яка охоплює архітектуру, дизайн, культуру, екологію та економіку. Вона створює передумови для формування сталого туристичного розвитку, оскільки стимулює інвестиції, покращує імідж міста і підвищує якість життя його мешканців.

Досвід міст, таких як Львів, Чернівці, Ужгород, Кам'янець-Подільський, підтверджує: системна робота над естетикою простору сприяє зростанню туристичних потоків, розвитку готельно-ресторанної сфери, появі культурних подій та зміцненню бренду міста.

Естетика міського простору — це не лише візуальна привабливість, а стратегічний чинник туристичного розвитку. Гарне місто формує позитивні емоції, забезпечує комфорт перебування, створює впізнаваний бренд і сприяє сталому зростанню туристичної галузі. Тому сучасна урбаністика та туризм мають розглядати естетику не як декоративний елемент, а як інструмент формування культурної й економічної цінності міста.

1.3. Концепція сталого розвитку та її інтеграція у сферу туризму

На сучасному етапі розвитку, людство використовує таку кількість ресурсів, що для подальшого існування в найближчому майбутньому нам потрібно 2,6 такої планети як наша Земля.



Рисунок 1.8. Найближче майбутнє

Джерело [24, с. 89].

Сталий розвиток (sustainable development – англ.) розвиток, що дозволяє задовольнити потреби сучасного покоління без шкоди для майбутніх поколінь.

Переклад поняття sustainable development на українську мову має декілька варіантів (наприклад, стійкий розвиток). Але термін сталий розвиток є офіційно визнаним в Україні відповідником англійського терміна. Багато українських науковців, освітян, експертів застосовують також термін збалансований розвиток як такий, що більше відповідає суттєвості розвитку як процесу змін з утриманням еколого-економічного та соціального балансу [45].



Рисунок 1.9. Основа сталого розвитку

Джерело [сформовано автором самостійно].

Основою сталого розвитку є економічні та екологічні інтереси суспільства. Порушення рівноваги між ними впливає на погіршення якості життя (рис.1.9).

Сталий розвиток передбачає вирівнювання рівня якості життя населення різних країн та його подальше зростання. Бідним країнам треба наздоганяти багатих. Але поліпшення якості життя повинно спиратися на нові досягнення науки. Сучасні умови вимагають від всіх скорочувати споживання ресурсів, переходити на інші види матеріалів та джерел енергії, впроваджувати прогресивні ресурсонемісткі безвідходні технології, зменшуючи навантаження на довкілля та здоров'я людини [29] (рис. 1.10).



Рисунок 1.10. Структура світового енергоспоживання

Джерело [сформовано автором самостійно].

Сталий розвиток — це глобальна парадигма, що передбачає збалансоване поєднання економічних, соціальних та екологічних інтересів суспільства. У туризмі цей підхід означає раціональне використання ресурсів, збереження культурної спадщини та мінімізацію негативного впливу на довкілля (рис. 1.11).

Туризм повинен розвиватись так, щоб приносити користь місцевому населенню, посилювати економіку приймаючої країни, створювати додаткові робочі місця. Туристична індустрія має великий потенціал, який дозволяє

внести конструктивний вклад у стійкий розвиток країн та регіонів, сприяти досягненню екологічної та соціальної стійкості [24, с. 90].



Рисунок 1.11. Концепція «гарного міста» зі стратегією сталого розвитку

Джерело [24, с. 91].

Інтеграція принципів сталого розвитку у міський туризм відбувається через:

- екологізацію транспортної та готельної інфраструктури;
- збереження історичних ареалів;
- розвиток пішохідних і велосипедних маршрутів;
- участь місцевих громад у плануванні туристичного простору.

Світова практика показує, що міста, які впроваджують принципи сталого розвитку (наприклад, Копенгаген, Барселона, Відень), стають одночасно комфортними для мешканців і привабливими для туристів [44].

Для України поєднання концепції «гарного міста» зі стратегією сталого розвитку може стати основою для формування нової моделі міського туризму, орієнтованої на якість, естетику та відповідальність.

Сталий розвиток туризму - це свідомо підтримуваний розвиток, в силу чого зростає роль держави, оскільки тільки вона здатна розробити стратегічну основу планування розвитку індустрії туризму [2, с. 70].

Доцільність переходу до реалізації стратегії сталого розвитку України визначається як внутрішніми чинниками, так і зовнішніми, що пов'язані з євроінтеграційними прагненнями України та необхідністю виконання міжнародних зобов'язань України. На тлі загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, загальносвітової тенденції до посилення ролі держав у забезпеченні сталого розвитку туризму, вітчизняний національний туристичний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним. Як наслідок, сфера туризму і курортів у державі не спроможна забезпечити повноцінного виконання економічних, соціальних і гуманітарних функцій, не сприяє збереженню довкілля та культурної спадщини, створенню робочих місць, збільшенню питомої ваги сфери послуг у структурі ВВП [24, с. 75].

Умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є [8]:

- забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;
- концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;

- створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;
- удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;
- сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;
- удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;
- запровадження інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);
- розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;
- популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;
- розвиток туристичних територій.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є [35, с. 55]:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;
- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми

рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів. Основні завдання Стратегії подано у таблицю 1.2.

Таблиця 1.2.

Основні завдання Стратегії

№	Завдання	Зміст і мета реалізації
1	Підтримка розвитку туристичної індустрії	Реалізація комплексу заходів для стимулювання зростання туристичного сектору, залучення інвестицій, створення сприятливого бізнес-клімату в галузі туризму та курортів.

Продовження таблиці 1.2.

2	Міжгалузева координація та міжрегіональна кооперація	Забезпечення узгодженої роботи між різними сферами економіки та регіонами для ефективного використання туристичних ресурсів і оптимізації бюджетних витрат.
3	Об'єднання зусиль держави, бізнесу та громади	Формування партнерства між органами влади, туристичним бізнесом і громадськістю для просування України на світовому туристичному ринку та створення позитивного іміджу країни.
4	Гармонізація законодавства з європейськими нормами	Удосконалення нормативно-правової бази, приведення її у відповідність до європейських стандартів та стратегічних документів державного розвитку.

Джерело [35, с. 60].

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових [33, с. 23]:

- галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), а саме:
 - туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);
 - послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);
 - транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);
 - туристичні інформаційні центри;
 - музеї та галереї;
 - театри, арени, клуби;
 - конгрес-холи і конференц-центри;
 - заклади громадського харчування;
 - спортивні арени;
 - торгові центри, магазини, сувенірні лавки;
 - ІТ-компанії;

- страхові компанії;
- медіа-компанії;
 - територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), а саме:
 - північ, південь, схід, захід, центр;
 - області;
 - райони;
 - територіальні громади;
 - курорти;
 - туристичні території;
 - секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:
 - міський туризм;
 - екологічний (зелений);
 - етнічний;
 - сільський;
 - культурно-пізнавальний;
 - подієвий;
 - медичний, лікувально-оздоровчий;
 - гастрономічний;
 - релігійний;
 - гірський, спортивний, велосипедний;
 - пригодницький та активний;
 - науковий та освітній;
 - круїзний та яхтовий;
 - шопінг та розважальний туризм;
 - інші пріоритетні види туризму.

Реалізація Стратегії дасть змогу підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів; підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів; створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості; створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ «ГАРНИХ МІСТ» В УКРАЇНІ ЯК ТУРИСТИЧНОГО ФЕНОМЕНУ

2.1. Сучасні тенденції урбаністичного та туристичного розвитку українських міст

У XXI столітті туризм став однією з найдинамічніших галузей економіки України. Після 2014 року, попри політичні та економічні виклики, українські міста почали активніше розвивати внутрішній туризм, акцентуючи увагу на культурних подіях, архітектурній спадщині та створенні привабливого міського середовища [12, с. 65].

Серед головних тенденцій сучасного розвитку можна виокремити [18, с. 19]:

- урбаністичну реформацію — переосмислення ролі громадських просторів, впровадження концепцій «людиноцентричного» міста (на прикладі Львова, Вінниці, Тернополя, Івано-Франківська);
- розвиток креативного туризму — поєднання традиційних туристичних маршрутів із арт-проектами, фестивалями, майстер-класами, локальною гастрономією;
- цифровізацію туристичних послуг — створення онлайн-гідів, інтерактивних карт, систем бронювання екскурсій;
- зростання екологічної свідомості — запровадження зелених зон, велоінфраструктури, утилізації відходів у туристичних районах.

Наприклад, Львів є одним із найуспішніших прикладів поєднання історичної автентичності та сучасного сталого розвитку. Місто активно впроваджує політику «smart city» (рис. 2.1.), розвиває громадський простір, підтримує локальний бізнес і креативні ініціативи, що зміцнюють його бренд «міста з душею» [38, с. 82].



Рисунок 2.1. Проект «розумного міста»

Джерело [26].

Аналіз розвитку міста Львів у 2023–2024 роках: поєднання історичної автентичності та сталого сучасного розвитку [26]:

1. Цифровізація та «smart city».

Проект «Smart City» за участі Львівська бізнес-школа УКУ та міської ради досліджував можливості впровадження систем збору й аналізу даних (Big Data) для оптимізації міських процесів (водопостачання, енергоефективність, транспорт) у місті.

Місто стало фіналістом конкурсу European Capital of Smart Tourism 2025 за досягнення у цифровізації, сталості, доступності та збереженні культурної спадщини.

ІТ-сектор у Львові активно розвивається і є одним із драйверів міської економіки, що сприяє створенню інноваційної екосистеми.

Завдяки цифровим рішенням покращується сервісність: туристи й мешканці отримують доступ до інформації, інтерактивних карт, мобільних застосунків.

Підвищується конкурентоспроможність Львова як міста, яке поєднує історичний шар і сучасні технології — це приваблює інвесторів, бізнес і туристів.

Статус фіналіста конкурсу Smart Tourism додає іміджу — місто позиціонується як сучасне, технологічне і водночас автентичне.

2. Збереження історичної автентичності та розвиток громадського простору.

Місто активно підтримує реставрацію історичних будівель, фасадів і публічних просторів, що є частиною туристичної привабливості та місцевої ідентичності.

З ухваленням Молодіжної стратегії до 2035 року у листопаді 2024 року Львів визнав важливість залучення молоді до формування міського простору, що включає і розвиток громадських просторів, креативних ініціатив [33, с. 24].

Програми економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності міста (напр., у 2024–2025 роках) передбачають заходи з покращення благоустрою, інфраструктури, простору для бізнесу.

Збережена автентичність історичного центру — це значна складова туристичного бренду міста. Турист приходить не лише за сервісом, але за атмосферою, історією, культурою.

Розвиток громадських просторів — сквери, площі, культурні майданчики — підвищує комфорт мешканців і гостей, сприяє збільшенню часу перебування туристів (рис. 2.2).

Підтримка креативних ініціатив (реставрація, локальний бізнес, культурні події) сприяє створенню унікального міського середовища, яке відрізняє Львів від інших міст [29].

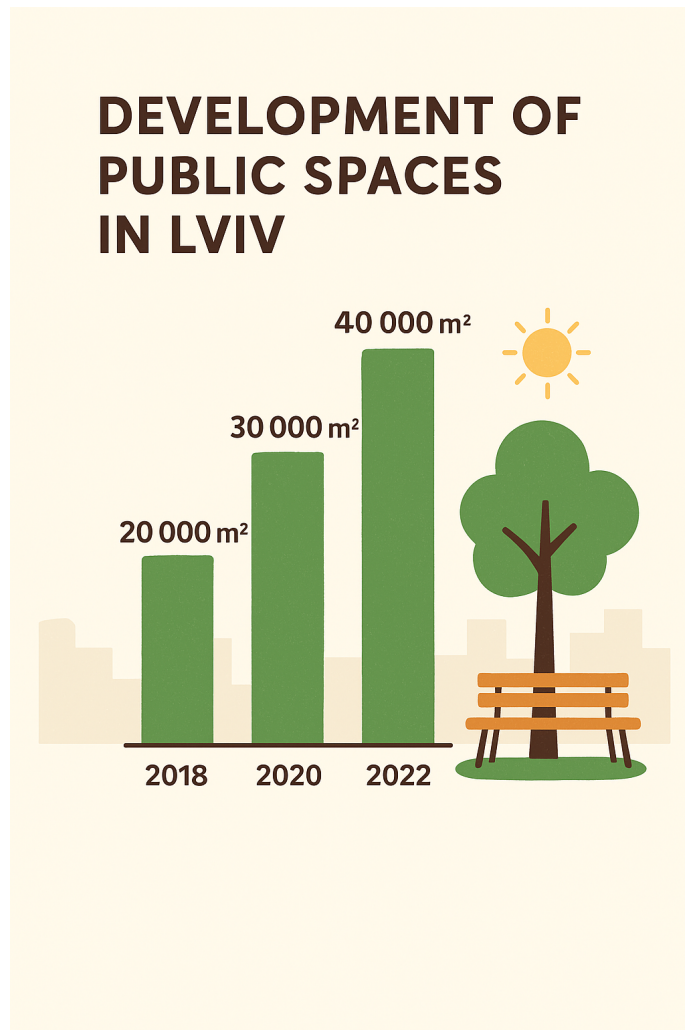


Рисунок 2.2. Розвиток громадських просторів Львова

Джерело [створено автором самотійно].

3. Підтримка локального бізнесу та креативних індустрій.

ІТ-економіка Львова має значний вплив: за даними 2025 року, цифровий сектор забезпечує до ~40 % надходжень до міського бюджету, створюючи високооплачувані робочі місця.

Інноваційні майданчики, бізнес-парки (наприклад, LvivTech.City) реалізують принципи «зеленого» будівництва, енергоефективності та сучасної інфраструктури.

Місто залучає локальний бізнес до туристичної екосистеми: кафе, готелі, крафтові продукти, культурні заходи — усе це доповнює туристичну пропозицію [29].

Підтримка креативних індустрій підсилює образ Львова як міста, де традиція зустрічається з інноваціями, що цікаво туристам і інвесторам.

Зростання локального бізнесу і IT-сектора створює додатковий попит на житло, сервіси, гастро-та культурний туризм — місто стає більш «живим» і привабливим.

Синергія між туристичною індустрією й технологічним сектором відкриває нові можливості, наприклад, цифрові тури, AR/VR-екскурсії, мобільні сервіси для гостей [10, с.89].

4. Стійкість, сталий розвиток і туристичний потенціал.

У рамках Smart City один із фокусів — енергоефективність, оптимізація витрат (водопостачання, електроенергія) та покращення якості міських послуг.

Проводяться форуми й заходи (наприклад, форум агломерацій у Львові у жовтні 2024) зі спільного просторового планування, мобільності, сталого розвитку регіону [68].

Важливим є бренд-туризм: фінал конкурсу Smart Tourism та зусилля міста у популяризації себе як сучасного та доступного туристичного напрямку.

Сталий розвиток підвищує привабливість для туристів, які все більше цінують екологічність, доступність і «неперевантаженість» міст.

Коли місто працює на довгострокову якість життя і туризму, це підсилює довіру гостей, повернення туристів і створення позитивного іміджу.

Бренд «Львів — сучасне, історичне, інноваційне місто» дає конкурентну перевагу серед інших українських міст і в міжнародному сприйнятті.

5. Виклики та рекомендації.

Історичний центр Львова має вузькі вулички, бруківку, складну логістику — це створює проблеми з транспортом і доступністю. Як зазначають користувачі форумів, міське середовище все ще має слабкі місця у інфраструктурі для авто, громадського транспорту.

Впровадження «розумних» рішень — складний процес, що вимагає координації служб, змін у культурі управління.

Рекомендаціями є продовжити інтеграцію цифрових сервісів у туристичну інфраструктуру: мобільні гіді, QR-маршрути, AR/VR для історичних об'єктів. Посилити розвиток інклюзивності та доступності: підходи для людей з обмеженими можливостями, громадські простори, зелена мобільність [28, с. 24].

Акцент на маркетинговій комунікації: просування бренду Львова через міжнародні платформи, участь у конкурсах, створення унікальних туристичних продуктів.

Забезпечити сталість ініціатив: історична автентичність має поєднуватися з комфортом сучасності (пішохідні зони, велоінфраструктура, громадський простір).

Львів у 2023–2024 роках демонструє успішне поєднання історичної автентичності та сучасного сталого розвитку. Місто активно просуває концепцію «smart city», розвиває цифрові рішення, підтримує локальний бізнес і креативні індустрії, зберігає унікальний історичний простір і водночас прагне до стійкості й комфорту. Для туристів це означає: більш функціональне, сучасне і привабливе місто, яке зберігає свою душу і формує імідж європейського міста з українським характером (рис. 2.3).

Графік показує поступове зростання надходжень туристичного збору, тобто відображає позитивну тенденцію в туристичній активності.

Період 2022-2023 демонструє значний крок вгору ($\sim +11\%$), після чого зростання в 2023-2024 більш помірне.

Прогноз на 2025 містить більш оптимістичну траєкторію, що вказує на підготовку або очікування більшого приросту [44].

Такий прогноз може впливати із покращення туристичних умов, маркетингових активностей, а також повернення до більшого потоку мандрівників. Зростання показника свідчить про підтримку туристичної індустрії, стабільний попит на туристичні послуги, навіть враховуючи виклики. Хоч темп приросту 2024 не дуже великий, він все ж означає, що галузь утримує активність і не втрачає динаміки.

Надходження туристичного збору Львівська область

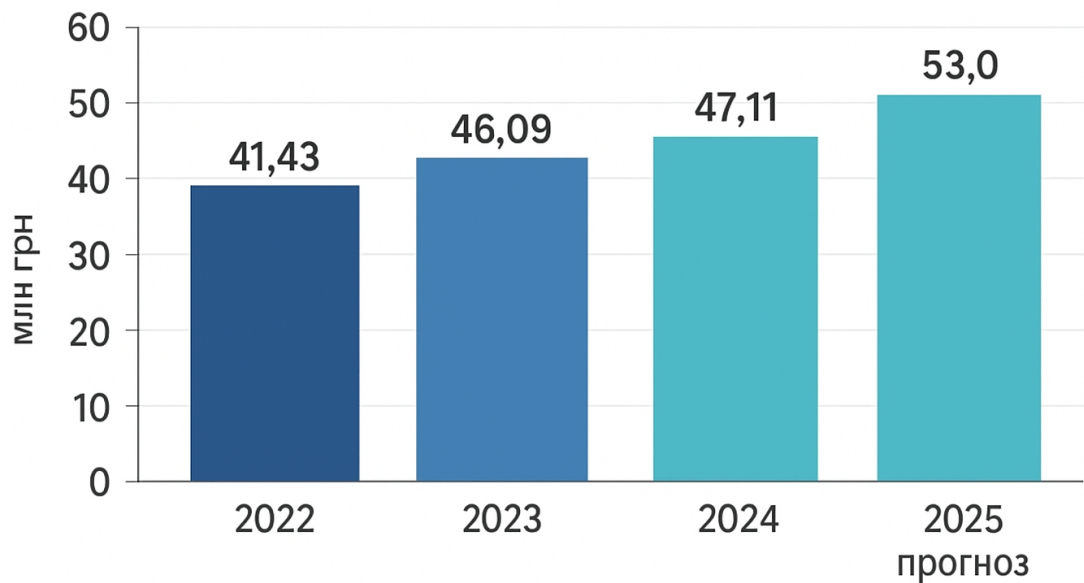


Рисунок 2.3. Надходження туристичного збору у Львівській області
Джерело [44].

Іншим прикладом є Вінниця, яка кілька років поспіль визнається одним із найкомфортніших міст України. Вона поєднує естетику урбаністичного середовища, якісний громадський транспорт і зелені зони, що підвищують туристичну привабливість регіону.

Місто затвердило програму «Зелений курс Вінниці» у межах стратегії сталого розвитку: передбачено модернізацію інфраструктури, зниження енергоспоживання, розвиток відновлюваних джерел.

Крім цього, затверджено Програма комплексного відновлення території Вінницької міської територіальної громади на 2024–2027 роки [17, с. 84].

Напрямок екології, енергоефективності, зеленої інфраструктури активно комунікується муніципалітетом. Місто оприлюднює дані та процедури для громадськості, посідає місце серед лідерів за показниками прозорості.

Затвердження програм із оновлення міських територій свідчить про фокус на комфортному міському просторі.

У 2023–2024 роки місто інтенсивно працює у напрямі створення безбар'єрного середовища. Інфраструктурні програми відновлення територій передбачають оновлення доріг, тротуарів, громадських просторів.

За 2023–2024 роки Вінниця демонструє чітку політику у напрямі сталого розвитку, озеленення, покращення міського простору та прозорого управління. Це створює міський бренд як комфортного, зеленого і сучасного міста, що підвищує її туристичну привабливість та привабливість для мешканців [17, с. 24]. Дані про приріст туристичної активності у місті Вінниці за 2024 рік у порівнянні з 2023 роком подано на рисунку 2.4.

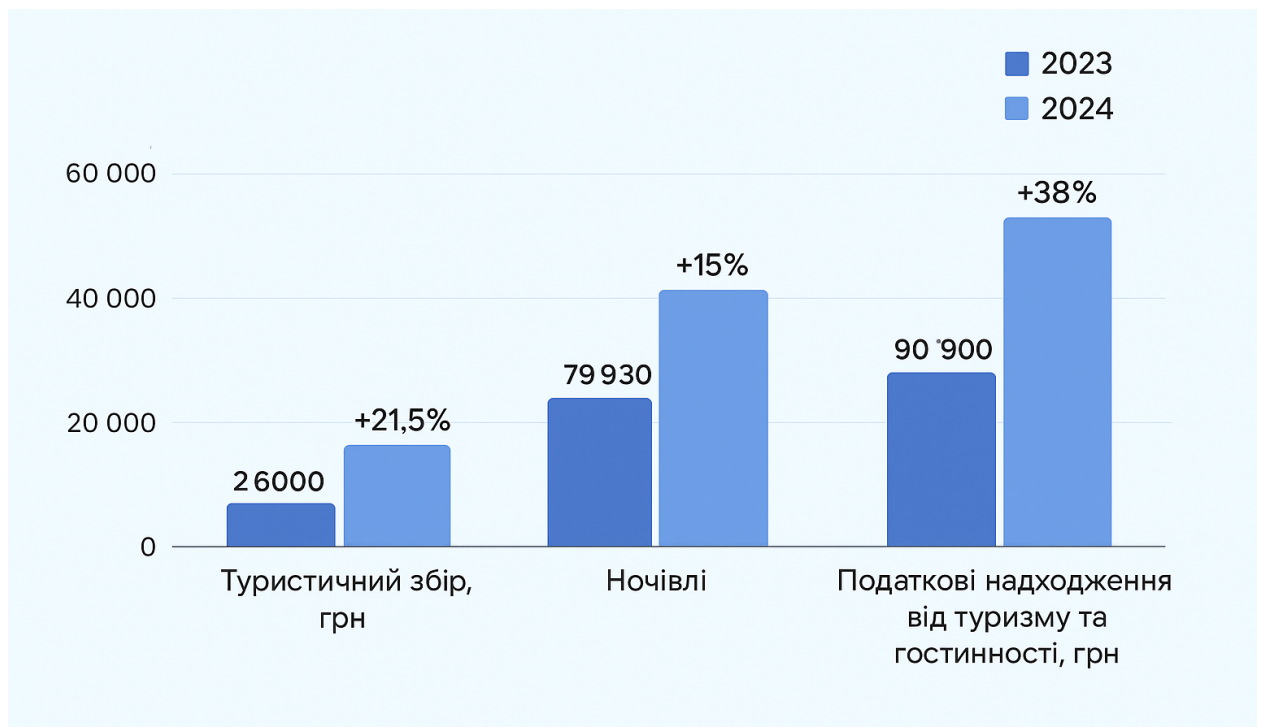


Рисунок 2.4. Приріст туристичної активності у місті Вінниці

Джерело [17, с.28].

Отже, сучасна тенденція розвитку українських міст базується на принципах естетики, зручності, екологічності та культурної відкритості, що цілком узгоджується з концепцією «гарних міст».

2.2. Оцінка туристичної привабливості українських міст за критеріями «краси» та сталості

Для оцінки туристичної привабливості українських міст можна використати інтегральний підхід, який враховує естетичні, екологічні, культурні та соціально-економічні чинники.

Критерії оцінювання туристичної привабливості міста зображені у таблиці 2.1. (Додаток)

Таблиця 2.1.

Основні критерії оцінювання туристичної привабливості міста

№	Критерій	Характеристика критерію
1	Архітектурна та історико-культурна спадщина	Відображає цінність, унікальність і збереженість пам'яток архітектури, музеїв, історичних будівель, культурних подій. Формує історичну ідентичність міста.
2	Стан міського середовища (чистота, благоустрій, озеленення)	Визначає якість міського простору — чистоту вулиць, наявність зелених зон, парків, доглянутість громадських місць, освітлення, комфорт для мешканців і туристів.
3	Рівень розвитку туристичної інфраструктури	Включає кількість і якість готелів, ресторанів, туристичних центрів, екскурсійних послуг, подієвих заходів. Впливає на комфорт і враження туристів.
4	Доступність і транспортна зручність	Оцінює легкість прибуття до міста та пересування в ньому: розвинену транспортну систему, навігацію, безбар'єрність, доступ до інформації.

Продовження таблиці 2.1.

5	Екологічна безпека	Відображає стан довкілля — чистоту повітря і води, рівень шуму, поводження з відходами, розвиток екологічних ініціатив і зелених зон.
6	Іміджевий потенціал міста у ЗМІ та соціальних мережах	Показує, як місто представлено у медіа, наскільки активно воно просувається як туристичний бренд, популярність серед користувачів соцмереж і туристичних платформ.

Джерело [38, с.82].

1. Архітектурна та історико-культурна спадщина. Цей критерій охоплює цінність і збереженість історичних будівель, пам'яток, музеїв, храмів, фортець, театрів, площ та інших об'єктів, що формують унікальне обличчя міста. Важливо, наскільки архітектура відображає історичну епоху, локальну ідентичність і культурну спадщину. Оцінюється також стан реставрації, доступність об'єктів для туристів, наявність екскурсійних маршрутів та інформаційної підтримки [28, с. 24].

Приклад: у Львові історичний центр внесено до списку ЮНЕСКО, а у Чернівцях архітектура університету стала символом міста.

2. Стан міського середовища (чистота, благоустрій, озеленення). Цей критерій відображає якість життя та естетику міського простору. Враховується чистота вулиць, стан тротуарів, освітлення, кількість зелених зон, парків, скверів. Благоустрій включає дизайн громадських просторів, догляд за квітниками, малими архітектурними формами, сучасні елементи урбаністики. Оцінюється також наявність місць для відпочинку, безбар'єрність, безпека пішоходів [31, с. 139].

Приклад: у Вінниці активно озеленюють набережну Південного Бугу, розвивають парки й громадські простори.

3. Рівень розвитку туристичної інфраструктури. Йдеться про зручності для туристів, які роблять відвідування міста комфортним і приємним. Це готелі, хостели, ресторани, кав'ярні, туристичні інформаційні центри, екскурсійні маршрути, сувенірні крамниці. Важлива якість обслуговування, ввічливість персоналу, наявність сучасних сервісів (онлайн-букінг, аудіогіди, QR-коди тощо). Також враховується наявність заходів, фестивалів, подій, які приваблюють відвідувачів [65].

Приклад: у Львові щороку відбуваються десятки гастрономічних та музичних фестивалів, що стимулюють туристичну економіку.

4. Доступність і транспортна зручність. Критерій оцінює, наскільки зручно дістатися до міста та пересуватися в ньому. Це розвинена транспортна мережа, наявність залізничного, автобусного та авіасполучення, стан доріг. Усередині міста важливі громадський транспорт, велоінфраструктура, безпечні пішохідні зони, зручна навігація. Також оцінюється інформаційна доступність — карти, покажчики, додатки для туристів.

Приклад: у Вінниці ефективно працює система електротранспорту й розвивається веломережа.

5. Екологічна безпека. Показник, що визначає, наскільки чистим і безпечним є природне та міське середовище. Враховується стан повітря, води, рівень шуму, наявність зелених насаджень, поводження з відходами, екологічна політика міста. Екологічно безпечне місто сприяє сталому туризму і підвищує комфорт перебування [4, с. 40].

Приклад: міста, які розвивають сортування сміття, зелені насадження та екомаршрути (наприклад, парки, еко-стежки), мають вищу оцінку серед туристів.

6. Іміджевий потенціал міста у ЗМІ та соціальних мережах. Цей критерій визначає, як місто позиціонується у публічному просторі, зокрема у медіа, на туристичних платформах та в соцмережах. Важливо, як часто місто згадується, які асоціації з ним мають туристи (безпека, гостинність, унікальність). Сюди

входить брендинг міста, якість його візуального образу, наявність офіційних сторінок, туристичних сайтів, промокампаній [8].

Приклад: Львів активно просуває себе як «культурну столицю України» через креативні медіа-кампанії, фотоконкурси та фестивалі.

На основі аналізу даних Державного агентства розвитку туризму, місцевих туристичних відомств і незалежних рейтингів (зокрема, «Міста України, привабливі для туризму», «Forbes Україна», «Big City Ranking») можна виокремити такі тенденції [40]:

Львів стабільно входить до трійки найпривабливіших туристичних міст України, завдяки гармонійному поєднанню архітектури, культурного життя та екологічної політики.

Чернівці мають імідж «маленького Відня», відомі своїм історичним університетом, ансамблями архітектури XIX ст. та високим рівнем збереження культурної автентичності.

Ужгород і Мукачево приваблюють туристів завдяки мальовничому ландшафту, зеленим зонам і гармонійному поєднанню природи з історичною забудовою.

Київ, як столиця, демонструє потенціал інноваційного туризму, але має проблеми з перевантаженістю центру, транспортом і забрудненням довкілля.

Івано-Франківськ та Вінниця стають прикладом міст середнього розміру, які активно впроваджують принципи «зеленого туризму» та естетичного благоустрою.

Таким чином, можна зробити висновок, що поняття «гарного міста» в Україні поступово набуває реального втілення, однак процес є нерівномірним — у західних регіонах він розвивається швидше, ніж у східних і південних.

2.3. Проблеми та бар'єри розвитку концепції «гарних міст» в Україні

Попри позитивні тенденції, формування «гарних міст» в Україні стикається з низкою об'єктивних і суб'єктивних проблем (рис. 2.5).

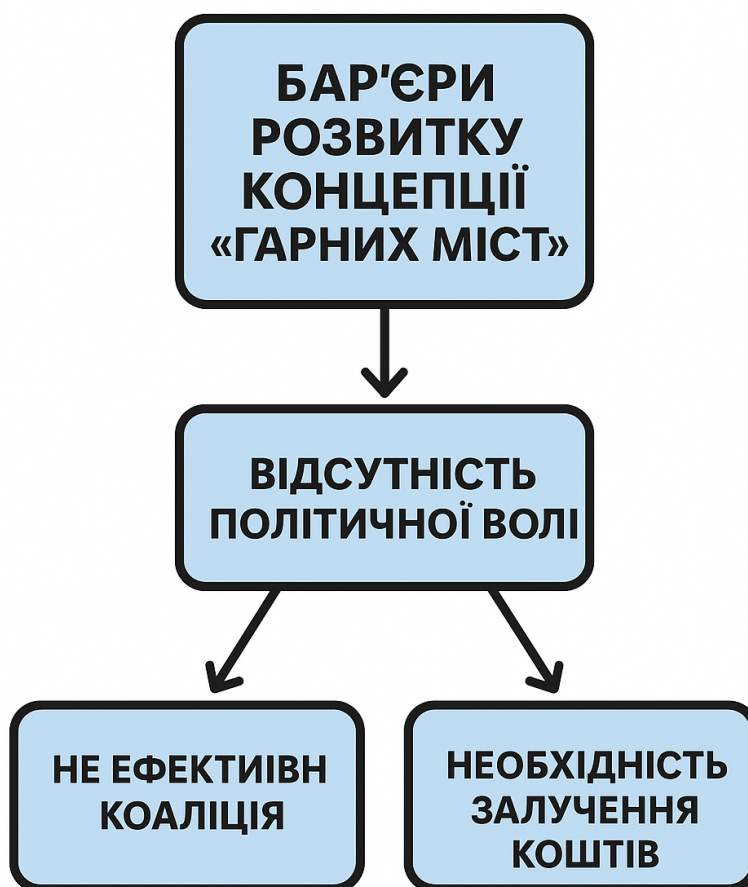


Рисунок 2.5. Бар'єри розвитку концепції «гарних міст» в Україні
Джерело [43, с.59].

До основних бар'єрів належать [43, с.59]:

1. Недостатня інтеграція сталого розвитку в муніципальні політики.

Багато міст не мають комплексних програм екологічного управління, сталого туризму чи розвитку креативних індустрій.

2. Хаотична забудова та втручання у історичні середовища.

У багатьох історичних містах (зокрема, Київ, Одеса) триває руйнування архітектурного обличчя через неконтрольоване зведення сучасних будівель.

3. Недостатній рівень туристичного брендингу.

Часто міста не мають чіткої маркетингової стратегії, не використовують потенціал візуальної ідентичності та цифрових технологій для промоції.

4. Екологічні проблеми.

Забруднення повітря, нестача зелених зон, транспортні перевантаження знижують якість туристичного досвіду.

5. Низька участь громади у прийнятті рішень.

Відсутність діалогу між владою, бізнесом і мешканцями гальмує реалізацію проектів з покращення міського середовища.



Рисунок 2.6. Приклад розвитку Личаківського парку

Джерело [37].

Незважаючи на ці проблеми, в Україні існують успішні приклади локальних ініціатив:

1. У Львові активно розвивається мережа громадських просторів (площі, дворики, парки). У 2023–2024 роках спостерігається

інтенсивний розвиток мережі громадських просторів, який став однією з ключових міських політик. Це стосується як великих площ і парків, так і «мікропросторів» — двориків, вулиць, внутрішніх кварталів, які роблять місто більш зручним, безпечним і привабливим для мешканців та туристів (рис. 2.6).

Нижче опишемо детальний опис головних напрямів і прикладів розвитку громадських просторів у Львові [37].

- Розвиток міських площ:
 - Площа Святого Теодора - проведено комплексну реконструкцію: оновлене мощення, озеленення, встановлені лавки та сучасне освітлення. Площа стала простором для сімейного відпочинку та публічних подій.
 - Площа Ярослава Осмомисла (перепланування вулиць довкола) - зменшено транзитний рух та розширено пішохідну зону. Облаштовано новий громадський простір з деревами, велодоріжками, вуличними меблями.
 - Площа Митна (післяремонтний догляд та доопрацювання) - регулярне озеленення, підтримка світлового фонтану. Простір функціонує як «ворота» до історичного центру, де часто відбуваються культурні активності.
- Реконструкція двориків та внутрішньоквартальних просторів:
 - «Дворики Ринку» та внутрішні простори у центрі - реставрація внутрішніх проходів і дворів, встановлення нових лавок, ліхтарів, озеленення. Такі дворики стають туристичними «точками цікавості», локаціями для екскурсій і мистецьких проєктів.
 - Дворики на вулицях Личаківській, Коперника, Замарстинівській - модернізація покриття, облаштування дитячих та відпочинкових зон. Мета - створити затишні простори для місцевих мешканців та мікротуризму.
- Розвиток парків та зелених зон:
 - Парк Івана Франка - відновлення зелених насаджень, модернізація освітлення, ремонт доріжок. Парк став комфортнішим для прогулянок і дозвілля студентів та туристів.

- Стрийський парк - триває поетапна реконструкція: ремонт алеї, встановлення нових лавок, освітлення. Популярна локація для сімейного відпочинку та фототуризму.

- Парк «700-річчя Львова» (масштабна реконструкція) - оновлені пішохідні маршрути, спортивні зони, дитячі майданчики, системи освітлення. Простір адаптований до потреб різних вікових груп. Зелена мережа вздовж магістральних доріг.

- Створення нових вулиць як громадських просторів [37]:

- Вулиця Бандери (приклад «людиноцентричного» підходу) - один із найвідоміших прикладів реконструкції: пріоритет для пішоходів; посадкові кишені для дерев; велодоріжка; безбар'єрні переходи. Вулиця стала значно безпечнішою і комфортнішою.

- Вулиця Шевченка (реорганізація як частини громадського простору) - додано ширші тротуари, велодоріжки, озеленення. Проєкт перетворив промисловий район на комфортне міське середовище.

- Нові концепції: мікропростори, rocket-parks:

- Останні роки у Львові активно з'являються «кишенькові парки» — невеликі затишні зелені зони у дворах і на перехрестях. Приклади: Rocket-park на вул. Пилипа Орлика, Мікропростір на вул. Городоцькій, Зелена зона на Клепарівській і Липинського. Їхня суть — створювати якісне середовище у радіусі «5-хвилинної доступності» для місцевих мешканців.

- Вплив на туристичну привабливість міста [37]:

- Розвиток громадських просторів у Львові має прямий вплив на туризм - місто стає зручнішим для прогулянок, що збільшує час перебування туристів у центрі. Зростає кількість фотогенічних локацій, популярних у соцмережах. Підвищується загальний рівень комфорту та безпеки. Створюються нові подієві майданчики для фестивалів, концертів, ярмарків.

Усе це зміцнює бренд Львова як «культурного та комфортного міста Європи».

2. У Вінниці впроваджено систему електронного врядування та участь громади у міському плануванні (рис.2.7) [54]. У 2023–2024 роках система електронного врядування та участі громади стала одним із найрозвиненіших напрямів міської політики в Україні. Місто послідовно формує модель «smart governance», де цифрові інструменти та залучення мешканців є основою ухвалення рішень. Вінниця однією з перших в Україні створила інтегровану систему цифрових міських сервісів, яка у 2023–2024 роках значно розширилась.

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

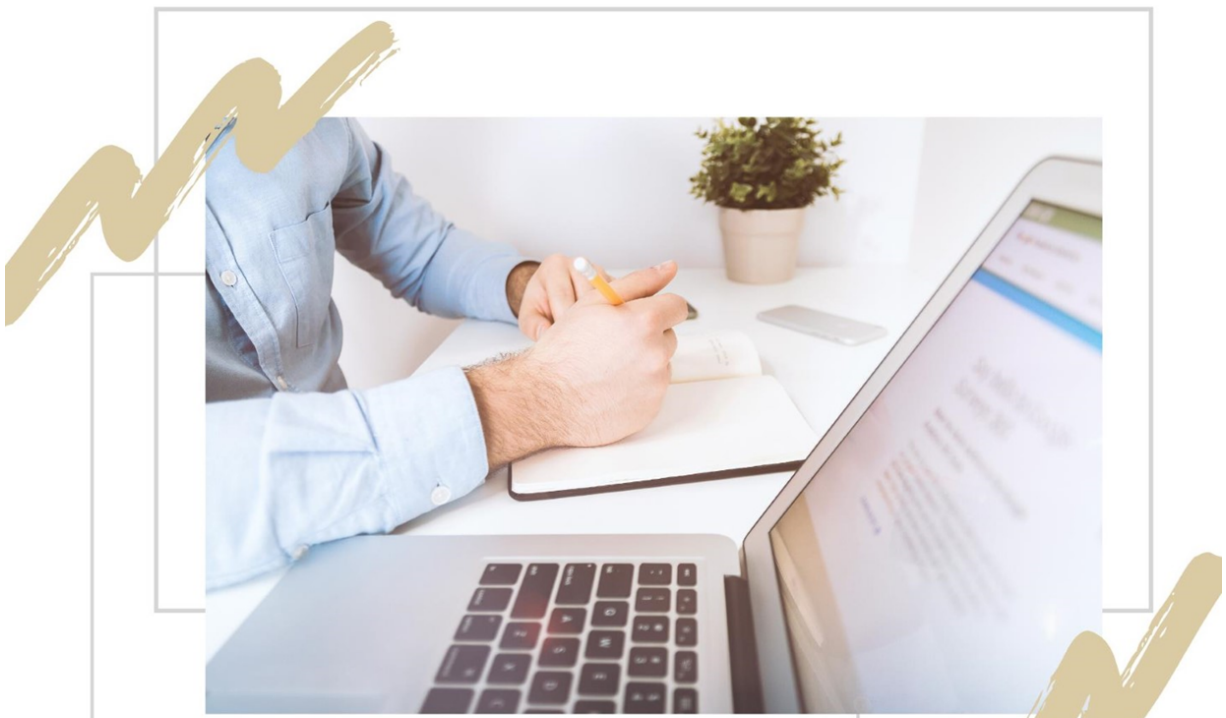


Рисунок 2.7. Система електронного врядування та участь громади у міському плануванні

Джерело [54].

- Портал «Вінниця Міська» (єдиний цифровий сервіс міста). Портал об'єднує десятки електронних послуг:
 - електронні звернення мешканців;

- онлайн-запис до ЦНАПу;
- електронні черги та кабінети;
- оплата комунальних послуг;
- електронні довідки і витяги;
- інтерактивні мапи (ремонтів, транспорту, шкіл, лікарень);
- новини та рішення міськради.

У 2023–2024 роках функціонал розширили: додано послуги цифрових документів, реєстрацію для участі у громадських проєктах, зворотний зв'язок щодо міських робіт.

- Інтеграція з «Дією» і цифровізація послуг ЦНАП. У Вінниці вже можна отримати значну частину адміністративних послуг онлайн.

Місто активно інтегрує свої сервіси з «Дія»:

- електронні документи приймаються у всіх установах;
- нові довідки доступні онлайн;
- запис до служб відбувається через електронну чергу.

Це скорочує черги, знижує корупційні ризики та підвищує якість обслуговування.

- «Розумне місто Вінниця»: інтелектуальні міські системи. У 2023–2024 роках місто впровадило або розширило [54]:

- систему «Smart Transport» — GPS-моніторинг транспорту, електронні табло, онлайн-відстеження графіка;
- цифрову систему керування вуличним освітленням;
- електронні картки вінничанина (транспорт + послуги);
- міську систему відеонагляду для безпеки.

Це частина стратегії «Вінниця — місто ідей», спрямованої на повну цифровізацію управління.

Вінниця є одним із найуспішніших прикладів в Україні щодо впровадження механізмів учасної демократії, де мешканці реально впливають на планування міського простору. У місті громадський бюджет працює стабільно й дуже активно: мешканці подають власні проєкти (парки,

майданчики, безпека, екологія); проводиться онлайн-голосування; переможці отримують фінансування з міського бюджету; у 2023–2024 роках акцент зроблено на проєкти з енергоефективності, доступності та облаштування просторів. Щороку участь у голосуванні беруть десятки тисяч мешканців.

Місто активно використовує платформу електронних петицій. Мешканці можуть: подати пропозицію; зібрати голоси онлайн; отримати офіційну відповідь та рішення міської влади. 2023–2024 роки стали рекордними за кількістю врахованих петицій щодо транспорту, озеленення, поводження з тваринами та благоустрою.

У Вінниці працює інтерактивна платформа «Відкрите місто», де проводять [33, с.24]:

- онлайн консультації з мешканцями щодо реконструкцій вулиць;
- обговорення детальних планів територій;
- презентації урбаністичних проєктів;
- збір пропозицій та коментарів.

Цей формат дозволяє мешканцям впливати на просторові рішення ще до початку будівництва.

Вінниця активно застосовує європейські підходи: воркшопи для районів міста; участь мешканців у розробці концепцій дворів, вулиць та набережної; співпраця з урбаністами та архітекторами; локальні зустрічі в мікрорайонах (пілоти на Замості, Вишеньці та Поділлі).

У 2023–2024 роках Вінниця стала взірцем міста, де: цифрові рішення спрощують комунікацію з владою; мешканці реально впливають на вигляд свого міста; прозорість та відкритість управління підвищують довіру; міське планування стає більш демократичним і сучасним. Це суттєво підвищує якість міського середовища і туристичну привабливість Вінниці, формуючи образ «міста майбутнього» в Україні [54].

3. Чернівці реалізують проєкти з реставрації історичних фасадів та благоустрою пішохідних зон. У 2023–2024 роках активно реалізують політику збереження історичної автентичності міста через

реставрацію фасадів та благоустрій пішохідних зон. Місто поступово формує образ «маленького Відня», підкреслюючи архітектурну спадщину австро-угорського періоду та створюючи комфортний простір для мешканців і туристів [51].



Рисунок 2.8. Приклад реставрації історичних фасадів у Чернівцях
Джерело [51].

- Реставрація історичних фасадів (рис. 2.8). Чернівці мають один із найцінніших архітектурних ансамблів в Україні, і саме збереження фасадів стало пріоритетом міської політики [51].

У центрі міста реставрують:

- декоративні елементи (ліпнину, колони, наличники);
- історичні кольори фасадів;
- старовинні вікна та двері;
- елементи ковки та балкони.

Деякі реставраційні проєкти реалізують у партнерстві з власниками будинків: місто покриває частину витрат (зазвичай 70–80%), мешканці — решту, що дозволяє відновити більше об'єктів за короткий час. Реставрація зосереджена на територіях з найбільшою туристичною активністю: вул. Ольги Кобилянської; площа Театральна; вулиці навколо Ратуші; площа Філармонії. Ці вулиці формують головне туристичне «ядро» міста.

У Чернівцях поступово створюють комфортні та безпечні пішохідні простори, які підсилюють атмосферу старого європейського міста. Реконструкція вулиці Ольги Кобилянської - це головна пішохідна вулиця Чернівців, яка отримала: нове покриття; стилізоване вуличне освітлення; нові лавки та декоративні елементи; покращене озеленення. Вулиця стала ще привабливішою для туристів і локальних бізнесів.

Чернівці активно рухаються до концепції «walkable city» — міста для пішоходів. Проводять: розширення тротуарів; облаштування безбар'єрних переходів; створення зон для літніх терас; обмеження транзитного автотрафіку. Це збільшує час перебування туристів у центральних локаціях і підсилює економічну активність.

Протягом 2023–2024 років створюють: нові променадами в зелених зонах; оновлені маршрути між історичними кварталами; тематичні туристичні маршрути («австрійські Чернівці», «єврейська спадщина», «культурні Чернівці»). Це робить місто більш структурованим і «читабельним» для мандрівників [39, с.125].

Реставрація та благоустрій мають великий ефект на імідж і привабливість Чернівців, оскільки повернення історичної автентичності робить місто унікальним у всій Східній Європі, пішохідні простори стимулюють малі бізнеси: кав'ярні, книгарні, магазини, відновлені фасади збільшують туристичний інтерес та естетичне сприйняття.

Комфортна інфраструктура приваблює більше туристів і сприяє розвитку подієвого туризму. Чернівці стають містом, де історична спадщина не тільки зберігається, а й працює на сучасний розвиток.

Отже, аналіз показує, що українські міста поступово переходять від декларацій до практичних кроків у напрямі створення «гарних міст», однак для сталого результату необхідне системне державне та регіональне управління, довгострокове планування і залучення громадськості.

Ключовим викликом залишається узгодженість між різними рівнями влади та інституціями, адже саме комплексне бачення дає можливість уникнути фрагментарності рішень. Міста потребують чітких стратегій, інтегрованих планів розвитку, сучасних інструментів управління простором та прозорих механізмів використання ресурсів. Важливою умовою успіху є також участь мешканців, які повинні бути не лише споживачами міських послуг, а й активними співтворцями міського середовища.

Окремої уваги заслуговує питання фінансування: реформи у сфері публічних інвестицій, впровадження цифрових систем управління та доступ до міжнародної допомоги відкривають нові можливості для модернізації міського простору. У поєднанні з розвитком локальних ініціатив це дає змогу вибудувати міста, що відповідають сучасним європейським стандартам якості життя.

У довгостроковій перспективі саме синергія державної політики, муніципального менеджменту та активності громад забезпечить створення комфортних, безпечних, екологічних і конкурентоспроможних міст, здатних гнучко реагувати на виклики сьогодення та потреби майбутніх поколінь.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ «ГАРНИХ МІСТ» ЯК ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

3.1. Основні проблеми та напрями вдосконалення міського простору в контексті сталого туризму

У сучасному світі конфлікти та воєнні події можуть негативно вплинути на туристичну індустрію країни, яка потрапила під такі умови. У військовому стані туристичний потік може значно зменшитися через обмеження на переміщення, загрозу безпеки та низку інших факторів. Проте, навіть в умовах воєнного конфлікту існують можливості для відновлення та розвитку туристичного сектору.

На сьогодні, в Україні відбуваються воєнні дії з боку РФ, що має негативний вплив на розвиток туризму. Найперше – це страх туристів відвідувати території, на яких відбуваються бойові дії, або території які є близькими до них. А також області, які піддаються постійному обстрілу шахедами, ракетами, авіабомбами та ін.

Найнебезпечнішими областями для туризму є східні, південні та частково північні області. До найбезпечніших можна віднести всю Західну Україну та частково Центральну[41].

Основними проблемами є [37]:

- зростаюча загроза терористичних актів, конфліктних ситуацій та можливість воєнних дій створюють серйозні обмеження для безпечного подорожування.
- обмеження на переміщення, зачинені кордони, введення воєнного стану та інші обмежувальні заходи можуть значно ускладнити туристичний рух та доступ до певних регіонів;

- збитки в туристичній інфраструктурі, воєнні дії можуть призвести до руйнування туристичних об'єктів, готелів, музеїв та іншої інфраструктури, що негативно впливає на привабливість країни для туристів [2];

- зменшення туристичного попиту, підвищення страху та невизначеності може призвести до різкого зменшення кількості туристів, що відвідують країну, негативно впливаючи на доходи туристичної галузі.

Вищезазначені проблеми є, справді, серйозними та потребують подальших перспектив на відновлення, потрібно виокремити основні цілі та задачі:

- відновлення інфраструктури, після припинення воєнних дій важливо відновити туристичну інфраструктуру країни, включаючи готелі, музеї, пам'ятки архітектури та інші об'єкти. Має бути організований всеукраїнський рух, який буде спрямований на відновлення зруйнованих та пошкоджених будівель;

- маркетинг та просування, необхідно проводити активну маркетингову кампанію для відновлення іміджу країни як безпечного туристичного напрямку, залучаючи як внутрішніх, так і зовнішніх туристів. Маркетингові дослідження можуть надати важливу інформацію про потреби та очікування туристів, що допоможе керівникам туристичної галузі розробити та вдосконалити інфраструктуру, таку як готелі, ресторани, транспортні мережі та інші послуги. Маркетингові стратегії дозволяють країнам та регіонам створювати унікальний імідж, який привертає увагу та запам'ятовується для потенційних туристів. Якісно розроблений імідж допомагає позиціонувати місцевість як привабливий туристичний напрямок і відрізнитися від конкурентів;

- диверсифікація туристичних пропозицій, розвиток нових туристичних продуктів та розваг для привернення різних категорій туристів, включаючи культурний, екологічний, спортивний та лікувально-оздоровчий туризм [3];

- співпраця з міжнародними партнерами, важливо розвивати співпрацю з міжнародними туристичними агентствами, туроператорами та іншими

партнерами для приваблення іноземних туристів та інвестицій. Ця співпраця може мати різні форми, включаючи обмін досвідом, ресурсами, інформацією та спільне планування та впровадження проєктів. Наприклад, співпраця з міжнародними партнерами може допомогти забезпечити збалансований розвиток туризму, захищаючи навколишнє середовище та культурні цінності.

Обмін досвідом і ресурсами у цій області дозволяє розробляти та впроваджувати сталі туристичні практики та заходи зі збереження природних і культурних ресурсів. В цілому, хоча воєнний конфлікт може суттєво ускладнити умови для розвитку туристичної галузі, проте правильні заходи та стратегії можуть допомогти відновити та розвинути туристичний сектор у майбутньому. Важливою умовою є співпраця всіх зацікавлених сторін, включаючи уряд, бізнес та міжнародні організації, для досягнення спільних цілей.

Війна в Україні суттєво вплинула не лише на туризм у країні, а й на загальну ситуацію в Європі. Повномасштабне вторгнення Росії спричинило подальше підвищення вже й так високих цін на нафту та логістичні послуги, а також збільшило рівень невизначеності серед європейців. У перші шість місяців війни це викликало серйозні перебої з подорожами по всій Східній Європі [31, с.140].

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, через війну кількість авіарейсів найбільше скоротилася у таких країнах:

- Молдова (-69%);
- Словенія (-42%);
- Латвія (-38%);
- Фінляндія (-36%);
- Чехія (-35%).

Потенційні збитки світової туристичної економіки внаслідок війни оцінюються у 14 мільярдів доларів. Водночас в Україні у 2022 році доходи від цієї галузі до державного бюджету скоротилися більш ніж на 30%.

Найбільше падіння сплати податків у перший рік повномасштабної війни зафіксували у таких сферах:

- Туристичні бази, кемпінги та дитячі табори відпочинку (-57%);
- Туристичні оператори (-35%);
- Туристичні агенції (-27%).

За даними Державного агентства розвитку туризму, найбільший приріст надходжень на рівні 46% був зафіксований у секторі діяльності пансіонатів і гуртожитків. Це пов'язано з тим, що у 2022 році їх часто використовували як тимчасове житло для переселенців, які змушені були покинути свої домівки через бойові дії. У 2023 році ситуація залишалася складною: загалом туристична галузь скоротилася на третину порівняно з початком 2022-го року. Зокрема, податкові надходження за перші три місяці 2023-го року зменшилися на 29%, а кількість компаній у сфері туризму скоротилася на 34% [15].

Попри війну, туризм в Україні адаптувався до нових реалій, змінивши свої традиційні формати. Зараз готелі все частіше приймають закордонних дипломатів, журналістів провідних видань, громадських діячів та волонтерів замість туристів із країн ЄС чи Близького Сходу. Примітно, що у 2022 році до України приїхало майже 2 мільйони іноземців, і половина з них зробила це після початку активної фази вторгнення рф.

Цікаво, що навіть активні бойові дії не завадили хасидам у 2022 році святкувати Рош га-Шана в Умані. Тоді місто прийняло 23 тисячі паломників, що значно перевищило очікування місцевої влади. Для порівняння, у період пандемії COVID-19 у 2020 році на святкування прибуло лише 2,5 тисячі осіб, а у 2021 році цей показник зріс до 30 тисяч [48].

Внутрішній туризм частково відновився, і найбільшою популярністю серед українців користуються відносно безпечні західні регіони країни. У 2023 році найбільше вибирають для відпочинку Чернівецьку, Львівську та Закарпатську області. У той же час спостерігається значне скорочення доходів у південних регіонах — на Одещині, Миколаївщині та Херсонщині [48] (рис. 3.1).

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

ДАРТ

ВІД ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ПО ОБЛАСТЯХ ЗА 1 КВАРТАЛ (2021-2023 рр.)

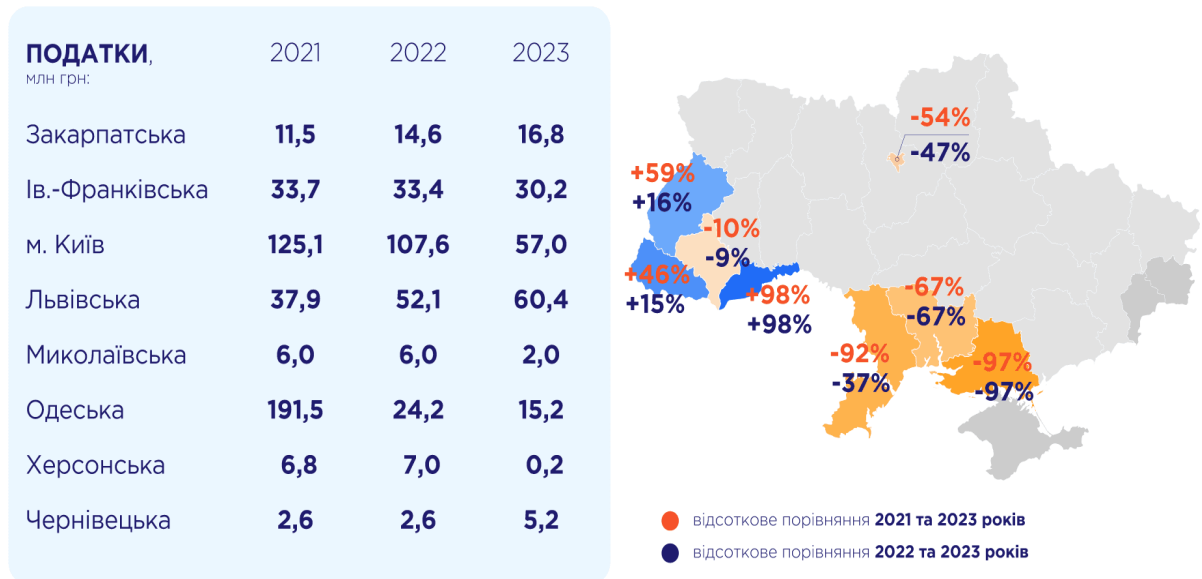


Рисунок 3.1. Аналіз динаміки податкових надходжень

Джерело [48].

За словами Антона Тараненка, голови правління «VisitUkraine.Today», у сфері відновлення туризму в Україні вже можна спостерігати певні тенденції [48]:

1. Туристи переважно обирають оздоровчий відпочинок у санаторіях та інші варіанти, що пропонують спокій і дозволяють максимально дистанціюватися від вибухів і повітряних тривог.

2. Попит на подорожі для однієї особи чи для сім'ї значно зріс, тоді як популярність групових турів знизилася.

3. Наявність електрики, водопостачання, стабільного зв'язку та облаштованих укриттів стала ключовою вимогою до готелів, хостелів та інших закладів.

Через неможливість планувати наперед у умовах повномасштабної війни українці здебільшого бронюють тури «на завтра».

Наразі серед представників туристичної галузі активно обговорюються перспективи її відновлення після війни. Катерина Артюх із «Join UP!» вважає, що найбільш оперативно зможуть відновитися ті регіони, які зазнали найменших руйнувань. У свою чергу, туризм у визволених містах матиме свої особливості: екскурсійні маршрути доведеться розробляти з урахуванням місць пам'яті та трагедій. Такі локації повинні стати складовою меморіального туризму в Україні, а будь-яке розміщення атракціонів на цих територіях має бути категорично заборонене.

З огляду на поточні тенденції, індустрія й надалі буде орієнтуватися переважно на внутрішнього туриста. Туристичні агентства пропонують українцям відпочинок у гірських місцевостях чи сільській глибинці, а також розробляють різноманітні автобусні тури для подорожей за кордоном.

Як і в багатьох інших галузях, головною проблемою для бізнесу в цій сфері залишається пошук платоспроможних клієнтів. У вирішенні цього завдання можуть допомогти сучасні маркетингові інструменти, побудовані на основі аналітики великих даних. Прикладом таких інструментів є рішення, які пропонує компанія Київстар [41].

Перший із них — портрет клієнта.

Цей інструмент дозволяє детальніше дізнатися про споживачів послуг. Наприклад, фахівці оператора аналізують базу клієнтів, скажімо, турагентства та сегментують її за такими параметрами, як вік, стать, місце проживання, інтереси тощо. Результати аналізу представлені у вигляді візуалізованого звіту, який демонструє у відсотках, хто саме найчастіше купує тури. Це дозволяє адаптувати пропозиції відповідно до потреб конкретної цільової аудиторії, що зрештою сприяє зростанню кількості клієнтів [48].

Геоаналітика.

Готелі мають можливість визначити, з яких регіонів України найчастіше приїжджають туристи до їхнього краю, використовуючи геоаналітику від Київстар. Це допомагає підприємцям формувати акційні пропозиції, враховуючи географічні особливості, а також спрямовувати зусилля на

рекламу в містах із низьким потоком гостей. Крім того, можна відкрити точки обслуговування у регіонах, де попит на послуги найбільший.

Таргетовані розсилки.

Для ефективної комунікації з існуючими та потенційними клієнтами варто використовувати таргетовані SMS- або Viber-розсилки. Вони дають змогу надсилати персоналізовані пропозиції чітко визначеним групам отримувачів. Сегментація клієнтів може ґрунтуватися на більш ніж 100 критеріях, таких як вік, стать, переважна геолокація, тип пристрою, наявність дітей чи домашніх тварин, а також інтереси, подорожі чи стиль життя [48].

Сучасні маркетингові інструменти сприяють створенню унікальних і точних пропозицій для різних сегментів цільової аудиторії, а також запуску рекламних кампаній, спрямованих на людей із найвищою ймовірністю відгуку. Такі заходи допоможуть туристичному бізнесу не лише зберегти свою діяльність, але й залучити нових клієнтів навіть в умовах викликів воєнного часу [48].

Міський простір є основним середовищем, у якому формується враження туриста про місто. Тому якість архітектури, транспортної інфраструктури, благоустрою та зелених зон безпосередньо впливає на конкурентоспроможність туристичної дестинації [42].

Сучасна стратегія розвитку «гарних міст» має ґрунтуватися на таких напрямках:

1. Екологізація міського середовища.

Необхідно впроваджувати програми енергоефективності, розширення зелених зон, створення “екостежок”, парків, скверів, вертикального озеленення. Це сприяє формуванню позитивного емоційного фону для туристів і мешканців.

2. Покращення мобільності та просторової доступності.

Розвиток велосипедної інфраструктури, пішохідних зон, безбар’єрного середовища та зручного громадського транспорту підвищує комфорт

пересування. Приклади: реконструкція набережної в Ужгороді, створення пішохідних зон у Вінниці, облаштування «зеленої вулиці» у Львові.

3. Збереження історико-культурної автентичності.

Важливо впроваджувати реставраційні програми, охорону пам'яток архітектури, гармонійне поєднання нової забудови з історичним середовищем. Цей підхід є основою «естетичної сталості» міста.

4. Підвищення якості туристичної інфраструктури.

Йдеться про розвиток готелів, кафе, культурних просторів, навігаційних систем, які відповідають міжнародним стандартам сталого туризму (екосертифікація, управління відходами, енергозбереження).

Загалом удосконалення міського простору — це не лише питання благоустрою, а й формування філософії «міста для людей», що забезпечує гармонію між комфортом, красою й екологією.

3.2. Інноваційні підходи до промоції «гарних міст» на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках

Сучасна туристична галузь зазнає динамічних змін, зумовлених глобальними викликами, серед яких вагоме місце займають технологічний прогрес, економічна нестабільність та геополітичні конфлікти. Одним із найбільших потрясінь для цього сектору стала війна в Україні, яка спричинила руйнування інфраструктури, скорочення потоків міжнародних туристів, зміну традиційних маршрутів та виникнення нових викликів для подальшого розвитку індустрії.

Однак у нинішніх кризових умовах саме інноваційні технології можуть відіграти вирішальну роль у відновленні й модернізації туризму, сприяючи його стійкому розвитку навіть у періоди нестабільності.

Туристична галузь України зазнає значних втрат через обмеження доступу до багатьох регіонів, підвищені ризики для безпеки та скорочення інвестицій. Проте навіть в умовах цих викликів сучасні цифрові технології та

інноваційні підходи відкривають нові перспективи для адаптації та відновлення галузі. Використання технологій, включаючи штучний інтелект, блокчейн, аналіз великих даних, розвиток смарт-міст, а також віртуальну і доповнену реальність, може сприяти збільшенню привабливості внутрішнього туризму, створенню унікальних туристичних продуктів та зміцненню довіри з боку міжнародних мандрівників.

Зростає актуальність вивчення ролі інноваційних технологій у сфері міжнародного туризму через необхідність адаптації до сучасних викликів, обумовлених військовими діями. З одного боку, цифрові рішення дозволяють забезпечити безпеку та сталість функціонування галузі під час кризи, а з іншого — можуть закласти основу для її динамічного розвитку в майбутньому, після завершення воєнного конфлікту [1].

Це питання набуває особливої значущості в контексті інтеграції України до Європейського Союзу. Сталий туризм, який володіє унікальним потенціалом для екологічно відповідального економічного зростання, відіграє ключову роль у реалізації цілей Європейського зеленого курсу. Як один із засобів впровадження цього курсу в європейському регіоні, сталий туризм сприяє всебічному сталому економічному розвитку, соціальній інклюзії, підвищенню рівня зайнятості, скороченню бідності, охороні довкілля, раціональному використанню ресурсів, налагодженню міжкультурних зв'язків та забезпеченню миру й безпеки [2].

Сталий розвиток туризму є важливою концепцією, яка спрямована на гармонійне поєднання економічних, соціальних та екологічних аспектів туристичної діяльності.

Дослідження Всесвітньої організації туризму (ЮНВТО) показують, що використання сучасних технологій сприяє раціональному управлінню ресурсами, а також допомагає мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище. Інноваційні підходи в сфері міжнародного туризму охоплюють запровадження цифрових рішень, таких як віртуальна і доповнена реальність, штучний інтелект, блокчейн та інші.

Завдяки цим технологіям не лише покращується якість туристичного досвіду, але й удосконалюються операційні процеси підприємств у галузі туризму. [39, с.80].

Військові конфлікти, зокрема війна в Україні, суттєво впливають на туристичну галузь, спричиняючи зниження туристичних потоків, руйнування інфраструктури та зміну споживчих пріоритетів. Дослідження Георгієвської свідчить, що війна в Україні позначилася на туристичному секторі Європи через зростання цін на нафту, ускладнення логістики та порушення традиційних туристичних маршрутів.

У цьому контексті використання інноваційних технологій може стати вирішальним чинником для забезпечення сталого розвитку та відновлення туризму в постконфліктний період. Впровадження цифрових інструментів, таких як онлайн-бронювання, віртуальні тури та цифровий маркетинг, здатне прискорити процес відновлення галузі та підвищити її конкурентоспроможність на ринку [3].

Сучасна туристична галузь стрімко змінюється під впливом технологічних інновацій, які адаптують її до вимог цифрової епохи. Новітні рішення відіграють визначальну роль у вдосконаленні обслуговування туристів, забезпеченні їхньої безпеки, ефективному управлінні туристичними потоками та створенні персоналізованих пропозицій. Широке впровадження цифрових технологій сприяє модернізації процесів надання туристичних послуг та їх оптимізації.

Завдяки цифровим платформам, мобільним додаткам і інтерактивним веб-сервісам туристи мають змогу бронювати онлайн, знайомитися з віртуальними турами, аналізувати відгуки інших користувачів та отримувати рекомендації, орієнтовані на їхні унікальні потреби. Одним із найпоширеніших інструментів у цьому напрямі є платформи на базі штучного інтелекту, які аналізують поведінку споживачів і пропонують оптимальні маршрути відповідно до їхніх індивідуальних запитів [29].

Штучний інтелект стає ключовим елементом у підвищенні ефективності туристичних компаній, зменшенні витрат і покращенні обслуговування клієнтів. Інструменти машинного навчання та обробки природної мови сприяють автоматизації систем бронювання, надаючи можливість адаптувати туристичні продукти до конкретних уподобань клієнтів і точніше прогнозувати попит на послуги. Використання чат-ботів у туристичній галузі допомагає знизити навантаження на працівників, оперативно реагувати на клієнтські запити та значно підвищити їхню задоволеність. Забезпечення безпеки персональних даних і фінансових операцій є життєво важливим для сучасного туризму.

Технології блокчейн відіграють важливу роль у зменшенні ризиків шахрайства, гарантуванні прозорості й незмінності транзакцій, а також спрощенні процесу ідентифікації користувачів. Децентралізована природа блокчейну дозволяє туристичним компаніям позбутися посередників у фінансових операціях, що сприяє зниженню витрат і пришвидшенню обробки платежів. Крім того, блокчейн може бути застосований для створення децентралізованих програм лояльності, які дають туристам змогу накопичувати та використовувати бонуси між різними компаніями без залучення третіх сторін [39, с.85].

Застосування технологій аналізу великих даних відкриває нові можливості для туристичних компаній у розумінні переваг клієнтів, прогнозуванні тенденцій ринку та вдосконаленні персоналізації пропозицій. Завдяки аналізу інформації з соціальних мереж, систем онлайн-бронювання, пошукових запитів та відгуків, агентства здатні створювати індивідуальні пропозиції для кожного клієнта, а також більш ефективно планувати маркетингові кампанії. [33, с.23]. У таблиці 3.1. підсумовано вплив інноваційних технологій на розвиток туризму.

Таблиця 3.1.

Вплив інноваційних технологій на розвиток туризму

Технологія	Основні переваги	Вплив на туристичну галузь
Цифровізація послуг	Онлайн-бронювання, віртуальні тури, персоналізовані рекомендації	Підвищення комфорту та доступності туристичних послуг
Штучний інтелект	Автоматизація бронювання, прогнозування попиту, чат-боти	Зниження витрат, поліпшення якості обслуговування
Блокчейн	Прозорість платежів, безпечні фінансові операції, цифрова ідентифікація	Мінімізація шахрайства, усунення посередників
Аналіз великих даних	Прогнозування тенденцій, персоналізація послуг	Оптимізація маркетингових стратегій, підвищення лояльності клієнтів

Джерело [33, с.23].

Зважаючи на наведене, інноваційні технології не лише трансформують механізми міжнародного туризму, а й визначають нові стандарти якості обслуговування. Їх масштабне впровадження сприяє підвищенню ефективності роботи туристичних компаній, покращенню вражень

мандрівників та забезпеченню сталого розвитку галузі в умовах глобальних викликів.

Сучасний прогрес у сфері цифрових технологій відкриває нові перспективи для забезпечення безпеки та підвищення стійкості туристичної індустрії під час кризових ситуацій. Війна в Україні призвела до значного зменшення туристичних потоків, руйнування інфраструктури та підвищення ризиків для мандрівників, що змушує адаптувати послуги туризму до нових умов.

Впровадження сучасних цифрових технологій дозволяє скоротити ризики для безпеки, створити ефективні системи моніторингу загроз і налагодити безперервний зв'язок між туристами, операторами галузі та державними структурами. [44].

Одним із найдієвіших засобів для забезпечення безпеки туристів є впровадження географічних інформаційних систем (ГІС), які дозволяють здійснювати інтерактивний контроль і аналіз безпеки маршрутів у реальному часі. ГІС-технології інтегровані з базами даних щодо можливих загроз, що дає змогу туристичним компаніям та органам влади швидко реагувати на зміну обставин і своєчасно оновлювати рекомендації для подорожей. В Україні популярним інструментом є сервіс DeepState Map, який регулярно оновлює інформацію про контрольовані та небезпечні території.

Цей сервіс синхронізується з інструментами картографії, надаючи можливість туристам уникати небезпечних локацій. На міжнародному рівні також використовуються схожі платформи, зокрема Global Disaster Alert and Coordination System (GDACS). Ця система об'єднує дані про катастрофи й конфлікти завдяки супутниковому моніторингу та прогнозуванню ризиків в режимі реального часу [52].

Штучний інтелект відіграє важливу роль у забезпеченні безпеки туристів, обробляючи значні обсяги даних для прогнозування потенційних загроз. Завдяки машинному навчанню можливо не лише виявляти ризики на

основі аналізу поведінкових моделей, але й розробляти адаптивні сценарії дій для туристичних компаній.

Сучасні технології ШІ активно впроваджуються в системи моніторингу небезпек, наприклад, у програмному забезпеченні Palantir Gotham, яке дозволяє оцінювати конфліктні ситуації в реальному часі. Туристичні компанії, які інтегрують такі системи у свою діяльність, отримують можливість створювати безпечні маршрути, оптимізувати логістику та автоматично повідомляти клієнтів про зміну ситуації в конкретних регіонах. Мобільні додатки, розроблені урядами та міжнародними організаціями, надають доступ до актуальної інформації в режимі реального часу і надсилають сигнали тривоги за умови виникнення загроз.

У відповідь на виклики війни в Україні було створено мобільний додаток «Air Alert», який надає можливість оперативно отримувати попередження про небезпеку та визначати безпечні зони. Схожі міжнародні сервіси, такі як Smart Traveler Enrollment Program (STEP), розроблений Державним департаментом США, забезпечують туристів офіційними рекомендаціями щодо безпечних маршрутів і допомагають з організацією евакуації у разі надзвичайних ситуацій [44].

Віртуальні технології відкривають нові можливості для мандрівників, дозволяючи досліджувати культурну спадщину навіть у періоди суворих обмежень. Зокрема, розвиток віртуального туризму на основі технологій доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності дає змогу віртуально відвідувати музеї, архітектурні пам'ятки й природні заповідники.

Українські проекти, як-от VR-платформа «Чорнобиль VR», пропонують глибоке занурення в історичні події та доступ до місць, які тимчасово залишаються недоступними для традиційного туризму. На міжнародному рівні подібні рішення, такі як ініціатива Google Arts & Culture, дають змогу віртуально мандрувати найвідомішими музеями та культурними локаціями з різних куточків світу [29]. Зазначені вище технологічні рішення дозволяють

виділити основні аспекти їх впливу на безпеку та сталий розвиток туристичної галузі, що представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Основні аспекти впливу на безпеку та сталий розвиток туристичної галузі

Технологія	Функціональність	Вплив на безпеку та сталий розвиток туризму
Географічні інформаційні системи (ГІС)	Моніторинг безпечних маршрутів у режимі реального часу	Зниження ризиків, запобігання проникненню в небезпечні зони
Штучний інтелект	Прогнозування загроз, аналіз великих даних (Big Data)	Покращення ефективності управління ризиками ефективність
Цифрові платформи та мобільні додатки	Інформація про безпеку, повідомлення про надзвичайні ситуації	Швидка комунікація та підвищення інформованості туристів
Віртуальний туризм	Дистанційний перегляд туристичних атракцій	Підтримка інтересу туристів у конфліктних ситуаціях

Джерело [29].

Цифрові технології відіграють ключову роль у забезпеченні безпеки та відновленні туристичної сфери в умовах ризиків, спричинених війною. Їх повсюдна інтеграція сприяє підвищенню обізнаності туристів, прокладанню оптимальних безпечних маршрутів, а також розвитку альтернативних

напрямків туризму. Це дозволяє не лише зберегти туристичний потенціал країни, але й адаптувати його до умов кризи [29].

Війна в Україні стала одним із найсерйозніших викликів для національного туристичного сектору, внаслідок чого відбулися масштабні зміни у структурі туристичних потоків, інфраструктурному стані та загальній економічній ситуації. Значне скорочення міжнародного туризму відкрило перспективи для активізації внутрішнього туризму, а також залучення міжнародної допомоги для відновлення галузі. При цьому руйнування готелів, культурних пам'яток, транспортних хабів та рекреаційних зон значно вплинуло на загальний стан індустрії.

За інформацією Державного агентства з розвитку туризму України, у 2022 році кількість міжнародних туристів скоротилася більш ніж на 90% порівняно з показниками 2019 року.

Найбільше пошкоджень зазнала транспортна інфраструктура (40%) і готельно-курортний сектор (35%), що істотно ускладнює процес відновлення туристичної галузі [39, с.87].

У сучасних умовах конкуренції між туристичними DESTINATIONами ключову роль відіграє ефективна маркетингова стратегія міста. Концепція «гарного міста» може стати основою для створення унікального туристичного бренду, який поєднує естетику, культурну глибину та сталість.

Серед інноваційних підходів можна виокремити [29]:

- цифрову трансформацію туристичних комунікацій;
- створення віртуальних турів, AR- і VR-гайдів історичними центрами;
- розробка мобільних додатків, що поєднують навігацію, історію об'єктів і рекомендації для туристів;
- використання штучного інтелекту для персоналізації туристичних маршрутів;
- креативний туризм і мистецькі формати;

- фестивалі, арт-простори, фототури, культурні резиденції — це нові форми залучення туристів до міського середовища. Приклад — Львівський «Jazz Fest», «Файне місто2 у Тернополі, «Дні культури» в Чернівцях;
- використання соціальних медіа для формування позитивного іміджу;
- активна присутність міста в Instagram, TikTok, YouTube із візуальним акцентом на архітектуру, зелені зони, публічні простори створює «цифрову привабливість»;
- партнерські програми та міські колаборації.

Успішні кейси — співпраця муніципалітетів з локальним бізнесом, туристичними стартапами, художниками та освітніми закладами.

Інноваційні інструменти дозволяють містам не лише популяризувати свій бренд, а й створювати емоційний зв'язок між туристом і простором — головну цінність «гарного міста».

3.3. Стратегічні пріоритети розвитку «гарних міст» в Україні

«Кожна громада має рухатися до енергетичної самостійності, раціонально використовувати власні ресурси та відкривати для себе нові можливості розвитку. Особливий акцент робиться на прифронтових територіях, де потреби є найгострішими. Разом із громадами, партнерами та міжнародними донорами ми працюємо над тим, щоб посилити регіони й забезпечити їхню стійкість. Україна має зміцнювати свою інфраструктуру та зберігати роль гаранта світової продовольчої безпеки», — наголосив Віцепрем'єр-міністр з відновлення – Міністр розвитку громад та територій України Олексій Кулеба [44].

Основні пріоритети роботи Мінрозвитку на 2025 рік [44]:

1. Енергетична незалежність громад.

Планується встановлення близько 500 одиниць енергетичного обладнання в громадах, з особливою увагою до населених пунктів, що розташовані біля лінії фронту.

2. Реформа управління публічними інвестиціями (РІМ).

Нова система Public Investment Management має забезпечити максимально ефективне використання бюджетних коштів, спрямовуючи державні ресурси на найважливіші проекти, які відповідають стратегічним завданням країни в умовах війни.

На 2025 рік передбачено 224,2 млрд грн на фінансування Єдиного проектного портфеля РІМ, з яких 115 млрд грн планують залучити під державні гарантії для відновлення критичної інфраструктури. Упродовж року реформа РІМ продовжить імплементуватися як на державному, так і на місцевому рівнях.

Реформа підкреслює важливість стратегічного планування: громади мають розробляти та ухвалювати власні стратегії розвитку. РІМ надає інструмент для визначення пріоритетів та спрямування ресурсів на найбільш значущі проекти. Це забезпечує прозорість, ефективність та відповідальність у витрачанні коштів і сприяє довгостроковому розвитку громад [33, с.24].

3. Регіональний розвиток.

У 2025 році громади матимуть доступ до оновленого Державного фонду регіонального розвитку та додаткових інструментів фінансування. Мінрозвитку планує оновити Державну стратегію регіонального розвитку, включаючи визначення функціональних типів територій і макрорегіонів. Також очікується впровадження нових моделей вирівнювання доходів місцевих бюджетів, оцінювання спроможності громад і модернізація Концепції реформи місцевого самоврядування. Серед важливих напрямів — реінтеграція тимчасово окупованих територій та налагодження системи адміністративного нагляду за законністю рішень органів місцевого самоврядування.

4. Національний проєкт «Пліч-о-пліч».

Проект передбачає партнерство між тиловими, більш спроможними громадами та громадами-форпостами, що перебувають під обстрілами. Співпраця відбувається в трьох ключових напрямках:

- відновлення інфраструктури;
- гуманітарна допомога;
- культурна й соціальна підтримка.

Наразі в проекті беруть участь понад 100 громад, ще 114 потребують партнерів та підтримки.

5. Міжнародна співпраця.

У 2025 році Міністерство спільно зі Світовим банком, Єврокомісією та ООН оновить звіт про оцінку потреб відновлення (RDNA4). Документ визначатиме пріоритетні проекти для фінансування державою й міжнародними партнерами [44].

План України (Ukraine Facility) передбачає до 2027 року 50 млрд євро на підтримку бюджету, інвестиції та розвиток регіонів. Мінрозвитку відповідає за виконання 26 індикаторів у межах програми.

У межах Української платформи донорів створюється новий напрям — «Відновлення», який стане координаційним центром для роботи з потребами відбудови.

6. Цифровізація.

У 2025 році планується активний розвиток Геоінформаційної системи моніторингу регіонального розвитку (GIS RP), екосистеми DREAM, а також формування бази місцевої статистики. Створюватимуться нові цифрові інструменти для відкритості даних та залучення мешканців до прийняття рішень.

7. Безбар'єрність.

Протягом року в семи пілотних громадах (Рівне, Полтава, Вінниця, Славутич, Тернопіль, Буча, Опішня) реалізовуватиметься проєкт «Безбар'єрні маршрути».

Йдеться про створення доступної інфраструктури для людей з інвалідністю, літніх людей, батьків із дітьми та всіх маломобільних груп. Безбар'єрність залишається ключовою складовою сталого розвитку та підвищення якості життя в громадах [33, с.25].

Також особливо увагу приділено доступності укріплень. Міністерство уже розробило методичні рекомендації щодо забезпечення доступності інфраструктури закладів освіти для маломобільних груп, а також створення й роботи місцевих рад безбар'єрності.

У рамках проєктів розвитку безбар'єрного простору також планується:

- Розробка нових стандартів інфраструктури з урахуванням безбар'єрності.
- Запуск навчальних програм для громад щодо впровадження принципів інклюзивності.
- Залучення міжнародного досвіду для адаптації українського законодавства до сучасних стандартів доступності.

Формування «гарних міст» вимагає системного підходу, що поєднує державну політику, місцеве управління, бізнес та громадські ініціативи [44].

Основні стратегічні пріоритети цього процесу можна визначити так:

1. Розроблення національної стратегії сталого міського туризму.

На державному рівні доцільно створити програму, що передбачатиме розвиток туристичних міст із урахуванням принципів сталості, естетики й екологічності.

2. Інституційна підтримка муніципалітетів.

Варто розширити можливості місцевих органів влади для участі у грантових та міжнародних програмах (наприклад, «Green City», «Urban Innovation Action», ініціативах ЄС з розвитку урбаністики).

3. Залучення громади до створення міського середовища.

Партисипативне планування (бюджет участі, відкриті обговорення, урбаністичні майстерні) підвищує відповідальність мешканців за збереження краси й сталості свого міста.

4. Підтримка креативних індустрій.

Мистецтво, дизайн, архітектура, ремесла, локальні бренди — усе це створює додану вартість міського простору та формує його унікальність.

5. Розвиток туристичного брендингу на основі естетики.

Міста мають формувати свій імідж не лише через історію, а й через сучасну красу — урбаністичну, архітектурну, культурну.

Загалом перспективи розвитку «гарних міст» в Україні пов'язані з утвердженням нової моделі міського туризму, що ґрунтується на триєдності краси, сталості та інноваційності.

Україна має значний потенціал для реалізації цієї моделі: багата культурна спадщина, розмаїття архітектурних стилів, високий рівень творчого людського капіталу та зростаюча зацікавленість громад у покращенні якості міського життя.

Розвиток концепції «гарних міст» є стратегічно важливим напрямом модернізації українського туризму. Він передбачає не лише благоустрій територій, а й створення гармонійного, сталого, культурно насиченого міського середовища, здатного приваблювати туристів і підвищувати якість життя мешканців.

Україна має всі передумови для того, щоб інтегрувати світові практики «beautiful city» у власний туристичний простір, сформувавши позитивний міжнародний імідж країни як території гармонії, гостинності та творчості.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було досліджено сутність і сучасні тенденції розвитку концепції «гарних міст» як інноваційного напрямку сталого туризму України. Проведене дослідження дало змогу зробити низку узагальнень і висновків теоретичного, аналітичного та практичного характеру.

По-перше, встановлено, що поняття «гарне місто» має глибоке історичне коріння у світовій урбаністичній думці — від руху City Beautiful до сучасних концепцій «smart city» і «green city». У сучасному розумінні «гарне місто» — це не лише візуально привабливий простір, а цілісна система, що забезпечує баланс між архітектурною естетикою, комфортом, екологічністю та соціальною відкритістю.

По-друге, доведено, що краса міського середовища безпосередньо впливає на туристичну привабливість DESTINATION. Міста, які мають гармонійний архітектурний вигляд, розвинену інфраструктуру, зелені зони, збережену культурну спадщину та безпечне середовище, викликають у туристів позитивні емоції, формують їхню лояльність і сприяють зростанню туристичних потоків.

По-третє, аналіз сучасного стану українських міст показав, що концепція «гарного міста» поступово втілюється в практиці муніципального управління. Приклади Львова, Вінниці, Чернівців, Івано-Франківська демонструють можливість гармонійного поєднання культурної автентичності з інноваційними підходами до розвитку міського простору. Водночас виявлено низку проблем — хаотичну забудову, недосконалість туристичного брендингу, обмежене впровадження принципів сталого розвитку.

По-четверте, визначено, що для подальшого формування «гарних міст» в Україні необхідно запровадити системний підхід, який поєднує екологічні, соціальні, культурні та економічні аспекти міського розвитку. Ключову роль у цьому відіграють місцеві громади, органи влади та бізнес, які повинні

спільно формувати стратегії благоустрою, охорони спадщини й туристичного промислу.

По-п'яте, обґрунтовано перспективні напрями вдосконалення міського середовища:

- екологізація урбаністичного простору, створення зелених зон і безбар'єрної інфраструктури;
- розвиток пішохідних і велосипедних маршрутів;
- підтримка культурних подій і креативних індустрій;
- впровадження цифрових технологій у туристичний маркетинг міст;
- залучення громадськості до процесів планування та прийняття рішень.

Перспективним шляхом для України є створення Національної стратегії розвитку «гарних і сталих міст», яка б інтегрувала міжнародний досвід і відповідала європейським стандартам сталого туризму.

Отже, концепція «гарних міст» виступає не лише естетичною категорією, а й інноваційною моделлю управління міським туризмом, що поєднує красу, сталість і комфорт. Її реалізація сприятиме зміцненню позитивного іміджу України на міжнародній арені, підвищенню якості життя громадян і сталому розвитку туристичної галузі.

Таким чином, «гарні міста» можуть стати символом сучасної України — держави, яка цінує свою культурну спадщину, орієнтується на європейські стандарти якості життя й буде майбутнє на засадах краси, гармонії та сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаманчук З.А. Туризм в Європейському Союзі задля сталого розвитку. Економіка і організація управління. № 2(54). 2024. С. 191-202.
2. Бойко, М. В. *Туризм і сталий розвиток: теоретичні засади та практичні аспекти*. Київ: КНТЕУ, 2020. 212 с.
3. Бідюк П.І. Туризм і гостинність: сучасні тренди розвитку: навч. посіб. Київ, 2023. 312 с.
4. Білецька, О. В. *Екологічні аспекти розвитку міського туризму в Україні*. Вісник Київського університету туризму, економіки і права. 2023. №2. С. 34–41.
5. Безглібна А.П., Касьянова К.О. Вплив війни на туристичну галузь в Україні. Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (м. Харків, 26-27 листопада 2024 р.) Харків: НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2024. Ч. 1. С. 67-70.
6. Беляєва Т.О. Маркетинг у сфері туризму: навч. посібник. Київ, 2021. 248 с. URL: <https://eir.zp.edu.ua/bitstreams/c950317c-7a3b-4aebb079-d1856eedbf7d/download> (дата звернення 20.10.2025).
7. Безручко Л., Білоус С., Філь М. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145>
8. Відновлення туризму і туризм для відновлення. URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/>
9. Вдовічен А., Кифяк В. Сфера гостинності України: відновлення у повоєнний період. Herald of Kyiv National University of Trade and Economics. Том: 143 Випуск: 3.2022 С.: 68 – 77 URL: [http://dx.doi.org/10.31617/visnik.knute.2022\(143\)05](http://dx.doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(143)05)
10. Грицак, І. І. *Урбаністичні тенденції розвитку туристичних дестинацій в Україні*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 184 с.

11. Гусак Н. Ю. Туризм як фактор розвитку місцевих громад // Науковий вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 1(41). С. 103–108.
12. Греченко В. А. Туризм та інформаційне суспільство: виклики та можливості. Київ: НУБіП, 2021. 176 с.
13. Гуржій Н.М., Третинко А.В. Інноваційні технології в туристичній індустрії. Сталий розвиток економіки. 2013. № 3. С. 221-224.
14. Георгієвська А.М. Вплив війни в Україні на туризм в Європі. Державний університет «Житомирська політехніка». URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2022/12/241.pdf> (дата звернення: 30.09.2025).
15. Державне агентство розвитку туризму України. *Офіційна статистика туристичної діяльності 2024 року* [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua>.
16. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 15.08.2025).
17. Дутчак, І. М. *Сталий туризм у містах України: виклики та можливості*. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет, 2022. 176 с.
18. Данилюк Т. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку послуг України. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, 2015. Т. 3. №. 3. С. 19–23.
19. Європейська комісія. *European Green Capital and Green Leaf Awards 2023* [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://environment.ec.europa.eu>.
20. Закон України “Про туризм” від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (із змінами та доповненнями). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
21. Іваненко В.С., Курепін В. М. Місцеві органи влади в умовах воєнного стану: повноваження та співпраця військових адміністрацій з

органами місцевого самоврядування // Правові засади організації та здійснення публічної влади : V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Хмельницький, 17 червня 2022 р. Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2022. С. 148-150. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11869>.

22. Коваленко, І. С. *Урбаністика та дизайн публічних просторів: український контекст*. Київ: Освіта України, 2022. 142 с.

23. Концепції «навколишнього розуму» (Ambient Intelligence) та Інтернету речей (Internet of Things). URL : <https://edin.ua/shho-takeinternet-rechej-abo-iot/> (дата звернення 15.07.2025).

24. Лисенко, П. О. *Місто як туристичний продукт: концептуальні підходи до формування привабливого середовища*. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. 201 с.

25. Лівак П.Є., Полухін Ю.В., Стешиц А.В. Активний відпочинок: види і різновиди активного туризму та їх сутність. URL: <https://spppc.com.ua/index.php/journal/article/view/854/840>

26. Львів зроблять першим розумним містом в Україні. URL: <https://dailylviv.com/news/osvita-i-nauka/lviv-zroblyat-pershym-rozumnym-mistom-v-ukrayini-90925>

27. *Львів пострадянський. Місто, про яке не хочуть знати*<https://www.istpravda.com.ua/research/2011/04/13/35736/>

28. Мельник, А. П. *Культурна спадщина як фактор сталого розвитку туристичних міст*. Чернівці: ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2021. 164 с.

29. Морозов В., Домашенко М., Каптюх О. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. Економіка та суспільство, №50. 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15> (дата звернення: 29.09.2025).

30. Мороз С., Левченко С. Логістична галузь України: економічне значення галузі, втрати та перспективи розвитку в умовах війни. Development Service Industry Management, 2023. №. 3. С. 75-82.

31. Малюта Л., Королюк С. Війна як причина зміни туристичного потенціалу України: аналіз внутрішнього туризму. Галицький економічний вісник, №85, 2023. С. 139-147.
32. Миронов Ю. Б. Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні. Herald of Lviv University of Trade and Economics Economic sciences. 2023. № 71. С. 64–68. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-71-09> (дата звернення: 18.07.2025).
33. Міністерство економіки України. Проєкт стратегії розвитку туризму на 2024–2028 роки. Київ: Міністерство економіки України, 2024. - С. 23–25.
34. Маленький Відень і багата австро-угорська архітектурна спадщина. Американська телекомпанія радить відвідати Чернівці. URL: <https://acc.cv.ua/news/chernivtsi/malenkiy-viden-i-bagata-avstro-ugorska-arhitekturna-spadschina-amerikanska-telekompaniya-radit-vidvidati-chernivci-32424>
35. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>
36. Огієнко М. М., Огієнко А. В., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2020. № 4. Ч. 2. С. 62–78. DOI: <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2020-4-2-62>
37. Реконструкція Личаківського парку. Коли завершать роботи та скільки потрібно коштів URL: https://tvoemisto.tv/news/na_yakomu_etapi_rekonstruktsiya_lychakivskogo_parku_146788.html
38. Тимошенко О. В., Мельник А. О. Сучасний рівень розвитку туризму у Львівській області. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер.: Економіка і управління. 2019. Т. 30(69). № 6. С. 82-85.

39. Стаханов С.І. Інноваційні технології в туризмі: навч. посіб. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 275 с.
40. *Стратегія сталого розвитку «Україна–2030»* [Електронний ресурс]. Київ: Кабінет Міністрів України, 2020. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua>.
41. Сайт журналу Forbs Ukraine. Внутрішній туризм. З початку війни понад 45% українців подорожували країною. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniyturizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukrainsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>.
42. Сайт Міжнародної Організації Міграції. Кількість внутрішньо переміщених осіб в Україні знову зростає. URL: <https://ukraine.iom.int/uk/news/kilkist-vnutrishno-peremishchenykh-osib-v-ukrayiniznovu-zrostaye-dani-mom>.
43. Савчук В. П. Соціально-економічні основи розвитку територіальних громад: монографія / В. П. Савчук. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 214 с.
44. Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.me.gov.ua>.
45. Сліпецький М.Т., Маргіта М.В., Данило Я.Т. Сутність та особливості кластерного підходу в управлінні туристичною сферою. Регіональна економіка. 2024. № 2. URL : [//doi.org/10.36818/1562-0905-2024-2-13](https://doi.org/10.36818/1562-0905-2024-2-13)
46. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) URL: <https://www.tourism.gov.ua>
47. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. 1997. № 24. Ст. 170.
48. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-tagotuyetsya-do-vidnovlennya>

<https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijnyyak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>

49. Тарасовський Ю. Внутрішній туризм. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsivpodorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>

50. Федоренко, Т. А. *Туристичний бренд міста: формування, позиціонування, просування*. Київ: НУБіП, 2019. 156 с.

51. Чернігівська міська рада. *Програма розвитку туризму та формування позитивного іміджу міста на 2023–2027 роки* [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://chernigiv-rada.gov.ua>.

52. Шевченко О.М. Інновації в туризмі: сучасні підходи і технології. Харків, 2021. 198 с

53. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. Питання культурології. 2021. № 38. С. 226–235.

54. Що подивитися у Вінниці: ТОП унікальних та визначних місць URL: <https://vinnitsa.info/article/shcho-podyvytysya-u-vinnytsi-top-unikalnykh-ta-vyznachnykh-mists>

55. Як війна вплинула на туристичну галузь? URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-tagotuyetsya-do-vidnovlennya>.

56. How Technology is Changing Travel and Tourism Industry. URL: <https://www.software.travel/blog/tips/how-technology-changing-travelindustry/> (дата звернення 23.08.2025).

57. Tech's Impact on Modern Tours: Insights from Vox Solutions. URL: <https://voxtours.com/techs-impact-on-modern-tours-insights-vox-solutions/> (дата звернення 23.04.2025).

58. Shykina O. International hotel industry of marco-region of Evrope. Market Infrastructure. Випуск:34. 2019. URL: <http://dx.doi.org/10.32843/infrastruct34-4>

59. Tourism product development. URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/hospitality-and-tourism/marketing-and-tourism/tourism-product-development/> (дата звернення 13.04.2025).
2. Yinglu Wu. Design of Tourism Cultural and Creative Products Based on Regional Historical and Cultural Elements. E3S Web of Conferences 251, 03004 (2021). (дата звернення 13.10.2025).
60. Richards, G., & Wilson, J. *The Creative City and Tourism: Cultural Development and Urban Regeneration*. London: Routledge, 2021. 232 p.
61. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). *Tourism and Sustainable Urban Development Report*. Madrid: UNWTO, 2023. 98 p.
62. OECD. *Green Cities: Urban Policy and Sustainability*. Paris: OECD Publishing, 2022. 147 p.
63. Jane Jacobs. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Vintage Books, 2016. 458 p.
64. Gehl, J. *Cities for People*. Washington: Island Press, 2010. 288 p.
65. *Forbes Україна*. Рейтинг найкомфортніших міст для життя і туризму, 2024 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://forbes.ua>.
66. World Bank. *Urban Development and Sustainable Cities in Eastern Europe*. Washington: World Bank Group, 2022. 112 p.
67. World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 19.07.2025).
68. Navigating Safe Travels: The Smart Traveler Enrollment Program (STEP). Travel Tips and Ideas. URL: <https://www.travelinsured.com/news-resources/tipsideas/travel/2023/11/07/> (дата звернення: 16.09.2025).
69. Incrementalism: how gradual changes will save Ukrainian cities. URL: <https://bomedia.com.ua/інкременталізм-як-поступові-зміни-вр/>