

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ» ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Кафедра менеджменту та туризму

«ДО ЗАХИСТУ»

Завідувач кафедри менеджменту та туризму

_____ Ю.О. Юхновська

_____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАГНІТІВ У МІСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ:
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЄКТУВАННЯ

Рівень освіти: перший (бакалаврський)

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 242 Туризм

Освітньо-професійна програма: «Лікувально-реабілітаційний та оздоровчий туризм»

Керівник кваліфікаційної роботи:

к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та туризму

Олексій РИЖЕНКО

Нормоконтроль

Ганна ОМЕЛЬЧАК

Студент групи Тб-4

Євген ЧАЛИК

Запоріжжя, 2025

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ» ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Факультет мистецтва та дизайну
Кафедра менеджменту та туризму

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Спеціальність 242 Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри
менеджменту та туризму
д.е.н., професор Юхновська Ю.О.

«_____» _____ 2025 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студента

Чалик Євген Іларіонович

1. Тема кваліфікаційної роботи: Створення туристичних магнітів у міському середовищі: сучасні підходи до проектування»
Керівник роботи: Риженко О.М. доцент кафедри менеджменту та туризму, кандидат економічних наук, затверджені наказом від «25» вересня 2024 № 2
2. Строк подання студентом роботи 30.05.2025 р.
3. Вихідні дані до роботи Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел (загальна бібліографія – найменувань), висновків. Повний обсяг кваліфікаційної роботи становить 85 сторінок друкованого тексту. Робота містить 7 рисунків, 1 графік.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): теоретико-методологічні засади створення туристичних магнітів у місті; аналіз природної й історико-культурної спадщини, зокрема остру Хортиця, Запорозької Січі, музею техніки «Фаєтон» та комплексу ДніпроГЕС; виявити сильні сторони, проблеми та обмеження на прикладі конкретних локацій, здійснити SWOT-аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя; аналіз потенціалу міста запоріжжя для створення туристичних магнітів; проєктні рішення щодо створення туристичного магніту в місті Запоріжжя
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): SWOT-аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя; проєктні рішення щодо створення туристичного магніту в місті Запоріжжя

6. Дата видачі завдання 13.11.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	20.10.2024	виконано
2	Виконання вступу	30.11.2024	виконано
3	Виконання розділу 1	18.12.2024	виконано
4	Виконання розділу 2	05.03.2025	виконано
5	Виконання розділу 3	02.04.2025	виконано
6	Формулювання висновків	03.05.2025	виконано
7	Подання роботи на нормоконтроль	16.05.2025	виконано
8	Подання роботи на кафедру	30.05.2025	виконано

Здобувач _____

Євген ЧАЛИК

Керівник роботи _____

Олексій РИЖЕНКО

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 85 сторінок. Кількість розділів - 3, рисунків – 7.

Об'єкт дослідження - процеси формування та функціонування туристичних магнітів у структурі сучасного міського середовища.

Предмет дослідження - методологічні підходи, урбаністичні принципи, культурно-просторові особливості та дизайн-рішення, які використовуються при проектуванні туристичних магнітів у містах.

Мета дослідження - розробити всеосяжну модель туристичного магніту в контексті сучасного міста, яка поєднує історико-культурну спадщину, просторову інтеграцію та соціально-економічну ефективність, а також апробувати її на прикладі острова Хортиця у місті Запоріжжя.

У першому розділі розглянуто теоретико-методологічні підґрунтя створення туристичних магнітів у місті. Окреслено поняття «туристичний магніт» як урбаністичного феномену, представлено його класифікацію та визначено ключові принципи формування туристичної привабливості в постіндустріальному міському середовищі. Особливу увагу приділено методологічним підходам: територіально-просторовому, соціологічному, культурно-антропологічному та маркетингово-брендинговому. Також розкрито сутність автентичності, подієвості, відкритості та багатофункціональності простору як принципів туристичного дизайну.

У другому розділі проведено аналіз потенціалу міста Запоріжжя для створення туристичних магнітів. Проаналізовано природну й історико-культурну спадщину, зокрема острів Хортиця, Запорозьку Січ, музей техніки «Фаєтон» та комплекс ДніпроГЕС. Виявлено сильні сторони, проблеми та обмеження на прикладі конкретних локацій, здійснено SWOT-аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя. Особливу увагу приділено впливу туристичної інфраструктури на взаємодію між мешканцями міста та відвідувачами. Окреслено проблеми бла-

гоустрою, відсутності зручної логістики, недостатньої комунікації культурного наповнення.

У третьому розділі розроблено проєктні рішення щодо створення туристичного магніту в місті Запоріжжя. Запропоновано концепцію «Козацького форпосту – жива історія», що ґрунтується на принципах історичної автентичності, інтерактивності, інклюзивності та екологічної інтеграції в ландшафт Хортиці. Надано детальний функціональний розподіл комплексу, макети розташування, благоустрій, соціально-економічне обґрунтування, аналіз ефектів реалізації проєкту, зокрема прогноз на збільшення туристичного потоку, створення нових робочих місць, активізацію місцевого підприємництва. Запропоновано макет, що враховує культурно-ландшафтний контекст та сценарії сталого використання.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туристичний магніт, проєктування, туристичний потік, туристичний потенціал

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАГНІТІВ У МІСТІ.....	9
1.1. Туристичний магніт як урбаністичне явище: суть, класифікація, значення.	9
1.2. Методологічні підходи до проектування туристичних просторів у містах.	15
1.3. Принципи формування туристичної привабливості в постіндустріальному міському середовищі.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАГНІТІВ.....	34
2.1. Історико-культурна та природна спадщина Запоріжжя як основа туристичного продукту.....	34
2.2. Аналіз існуючих туристичних локацій і проблем розвитку туристичної інфраструктури.....	39
2.3. SWOT-аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя у контексті урбан-туризму.....	52
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ ЩОДО СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО МАГНІТУ В МІСТІ ЗАПОРІЖЖЯ.....	60
3.1. Концепція нового туристичного магніту: ідея, місце розташування, цільова аудиторія.....	60
3.2. Функціональне зонування, благоустрій та інтеграція в міське середовище.....	65
3.3. Прогноз соціокультурного та економічного ефекту реалізації проєкту для міста.....	69
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах урбанізації та постіндустріальної трансформації міст дедалі більшої ваги набуває питання формування туристичної привабливості міського середовища. Туристичні магніти - це не просто об'єкти інтересу для гостей, а стратегічні елементи міського простору, що здатні перетворити місто на центр культурної, економічної та соціальної взаємодії. В умовах конкуренції між містами за інвестиції, увагу туристів і якість міського життя, створення багатофункціональних, ідентично впізнаваних і культурно насичених просторів стає необхідністю. Тема є особливо актуальною для українських міст, які мають унікальну історико-культурну та природну спадщину, але нерідко - обмежені ресурси для її ефективного туристичного перетворення. У цьому контексті досвід створення туристичних магнітів, як інструменту ревіталізації та урбаністичного оновлення, заслуговує на комплексне дослідження.

Мета дослідження - обґрунтувати сучасні підходи до створення туристичних магнітів у міському середовищі та визначити їхнє значення для розвитку урбан-туризму й формування цілісного культурного простору на прикладі українського міста.

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних *завдань*:

- розкрити сутність поняття «туристичний магніт» та визначити його роль у структурі урбаністичного середовища;
- проаналізувати сучасні теоретико-методологічні підходи до проектування туристичних просторів у містах;
- визначити ключові принципи формування туристичної привабливості в постіндустріальному міському контексті;
- розібрати Історико-культурну та природну спадщину Запоржжя з точки зору фундаменту туристичного продукту;

- провести аналіз існуючих туристичних локацій, їхнього потенціалу та проблем розвитку інфраструктури на прикладі міста Запоріжжя;
- розробити SWOT-аналіз туристичного середовища міста та окреслити стратегії формування туристичних магнітів;
- запропонувати практичні рекомендації щодо ефективного проектування туристичних просторів із урахуванням локальної ідентичності, соціальної динаміки та принципів сталого розвитку.

Об'єкт дослідження - процеси формування та функціонування туристичних магнітів у структурі сучасного міського середовища.

Предмет дослідження - методологічні підходи, урбаністичні принципи, культурно-просторові особливості та дизайн-рішення, які використовуються при проектуванні туристичних магнітів у містах.

Методологічну основу кваліфікаційної роботи склав: системний підхід, аналіз; синтез; зіставлення; метод закономірного узагальнення підсумків дослідження. Методологічною основою дослідження також виступають різноманітні методи обробки даних, а саме: порівняльний аналіз, монографічний метод, метод наукової абстракції, індукції та дедукції, логічний метод.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою слугуватимуть концептуальні положення, наукові висновки і рекомендації українських та закордонних вчених.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що пропозиції надані в кваліфікаційній роботі можуть бути використані на практиці.

Обсяг та структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Кваліфікаційну роботу викладено на 88 сторінках комп'ютерного набору, вона включає 7 рисунків. Список використаних джерел складається із 43 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАГНІТІВ У МІСТІ

1.1 Туристичний магніт як урбаністичне явище: суть, класифікація, значення

Однією з найважливіших функцій туристичного магніту є його здатність оживляти занедбані або депресивні райони міста. Це явище отримало назву туристична ревіталізація. Класичний приклад - переосмислення промислових зон, портів або старих залізничних вокзалів як культурно-туристичних просторів. Наприклад, у польському місті Лодзь старі фабрики були перетворені на музеї, галереї, театри та креативні хаби, що стали туристичними магнітами та драйверами змін в інфраструктурі.

У добу глобалізації та стрімкої урбанізації міста все частіше змагаються не лише за інвестиції чи трудові ресурси, а й за увагу туристів, що стає потужним каталізатором розвитку територій. У цьому контексті зростає значення так званих туристичних магнітів - об'єктів або явищ, які здатні приваблювати масові потоки відвідувачів і трансформувати міське середовище. Їх створення не може бути випадковим або стихійним процесом - воно має спиратися на глибокі теоретичні основи та чітко визначену методологію [20].

Перш за все, концепція туристичного магніту ґрунтується на урбаністичних теоріях. Важливу роль у цьому відіграє теорія центральних місць Вальтера Крісталлера, яка пояснює логіку розміщення функціональних осередків у міському просторі [10]. Туристичні об'єкти, як і торговельні чи адміністративні центри, мають здатність концентрувати навколо себе життя, активність, економіку. Цю ідею розвиває також сучасна урбаністична теорія креативного міста Річарда Флориди, де туризм розглядається як форма соціального і культурного капіта-

лу. Магніти, створені на перетині культури, технологій і міського дизайну, мають потенціал бути не лише туристичними локаціями, а й центрами тяжіння для креативного класу.

Проте жодна урбаністична концепція не може обійтися без соціального виміру. Ідея туристичного магніту має враховувати ідентичність місця, те, що англійська література називає «sense of place» - глибоке відчуття зв'язку між людиною та простором. Це означає, що створюваний об'єкт повинен бути не тільки візуально привабливим, але й резонувати з історією, культурою, колективною пам'яттю міста. Тільки тоді він стане справжнім культурним ресурсом, а не лише туристичним брендом [12].

Щоби ця ідея перетворилась на дієвий інструмент міського розвитку, необхідно застосовувати чітку методологію. На першому етапі доцільно проводити просторовий аналіз - із використанням геоінформаційних систем, дослідженням пішохідних і транспортних маршрутів, вивченням функціональної структури міста. Це дозволяє визначити оптимальні зони для розміщення магнітів та оцінити потенціал території.

Після цього важливо провести SWOT-аналіз: вивчити сильні та слабкі сторони середовища, виявити можливості для розвитку і ризики, які можуть виникнути. Особливої уваги заслуговує також stakeholder-аналіз - аналіз зацікавлених сторін, адже ефективний туристичний магніт має враховувати інтереси мешканців, бізнесу, міської влади та самих туристів.

На основі цих досліджень формується концепція магніту, яка може включати архітектурну ідею, історичну або культурну тематику, мультимедійну складову. Важливо, аби об'єкт не був ізольованим - він повинен бути інтегрований у загальну логіку міського простору. Тут слід подбати про транспортну доступність, візуальну відкритість, безпеку і функціональність.

Далі йде фаза брендингу - розробка назви, логотипу, візуальної айдентики, PR-кампаній. Однак найцінніше - це участь громади у створенні магніту. Якщо мешканці будуть відчувати, що це *їхній* об'єкт, вони підтримуватимуть

його, розвиватимуть і захищатимуть. Участь громади через воркшопи, опитування, відкриті обговорення - не додаткова опція, а ключ до сталого успіху [17].

Оцінка ефективності магніту - ще один важливий етап. Вона включає не лише підрахунок туристів, а й аналіз економічного впливу, соціального зворотного зв'язку, змін у міському середовищі. Це дозволяє коригувати підходи й планувати наступні об'єкти [38].

Коли занедбаний міський простір оживає, отримує нове дихання, наповнюється людьми, мистецтвом, подіями - це, безумовно, виглядає як перемога. Та за цією зовнішньою картинкою часто приховується складна, багат шарова соціальна динаміка, яка може мати як позитивні, так і проблемні наслідки. Одне з головних соціальних питань, що постає при ревіталізації, - це баланс між гентрифікацією (витісненням певних соціальних груп) та соціальною згуртованістю (посиленням взаємодії, довіри та спільної ідентичності громади).

Ревіталізація, безперечно, змінює тканину міста. У простір, що колись був маргінальним, починають вкладатися ресурси. З'являється новий бізнес, покращується благоустрій, зростає безпека. Це веде до збільшення інвестиційної привабливості, і як наслідок - до зростання вартості нерухомості, цін на оренду, податків. Спочатку це може виглядати як суто економічна вигода, але згодом стає очевидно: ті мешканці, які жили тут десятиліттями, не завжди можуть дозволити собі залишитися.

Цей процес має назву гентрифікація - явище, коли нижчі соціальні верстви поступово витісняються із центральних чи оновлених районів, бо ціна життя там стає занадто високою. Вони змушені мігрувати на периферію, втрачаючи доступ до нової інфраструктури, культурних подій і соціального капіталу, який формувався у знайомому середовищі. Разом із людьми місто втрачає і частину своєї автентичності - зникають маленькі крамниці, родинні кав'ярні, квартальні зв'язки. Їхнє місце займають стандартизовані бренди, високі парканни, елітна архітектура, де немає місця для публічного діалогу.

Та водночас ревіталізація може і повинна виконувати соціальну місію - об'єднувати громаду, створювати простори співіснування, не виключаючи

нікого. Це - інший полюс соціальної динаміки, який ми називаємо соціальною згуртованістю. У цьому сценарії простір розробляється не лише для нових мешканців або туристів, а й для тих, хто вже тут живе. Їх запрошують до обговорень, залучають до проєктування, підтримують їхній малий бізнес, створюють події, що відповідають їхнім потребам.

Такий підхід базується на принципах соціального урбанізму: простір розглядається не лише як фізична територія, а як сцена для взаємодії, обміну, взаємоповаги. Успішні приклади з Латинської Америки (наприклад, медельїнський досвід у Колумбії) показують, як через парки, бібліотеки, канатні дороги можна зшити місто, яке колись було розділеним за класовими та територіальними ознаками.

Одним із найпотужніших інструментів згуртованості є інклюзивне програмування ревіталізованого простору. Наприклад, якщо стару будівлю перетворили на культурний центр, то він повинен пропонувати не лише сучасне мистецтво для креативного класу, а й заняття для школярів, майстер-класи для пенсіонерів, виступи місцевих колективів. Така політика формує місцеву приналежність, коли люди не відчувають себе чужими у новому просторі, а, навпаки, починають асоціювати його з собою.

Водночас важливо уникати символічної гентрифікації, коли оновлений простір формально відкритий для всіх, але культурно, візуально чи економічно орієнтований на вузьку аудиторію. Навіть у демократичному фасаді можуть ховатися бар'єри: ціни, естетика, коди поведінки, які виключають старших, менш освічених або економічно вразливих мешканців.

Тож справжня соціальна динаміка ревіталізованого простору - це динаміка вибору: або місто йде шляхом ексклюзивності та гентрифікації, або інвестує у спільність, доступність, довіру. Успішна ревіталізація - це завжди компроміс між потребами розвитку і збереженням соціальної тканини. Це вміння дати простору не лише нове життя, але й новий сенс для всіх, хто з ним взаємодіє [2].

У сучасному світі туризм стає дедалі важливішим елементом економічного та соціального розвитку міст. Урбаністичні процеси дедалі більше взаємодіють із туристичними потоками, породжуючи нові просторові феномени, одним з яких є туристичний магніт. Це поняття охоплює сукупність факторів, що здатні залучати туристів до певного урбаністичного середовища, трансформуючи його фізично, економічно та культурно. Туристичний магніт - не просто популярне місце, а стратегічний елемент міського розвитку, який впливає на просторову структуру, планування та ідентичність міста [7].

Суть туристичного магніту. Поняття «туристичний магніт» має декілька рівнів інтерпретації. У вузькому сенсі - це окремий об'єкт або подія, що приваблює велику кількість відвідувачів. У ширшому - це система, що охоплює інфраструктуру, культурний контекст, економічні зв'язки та просторову організацію території.

З урбаністичної точки зору, туристичний магніт виконує функцію генератора потоків - як людських, так і фінансових. Він стимулює розвиток інфраструктури, сприяє зміні образу міста, впливає на формування нових функціональних зон і навіть змінює соціальну структуру навколишнього середовища.

Ці магніти можуть бути природними або штучно створеними, тимчасовими або постійними, локальними чи глобального значення. Їхня роль у розвитку міста полягає не лише у забезпеченні туристичного потоку, а й у створенні соціального капіталу, формуванні позитивного іміджу, підтримці культурної ідентичності.

Класифікація туристичних магнітів. Туристичні магніти можна класифікувати за кількома основними критеріями:

За природою походження:

1. Природні магніти: гори, озера, узбережжя, ландшафтні парки. Наприклад, Карпати - сильний природний туристичний магніт для Західної України.
2. Культурно-історичні об'єкти: архітектурні пам'ятки, історичні центри міст, замки, музеї. Прикладом може бути Львів або Кам'янець-Подільський.

3. Сучасні урбаністичні об'єкти: хмарочоси, шопінг-моли, розважальні комплекси, технопарки.

4. Івент-магніти: події, що проводяться в місті - фестивалі, спортивні змагання, конференції, що тимчасово концентрують увагу туристів.

За тривалістю дії:

- Постійні магніти - діють увесь рік, забезпечуючи стабільний туристичний потік.
- Сезонні магніти - приваблюють лише в певні пори року (наприклад, гірськолижні курорти або пляжі).
- Тимчасові магніти - короткотермінові події, які на деякий час суттєво змінюють динаміку міста (наприклад, Євробачення або чемпіонати світу).

За масштабом впливу:

- Локальні магніти - цікаві для жителів міста та найближчих територій.
- Національні - формують туристичні потоки з усієї країни.
- Міжнародні магніти - визначні об'єкти, які приваблюють гостей з-за кордону (наприклад, Софія Київська або Чорнобильська зона)[30].

Значення туристичних магнітів:

Економічний вплив. Розвиток туристичних магнітів безпосередньо стимулює місцеву економіку. Зростає прибуток малого та середнього бізнесу: готелі, кав'ярні, сувенірні крамнички отримують більше клієнтів. У відповідь на попит створюються нові робочі місця в туризмі, сервісі, транспорті. Це також робить місто привабливішим для інвесторів - запускаються стартапи, розвиваються нові ідеї. Крім того, місто може залучати міжнародні гранти чи приватний капітал для покращення інфраструктури, чого раніше могло бути важко досягти.

Соціально-культурна цінність. Туризм - це не лише про прибуток, а й про людей. Коли мешканці бачать, що їхнє місто цікаве іншим, з'являється відчуття гордості, формується локальна ідентичність. Пам'ятки, що раніше були забутими, отримують нове життя - їх реставрують, ними починають пишатися. Тури-

стичні локації часто стають місцем зустрічі різних соціальних груп - це створює відкритість, діалог, культурний обмін. І головне - це надихає громаду об'єднуватись навколо спільних цінностей [31].

Урбаністичний розвиток. Запуск туристичних проектів тягне за собою зміни в міському просторі. Старі райони оновлюються, покращується інфраструктура - з'являються зручні маршрути, громадські простори, велосипедні доріжки. Місто стає більш дружнім як для туристів, так і для самих мешканців. Активно впроваджуються технології «розумного міста»: сучасне освітлення, екологічний транспорт, інтерактивна навігація. Туризм, таким чином, стає каталізатором урбаністичного оновлення та створює більш комфортне середовище для життя.

1.2 Методологічні підходи до проектування туристичних просторів у містах

У сучасній урбаністиці туризм відіграє не лише економічну чи культурну роль - він є потужним інструментом просторового трансформування міста. Проектування туристичних просторів - це не просто створення зручного маршруту чи інфраструктури. Це - комплексна методологічна практика, яка поєднує географію, соціологію, архітектуру, маркетинг і культурологію. Ефективне планування туристичних просторів потребує міждисциплінарного підходу, глибокого розуміння міста як живого організму і вміння бачити майбутнє у взаємодії локального та глобального.

Першим і базовим підходом є просторовий аналіз. Він дозволяє дослідити структуру міста, визначити зони концентрації туристичних потоків, зони високої щільності інфраструктури та доступність ключових об'єктів.

Цей підхід базується на розумінні міста як структурованої просторової системи, в межах якої туристичні об'єкти не є ізольованими «точками», а функціонують у взаємозв'язку з іншими елементами міського простору. Таким чином, головна увага зосереджується на:

- розташуванні об'єктів у просторі міста;
- взаємодії між зонами (житловими, культурними, рекреаційними, транспортними);
- доступності - фізичній, візуальній, інформаційній;
- зв'язності маршрутів, зручності переміщення, логістичній ергономіці;
- інтеграції простору в загальну урбаністичну структуру.

Важливо, що цей підхід не лише описує, але й моделює простір - тобто створює уявну «карту дій» для туриста, жителя, урбаніста, архітектора чи інвестора.

Інструменти і методи. У практиці територіально-просторового підходу застосовуються такі основні інструменти:

1. ГІС (геоінформаційні системи) - для візуалізації просторових даних, виявлення концентрацій туристичних потоків, зон з високим або низьким навантаженням.
2. Просторове зонування - визначення функціональних блоків у місті: історичні центри, зелені зони, транспортні вузли, готельні кластери.
3. Аналіз ізоплет (зон із однаковою характеристикою) - наприклад, час доступу пішки до певного об'єкта, щільність забудови, концентрація туристичних сервісів.
4. Моделювання пішохідних і транспортних маршрутів - щоб створити логічні, привабливі та безпечні траєкторії руху.
5. Візуальний аналіз простору - дослідження відкритості/закритості, панорам, фокусних точок та орієнтирів.

Завдяки цим інструментам формується чітке уявлення про те, як саме турист сприймає і використовує міський простір [4].

Переваги територіально-просторового підходу:

1. Системність і цілісність. На відміну від фрагментарного підходу, який зосереджується на окремих пам'ятках або заходах, просторовий підхід дозволяє вибудувати повноцінну логіку руху і сприйняття міста.

2. Формування зв'язності. Турист не сприймає місто як набір точок, а як маршрут досвіду. Завдяки грамотній організації маршруту простір стає «розповіддю», де кожен об'єкт логічно впливає з попереднього.

3. Покращення навігації. Проектуючи простір через аналіз видимості, знакових орієнтирів і точки входу, можна створити середовище, в якому легко орієнтуватися, навіть без мапи.

4. Раціональне використання простору. Просторовий аналіз дозволяє не перевантажувати окремі об'єкти (уникати туристичного перенасичення), а рівномірно розподіляти потоки.

5. Інтеграція з іншими міськими функціями. Завдяки територіальному підходу туристичний простір не витісняє мешканців, а гармонійно вбудовується у житлову, рекреаційну або бізнес-інфраструктуру.

Недоліки. Попри переваги, територіально-просторовий підхід має й обмеження:

1. Складність реалізації. Просторове моделювання потребує фахових знань, програмного забезпечення, якісної статистики та міждисциплінарної співпраці.

2. Ризик технократизму. Зосередженість на структурах і маршрутах може затьмарити культурний, емоційний, сенсовий вимір простору, який важливий для туриста.

3. Потенційний конфлікт з мешканцями. Якщо простір проектується виключно з туристичної точки зору, мешканці можуть відчувати себе витісненими, а щоденний комфорт - знижуватися.

4. Обмеження в історичних містах. У старих центрах просторове моделювання може бути ускладнене вузькими вуличками, збереженою забудовою, обмеженнями охорони спадщини.

5. Динамічність середовища. Туристичні потоки змінюються, як і функції територій, тому просторові моделі швидко втрачають актуальність без постійного оновлення даних.

Інший важливий підхід - культурно-антропологічний, який орієнтований на глибоке розуміння культурної ідентичності міста, його історії, символів і пам'яті місця. За цим підходом туристичний простір не зводиться до набору «цікавих точок», а формується як наративна структура, що розповідає історію міста через простір.

Культурно-антропологічний підхід ґрунтується на уявленні про місто як символічний простір, наповнений сенсами, ритуалами, пам'яттю та соціальними практиками. Він розглядає не лише те, що бачить турист, а й те, як він це сприймає, що означає для нього той чи інший об'єкт, які асоціації, емоції, знання це місце викликає.

На відміну від функціональних чи просторових підходів, культурно-антропологічний наголошує на нематеріальних вимірах простору:

- колективна ідентичність;
- локальні міфи й легенди;
- культурна спадщина - матеріальна та нематеріальна;
- мова, діалект, топоніми;
- традиції, кухня, музика, одяг;
- щоденні практики мешканців.

Це підхід, який запитує не «де розташувати туристичний маршрут?», а «що означає це місце для мешканців і як воно може стати частиною історії, яку ми розповімо туристові?».

Інструменти культурно-антропологічного підходу:

1. Етнографічні дослідження. Поглиблені інтерв'ю з мешканцями, спостереження, участь у подіях дозволяють зрозуміти, як жителі взаємодіють із простором, як вони сприймають власну ідентичність.

2. Картографія пам'яті. Створення «емоційних» мап міста, де позначаються місця важливі не адміністративно, а емоційно - наприклад, де зустрічалися родини, проходили традиційні святкування, жили визначні особи.

3. Семіотичний аналіз. Дослідження символіки міста - герби, пам'ятники, кольори, архітектура, рекламні образи - і того, як вони кодують певні сенси.

4. Наративна реконструкція. Створення туристичних маршрутів не за географією, а за історіями: наприклад, «жінки в історії міста», «місто у кіно», «місто через призму їжі».

5. Партисипативне проектування. Залучення громади до формування туристичного образу міста - щоб мешканці самі визначили, що вважають цінним і достойним презентації.

Переваги підходу:

1. Автентичність і глибина. Туристичний простір, побудований за культурно-антропологічним принципом, не копіює моделі інших міст, а демонструє унікальність локального контексту.

2. Емоційний зв'язок. Турист проживає не поверхневий досвід «огляду пам'яток», а занурення в атмосферу місця, що робить візит значущим і незабутнім.

3. Залучення громади. Проекти стають не просто інфраструктурними, а соціальними ініціативами, де мешканці відчують свою роль і вплив.

4. Збереження спадщини. Такий підхід сприяє відновленню та популяризації локальної нематеріальної культури, що особливо важливо для малих міст.

5. Стійкий туризм. Турист, який приїздить за культурою і досвідом, менш схильний до поверхневого споживання, частіше поважає середовище та мешканців.

Недоліки:

1. Складність реалізації. Потрібен час, кваліфіковані дослідники, тонке розуміння контексту - це робота, яка не терпить шаблонів.

2. Конфлікти наративів. У місті може бути кілька версій історії, кілька етнічних або соціальних груп із різним баченням - і всі вони мають право на представлення.

3. Сприйняття зовнішнім туристом. Те, що є глибоким і значущим для місцевих, може бути незрозумілим або нецікавим для туриста без відповідної інтерпретації.

4. Ризик комерціалізації культури. Якщо підхід використовується без етики, він може призвести до фольклоризації, коли культура подається як шоу, а не як жива практика.

5. Залежність від місцевого контексту. Універсального рецепту не існує - підхід працює лише там, де є жива, самобутня культура і громада, яка її підтримує.

Третім потужним підходом є соціально-орієнтований, що базується на концепціях інклюзивного урбанізму та участі громадян у прийнятті рішень. Згідно з цим підходом, туристичний простір має бути відкритим і зручним для всіх - мешканців, гостей, людей з інвалідністю, літніх людей, дітей. Такий простір передбачає рівний доступ до сервісів, достатньо місць для відпочинку, тіньові зони, якісне освітлення, елементи соціальної навігації.

Соціологічний підхід орієнтований не стільки на фізичну структуру міста, скільки на поведінкові та ціннісні характеристики людей, що живуть, працюють чи подорожують у ньому. Він дозволяє побачити, як простір сприймається, які емоції викликає, як ним користуються різні спільноти.

Цей підхід ґрунтується на принципах:

- людиноцентричності - туристичний простір має бути не лише «гарним», а й комфортним і зрозумілим для людини;
- соціальної інклюзії - простір повинен бути доступним для всіх груп населення, незалежно від віку, доходу, мобільності, мови;
- участі громади - мешканці не просто «користувачі» простору, а його співтворці, їхній досвід і бачення мають враховуватись у проектуванні.

Інструменти соціологічного підходу:

1. Опитування та анкетування. Дає змогу зібрати думки місцевих жителів, туристів, підприємців про те, як вони бачать розвиток території, які зони є привабливими, які - проблемними.
2. Фокус-групи. Дискусії з представниками різних соціальних груп (молодь, пенсіонери, люди з інвалідністю, переселенці) дозволяють глибше розкрити потреби кожної з них.
3. Спостереження *in situ*. Аналіз реальної поведінки у просторі: де люди зупиняються, як користуються лавками, які маршрути обирають, яких зон уникають.
4. Картографування соціальної активності. Створення мап, які фіксують місця концентрації людей, подій, соціальних сервісів, неформальної комунікації.
5. Аналіз вразливих груп. Виявлення, хто і чому може відчувати себе виключеним із запропонованого простору - і що можна змінити для їхньої участі.

Переваги соціологічного підходу

1. Гуманізація проектування. Простір створюється не «згори вниз», а з урахуванням реального життя людей - їхніх щоденних маршрутів, звичок, потреб.
2. Зниження конфліктів. Врахування думки громади дозволяє уникати ситуацій, коли мешканці сприймають туристичні проекти як нав'язані, чужі або шкідливі.
3. Інклюзивність. Соціологічний підхід робить простір доступним не лише фізично, а й соціально: він стає відкритим, зручним і зрозумілим для всіх.
4. Підвищення ефективності. Якщо простір відповідає очікуванням і потребам користувачів, він краще функціонує: більше відвідуваності, менше вандалізму, вища економічна активність.
5. Підтримка довіри. Коли громада відчуває свою причетність до створення простору, вона більше дбає про нього, ідентифікує себе з містом.

Обмеження та виклики:

1. Часозатратність. Збір соціологічних даних - тривалий процес, який потребує ресурсу, планування і терпіння.
2. Неоднозначність результатів. Різні групи можуть мати протилежні інтереси: наприклад, туристи хочуть активності, мешканці - тиші.
3. Вразливість до маніпуляцій. Якщо дослідження проводяться неякісно або з упередженнями, вони можуть лише легалізувати готові рішення.
4. Недооцінка в адміністративних структурах. Часто соціологічні дані не вважаються важливими в архітектурному плануванні, що знижує їхній вплив.
5. Обмежений обсяг охоплення. Один або кілька фокус-груп не завжди відображають усього спектру думок у місті, особливо в мультикультурних середовищах.

Приклад практичного застосування: у Львові, під час створення туристично-культурного простору в районі Підзамче, були проведені фокус-групи з мешканцями, які раніше скаржились на зростання шуму й переповненість через туризм. Завдяки цьому зону оновили так, щоб вона поєднувала інтереси обох груп: туристів спрямували на окремі маршрути, а для мешканців створили затишні дворові простори, вуличну бібліотеку, місця для тиші та локальні події. Це приклад соціологічної інтеграції у проектування.

Четвертим підходом є маркетингово-брендинговий. Туристичний простір має бути не лише зручним і функціональним, а й впізнаваним. Саме тут на допомогу приходить міський брендинг, розробка візуальної айдентики, створення нарративу міста. Сучасний туристичний простір - це не лише фізичне середовище з інфраструктурою, а й бренд, наратив, емоційний досвід, який формує враження про місто. В умовах глобальної конкуренції між містами та регіонами за увагу туриста, інвестора і навіть мешканця, виникає потреба не лише створити простір, а й сформулювати його образ, зробити його впізнаваним, бажаним, відмінним від інших. Саме цим займається маркетингово-брендинговий підхід - потужний інструмент стратегічного проектування та управління в туризмі [11].

Маркетингово-брендинговий підхід передбачає, що туристичний простір - це продукт, який має свою цільову аудиторію, унікальну пропозицію, комунікаційну стратегію, канали просування та візуальний стиль. Його не лише проєктують і будують, а й позиціонують, пояснюють, розповідають про нього світу[39].

Цей підхід формує відповідь на ключові питання: що це за місце? Для кого воно створене? Чим воно відрізняється від інших? Який досвід отримує тут відвідувач? Який імідж місто хоче сформувати завдяки цьому простору?

Основні інструменти та етапи маркетингово-брендингово підходу:

1. Бренд-діагностика простору. Аналіз сильних і слабких сторін території, її символічного капіталу, наявних міфів, стереотипів і унікальних рис. Це може бути історія, архітектура, гастрономія, події або атмосфера.

2. Визначення цільових аудиторій. Простір може орієнтуватися на молодь, родини з дітьми, креативних мандрівників, освітній туризм тощо. Для кожної групи - різні мови, меседжі, досвід.

3. Створення унікальної пропозиції (USP). Чітке формулювання, чим саме це місце є унікальним: «Кам'янець-Подільський - місто-фортеця», «Львів - місто кави і середньовіччя», «Івано-Франківськ - креативна столиця Прикарпаття».

4. Розробка візуальної айдентики. Логотипи, кольорова палітра, шрифти, мова вивісок, дизайн інфраструктури (лавки, навігація, афіші) - усе має бути впізнаваним та узгодженим.

5. Сторітелінг і наративізація. Формування історій, які стоять за простором: не просто «музей», а «місце зустрічі поколінь»; не просто «парк», а «територія перетину культур».

6. Канали комунікації та просування. PR-кампанії, відео, соціальні мережі, туристичні платформи, офлайн-інфраструктура, локальні амбасадори. Бренд має бути живим, а не лише на логотипі.

Переваги маркетингово-брендингового підходу:

1. Впізнаваність і привабливість. Чіткий бренд робить місто або простір пізнаваним серед сотень інших. Туристи легше приймають рішення, коли знають, що саме вони можуть отримати.

2. Економічний ефект. Брендований простір легше просувається, приваблює інвестиції, стимулює локальний бізнес, особливо в сфері гостинності, культури, сувенірної продукції.

3. Підвищення престижу міста. Брендінг формує не лише зовнішнє враження, а й внутрішню гордість мешканців за своє місто.

4. Універсальність. Підхід працює як у великих містах, так і в малих громадах. І навіть один добре оформлений об'єкт (наприклад, музей або площа) може дати нове дихання всій території.

Недоліки маркетингово-брендингового підходу:

1. Ризик поверховості. Пошук яскравого образу може призвести до спрощення культури, створення стереотипів замість справжнього розуміння місця.

2. Фальшивий образ. Якщо бренд не відповідає реальному стану простору, виникає розчарування туристів і втрата довіри.

3. Витіснення автентики. За сильним туристичним образом може зникати реальне життя громади - з її звичаями, мовою, неідеальністю.

4. Недостатня участь місцевих. Якщо бренд створюється «згори», без залучення мешканців, він не сприймається як свій, а туристичний простір - як чужий.

1.3 Принципи формування туристичної привабливості в постіндустріальному міському середовищі

У сучасному глобалізованому світі міста змагаються не лише за інвестиції, кадри чи інновації, а й за увагу мандрівника. Особливо це стосується постіндустріальних міст, які після занепаду промислових функцій опинились перед викликом - як переосмислити свою ідентичність, як стати привабливими для туриста, як оживити занедбані простори. У цьому процесі туристична при-

вабливість стає не лише маркетинговою категорією, а й соціокультурним, просторовим і економічним фактором розвитку. Її формування вимагає дотримання певних принципів, що відповідають сучасним трендам урбаністики, сталого розвитку та культурного споживання.

1. Принцип автентичності.
2. Принцип багатофункціональності простору.
3. Принцип відкритості та доступності.
4. Принцип наративності простору.
5. Принцип подієвості.
6. Принцип інтеграції у міське життя.
7. Принцип візуальної айдентики.
8. Принцип сталості і поваги до контексту.

1. Автентичність як принцип формування туристичної привабливості постіндустріального міського середовища полягає в збереженні та актуалізації унікального духу місця - його історії, архітектури, пам'яті, мови, культури. Це не спроба «згадати минуле», а навпаки - дати йому нове життя у сучасному контексті. Автентичність народжується тоді, коли простір не маскується під щось інше, не копіює чужий досвід, а говорить голосом власного міста. У постіндустріальному місті автентичність має особливу вагу, адже саме ці території найчастіше стираються з колективної пам'яті: заводи, склади, цехи, залізничні депо - усе це може зникнути під фасадом новобудов або бути переосмислене. Принцип автентичності вимагає делікатної роботи з матеріальною й нематеріальною спадщиною: цегляна кладка не замінюється плиткою, а відчищається; мозаїка не зашивається гіпсокартоном, а консервується; історії робітників чи мешканців не ігноруються, а стають частиною експозиції або наративу простору. Автентичність працює не лише на ідентичність простору, а й на емоційний зв'язок з туристом. Люди приїждять не за універсальним досвідом - вони шукають щось, чого більше ніде не побачать. Якщо постіндустріальний район зберігає свій оригінальний дух, він має шанс стати магнітом: місцем, де «реальне» цінується вище за «декорації».

Ще одна важлива складова автентичності - це співпраця з локальною громадою. Саме жителі - носії справжньої пам'яті про місце. Тому проектування туристичного простору повинно включати діалог: з місцевими художниками, старожилами, громадськими ініціативами. Їхній голос допомагає уникнути спрощень, стереотипів і фальшивої «псевдокультурності». Автентичність - це також про естетику недосконалості. Туристу цікаво побачити сліди часу: тріщину на стіні, колишні написи, іржу на металевій балці. Ці деталі створюють шарм, відчуття справжності. Але важливо не перетворити це на музей фіксації: простір має бути живим, функціональним, гнучким - автентичність повинна інтегруватися в сучасність, а не відмежовуватись від неї.

Таким чином, принцип автентичності не про минуле як таке, а про довіру до місця. Це про здатність дозволити місту говорити своєю мовою - складною, багатошаровою, недосконалою, але щирою. І саме це робить туристичний досвід глибшим, пам'ятнішим, людянішим.

2. Принцип багатофункціональності простору в постіндустріальному міському середовищі полягає у здатності однієї локації виконувати кілька різноформатних, динамічних функцій - культурну, соціальну, економічну, туристичну, освітню тощо. Це не просто «багато всього в одному місці», а злагожене, гнучке співіснування активностей, які підсилюють одна одну, створюючи живу екосистему міського простору.

Сучасні туристи очікують від міста більше, ніж просто екскурсій: вони шукають досвід, взаємодію, причетність. У відповідь на це багатофункціональний простір може вранці бути кав'ярнею з локальними продуктами, вдень - арт-галереєю або зоною лекцій, увечері - майданчиком для музичних перформансів або кіно просто неба. Ключ - у поєднанні постійних і тимчасових функцій, комерційного та громадського, масового й індивідуального.

Особливо важливо, що багатофункціональність дає змогу об'єднати різні аудиторії: мешканці, туристи, бізнес, діти, студенти, пенсіонери - усі мають знайти щось своє. Наприклад, простір біля колишнього цеху може водночас бути і місцем для вільного дозвілля, і хостити події, і мати відкриті воркспейси, і

служити локацією для виставок або зустрічей громади. Такий підхід згуртовує місто, замість того щоб створювати ізольовані зони лише для окремих цільових груп.

У постіндустріальному місті багатофункціональність - це ще й економічна доцільність. Реставрація старої інфраструктури часто коштує дорого, тому важливо, щоби простір працював на повну, а не просто «стояв» заради однієї функції. Універсальність зон дозволяє ефективно використовувати площу, адаптувати її під різні потреби, зменшити витрати й збільшити прибутковість.

Також багатофункціональний підхід підтримує стійкість простору - він не залежить від однієї форми використання, а здатен адаптуватися до змін: наприклад, у період карантину - стати відкритим освітнім простором, у час війни - прихистком для внутрішньо переміщених осіб, у туристичний сезон - креативним центром для гостей [18].

Цей принцип вимагає грамотного проектування, гнучкої архітектури, мобільного обладнання, а також інституційного управління. Адже щоб простір міг жити різними функціями, ним має хтось управляти - координувати, планувати події, працювати з громадою. Тільки тоді він не перетвориться на хаос або «випадкову активність».

Багатофункціональність - це не компроміс, а новий стандарт міського мислення. Вона дозволяє простору бути не лише точкою тяжіння, а й простором змін, розвитку, діалогу між містом, мешканцями й гостями.

3. Принцип відкритості та доступності в контексті формування туристичної привабливості постіндустріального міського середовища визначає фундаментальну ідею: простір має бути фізично, соціально, економічно та психологічно відкритим для кожного, незалежно від віку, соціального статусу, походження чи фізичних можливостей. Це про інклюзію, рівність і гідність у міському досвіді - як для мешканців, так і для туристів.

Фізична доступність означає, що простір легко знайти, туди просто дістатися, і він не має бар'єрів для людей з обмеженими можливостями. Наприклад, територія ревіталізованого заводу повинна мати зручні входи, безперешкодний

доступ для візків, читабельну навігацію, місця для відпочинку. Це не розкіш, а базова норма міського проєктування у ХХІ столітті.

Соціальна відкритість - це про відсутність елітарності. Простір не повинен належати лише «своїм» чи «обраним». Його події, сервіси, інфраструктура мають бути відкритими для мешканців з різним доходом, стилем життя, мовою чи культурою. Зокрема, добре, коли частина подій або функцій залишається безкоштовною або з добровільним внеском - це знімає фінансові бар'єри і підвищує лояльність до простору.

Відкритість також включає доступ до інформації: турист або мешканець має розуміти, що саме відбувається у просторі, як взяти участь, як знайти допомогу. Це забезпечується через зрозумілу навігацію, мультимовність, зручні сайти чи додатки, комунікацію в соцмережах. Тут важливо не тільки «бути відкритими», а й виглядати відкритими - створювати доброзичливу атмосферу, уникати формалізму та надлишкової бюрократії.

Окремо варто згадати психологічну відкритість. Це про атмосферу прийняття - коли простір не викликає страху, відчуття «я тут зайвий», а навпаки, запрошує, дає відчуття свободи, безпеки, рівноправності. Турист чи мешканець не повинен відчувати, що цей простір «не для нього», що він не вписується. Це досягається через дизайн, доступну мову, щирі комунікації, інклюзивні події.

Принцип відкритості також підтримує сталий розвиток простору. Адже чим більше людей можуть ним користуватись, тим більше він виправдовує витрати на створення, тим ширше його культурний і соціальний ефект. Крім того, відкритий простір краще інтегрується в міську тканину: він не «вибивається» із загального ландшафту, не створює «туристичних гетто», а доповнює міське життя.

Нарешті, відкритість - це не лише архітектурне чи організаційне рішення, це цінність, яка закладається ще на етапі концепції. Простір має бути не лише красивим і функціональним, а й людським - створеним для діалогу, для зустрічі, для взаємної присутності в місті.

4. Принцип наративності простору полягає в тому, що міський простір не просто «існує» - він розповідає історії. Це історії про місце, людей, події, емоції, традиції. У контексті туристичного середовища це стає надзвичайно важливим: простір із наративом не просто приваблює візуально - він створює глибший, емоційний зв'язок між гостем і містом.

Наратив - це не обов'язково текст на табличці. Це може бути маршрут, архітектурна деталь, інсталяція, колір, запах, звук, навіть ритм руху від однієї зони до іншої. Наприклад, ревіталізований завод може розповідати історію індустріалізації й праці, а через сучасні мистецькі елементи - про трансформацію і нову ідентичність. Таким чином, простір стає багатоплановим, живим текстом, у якому кожен може знайти свій сенс.

Важливо, що наративність робить простір більш запам'ятовуваним. Турист, який просто пройшовся красивим сквером, забуде його швидше, ніж той, хто відчув, що сквер - це частина розповіді: про місцевого героя, стару легенду, сучасну ініціативу, колективну пам'ять району. Наратив створює емоційний резонанс, і це значно посилює туристичну привабливість.

Успішний наратив у просторі має кілька характеристик:

- локальність: він ґрунтується на реальних подіях, людях, географії. Це не штучна історія, а така, що «приросла» до місця;
- динамічність: історія може оновлюватися, змінюватися, доповнюватися новими голосами - як музей із живою експозицією;
- багатоголосся: наратив може містити кілька перспектив - офіційну, неформальну, мистецьку, особисту. Це збагачує досвід;
- візуалізація: важливо не тільки що розповідається, а й як. Які носії - таблички, проєкції, графіті, аудіогіди, AR-технології.

Наративність простору також дозволяє будувати бренд міста, особливо в постіндустріальному середовищі, де важливо не просто відновити будівлі, а дати їм нову ідентичність. Через наратив можна переосмислити біль, спадок, трансформацію - і подати це як частину унікального досвіду, що не дублюється ніде у світі.

Ключовим є залучення громади: локальні жителі - носії наративу, вони знають ті історії, які ніколи не потраплять до офіційних довідників. Включення цих голосів у простір - через мурали, виставки, мапи пам'яті - створює справжній діалог між містом і його гостем.

Принцип наративності - це коли простір перестає бути лише фоном. Він стає героєм. І саме це перетворює його на справжній туристичний магніт, куди хочеться повертатися, бо кожного разу можна почути нову історію.

5. Принцип подієвості є одним із ключових підходів до формування туристичної привабливості міського простору, особливо в умовах постіндустріального середовища. Він полягає в тому, що міський простір повинен не лише існувати як фізичне середовище, але й жити у часовому вимірі, наповнюватися подіями, активностями, ритмом - створювати причини для постійного повернення. У найширшому сенсі подієвість - це часовий вектор привабливості. Якщо автентичність або архітектура створюють статичне враження, то події роблять простір динамічним, змінним, «живим». Це можуть бути фестивалі, концерти, виставки, ярмарки, перформанси, лекції, кінопокази, гастрономічні події, спортивні змагання, а також дрібні локальні ініціативи - відкриті класи, майстерки, недільні ринки тощо.

Основна ідея принципу - регулярність та різноманітність. Простір не має бути «подійним раз на рік». Він має формувати ритм міського життя, бути відкритим до ініціатив і давати підстави мешканцям і туристам приходити знову і знову.

Переваги реалізації принципу подієвості:

1. Підсилення іміджу міста: події створюють інформаційні приводи, вони активно висвітлюються у медіа, формують позитивну репутацію, привертають увагу.
2. Економічний ефект: події активізують економіку простору - зростає споживання у кав'ярнях, готелях, магазинах, підвищується попит на локальні послуги та продукцію.

3. Соціальна взаємодія: події створюють платформи для зустрічей, діалогу, обміну досвідом - як між туристами, так і між жителями.

4. Формування ідентичності: через події місто або простір може транслювати свої цінності, підкреслювати унікальність, відображати культурну політику або спадщину.

Формати подій мають бути гнучкими: велика сцена - це добре, але важливо також мати простори для мікроподій. Це дозволяє залучити локальні ініціативи, знизити витрати, забезпечити сталість. Наприклад, арт-простір у колишньому ангарі може одночасно хостити музичний вечір, дитячу зону і виставку студентських робіт.

Також важливим є партнерство: для подієвості необхідна співпраця з громадами, культурними організаціями, бізнесом, адміністраціями. Це дозволяє урізноманітнити контент, наповнити календар, уникнути одноманітності.

Окрему роль у подієвості відіграє сезонність: події мають адаптуватися до різних погодних умов. Взимку це може бути святковий ярмарок або ковзанка, влітку - літній кінотеатр або фестиваль на відкритому повітрі. Добре організовані простори завжди мають програму «на рік» або принаймні циклічну активність.

Таким чином, принцип подієвості перетворює міський простір з об'єкта споглядання у суб'єкта взаємодії. Він наповнює місто емоціями, життям, пам'яттю, і саме події стають тим чинником, через який простір запам'ятовується, збагачується, живе.

6. Принцип інтеграції у міське життя означає, що туристичний простір має бути не ізольованою зоною для гостей, а повноцінною частиною міського середовища - природним продовженням повсякденного життя мешканців. Це простір, у якому люди не тільки фотографуються, але й щодня п'ють каву, працюють, зустрічаються, виховують дітей.

Інтегрований простір виконує кілька функцій одночасно. Тут можуть бути і культурні події, і громадські ініціативи, і місцевий ринок, і дитячий майданчик. Він відкритий не лише для туристів, а й для тих, хто живе поруч.

Простір влітається у міську тканину - він зручно розташований, поєднаний з вулицями та іншими об'єктами, не відрізаний парканами чи штучними бар'єрами[14].

Таке місце має характер - в ньому відчувається дух району, його історія, звички жителів. У назвах кафе, стилі вивісок, формах лавок - усе виглядає природно, без імітації чи декорацій. І найголовніше - у створенні простору беруть участь самі містяни. Вони допомагають формувати події, малюють мурали, створюють спільноти. Це не просто фон - це середовище життя.

Інтеграція - це не ідеальний стан, а постійна робота: з людьми, з простором, з культурою міста. Але саме завдяки їй туристичний простір перестає бути одноразовою атракцією й перетворюється на місце, куди хочеться повертатися - і туристам, і самим мешканцям.

7. Принцип візуальної айдентики полягає в тому, щоб туристичний або громадський простір мав чітко виражене, легко впізнаване обличчя - свій стиль, характер, «візуальний голос», що вирізняє його серед інших. Айдентика - це не просто логотип чи кольорова гама. Це система візуальних рішень, яка створює емоційний і просторовий зв'язок між місцем і людиною.

Коли простір має продуману айдентику, він легко запам'ятовується, формується в уяві як ціле, асоціюється з конкретними враженнями. Вона може проявлятися у всьому - від оформлення навігації до дизайну афіш, меблів, вивісок, навіть у формах озеленення чи типографії[3]. Важливо, щоб усі ці елементи були узгодженими, несуперечливими та відповідали загальному сенсу місця.

Айдентика не обов'язково має бути сучасною або «модною» - головне, щоб вона відповідала контексту. Наприклад, для простору на базі старого заводу це може бути індустріальна естетика зі збереженими металевими конструкціями й мінімалістичними графічними елементами. Для культурного кластеру в історичному районі - айдентика може базуватись на традиційних шрифтах, орнаментах або кольорах, переосмислених у сучасному ключі [8]. Візуальна айдентика також допомагає створювати емоційні зв'язки. Вона формує атмосферу - затишку, динаміки, креативності чи спадковості. Люди, які часто бу-

вають у просторі, починають ідентифікувати себе з ним: публікують фото, носять мерч, рекомендують друзям - і це посилює бренд міста чи району в цілому.

Айдентика - це інструмент не лише дизайну, а й наративу. Через неї простір «розповідає» про себе - хто він, що пропонує, для кого створений. І якщо ця розповідь чесна, автентична та естетично злагоджена - простір стає впізнаваним і привабливим на рівні вражень.

8. Принцип сталості і поваги до контексту - один із найважливіших у формуванні туристичних та урбаністичних просторів у постіндустріальному місті. Його суть полягає в тому, щоб будь-яке перетворення простору відбувалося не шляхом знищення минулого, а через переосмислення, адаптацію і збереження ідентичності місця. Сталий підхід передбачає турботу про довгострокову життєздатність простору: екологічну, соціальну, економічну. Простір має не просто «гарно виглядати» сьогодні, а й функціонувати через п'ять, десять, двадцять років, не втрачаючи актуальності, зручності та зв'язку з людьми. Це означає використання довговічних матеріалів, енергоефективних рішень, підтримку місцевих ініціатив і створення умов для сталого розвитку бізнесу та культури[24].

Повага до контексту - це увага до історії, архітектури, соціальної структури, просторових традицій місця. Якщо простір з'являється у старому районі - він має не руйнувати існуючі зв'язки, а підкреслювати унікальність локації. Нове не повинно переписувати старе, воно має з ним взаємодіяти. Збереження фасадів, інтерпретація історичних деталей у дизайні, використання локальних мотивів, мова вивісок - усе це приклади поваги до контексту.

Такий принцип не лише естетичний, але й соціально відповідальний. Він зменшує ризики гентрифікації, витіснення мешканців, конфліктів у громаді. Коли новий простір враховує потреби району, працює з історією і не вдається до агресивної комерціалізації, він викликає довіру, підтримку і гордість серед мешканців.

Сталий і контекстно чутливий простір - це простір, який не нав'язує себе місту, а природно стає його частиною. Він продовжує наратив місця, зберігає

пам'ять, поважає людей і навколишнє середовище. І саме такі простори сьогодні вважаються прикладами найкращої практики в урбаністиці.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАГНІТІВ

2.1. Історико-культурна та природна спадщина Запоріжжя як основа туристичного продукту

Острів Хортиця - серце історико-культурної та природної ідентичності не лише Запоріжжя, а й усієї України. Це найбільший острів на Дніпрі, який простягається на понад 12 км у довжину та до 2,5 км у ширину, займаючи площу близько 2 400 гектарів. Його унікальне розташування в центрі міста та багато-

шарова історія зробили його не просто географічним об'єктом, а символом національного духу, осередком природи, історії, археології, козацької слави й сучасного туризму.

Хортиця - це «природний архів» регіону. Острів має різноманітну топографію: північна частина - скеляста, з гранітними виходами та кручами, що піднімаються над річкою, південна - низинна, вкрита луками, лісами, болотами й затоками. Така ландшафтна різноманітність зумовила виняткову флору і фауну. Тут мешкають понад 120 видів птахів, численні види рідкісних рослин і тварин, частина з яких занесена до Червоної книги України[21].

Хортиця - одне з найдавніших заселених місць України. Археологи виявили на острові понад 100 пам'яток різних епох - від кам'яного віку до новітнього часу. Зокрема, тут знайдені скіфські кургани, сліди сарматської культури, поселення бронзової доби. Особливе місце посідає період Київської Русі - саме через Хортицю проходив торговий шлях "із варяг у греки".

Однак найважливішим історичним шаром є доба Козацтва. У XVI-XVIII століттях острів був стратегічною точкою на Дніпрі, де розташовувалися козацькі укріплення. Сьогодні реконструйована Запорізька Січ, що розташована в південній частині острова, стала символом цього періоду. Це не лише музей, а й простір живої культури - тут регулярно проходять історичні фестивалі, лицарські бої, показові виступи козаків, майстер-класи з народних ремесел і бойових мистецтв.

Сучасна Хортиця - це Національний заповідник, який щорічно відвідують десятки тисяч туристів. Острів пропонує поєднання освітнього, природного, історичного та подієвого туризму. Тут прокладено екостежки, є оглядові майданчики, кінний театр, зони для активного відпочинку, байдаркові маршрути, музей судноплавства, виставкові простори. Туристи можуть як самостійно пройти тематичними маршрутами, так і скористатися гідом чи інтерактивним мобільним застосунком [16].

Особливої цінності додає наявність кінного театру «Запорозький Спас», що відтворює бойові традиції козаків. Це яскравий приклад використання нема-

теріальної спадщини у форматі туристичного шоу. Хортиця також є місцем духовного паломництва для багатьох українців - тут відбуваються патріотичні заходи, урочисті події, символічні церемонії.

Хортиця також виступає осередком наукових досліджень. У межах заповідника діє археологічна лабораторія, екологічні спостережні пункти, співпрацюють науковці, студенти, волонтери з різних міст України. Це робить острів важливим не лише для туристичної галузі, а й для освіти та національної науки.

Острів Хортиця - це комплексне явище. Він не просто «туристичний магніт», а місце, де перетинаються природна гармонія, історична глибина, патріотична емоція й потенціал до сталого розвитку. Інтеграція Хортиці в загальний міський туризм може стати не лише інструментом економічного зростання, а й каталізатором формування нової культурної ідентичності Запоріжжя. Важливо розвивати інфраструктуру, не втрачаючи природного балансу, підтримувати подієвість і осмисленість туристичних практик, орієнтуючись на якість і емоційне наповнення.

Історико-культурна спадщина Запоріжжя - це багатовимірне культурне явище, яке поєднує в собі як глибокі археологічні пласти, так і урбаністичну модерністику XX століття. Вона охоплює найрізноманітніші періоди - від скіфської доби до козацького епосу, від колоніального розвитку краю до радянського індустріального буму. Така багатогранність робить Запоріжжя не лише цікавою точкою на карті України, а й перспективною платформою для формування комплексного туристичного продукту.

Найпотужніший культурний символ міста - це, звісно, Запорозьке козацтво, серце якого символічно зосереджене на острові Хортиця. Саме тут, за історичними переказами, існували осередки козацької демократії - Січі. Реконструкція Запорізької Січі на південній частині острова слугує не просто експозиційним музеєм, а живим простором відтворення культури, традицій і бойової слави українських воїнів. Цей об'єкт має величезне значення як для патріотичного виховання, так і для формування іміджу міста [5].

Окрім козацької спадщини, варто згадати археологічні пам'ятки - зокрема, численні кургани, святилища, поселення скіфської та сарматської доби, об'єкти бронзового віку. На Хортиці й навколо міста знайдено сліди проживання людей, починаючи з IV тисячоліття до н.е. Ці артефакти, хоча переважно не мають розвиненої туристичної інфраструктури, можуть стати основою для розвитку культурного туризму через створення музейно-археологічних парків.

Не менш важливою складовою спадщини є архітектурна ідеологія індустриальної доби. Запоріжжя - одне з небагатьох міст в Україні, де так виразно представлена спадщина радянського конструктивізму, сталінського ампіру та соціалістичного реалізму. Знаковими є ансамблі проспекту Соборного, мікрорайон «Соцмісто», будівлі колишніх заводських управлінь, палаців культури. Ця архітектура, за умови належної ревіталізації, може перетворитися на туристичний продукт для шанувальників модерністських урбаністичних об'єктів.

Крім матеріальних об'єктів, історико-культурна спадщина Запоріжжя представлена нематеріальними феноменами.

Нематеріальна культурна спадщина Запоріжжя - це живий пласт культурної ідентичності, що включає знання, навички, традиції, обряди, усну творчість і форми культурного самовираження, які передаються з покоління в покоління. Вона не менш цінна, ніж архітектура чи пам'ятки, адже відображає глибинні сенси, що формують характер народу, зокрема - козацький дух, ремісничу майстерність, фольклорні символи та народні звичаї [33]. Одним із найяскравіших прикладів нематеріальної спадщини є українське бойове мистецтво «Спас», яке активно зберігається і практикується в Запоріжжі. Цей комплекс технік самозахисту й духовного вдосконалення поєднує бойові прийоми, козацьку етику, обрядовість і систему виховання воїна. На Хортиці діє кінний театр, що демонструє «Спас» як туристичне шоу, але водночас зберігає його як систему духовного спадкоємства. Це дозволяє туристам долучитися до глибокої традиції не просто як спостерігачам, а як учасникам - через майстер-класи, тренування та інтерактивні програми.

Також Запорізький край здавна славиться багатим фольклорним надбанням - козацькими думами, баладами, легендами, прислів'ями та казками. Ці усні жанри не лише зберігають історичну пам'ять про події та героїв, а й формують символічний образ Запорізького козацтва в національній свідомості. Тексти дум, наприклад, співалися на кобзі або бандурі, передаючи інформацію про звиягу, честь, зраду і боротьбу. Такі фольклорні вечори, інтерактивні казкові маршрути, кобзарські фестивалі можуть стати основою унікального культурного туризму.

Запоріжжя має сильні традиції кузні, ткацтва, гончарства, різьблення по дереву, які беруть початок ще з козацьких часів. У місті діють майстерні, що підтримують ці традиції - не лише як виробництво сувенірів, а як культурну місію. Туристичні програми, побудовані на ремісничих маршрутах і майстер-класах, сприяють збереженню традицій та залучають туристів до процесу створення культурного продукту.

Не менш важливою є обрядова культура: свята, весільні обряди, народні звичаї, козацькі хрестини, посвяти. Їх можна інтерпретувати у форматі перформансів або фестивалів. Крім того, нематеріальна спадщина охоплює традиційну гастрономію - козацький куліш, борщ, запорізькі страви з риби та дичини, які також можуть бути елементом туристичного досвіду. В цілому, історико-культурна спадщина Запоріжжя - це скарбниця, яка має потенціал для створення тематичних кластерів: козацько-історичного, археологічного, індустріального, етнокультурного

Ще один важливий напрямок - подієвий туризм, побудований на базі традицій козацької культури. У Запоріжжі періодично проводяться фестивалі козацької слави, дні козацької історії, військово-історичні реконструкції, що перетворюють Хортицю на живу сцену минулого. Наприклад, такі події як «Покрова на Хортиці» приваблюють не лише місцевих, а й гостей з інших областей та країн. Подібні події створюють емоційний зв'язок туриста з місцем, забезпечують занурення в автентичну атмосферу та мають потенціал для трансформації в

масштабні брендовані культурні продукти - на зразок фестивалів вікінгів у Скандинавії або середньовічних ярмарків у Західній Європі [37].

Запорізьке козацтво також має великий потенціал у сфері етнографічного й патріотичного виховання. Школярі, студенти, молодь із різних куточків України та діаспори приїжджають до Хортиці, щоб краще зрозуміти свої корені, пройти майстер-класи з володіння шаблею, виготовлення оберегів, писанкарства, чи оволодіти елементами бойових мистецтв. Для цього варто розвивати експедиційний туризм, краєзнавчі маршрути, освітні табори та інтерактивні лекції з історії козацтва. Козацтво - це не лише історія, а й сильний візуальний образ, який можна використовувати для брендингу міста. Запоріжжя цілком могло б позиціонувати себе як «столиця козацького духу», використовуючи відповідну символіку в логотипах, вуличному мистецтві, сувенірній продукції, гастрономічних брендах. Зокрема, автентична кухня (куліш, борщ, м'ясні страви) може слугувати основою для розвитку гастрономічного туризму з козацьким акцентом[34].

2.2 Аналіз існуючих туристичних локацій і проблем розвитку туристичної інфраструктури

Запоріжжя - це місто з глибокою історією, унікальною географією та багатим культурним ландшафтом, яке має всі шанси стати потужним туристичним магнітом південного сходу України. Сьогодні, в умовах трансформації урбаністичного середовища, коли особливого значення набуває постіндустріальна ідентичність міст, Запоріжжя може запропонувати нову модель розвитку - не лише як індустріальний центр, а як простір культурного діалогу, історичної пам'яті та подієвого життя [13].

Одним із головних ресурсів, навколо якого може формуватись туристичний магніт, є острів Хортиця - унікальний природний і культурний об'єкт, який вважається серцем українського козацтва. Його ландшафтні принади, поєднані з потужним історико-етнографічним наративом, можуть стати основою для

створення цілого кластеру активного, історико-пізнавального й етнокультурного туризму. Вже сьогодні тут функціонують заповідник, реконструкція козацької січі, численні тематичні заходи - втім, при відповідному інвестуванні у інфраструктуру та маркетинг, потенціал може бути реалізований значно ширше[9].

Не менш значущим є і промисловий спадок міста, зокрема Дніпровська ГЕС - один із найбільших інженерних об'єктів ХХ століття. У європейських практиках індустриальні об'єкти давно стали основою привабливих туристичних маршрутів. У Запоріжжі є всі умови для створення сучасних індустриальних музеїв, освітніх програм, маршрутів «інженерної гордості». Такий підхід поєднує в собі принцип автентичності й поваги до контексту, даючи змогу зберегти дух міста і трансформувати його у туристичну привабливість.

Додатковим чинником формування туристичних магнітів у місті є подієвий туризм. Фестивалі, концерти, спортивні події та ярмарки - усе це вже сьогодні виконує функцію залучення туристів і водночас активізує місцеву громаду[32],

За даними місцевих соціологічних опитувань, жителі міста високо оцінюють потенціал подієвого та культурного туризму як такого, що може не лише розвивати місцеву економіку, а й формувати позитивний імідж Запоріжжя як відкритого й сучасного міста.

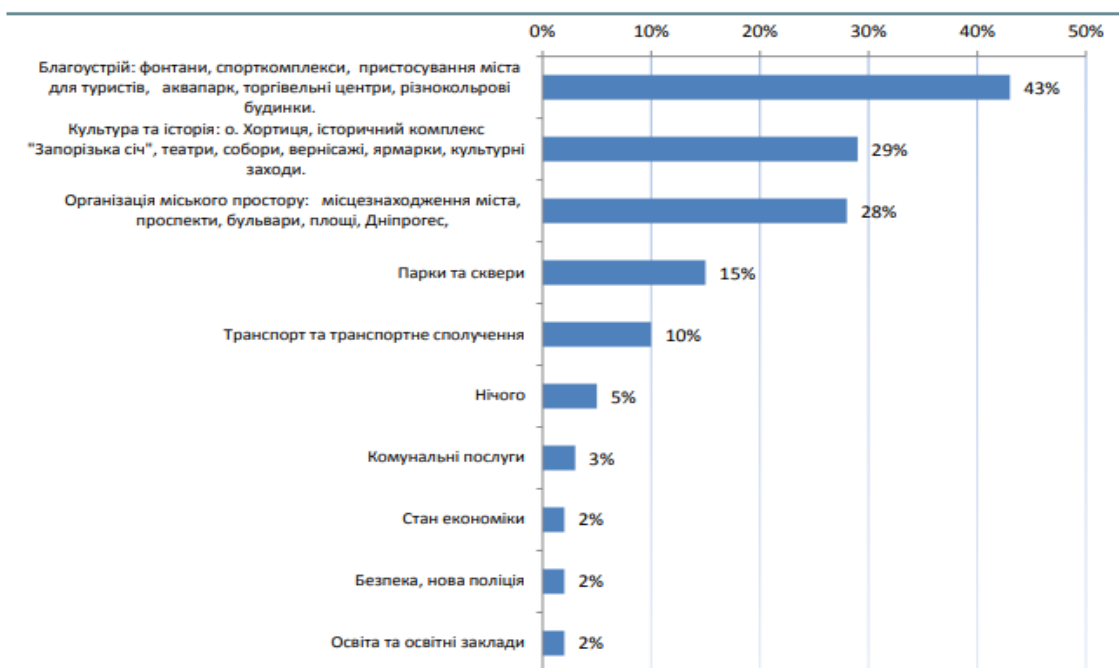


Рис. 1. Результати відповідей на запитання «Що Вам подобається в місті?»

Рис 2.1. Результати опитування громадян Запоріжжя. Джерело: [35]

Графік відповідей громадян Запоріжжя на питання «Що Вам подобається в місті?» дає ґрунтовне уявлення про ті риси, які мешканці вважають цінними. Ці відповіді - не лише суб'єктивна оцінка, а й свідчення того, що в місті вже існує база для формування якісного, комфортного і привабливого міського середовища. А найголовніше - вони відкривають перспективу для глибшої інтеграції туристичної складової в урбаністичне життя Запоріжжя.

Першим за значимістю аспектом, що його виділяють 43% опитаних, є благоустрій. Люди звертають увагу на фонтани, спортивні комплекси, аквапарк, торговельні центри, модерні будівлі та загальну пристосованість міста для відпочинку. Це вказує на те, що інфраструктура міського простору створює відчуття комфорту і сучасності. Мешканці не лише користуються цими просторами у повсякденному житті, а й вважають їх вагомими елементами міської гордості. Така атмосфера формує готовність міста бути відкритим - для подорожей, прогулянок, проведення часу на свіжому повітрі.

Другою за популярністю відповіддю стала культура й історія - її підтримали 29% опитаних. Це демонструє, що містяни мають глибокий емоційний

зв'язок із такими об'єктами, як острів Хортиця, історико-культурний комплекс «Запорізька Січ», театри, виставки, фестивалі та культурні заходи. Це не просто місця - це точки ідентичності, де живе пам'ять і формується новий культурний зміст. Важливо, що цей аспект міського життя сприймається не лише як історична спадщина, а як жива складова сьогодення. Театральне життя, ярмарки, події - усе це не ізольовані події, а частина щоденної культурної взаємодії, яку підтримує саме місцева громада.

Організація міського простору - ще один ключовий аспект, який відзначили 28% учасників опитування. Люди цінують місцезнаходження, логіку просторової організації, архітектурне планування вулиць, площ, проспектів. Це говорить про те, що міське середовище сприймається як зручне та естетично привабливе. Коли громадяни помічають і цінують такі деталі - це свідчить про високу якість урбаністичного середовища, його читабельність і доступність. Такі простори стають не лише інфраструктурною основою, а й майданчиками для щоденних комунікацій, зустрічей, життя міста в ритмі громади.

Окрема категорія відповідей - парки та сквери (15%). Це демонструє, що місто має зелені зони, які є популярними серед мешканців. Природне середовище інтегроване в урбаністичну тканину, і це створює сприятливі умови для активного й пасивного відпочинку. Люди потребують природи в місті не лише для естетики, а як психологічний ресурс, простір для родинного відпочинку, місце, де можна відчувати ритм життя повільніше, де можна побути наодинці чи зустріти друзів.

Ще одним значущим показником є транспорт та транспортне сполучення - на нього вказали 10% респондентів. Це означає, що існує певна задоволеність логістичними умовами - зокрема, можливістю дістатися до основних об'єктів, зв'язками між районами, зручністю пересування. Це важливий компонент життя міста, адже без належного транспорту втрачається мобільність, а з нею - і відчуття включеності в міський простір.

Нижчі за відсотком, але не менш промовисті, відповіді стосуються таких аспектів, як комунальні послуги, економіка, безпека, освіта. Попри те, що ці

показники мають меншу кількість голосів, вони все одно демонструють певні рівні задоволення в базових галузях функціонування міста. Це означає, що в місті вже сформоване середовище, в якому можуть співіснувати різні шари активності - від повсякденного життя до святкових подій і подорожей.

Окремої уваги заслуговує транспортна доступність, яка залишається критично важливим чинником у створенні конкурентного туристичного продукту. Міська влада працює над удосконаленням логістики - зокрема, налагодженням зручних маршрутів до ключових туристичних точок, оновленням транспортної інфраструктури, співпрацею з приватними перевізниками та запуском сервісів, орієнтованих на гостей міста.

У стратегічному плані, згідно з Стратегією розвитку Запоріжжя до 2028 року, одним із пріоритетів визначено максимальне використання туристичного потенціалу. Це включає розвиток сучасної інфраструктури, створення системної маркетингової кампанії, залучення інвестицій та формування бренду міста як туристично привабливої території. Ці кроки відповідають найкращим урбаністичним підходам - зокрема, принципу багатофункціональності, відкритості, сталості та інтеграції у міське життя.

Отже, Запоріжжя має всі необхідні передумови для створення туристичних магнітів, здатних приваблювати не лише внутрішніх, а й іноземних туристів. Реалізація потенціалу залежить від системного підходу до ревіталізації об'єктів, розвитку інфраструктури, діалогу з місцевими громадами та формування нового наративу міста - відкритого, автентичного й сучасного[22].

Для створення ефективних туристичних магнітів у Запоріжжі доцільно опиратися на ті елементи міського середовища, які вже мають позитивну оцінку з боку мешканців - це дозволить сформувати сталу, автентичну та привабливу туристичну інфраструктуру. Розглянемо ключові напрями, на які варто робити упор:

1. Історико-культурна спадщина - як основа ідентичності: Запоріжжя має унікальний культурний код, зосереджений навколо острова Хортиця та образу

козацтва. Туристичні магніти повинні розвиватися навколо автентичних наративів:

- розширення історико-культурного комплексу «Запорізька Січ» із сучасними інтерактивними форматами;
- організація подієвого календаря (козацькі фестивалі, реконструкції, нічні екскурсії);
- інтеграція історичних локацій у міський простір за допомогою брендингу (туристичні маршрути, візуальна айдентика, QR-гайди).

2. Міський простір - як платформа взаємодії:

Опираючись на високу оцінку благоустрою та організації простору, варто посилити:

- ревіталізацію центральних вулиць, площ, бульварів з урахуванням пішохідного та туристичного сценарію використання;
- створення комфортних публічних просторів: урбан-парки, арт-кластери, креативні індустріальні зони;
- упровадження нічного ландшафтного підсвічування знакових об'єктів, лавки, Wi-Fi, інфо-станції.

3. Природно-рекреаційний потенціал - острів Хортиця і набережна. Хортиця - не лише історія, а й місце сили, природи, рекреації: 1) акцент на екологічні стежки, веломаршрути, зони для кемпінгу; 2) озвиток набережної як простору для гастрономічних фестивалів, вуличної музики, активного спорту; 3) формування екотуристичних і рекреаційних продуктів з залученням молоді, волонтерських рухів.

4. Подієвість і сучасна культура - як спосіб активізації простору:

- введення регулярних міських подій: ніч музеїв, урбаністичні ярмарки, вуличні театри, перформанси;
- створення сезонних кластерів: весняні, осінні арт-фестивалі, гастрономічні вікенди, вікенди ремесел;
- підтримка локального креативного класу - митців, музикантів, дизайнерів, які можуть наповнювати простір живим контентом.

5. Візуальна айдентика та брендинг:

- розробка цілісного бренду Запоріжжя як міста сили, козацького духу, індустріального стилю та вільного простору;
- оновлення вивісок, міських карт, маршрутів, брендування сувенірної продукції;
- співпраця з молодими дизайнерами, студентами архітектурних факультетів, щоб створити актуальне обличчя міста.

6. Комфорт і доступність:

- додаткова увага до зручності пересування: маршрути без бар'єрів, велослужби, доступність для маломобільних груп;
- туристична навігація, багатомовність, інтерактивні мапи та мобільні додатки.

Запоріжжя має добрий ґрунт для створення сучасних туристичних магнітів. Опираючись на те, що вже є цінним для містян - автентичну історію, організований простір, культурні події, природні локації - можна вибудувати сильну та впізнавану міську ідентичність. Головне - не наслідувати чужі моделі, а розвивати власний характер міста через локальні історії, спільноти та простір.

Острів Хортиця - без перебільшення, одна з найцінніших історико-культурних і природних локацій не лише Запоріжжя, а й усієї України. Це сакральний простір української історичної пам'яті, що несе величезний потенціал для туризму, патріотичного виховання, освітніх та рекреаційних практик. Та попри унікальність, острів наразі стикається з рядом проблем, що заважають йому повноцінно функціонувати як сучасному туристичному магніту (додаток Б).

Насамперед, існує проблема з транспортною доступністю. Хоча Хортиця розташована в межах міста, дістатися до неї не так просто. Транспортне сполучення є обмеженим, громадський транспорт курсує нерегулярно, маршрути часто не пролягають повз основні туристичні точки. Це ускладнює логістику як для туристів, так і для екскурсійних груп. Як наслідок, деякі туристи взагалі не доходять до острова, інші ж починають візит із розчарування, пов'язаного з не-

зручностями. Такий негативний початковий досвід впливає на загальне враження про локацію та знижує ймовірність повернення в майбутньому.

Другою важливою проблемою є фізична зношеність туристичної інфраструктури. Дороги, оглядові майданчики, пішохідні стежки, лавки, інформаційні таблички, санвузли, точки харчування - усього цього або катастрофічно бракує, або воно перебуває в незадовільному стані. Наприклад, деякі стежки на острові непридатні для пересування людей з обмеженими можливостями або сімей з дітьми. Туристу важко перебувати на Хортиці довго і комфортно, що скорочує тривалість візиту, знижує економічну вигоду для міста й формує імідж неорганізованої території.

Також варто відзначити обмежений набір активностей. Туристи можуть відвідати реконструкцію Січі, іноді - подивитися каскадерське шоу, пройти екостежками. Але бракує інтерактивних форматів -AR-маршрутів, квестів, тематичних атракцій. Відсутність різноманіття особливо критична для молоді та повторних відвідувачів, адже туристи хочуть занурення, нових вражень, неочікуваних емоцій. Без цього Хортиця ризикує залишатися «разовим» об'єктом для відвідування.

До цього додається слабка інформаційна присутність. Туристи не мають доступу до якісної багатомовної інформації - бракує гідів, аудіоекскурсій, QR-кодів, мобільного додатку. Людина без екскурсовода майже нічого не дізнається про сенси простору, бо візуальних підказок і логіки переміщення територією немає. Це перетворює локацію на красиву, але «німу» - без наративу, що дозволив би туристу зануритися у глибину історичного контексту.

Окрема проблема - низький рівень взаємодії з громадою. Острів функціонує переважно як заповідник, не залучаючи локальні бізнеси, освітні установи, волонтерські спільноти. Відсутність інтеграції створює відчуженість між мешканцями та локацією, що призводить до зниження локального ентузіазму та залученості. Хортиця не є «простором громади», а отже не стає живим, динамічним туристичним середовищем.

Не менш важливою є проблема сезонності. Більшість подій - фестивалі, показові виступи, освітні заходи - відбуваються лише влітку або на великі свята. У міжсезоння життя на острові завмирає, і він перетворюється на ландшафтну декорацію. Нестабільність подій, відсутність постійного календаря, слабка маркетингова підтримка - усе це не дозволяє Хортиці стати повноцінною цілорічною туристичною точкою тяжіння.

Таким чином, хоча Хортиця має унікальні природні, культурні та історичні переваги, її сучасне функціонування обмежується системними проблемами. Вони не лише знижують туристичну привабливість острова, а й гальмують розвиток туризму в усьому регіоні.

Запорізька Січ - це ключовий історико-культурний символ, без якого важко уявити національну ідентичність України. Її реконструкція на острові Хортиця була покликана стати серцем культурного туризму Запоріжжя. Простір мав би втілювати образ козацтва, незалежності, сили, вольового духу та військової демократії, приваблюючи тисячі відвідувачів щороку. Проте попри всю важливість і потенціал, об'єкт має низку структурних та організаційних проблем, які обмежують його ефективність як туристичного магніту [41].

Сама реконструкція Січі - це візуально вражаючий об'єкт, де розташовані традиційні дерев'яні споруди, церква, оборонні вежі, курені. Атмосфера зберігає дух давнини, створюючи можливість занурення у козацьку епоху. Однак уже на вході турист стикається з першою проблемою - відсутність якісної навігації та інформаційного супроводу. Бракує зрозумілих карт, маршрутів, QR-кодів з роз'ясненнями, багатомовних гідів або хоча б брошур. Це ускладнює орієнтацію та знижує емоційну залученість у простір. Людина не просто не дізнається багатьох важливих деталей, а й не має змоги сформувати власне розуміння контексту, в якому функціонувала козацька республіка.

Наступною перешкодою є обмеженість програмного наповнення. Здебільшого туристи мають змогу пройтися територією самотійно або в складі організованої екскурсії. Активності зведені до мінімуму: іноді проводяться виступи з козацькими трюками, але такі події - рідкість, не пов'язані з системною

подієвою політикою. Відсутність інтерактивних форматів - майстер-класів з гончарства, ковальства, козацьких ігор, бойових мистецтв, гастрономічних дегустацій - робить перебування на території коротким і поверхневим. А це значно знижує потенційну економічну віддачу від кожного туриста.

Ще одна важлива проблема - слабка матеріально-технічна база. Частина споруд з роками потребує ремонту чи оновлення, деякі елементи - застарілі й виглядають штучно. Простір, який мав би викликати захоплення, часом здається недоглянутим, що створює естетичний дисонанс і позбавляє автентичності. Брак інвестицій, відсутність регулярного обслуговування та модернізації створюють ризик подальшого занепаду навіть найцінніших експозицій.

Варто згадати і про невисоку залученість місцевої громади та малого бізнесу. Козацька тема залишається радше елементом фольклору, ніж реальною сферою співпраці між музеєм, жителями міста, підприємцями та громадськими організаціями. Через це простір не «оживає» - немає відчуття, що Січ є частиною сучасного культурного ландшафту міста. Відсутність регулярних заходів, пов'язаних із козацькою тематикою, не формує сталої прив'язаності у мешканців Запоріжжя, які могли б бути найкращими амбасадорами цього місця.

І насамкінець, питання сезонності. Восени, взимку та на початку весни територія практично безлюдна. Немає подієвого календаря, маркетингових кампаній, що підтримували б інтерес до об'єкта протягом року[40]. Така сезонність не дозволяє Січі стати стабільним елементом економіки міста.

Отже, Запорізька Січ на Хортиці - це потужна історична реконструкція з високим символічним капіталом, яка наразі функціонує не на повну силу. Без поглиблення взаємодії з громадою, модернізації інфраструктури та створення нових форматів для відвідувачів, її потенціал залишатиметься нереалізованим

Дніпровська гідроелектростанція (ДніпроГЕС) - це безперечно одна з найбільш знакових інженерних споруд України та один із символів Запоріжжя. Збудована у 1932 році, вона стала уособленням індустріального прориву, втіленням технологічного прогресу та державної модернізації. Її гігантська гребля, машинні зали, що досі вражають масштабом, і важка спадщина воєнно-

го минулого - усе це формує унікальний простір, де поєднуються інженерія, історія та культурна пам'ять (додаток Г). Для міста Запоріжжя ДніпроГЕС - це не лише стратегічний об'єкт, а й потенційно потужна туристична локація. Вона приваблює своїм монументальним виглядом, видами на Дніпро і Хортицю, а також можливістю доторкнутися до спадщини ХХ століття, яка так яскраво ілюструє історію індустріалізації. Проте, як і у випадку з іншими об'єктами міста, тут існує чимало бар'єрів, які обмежують туристичну активність.

Першою серйозною проблемою є обмежений доступ до самого об'єкта. З міркувань безпеки станція не є відкритою для вільного відвідування. Це значно звужує можливість перетворення її на повноцінний туристичний об'єкт. Немає ані регулярних екскурсій, ані оглядових майданчиків, обладнаних для туристів[26]. Тобто потенціал існує - але реалізація відсутня.

Другою перешкодою є відсутність належного музейного чи інформаційного простору. У структурі ДніпроГЕСу немає сучасного інтерпретаційного центру або виставкової експозиції, що могли б розповісти відвідувачам про історію будівництва, радянську індустріалізацію, технічні інновації, бойові дії та відновлення після Другої світової війни. Іншими словами, сам об'єкт промовляє, але немає голосу, що пояснював би його значення.

Відсутність візуального брендування та навігації також створює перешкоди. Біля ДніпроГЕСу немає якісних інформаційних щитів, стендів, мультимедійних матеріалів або інтерактивних рішень (наприклад, AR-додатків), які б допомагали глибше зрозуміти контекст. Така ситуація знижує інтерес до локації, особливо серед молоді або іноземних туристів.

Транспортна доступність - ще один виклик. Хоча ДніпроГЕС знаходиться у центрі міста, навколо неї мало продуманих пішохідних маршрутів або інфраструктури для велосипедистів. Через це об'єкт часто залишається осторонь звичних туристичних маршрутів і не інтегрується в загальну систему туризму міста. До того ж, навколишній простір - переважно індустріальний, без затишних зон для відпочинку, кафе чи сувенірних крамниць, що також не сприяє тривалому перебуванню туристів.

Загалом, ДніпроГЕС - це колосальний об'єкт з величезним потенціалом, як історико-інженерний пам'ятник, естетична домінанта і навіть можливий майданчик для сучасних культурних ініціатив (освітні тури, виставки, відеоінсталяції, фестивалі). Проте на сьогодні ця потенційність існує радше в теоретичному вимірі. Без оновлення підходів, інвестицій у безпечний туризм і створення нового формату комунікації з відвідувачем, цей об'єкт так і залишиться недооціненим і малодоступним, попри свою величну присутність у міському ландшафті.

Музей техніки «Фаетон» (додаток Д) у Запоріжжі - це унікальний культурний простір, який поєднує в собі інженерну спадщину, ретро-естетику та живу емоцію ностальгії. Заснований у 2008 році на базі автомотоклубу, музей став одним із найпотужніших приватних технічних музеїв України. Його колекція, що налічує понад 300 експонатів, включає ретроавтомобілі, мотоцикли, військову техніку, побутові прилади та інші артефакти XX століття.

Музей щорічно приваблює понад 25 тисяч відвідувачів, що свідчить про його значний туристичний потенціал.

Однак, попри свою популярність, «Фаетон» стикається з низкою проблем, які обмежують його подальший розвиток як туристичної атракції.

Обмежена інтеграція в міський туристичний простір. Музей розташований на периферії міста, що ускладнює його включення до стандартних туристичних маршрутів. Відсутність зручного громадського транспорту та чітких вказівників може відлякувати потенційних відвідувачів, особливо тих, хто не знайомий із містом.

Недостатня цифрова присутність. Хоча музей має офіційний сайт, його онлайн-присутність обмежена. Відсутність активного просування в соціальних мережах, інтерактивних віртуальних турів та сучасних цифрових інструментів знижує привабливість музею для молодшої аудиторії та іноземних туристів.

Обмеженість інтерактивних програм. Експозиції музею здебільшого статичні, що може не відповідати очікуванням сучасних відвідувачів, які шукають

інтерактивний досвід. Відсутність майстер-класів, тематичних заходів та інтерактивних експозицій обмежує можливості для залучення ширшої аудиторії.

Фінансова залежність від приватних ініціатив. Як приватна установа, музей залежить від обмежених ресурсів, що ускладнює реалізацію масштабних проєктів, оновлення експозицій та впровадження інноваційних рішень.

Ці фактори призводять до того, що, попри унікальність та багатство колекції, музей не повністю реалізує свій потенціал як ключова туристична атракція Запоріжжя. Відсутність інтеграції в міську туристичну інфраструктуру, обмежена цифрова присутність та нестача інтерактивних програм знижують його конкурентоспроможність у порівнянні з іншими музеями України та Європи [25].

2.3 SWOT-аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя у контексті урбан-туризму

Сильні сторони:

1. Історико-культурна та природна спадщина. Однією з ключових переваг міста є наявність унікальних історико-культурних локацій, які тісно пов'язані з національною ідентичністю України. Йдеться насамперед про острів Хортицю - серце запорізького козацтва, що має статус національного заповідника, а також про реконструкцію Запорізької Січі, яка приваблює туристів своїм символічним та пізнавальним навантаженням. Додатково варто згадати ДніпроГЕС - об'єкт індустріальної доби, що є не лише гігантом радянської архітектури, а й частиною національної пам'яті. Таке поєднання природи, культури та промислової спадщини є рідкісним і значущим для урбан-туризму [27].

Запоріжжя - одне з небагатьох міст України, що зберегло цілісну індустріальну ідентичність. Металургійні підприємства, заводські квартали, радянська забудова, транспортна інфраструктура - все це створює атмосферу індустріального міста з глибокою соціальною та естетичною пам'яттю. Цей код притаманний лише обмеженій кількості міст, що дає змогу запропонувати інду-

стріальний туризм, який користується попитом серед нішевої аудиторії. Особливу увагу тут варто звернути на Музей техніки «Фаєтон», який зберігає ретро-техніку та популяризує інженерну спадщину [6].

2. Географічне розташування та транспортна доступність. Запоріжжя розташоване в географічно вигідному місці - на перетині важливих залізничних і автомобільних маршрутів. Через місто проходять потужні транзитні потоки, воно має міжнародний аеропорт (хоча наразі обмежено функціонує через воєнний стан), що забезпечує потенційну зручність логістики для туристів. Розвинена транспортна система в межах міста - трамваї, тролейбуси, маршрутки - також створює основу для мобільності туристів. Запорізьке козацтво це ім'я Запоріжжя тісно пов'язане із запорізькими козаками - сильним національним брендом, яке впізнається в усій Україні та за її межами. Цей бренд має значний емоційний заряд і потенціал для маркетингового використання - як у сувенірній продукції, так і в гастрономії, подієвому туризмі, освітніх програмах. Запорізьке козацтво - це не лише історія, а й культурний код, який може бути осмислений і в сучасному форматі.

3. Розмаїття культурного простору та локальних ініціатив. У місті діє чимало культурних ініціатив - фестивалі, концерти, мистецькі виставки. Наприклад, проводяться події просто неба на Хортиці, козацькі шоу-програми, ретро-фестивалі, тематичні екскурсії. Активне громадське середовище створює динаміку та може бути партнером у формуванні нових форматів урбан-туризму. Це дозволяє говорити про поступове формування креативної екосистеми, яка дає альтернативу лише музейному чи екскурсійному туризму.

Слабкі сторони:

1. Слабка туристична інфраструктура. Одна з головних вад міста - відсутність сучасної та цілісної інфраструктури для туристів. Це проявляється у дефіциті якісних готелів різних категорій, нестачі хостелів для молодіжного туризму, відсутності туристичних інформаційних центрів, а також слабо розвиненій інфраструктурі громадського харчування з локальною гастрономією. Туристи часто зіштовхуються з відсутністю вказівників, карт, багатомовних

путівників і логістичних зручностей. Запоріжжя, попри своє багатство на цікаві локації, не пропонує готового «туристичного маршруту», який би давав цілісне уявлення про місто.

2. Відсутність комплексного бачення туристичного розвитку. У місті немає єдиної стратегічної візії розвитку туризму, яка би об'єднувала культурні, інфраструктурні, економічні та брендингові аспекти. Замість системного підходу - фрагментарні ініціативи, часто не пов'язані одна з одною. Туризм не інтегрований у загальний урбаністичний розвиток міста, не має належного представлення в міських програмах або бюджетах. Це призводить до втрати темпу, неефективного використання ресурсів і відсутності сталого плану розвитку[15].

3. Недостатня популяризація міста на національному та міжнародному рівні. Попри свій культурний і історичний потенціал, Запоріжжя майже не представлено в туристичних медіа-просторах України та світу. У туристичних путівниках, на платформах для мандрівників, у відеоблогах - місто згадується рідко або побіжно. Це створює враження «сірого» або «нецікавого» міста, яке не варте уваги, що, у свою чергу, стримує приїзд нових туристів. Сюди ж відноситься слабкий розвиток цифрових платформ, візуального брендингу, сторітелінгу про місто.

4. Слабка інтеграція індустріальної спадщини в культурний простір. Індустріальні об'єкти, які могли б стати основою для унікального урбан-туризму, залишаються ізольованими. Вони або функціонують лише як виробничі підприємства, або перебувають у занедбаному стані, без екскурсій, без містських інтервенцій, без аудіовізуального супроводу. Місто не використовує повною мірою потенціал постіндустріальної естетики, яка могла б привабити молодь, урбаністів, архітекторів, митців. Це втрата унікального сегмента нішевого туризму.

5. Проблеми з охороною та збереженням спадщини. Історико-культурні об'єкти, як-от Хортиця чи Запорізька Січ, страждають від недофінансування, вандалізму, неефективного управління. Через відсутність професійного менеджменту вони часто не відповідають сучасним вимогам до музеєфікації, пре-

зентації та інтерактивності. Брак охорони або оновлення загрожує їхній довговічності. Турист не завжди отримує якісний сервіс або відчуття глибини - а це критично важливо для повторного візиту чи рекомендацій іншим.

6. Внутрішнє сприйняття міста як «недотуристичного». Багато жителів самі не вірять у туристичну привабливість Запоріжжя, що формує психологічний бар'єр. Це проявляється в небажанні підтримувати ініціативи, брати участь у гідях, відкривати нові бізнеси. Без залучення громади будь-яка туристична стратегія втрачає життєздатність. Потрібен діалог із містянами, зміна уявлень про те, чим може бути їхнє місто для інших.

Можливості Запоріжжя в контексті розвитку урбан-туризму - це перспективні вектори, які відкривають шлях до трансформації міста в сучасний туристичний центр зі своєю унікальною ідентичністю. Вони ґрунтуються на поєднанні культурної спадщини, географічного розташування, інфраструктурного потенціалу та глобальних трендів у сфері подорожей.

Інтеграція індустріальної спадщини в нові формати туризму. Запоріжжя - одне з небагатьох міст України, яке має розгалужену індустріальну структуру, включаючи Дніпрогес, металургійні заводи, унікальні приклади радянського монументалізму та функціоналізму. Це дозволяє створювати туристичні маршрути на перетині урбаністики, історії та культури праці. Зі зростанням інтересу до індустріального, постіндустріального та технотуризму, Запоріжжя має всі шанси стати магнітом для ентузіастів цього сегменту. Наприклад, ревіталізація індустріальних територій у креативні кластери, арт-об'єкти, музеї просто неба - один із реалістичних сценаріїв.

Розвиток острова Хортиця як ключового ядра туристичного бренду. Хортиця - це справжня перлина не лише Запоріжжя, а й усієї України. Завдяки багатому природному ландшафту, історичній міфології, козацькому наративу та вже існуючій інфраструктурі, Хортиця може стати центральним магнітом, навколо якого формуватиметься решта туристичних продуктів. Є потенціал розвитку екологічного, спортивного, історико-культурного туризму. Проведення

масштабних подій (фестивалів, реконструкцій, спортивних змагань) здатне залучити туристів із різних регіонів.

Брендинг міста через унікальні наративи та сучасні формати. Запоріжжя може розвивати сильний урбан-бренд, який базуватиметься не лише на історії козацтва, а й на образі сучасного постіндустріального міста з живим характером. Такий бренд може бути підкріплений розробкою сувенірної продукції, вуличного мистецтва, айдентики міського простору, креативних екскурсій. Історії про легендарні запорізькі заводи, потужний дух свободи та енергію міста можуть бути розгорнуті у формі урбан-турів, інсталяцій та інтерактивних проєктів.

Наявність великої кількості зелених зон, паркових територій, берегової лінії Дніпра, численних балок і скель дозволяє місту розвивати екотуризм, велотуризм, піший та водний туризм. Зокрема, маршрути на байдарках по Дніпру, походи Хортицею, велотури на Лису гору - все це формує новий тип дозвілля, як для туристів, так і для мешканців. Екологічні активності можуть стати частиною креативних екскурсій і молодіжного туризму.

Розвиток креативних просторів та креативного туризму. Запоріжжя має потужний молодіжний ресурс та розгалужену DIY-культуру, що створює передумови для запуску креативних індустрій, урбан-хабів, просторових експериментів. Місцеві митці, урбаністи, архітектори, активісти вже реалізують ініціативи, які можна масштабувати. Простори типу «лофтів», коворкінгів, фестивальних хабів або арт-резиденцій - реальна можливість для інтеграції міста в європейський культурний контекст.

Географічне положення та логістичний потенціал. Запоріжжя має вигідне розташування на перетині транспортних артерій Півдня та Сходу України. Маючи міжнародний аеропорт, залізничні вузли та автошляхи, місто може легко приймати гостей з різних регіонів. У перспективі - розвиток круїзного туризму, особливо з огляду на водний потенціал Дніпра.

Підтримка від держави, грантових програм та міжнародних партнерів. Після початку масштабної війни Україна отримала нові вектори міжнародної

підтримки, включно з проєктами з відновлення культурної спадщини, урбаністичних стратегій, цифрової трансформації. Запоріжжя може активно долучатися до програм USAID, Creative Europe, House of Europe тощо. Це шанс отримати не лише фінансування, а й міжнародну експертизу, промоцію, нові партнерства [28].

Запоріжжя, попри значний туристичний потенціал, стикається з низкою загроз, які можуть серйозно обмежити або навіть зупинити розвиток урбанізму. Ці виклики мають комплексний характер і охоплюють як об'єктивні зовнішні обставини, так і внутрішні слабкі місця міського середовища [29].

Воєнна загроза і безпековий чинник. Найочевиднішою та найсерйознішою загрозою є близькість міста до зони бойових дій. Потенційні туристи, особливо іноземні, сприймають регіон як небезпечний. Це призводить до відтоку інвесторів, скасування турів, заморожування проєктів, а також негативно впливає на імідж міста. Навіть за умов стабілізації ситуації, потрібно буде роками відновлювати довіру до міста як до безпечного місця для подорожей.

Урбаністична деградація та занепад інфраструктури. Багато районів міста перебувають у стані фізичного занепаду: дороги зруйновані, фасади будівель не реставруються, пішохідні простори не облаштовані. Залишки радянського благоустрою часто не адаптовані до сучасних вимог мобільності, інклюзивності та візуальної естетики. Така ситуація формує враження занедбаності, що негативно впливає на емоційне сприйняття міста туристами.

Неконтрольована забудова і руйнація історичного середовища. У місті відсутня системна політика збереження історичного архітектурного середовища. Приватні забудовники часто ігнорують культурну цінність будівель або повністю знищують її під виглядом "реконструкції". Це призводить до втрати унікального обличчя міста, що є критичним для туристичної привабливості. Приміром, модерністська спадщина Запоріжжя, яка могла б бути родзинкою, поступово зникає під тиском комерційної архітектури.

Відсутність координації між міською владою, бізнесом та громадою. Туризм - це сфера, що потребує системної міжсекторальної співпраці. У За-

поріжжі часто спостерігається відсутність узгодженої політики між муніципалітетом, підприємцями, закладами культури, готельно-ресторанним бізнесом. Через це втрачається стратегічний фокус, розпорошуються ресурси, виникає дублювання зусиль або реалізація неефективних ініціатив[43].

Сильні сторони	Слабкі сторони
- історико-культурна та природна спадщина; - географічне розташування та транспортна доступність; - автентичність індустріального міста; - наявність ідентифікованого бренду – Запорізьке козацтво.	- слабка туристична інфраструктура; - відсутність комплексного бачення туристичного розвитку; - слабка інтеграція індустріальної спадщини в культурний простір; - проблеми з оформоною та збереженням спадщини
Можливості	Загрози
- інтеграція індустріальної спадщини в нові формати туризму; - розвиток острова Хортиця як ключового ядра туристичного бренду; - використання ресурсів міської природи для розвитку екотуризму; - туризм на перетині з наукою, освітою та технікою	- воєнна загроза і безпековий чинник; - урбаністична деградація та занепад інфраструктури; - неконтрольована забудова та руйнація історичного середовища; - відсутність координації між міською владою, бізнесом та громадою

Рис 2.1. SWOT-аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя

Низька якість сервісу та відсутність кадрової підготовки. Готельно-ресторанна галузь, екскурсійне обслуговування, робота гідів часто не відповідають сучасним стандартам. Відсутність програм підготовки кадрів, стажувань, туристичних шкіл робить індустрію слабкою. Як наслідок - низький рівень задоволеності туристів і втрата повторних візитів.

Недостатній рівень цифрової інфраструктури і промоції. Сучасний турист очікує зручних цифрових рішень: інтерактивних мап, AR-екскурсій, онлайн-бронювань, цифрових путівників, активного SMM-супроводу. Запоріжжя суттєво відстає у цьому напрямі. Відсутність якісного туристичного порталу, мультимовної підтримки, цифрових сервісів - усе це зменшує конкурентоспроможність міста на туристичному ринку.

Монокультурність туристичних продуктів. Занадто сильна концентрація туризму навколо одного образу - козацтва чи виключно індустриального спадку, без оновлення форматів, може призвести до насичення і втоми від одноманітного контенту. Якщо не диверсифікувати туристичні сценарії - місто ризикує втратити сучасного туриста, який шукає новизну, експеримент і міждисциплінарність.

Екологічні загрози та промислове навантаження. Промислові викиди, шум, пил, забруднені водойми - це фактори, які знижують привабливість середовища для туризму. У багатьох районах міста туристи можуть стикнутися з неприємними запахами, візуальним забрудненням, техногенними ландшафтами. Це створює дискомфорт, що не компенсується культурною пропозицією.

РОЗДІЛ 3

ПРОЄКТНІ РІШЕННЯ ЩОДО СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО МАГНІТУ В МІСТІ ЗАПОРІЖЖЯ

3.1. Концепція нового туристичного магніту: ідея, місце розташування, цільова аудиторія

Проект «Козацький форпост - жива історія». Його основна ідея полягає в створенні багатофункціонального відкритого комплексу, що дає змогу кожному відвідувачу не лише побачити, а й доторкнутися до спадщини запорізького козацтва. Це не музей у традиційному розумінні - це місце, де історія набуває форми діалогу, гри, участі та емоційного занурення.

Концепція Козацького форпосту як туристичного магніту ґрунтується на поєднанні історико-культурної репрезентації, подієвого туризму та глибокої інтеграції у міський і природний контекст. У сучасному культурному плануванні саме такі об'єкти розглядаються як мультифункціональні простори з високим потенціалом соціокультурної та економічної дії.

Запропонований форпост виконує функцію туристичного магніту нового покоління, який відходить від моделі пасивної демонстрації історичних артефактів і переходить до практики живої спадщини (. Основна ідея полягає в активному залученні відвідувача до історико-культурного досвіду - через участь у майстер-класах, театралізованих виставах, інтерактивних екскурсіях, гастрономічних заходах тощо. Такий підхід відповідає міжнародним тенденціям розвитку креативного туризму, де головну цінність має не сам об'єкт, а досвід, що з ним пов'язаний.

Концепція форпосту передбачає зональне планування, яке охоплює ремісничу, освітню, бойову, гастрономічну, подієву та торгівельну зони. Простір є повністю відкритим, без жорсткої межі між "глядачем" і "подією", що дає змогу формувати інклюзивне середовище для найширшого кола відвідувачів: дітей, дорослих, туристів, мешканців міста, осіб із різними фізичними можливостями.

З точки зору урбаністики, форпост виконує роль точки концентрації туристичних потоків, забезпечуючи локалізацію активності у визначеному місці, що дає змогу зменшити навантаження на інші частини острова Хортиця та спрямувати розвиток інфраструктури в конкретному напрямку. Він також стає новим центром міської ідентичності, що формує культурну айдентику Запоріжжя навколо теми козацтва, традицій, ремесел та звичаїв.

Із соціокультурного погляду, проєкт виконує функцію відтворення і трансляції нематеріальної культурної спадщини, оскільки активізує знання про фольклор, народне мистецтво, етнографічну спадщину. Крім того, він створює умови для розширення неформальної освіти, співпраці з закладами освіти, залучення молоді до культурного середовища.

Як туристичний магніт, форпост стимулює економіку вражень: його структура дає змогу розвивати локальний бізнес, генерувати додану вартість через сувенірну продукцію, гастрономію, подієві програми. Це відповідає принципам сталого туризму, коли економічна активність не руйнує, а підтримує культурне та природне середовище.

Така ідея - це не лише крок до розвитку туризму. Це спроба переосмислення міського простору через призму ідентичності, історії та людського зв'язку з минулим. Саме через подібні ініціативи міста перестають бути лише адміністративними одиницями - вони стають місцями, які хочеться пам'ятати, куди хочеться повертатися.

Місце розташування проєкту. «Козацький форпост - жива історія» обрано не випадково - це південна частина острова Хортиця в місті Запоріжжя. Територія має значну історичну та символічну цінність, адже саме Хортиця вважається духовним і географічним осердям запорізького козацтва. Територія,

обрана під реалізацію форпосту, - південна частина острова Хортиця - не входить до ядра заповідної зони. Це важливий факт, який дозволяє розміщувати інфраструктуру без загрози найбільш вразливим екосистемам. Проте навіть у межах допустимих зон проєкт передбачає мінімальне втручання в природний ландшафт. Усі об'єкти зводитимуться на вже існуючих галявинах, відкритих ділянках або уздовж туристичних стежок, без розчищення лісових масивів чи втручання у скельні утворення, що характерні для Хортиці. Вибір цього простору забезпечує природну автентичність майбутнього туристичного комплексу, надаючи йому додаткову культурну глибину.

Локація вигідно відокремлена, але водночас легко доступна - поруч пролягають основні туристичні маршрути, дороги, зони огляду. Ділянка не належить до заповідного ядра, тому на ній допустиме розміщення нових архітектурних форм і туристичної інфраструктури без порушення природоохоронного статусу. Водночас відкритість ландшафту, рівний рельєф та наявність існуючих стежок роблять територію ідеальною для організації великого комплексу з кількома функціональними зонами.

Наявність зелених масивів, близькість до води та видові перспективи створюють естетично привабливе середовище, що посилює емоційний ефект перебування у просторі. У поєднанні з історичним контекстом і природною красою ця локація здатна стати справжнім серцем туристичного Запоріжжя.

Соціальні та економічні аспекти. Проєкт покликаний залучити до його створення й функціонування самих жителів Запоріжжя. Місцеві майстри, ремісники, актори, вчителі історії, екскурсоводи можуть стати невіддільною частиною щоденного життя форпосту. Тут є місце і для молоді, яка зможе проходити практику чи волонтерити під час подій, і для людей старшого віку, які володіють знаннями про традиції. Такий простір природно підсилює соціальну згуртованість - люди відчують, що вони не просто мешканці міста, а його культурні творці.

Не менш важливою є економічна складова. Форпост створює чітко структуровану систему локальної економіки: майстри й підприємці можуть продава-

ти свої вироби, гастрономи - пропонувати традиційні страви, артисти - реалізувати власні події проєкти. Це простір малого бізнесу, який функціонує не у формальній площині, а через живу взаємодію з туристом. Тут зароджується реальна, працююча креативна економіка.

Проєкт передбачає створення робочих місць: від адміністративного та технічного персоналу до гідів, артистів, інструкторів, кухарів. Це відкриває нові можливості для зайнятості, особливо серед тих, хто шукає роботу в культурній, освітній чи туристичній сфері, не виїжджаючи за межі рідного міста.

А головне - форпост здатен змінити економіку міста через туризм. Залучення гостей з інших регіонів, розвиток фестивального туризму, організація подій, ярмарків, сезонних програм створює додатковий попит на готелі, кафе, транспортні послуги. Це стимулює бізнес, створює податкові надходження та дає імпульс для розвитку інших галузей. А з часом, навколо форпосту можуть зароджуватись нові ініціативи - освітні центри, школи народного мистецтва, творчі резиденції.

Територія, обрана під реалізацію форпосту, - південна частина острова Хортиця - не входить до ядра заповідної зони. Це важливий факт, який дозволяє розміщувати інфраструктуру без загрози найбільш вразливим екосистемам. Проте навіть у межах допустимих зон проєкт передбачає мінімальне втручання в природний ландшафт. Усі об'єкти зводитимуться на вже існуючих галявинах, відкритих ділянках або уздовж туристичних стежок, без розчищення лісових масивів чи втручання у скельні утворення, що характерні для Хортиці (додаток Е).

Будівлі форпосту проєктуються з використанням екологічно чистих і натуральних матеріалів: дерева, глини, соломи, природного каменю. Їх конструкції будуть легко демонтовуваними, без важких фундаментів чи цементної бази - у разі потреби простір може бути повністю відновлений до природного стану. При зведенні огорожі, веж, куренів та майстерень будуть використані традиційні козацькі будівельні техніки, що забезпечують як автентичність, так і екологічну безпеку.

Щодо організації інфраструктури, доріжки між зонами прокладатимуться із гравію, дерев'яних настилів або ущільненого ґрунту, що дозволяє не ущільнювати поверхню асфальтом і забезпечити водопроникність. Для освітлення використовуватимуться сонячні ліхтарі з м'яким нічним світлом, яке не порушує біологічний ритм місцевої флори й фауни. Встановлення біотуалетів і компостних систем дозволить не підключатися до центральної каналізації та уникнути забруднення ґрунту.

Форпост також стане майданчиком екологічної освіти. У межах лекторію та інформаційних панелей передбачено блок, присвячений природі Хортиці - її біорізноманіттю, рідкісним видам, природоохоронному статусу. Це сприятиме не лише обізнаності туристів, а й формуванню екологічної відповідальності у відвідувачів.

Інтеграція форпосту у середовище острова здійснюватиметься не лише через фізичну делікатність, а й через візуальну повагу до ландшафту. Будівлі не домінуватимуть над рельєфом, їхні кольори гармоніюватимуть із навколишнім середовищем, а загальна архітектурна мова буде побудована на принципах “низької забудови” з відкритим простором між об'єктами.

Також важливим елементом буде зелена буферна зона навколо форпосту - збережені дерева, дикі чагарники та природні квітники, які формують м'який перехід між туристичним простором і дикою природою острова. У перспективі ці території можуть бути включені до маршрутів екоекскурсій, об'єднаних з відвідуванням форпосту.

3.2 Функціональне зонування, благоустрій та інтеграція в міське середовище

Зонування комплексу. Туристичний комплекс «Козацький форпост - жива історія» ґрунтується на поєднанні історичної правдивості, зручності просторової організації та інтерактивного наповнення. Територія умовно поділена на

кілька ключових зон, кожна з яких виконує свою унікальну функцію в культурному, освітньому, соціальному й емоційному вимірах (додаток Є).

У центрі комплексу розміщується площа з колодязем - своєрідне символічне ядро. Це відкрите просторове рішення виконує роль орієнтирної точки, де починається екскурсійний маршрут, проводяться урочисті відкриття та камерні події. Колодязь має не лише утилітарну функцію, а й культурну - він уособлює джерело сили, спільності та традиції козацьких зборів. Цей майдан також виконує роль простору стику між іншими зонами, полегшуючи навігацію для відвідувачів.

Одна з найбільш динамічних зон - ремісничий квартал, що складається з низки стилізованих майстерень. Тут можна побачити й взяти участь у процесах гончарства, ковальства, деревообробки, виготовлення одягу чи ляльок-мотанок. Майстри працюють на очах у туристів, запрошуючи їх до спільної творчості. Ця зона виконує водночас освітню, емоційну та економічну функції: вона знайомить із традиційними ремеслами, створює неповторний досвід і підтримує місцевих крафтерів.

Поруч розташовується зона бойового мистецтва і козацької фізичної культури. Тут демонструються елементи шабельного бою, стрільби з лука, володіння списом. Відвідувачі можуть не лише спостерігати за показовими виступами, а й спробувати власні сили у вправах, конкурсах або тематичних квестах. Ця зона має виховний і видовищний потенціал, особливо цінний для молодіжної аудиторії.

Особливу атмосферу створює сценічний майданчик, де проводяться фольклорні дійства, історичні реконструкції, вистави просто неба, святкові концерти та сезонні фестивалі. Його просторове розміщення забезпечує добру видимість з різних точок комплексу. Завдяки багатству подій, ця зона формує регулярний подієвий потік і сприяє залученню широкої публіки.

Неможливо уявити козацький простір без традиційної гастрономії. У зоні «Козацький шинок» можна скуштувати страви, приготовані за старовинними рецептами - куліш, юшку, вареники, хліб із печі. Тут же розташовані зони для

відпочинку з родиною, відкриті тераси, лави у затінку. Це простір спілкування, відновлення сил, знайомства з культурою через смак.

Доповнює комплекс ярмарковий двір, де продаються вироби ручної роботи, тематичні сувеніри, вишиванки, етноіграшки. Це місце підтримки малого бізнесу, простір для щотижневих подій, святкових ярмарків і презентацій. Воно живе за власним ритмом і завжди залишається відкритим для креативних ініціатив.

Нарешті, вся територія починається з вхідної групи - аркової брами, яка виконує функції адміністрації, інформування та навігації. Тут розміщено касу, мапу комплексу, стенди з подієвим календарем. Це перше враження, перший дотик до атмосфери козацького життя (додаток Ж).

Територія не перевантажується бетонними або металевими елементами. Усі конструкції, малі архітектурні форми, лавки, стовпчики, альтанки виконуються з натуральних матеріалів - переважно дерева, обробленого вручну, щоб зберегти текстуру. В оформленні застосовуються елементи, характерні для українського традиційного середовища: прості лінії, кутові з'єднання, мінімальне оздоблення, але теплий, "людяний" вигляд.

Особливу увагу приділено тіні та місцям для відпочинку. Територія має природне затінення завдяки збереженим деревам. Додатково встановлюються легкі навіси з очерету або лози - вони не дають сильного затемнення, але створюють відчуття захищеності. Відпочинкові зони розташовані поруч із основними маршрутами, але трохи осторонь, щоб забезпечити приватність і спокій.

Інфраструктура також включає сучасні, але непомітні рішення для комфорту: біотуалети у дерев'яних стилізованих конструкціях, зони для збору та сортування сміття, точкове освітлення сонячними ліхтарями. Вони не порушують атмосферу, не створюють візуального шуму, а навпаки - підтримують цілісність образу. Світильники на дерев'яних стовпчиках дають м'яке тепле світло - достатнє для безпеки, але не яскраве, аби не руйнувати відчуття спокійного вечора на козацькому подвір'ї.

Зелень не лише зберігається, а й доповнюється новими елементами: висаджуються кущі калини, барвінку, м'яти - рослин, що мають символічне значення в українській традиції. Вони не тільки прикрашають територію, але й розповідають культурну історію, стають «живими артефактами» середовища. Жодне дерево не вирубується, а ландшафт залишається майже недоторканим - саме в цьому сила благоустрою: не зруйнувати, а доповнити.

Окремим аспектом є навігація. Вона організована через дерев'яні покажчики, вигравірувані написи, символічні мапи. Кожна точка має власну ідентичність, але вся система навігації оформлена в єдиному стилі - стримано, зрозуміло, з теплим візуальним образом. Турист не губиться, але й не відчуває тиску - навігація м'яко спрямовує, за рахунок чого перебування туристів у форпості стає зручною та самостійною.

3.3. Прогноз соціокультурного та економічного ефекту реалізації проєкту для міста

Реалізація проєкту «Козацький форпост - жива історія» може стати тим переломним моментом, коли туристична ініціатива набуває глибокого, багатоаспектного впливу на саме місто - не лише як об'єкт відвідування, а як живий організм, що змінює культурне, соціальне й економічне середовище. Очікуваний ефект від створення такого комплексу має багатовимірний характер, і перш за все - соціокультурний.

Форпост створює умови для відновлення історичної пам'яті на рівні спільноти. Через взаємодію, участь, занурення в автентичне козацьке життя, як дорослі, так і молодь отримують не лише знання, а відчуття приналежності до глибокої національної традиції. Місце перетворюється на осередок, де щодня оживає пам'ять - не як мертва сторінка підручника, а як жива практика. Це місце, куди захочуть приводити дітей, де захочеться залишитись довше, бо воно не лише про минуле - воно про нас сьогодні.

З економічного боку, місто отримає стабільне джерело туристичного потоку. Форпост стане новою причиною приїхати в Запоріжжя не на кілька годин, а на кілька днів. Це означає зростання витрат на харчування, проживання, транспорт і розваги - отже, живий імпульс для розвитку малого бізнесу. Запрацюють кав'ярні, готелі, ремісничі лавки. Паралельно з цим, у самому форпості буде створено десятки робочих місць: майстри, гіді, організатори подій, технічний персонал.

Особливу цінність має і той факт, що проєкт стимулює розвиток підприємництва. Місцеві виробники зможуть не просто продавати товар, а стати частиною культурного продукту: від ручних виробів до гастрономічних смаколиків. Це екосистема, у якій культура й бізнес не конфліктують, а підсилюють одне одного. Такий простір стане інструментом креативної економіки - коли традиція перетворюється на ресурс для зростання.

По-перше, прогнозоване зростання туристичного потоку на 25% у перший рік - це орієнтовний, але цілком реалістичний показник. Запоріжжя ще досі не реалізувало свій туристичний потенціал повною мірою, і саме створення сучасного, динамічного, культурно насиченого магніту може стати тим імпульсом, який активізує внутрішній і регіональний туризм. Усеукраїнська практика (наприклад, «Парк Київська Русь») доводить: нова якісна атракція здатна підняти потік на 20–30% у перший сезон. А з урахуванням фестивальної програми, гастрокультури та родинного формату - ефект може бути навіть вищим [1].

По-друге, форпост створює - 60 нових робочих місць. Він включає не лише адміністративно-організаційний персонал, а й майстрів у ремісничих зонах, акторів, кухарів, екскурсоводів, технічних працівників, охорону, прибиральників. Простір з 8 повноцінними функціональними зонами потребує щоденної присутності людей, які його наповнюють життям. Якщо врахувати змінну роботу та подієве розширення штату - ця цифра виглядає цілком обґрунтовано.

По-третє, 40 нових малих бізнесів, що виникнуть у супутньому середовищі. Йдеться не лише про продавців сувенірів. Це і гастровиробники, і локальні бджолярі, і ті, хто займається вишивкою, випалюванням, різьбою, органі-

зацією турів, логістикою, медіа. Подібні культурні простори завжди провокують появу нових підприємців навколо себе - адже є аудиторія, є інтерес, є купівельна спроможність.

10 000 учасників освітніх програм на рік - це результат планомірної й послідовної освітньої політики комплексу. Якщо щодня проводити хоча б дві шкільні екскурсії або воркшопи, то вже за місяць це буде понад 500 дітей. А якщо додати літні табори, програми вихідного дня, сімейні заняття, університетські візити - цифра 10 тисяч не лише реальна, вона - базова.

По-чверте, 2,5 мільйона гривень щорічних податкових надходжень. Це підсумок витрат туристів (квитки, харчування, сувеніри), податків від підприємців, зарплат працівників. У середньому, якщо кожен турист витратить лише 500 гривень - це вже величезний економічний обіг. А частина цього обігу - через ПДФО, ЄСВ, єдиний податок - повертається в бюджет міста. Не кажучи вже про непрямі ефекти: замовлення поліграфії, підрядників, логістики, маркетингу.

У перспективі, зростатиме й іміджева привабливість міста. Запоріжжя почнуть сприймати не лише як промисловий центр чи історичну згадку, а як активний культурний осередок, де історія подається сучасно й глибоко. Це стимулює інші ініціативи - культурні школи, мистецькі резиденції, нові урбан-проекти [42].

Вартість реалізації проекту «Козацький форпост - жива історія» визначається масштабом інфраструктури, якістю матеріалів, рівнем автентичності та обсягом супровідних послуг. За попередніми оцінками, базуючись на аналогічних комплексах в Україні та за кордоном, орієнтовний бюджет проекту становить 25–30 млн грн, розподілений на наступні складові:

Орієнтовна структура витрат:

Будівництво та інфраструктура (≈12–15 млн грн): зведення дерев'яних споруд, огорож, веж, майстерень, сцени, глядацьких зон, туалетів, складів; облаштування доріжок, благоустрій території.

Інженерні рішення ($\approx 3\text{--}4$ млн грн):автономне освітлення (сонячні ліхтарі), водопостачання, біотуалети, мінімальна електрифікація для подій.

Культурно-освітнє та сценічне обладнання (≈ 2 млн грн):костюми, інвентар для ремесел, виставкові конструкції, звук, світло, сценографія.

Ландшафтні та екологічні роботи ($\approx 1,5$ млн грн):озеленення, адаптація під рельєф, збереження біорізноманіття.

Маркетинг, брендинг, сувенірна продукція ($\approx 1\text{--}1,5$ млн грн): розробка ай-дентики, просування, запуск проєкту.

Організаційно-юридична та проєктна документація ($\approx 1\text{--}2$ млн грн):дозволи, технічні паспорти, авторський нагляд, охорона праці. З огляду на прогнозоване зростання туристичного потоку на 25–30 тис. осіб щороку та середній чек одного відвідувача у 500 грн, річний валовий обіг комплексу може становити 12–15 млн грн. З урахуванням витрат на утримання, зарплати, маркетинг тощо, чистий прибуток (після оподаткування) може досягати 3–5 млн грн/рік.

Очікуваний строк повної окупності проєкту: 5–6 років. Цей показник може бути коротшим (3–4 роки), якщо буде реалізовано подієві формати, сезонні ярмарки, освітні програми та сувенірну торгівлю.

ВИСНОВКИ

У підсумку виконаного дослідження можна стверджувати, що створення туристичних магнітів у міському середовищі є стратегічно важливим напрямом розвитку сучасних українських міст, які перебувають у стані постіндустріальної трансформації. Туризм стає не лише джерелом економічної вигоди, а й інструментом соціальної згуртованості, відновлення локальної ідентичності та ревіталізації міських територій.

Проведене теоретико-методологічне обґрунтування дозволило з'ясувати, що туристичний магніт - це не просто об'єкт, який приваблює відвідувачів, а комплексний урбаністичний феномен. Його функціонування базується на поєднанні культурного наповнення, просторової логіки, брендингу та соціальної взаємодії. Це явище набуває особливої актуальності в умовах урбанізаційного тиску, зростаючої мобільності населення та зміни запитів до міського простору.

У роботі було доведено, що туристичний магніт - це не просто точка інтересу, а система, що формує нову якість міського простору. Він поєднує у собі атракцію для туриста й одночасно відповідає на потреби мешканців, забезпечує економічну активність і підтримує ідентичність місця. Його ефективне створення можливе лише за умови застосування міждисциплінарного підходу до проєктування.

На основі аналізу літератури, урбаністичних практик та українського контексту було окреслено чотири ключові підходи до формування туристичних просторів:

Територіально-просторовий підхід дозволяє виявити найкращі зони для розміщення туристичних магнітів, проаналізувати логістику, транспортну доступність, функціональну структуру міста. Це забезпечує системність і раціональність у використанні міського простору.

Культурно-антропологічний підхід надає глибини, підкреслюючи цінність локального наративу, колективної пам'яті, автентичних історій та соціокультурних кодів міста. Саме він дозволяє перетворити простір на місце зі змістом.

Соціологічний підхід акцентує на інклюзії, участі громади, створенні комфортного середовища для всіх - мешканців, туристів, людей з інвалідністю, дітей і літніх. Участь громади у формуванні простору зміцнює соціальну згуртованість і забезпечує сталість рішень.

Маркетингово-брендинговий підхід дозволяє створити впізнаваний образ туристичного простору, посилити його конкурентоздатність, забезпечити комунікацію з цільовими аудиторіями. Брендинг у цьому контексті має бути автентичним, етичним та відповідати глибинним смислам місця.

Кожен з них надає інструменти для глибшого розуміння середовища, його ресурсів, обмежень та потенціалу. Усі ці підходи у своїй сукупності формують інтегровану методологію, необхідну для створення повноцінного туристичного магніту, що гармонійно функціонує у міській структурі.

Однією з центральних тем дослідження стала ідея автентичності як ключового критерію привабливості. Увага до історії місця, пам'яті, мови, локальної культури дозволяє формувати простори, які резонують із глибинними ідентичностями мешканців і викликають емоційний відгук у туристів. Це особливо важливо в постіндустріальному місті, де простір потребує не лише фізичного оновлення, а й символічного переосмислення.

Аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя виявив, що місто має унікальний ресурс - культурну спадщину козацтва, ландшафтну цілісність острова Хортиця, багатшарову історію індустриального розвитку. На основі SWOT-аналізу було визначено сильні й слабкі сторони туристичного середовища, можливості та загрози, що дозволило сформуваи обґрунтовану стратегію розвитку.

На прикладі проєкту «Козацький форпост - жива історія» було запропоновано концепцію туристичного магніту, яка інтегрує функціональне зонування, екологічні практики, освітній потенціал та механізми взаємодії з громадою. Проєкт підкреслює важливість багатофункціональності простору: поєднання історичної репрезентації з рекреацією, подієвістю, творчими активностями, що дозволяє охопити широку аудиторію.

Дослідження підтвердило, що ефективний туристичний магніт має бути не ізольованим майданчиком, а частиною живої міської тканини. Його інтеграція у повсякденне життя містян, наявність механізмів соціальної інклюзії, відкритість для різних груп населення є запорукою його життєздатності. Водночас важливо уникати ризиків гентрифікації, коли розвиток туризму може спричинити витіснення уразливих груп населення або втрату автентичного характеру району.

Окремої уваги заслуговує роль брендингу в популяризації міського простору. Візуальна айдентика, історичний наратив, позиціонування простору у медіа й соціальних мережах - усе це стає невід'ємною частиною створення туристичного іміджу. Проте брендинг не має підміняти зміст - він повинен бути віддзеркаленням глибокого змісту місця, а не маркетинговим фасадом.

Таким чином, створення туристичних магнітів - це багатоетапний процес, що потребує стратегічного мислення, міждисциплінарного підходу та залучення громади. Результати цього дослідження можуть бути використані для практичного планування туристичних просторів, формування міських стратегій розвитку туризму та інтеграції культурної спадщини в сучасне міське середовище.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення моделей управління туристичними магнітами, аналіз впливу подієвого туризму на міську динаміку, а також оцінку ефективності соціального включення у процесах ревіталізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 15 найкращих урбаністичних проєктів десятиліття в Україні: електронний ресурс. – [Б. м.], 2020. – Без паг. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/12/30/15-najkrashhyh-urbanistychnyh-proyektiv-desyatylittya-v-ukrayini/>
2. Zhuk S. S. Sustainable tourism development in Ukraine: strategic approaches. – [S. l.], 2023. – 18 р. – Режим доступу: <https://philpapers.org/archive/ZHZSSD.pdf>
3. Ємець В. Т. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні: дисертація. – Полтавський університет економіки і торгівлі, 2023. – 197 с. – Режим доступу: http://www.dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9360/1/Emets_Vasyl_Tymurovich_T-42.pdf

4. Інженерна інфраструктура туризму: збірник наукових праць. – К. : КНУБА, 2020. – 160 с. – Режим доступу: <https://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/02/200829.pdf>
5. Історичні пам'ятки та об'єкти культурної спадщини у структурі туристичних ресурсів Запорізького регіону: збірник матеріалів. – Запоріжжя: ЗНУ, 2020. – 84 с. – Режим доступу: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0060214.pdf>
6. Аналіз туристичного потенціалу Запорізької області: стратегічне бачення. Запоріжжя, 2023. 34 с. Режим доступу: https://zp.gov.ua/upload/content/o_1e7itf70v1jpn14obrg1cp4u7d6g.pdf
7. Бондаренко О. В. (2018). Туристичні потоки як індикатор ефективності управління розвитком територій. *Економіка та держава*. №12. С. 58–62. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/80.pdf
8. Білецька Н. В. Інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції: дисертація. – Одеський національний технологічний університет, 2025. 210с. Режим доступу: https://ontu.edu.ua/download/dissertation/disser/2025/disser-Biletska_NV.pdf
9. В оновлений перелік туристичних магнітів України потрапило п'ять об'єктів із Запорізької області: електронний ресурс. 2023. Режим доступу: <https://suspilne.media/zaporizhzhia/572865-v-onovlenij-perelik-turisticnih-magnitiv-ukraini-potrapilo-pat-obektiv-iz-zaporizkoi-oblasti/>
10. Геопросторові аспекти туристичного планування: збірник статей. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2023. 145с. Режим доступу: https://constructgeo.knu.ua/assets/num/num_3_2_2023.pdf
11. Голова М. С. Формування системи маркетингу туристичної дестинації: курсова робота. Дніпровський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, 2023. 47с. Режим доступу: <http://dp.knute.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6893/1/Голова%20Марія%20Сергіївна.pdf>

12. ДАРТ розширив карту туристичних магнітів: електронний ресурс. 2023. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-rozshiriv-kartu-turistichnih-magnitiv>

13. Запоріжжя та Чернівці налагоджують співпрацю у сферах культури й туризму: електронний ресурс. 2025. Режим доступу: <https://vidbudova.zp.ua/zaporizhzhia-ta-chernivtsi-nalahodzhuiut-spivpratsiu-u-iakykh-sferakh/>

14. Лінецький П. В. Туристичні практики та просторові трансформації: кваліфікаційна робота. Чернівці: ЧНУ, 2023. 44с. Режим доступу: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/6325/Лінецький%20П%20ро.рр.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

15. Матвійчук В. А. Проблеми туристичного брендингу регіонів України: електронний ресурс. 2021. Без паг. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/matvijchuk2.htm

16. Національний заповідник «Хортиця» стане туристичним магнітом Запорізького краю: електронний ресурс. 2021. Режим доступу: <https://suspilne.media/zaporizhzhia/103105-nacionalnij-zapovidnik-hortica-stane-turisticnim-magnitom-zaporizkogo-krau/>

17. Олійник О. М., Ловчикова Д. Ю. (2020). Брендинг туристичних дестинацій: сучасний стан та перспективи. Донецький національний технічний університет. 14с. Режим доступу: <https://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/21216/1/Олійник%20О.М.%20С%20Ловчикова%20Д.Ю..pdf>

18. Омельчак Г.В. Особливості впливу гіг-економіки на розвиток туризму. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф. (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Частина 2. Харків: Нац. техн. ун-т. Харків. політехн. Ін-т, 2024. - 295с. С. 98-100. URL: <https://drive.google.com/file/d/1lBhMfsx0zSBlnrFLoVRFjMreYfmVrXRa/view>

18. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в регіонах України: електронний ресурс. Херсон: Херсонський державний аграрно-економічний університет, 2022. 61с. Режим доступу: <https://kegt.rshu.edu.ua/images/dustan/turizm.pdf>
19. Острів хортиця – 100 природних чудес України. Електронний ресурс. Режим доступу : <https://www.naturalist.if.ua/?p=6471>
20. Юхновська Ю., Діденко А., Риженко О.М., Омельчак Г.В., Корнелюк Б.В. (2024). Аналіз та вплив російського вторгнення на розвиток рекреаційного потенціалу України. *Держава та регіони. Економіка та підприємництво*, №1 (131), С.41–49. Режим доступу: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2024/1_2024/9.pdf
21. Природоорієнтовані рішення для Запоріжжя: як посприяти зеленому відновленню міста: електронний ресурс. 2024. Режим доступу: <https://vidnova.info/prydooriyentovani-rishennya-dlya-zaporizhzhya-yak-pospryyaty-zelenomu-vidnovlennyyu-mista.html>
22. Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні: аналітична довідка. 2023. 17с. Режим доступу: <https://scispace.com/pdf/problem-ita-perspektivi-rozvitku-ekologichnogo-turizmu-v-15441xga.pdf>
23. Слово: «ДніпроГЕС: на порозі нового життя». Електронний ресурс. Режим доступу: https://uhe.gov.ua/media_tsentr/zmi_pro_nas/slovo-dniprog-es-na-porози-novogo-zhittya
24. Стан туристичної галузі Запоріжжя: стратегічний звіт за 2014–2018 роки. Запоріжжя: Інститут стратегічних комунікацій, 2019. 45с. Режим доступу: https://isc.biz.ua/images/HB/STZ_2014-2018_main.pdf
25. Стратегічні напрями розвитку туризму в місті Запоріжжя: звіт. – Запоріжжя, 2024. 36с. Режим доступу: https://zp.gov.ua/upload/content/o_1fo2v5s3s9s8135jrqqskdipd31s.pdf
26. Стратегія розвитку туризму в Запоріжжі 2014–2018: аналітична записка. Запоріжжя, 2018. 32с. Режим доступу: https://zp.gov.ua/upload/content/o_1fcea9sv19p4130m1vl616dsl620.pdf

27. Токмаков М. Р. Вплив урбанізації на розвиток туристичної сфери: кваліфікаційна робота. Мукачівський державний університет, 2024. 48с. Режим доступу:

<https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3212/1/Кваліфікаційна%20робота%20Токмаков%20М.Р..pdf>

28. Туризм в умовах війни: просторові виклики та стратегічні резерви // Вісник географічного товариства. 2023. №1. С. 33–40. Режим доступу: https://constructgeo.knu.ua/assets/num/num_3_2_2023.pdf

29. Туризм як чинник регіонального розвитку: збірник тез наукових доповідей. – К. : КНЕУ, 2023. – 128 с. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/2023/TUD0A0IZM_ZbD196rnik_tez.pdf

30. Туристичні магніти України – 2024: електронний ресурс. 2024. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichni-magniti-ukrayini-2024>

31. Туристичні магніти як основа розвитку культурної ідентичності регіонів. *Голос України*. 2020. №112. Режим доступу: <https://www.golos.com.ua/article/334065>

32. У Запорізькій області розробляють власні туристичні магніти: електронний ресурс. 2022. Режим доступу: <https://www.zoda.gov.ua/news/52213/u-zaporizkiy-oblasti-rozroblyajut-vlasni-turistichni-magniti.html>

33. Україна в революційну добу 1917–1921 років: документи і матеріали. – К.: Інститут історії України НАН України, 2020. – 512 с. – Режим доступу: <http://history.org.ua/LiberUA/978-966-02-5659-0/978-966-02-5659-0.pdf>

34. Урбанський П. П. Формування бренду туристичної території: збірник тез доповідей. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2018. С. 285–288. Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/285.pdf>

35. Фактор. Звіт про результати опитування громади міста Запоріжжя щодо проблем та напрямів розвитку міста. Режим доступу: https://zp.gov.ua/upload/editor/dodatok_2_e.pdf

36. Омельчак Г.В. Аналіз сучасного стану безбар'єрного туристичного середовища України. *Review of transport economics and management*. Дніпро: Український державний університет науки і технологій, 2024. Вип.11(27). С. 50-57. URL: <https://doi.org/10.15802/rtem2024/309812>

36. «Фаетон»: музей техніки. Режим доступу: <https://faeton.zp.ua/>

37. Фочук Ю. Є. Туристичні магніти України: Аналіз та перспективи: аналітична довідка. Тернопіль, 2024. 21 с. Режим доступу: <https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/52077/1/Фочук%20Юрій%20ЕМЕМ21.pdf>

38. Хвостенко С. М. (2018). Маркетингові стратегії просування туристичних продуктів в умовах децентралізації: електронний ресурс. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/28.pdf>

39. Шейко Ю., Чугай С. (2024). Брендинг як інструмент просування туристичних дестинацій (на прикладі смт. Млинів, Рівненської області). *Економіка та суспільство*. №70. С. 125–130. Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5382>

40. Щука Г. та ін. Нішеві види туризму: монографія. Берегово, 2024. 196 с. Режим доступу: https://kmf.uz.ua/wp-content/uploads/2025/03/3_halyna-shchuka_et-al_monografiia-ua_elektronni-vydannia-2024.pdf

41. Юхновська Ю. О. Розвиток туристичного потенціалу Запорізького регіону: наукова праця. – Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2019. 47с. Режим доступу: <https://khnnra.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/YUhnovska-YU.O.-Rozvitok-turistichnogo-potentsialu-Zaporizkogo-regionu.pdf>

42. Як розробити цифровий проєкт у сфері туризму: історія успіху Синевирської громади: електронний ресурс. 2024. Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?library=yak-rozrobyty-tsyfrovyj-projekt-u-sferi-turyzmu-istoriya-uspihu-synevyrskoji-hromady>

43. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-v-ukrayini-vplinula-na-ievropeyskiy-turizm>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Результати опитування громадян Запоріжжя



Рис. 1. Результати відповідей на запитання «Що Вам подобається в місті?»

Джерело[35]

ДОДАТОК Б

Острів Хортиця



ДОДАТОК В

Дніпровська ГЕС. Джерело [19]



ДОДАТОК Г

Музей ретро-техніки «Фаєтон». Джерело[36]



ДОДАТОК І

SWOT-аналіз аналіз туристичного потенціалу Запоріжжя

Сильні сторони Слабкі сторони

Історико-культурна та природна спадщина

Автентичність індустриального міста

Географічне розташування та транспортна доступність

Наявність ідентифікованого бренду — Запорізьке козацтво

Слабка туристична інфраструктура

Відсутність комплексного бачення туристичного розвитку

Слабка інтеграція індустриальної спадщини в культурний простір

Проблеми з охороною та збереженням спадщини

Можливості

Інтеграція індустриальної спадщини в нові формати туризму

Розвиток острова Хортиця як ключового ядра туристичного бренду

Використання ресурсів міської природи для розвитку екотуризму

Туризм на перетині з наукою, освітою та технікою

Загрози

Воєнна загроза і безпековий чинник

Урбаністична деградація та занепад інфраструктури

Неконтрольована забудова і руйнація історичного середовища

Відсутність координації між міською владою, бізнесом та громадою

ДОДАТОК Д

Місце розташування комплексу «Козацький форпост»



ДОДАТОК Е

Центральні ворота комплексу «Козацький форпост»



ДОДАТОК Є

Рис Є.1

Мапа зонування тереторії комплексу «Козацький форпост»

