

Причина №5. Digital Kharkiv. Харків став першим в Україні містом, в якому при міській раді створений Департамент цифрової трансформації. У місті сформована молода і амбітна команда реформаторів, мета яких – перетворити місто на SMART та повернути статус першої столиці, зробивши Харків першою цифровою столицею України. Наразі активно ведеться робота з підвищення цифрової грамотності харків'ян, популяризація використання електронних сервісів, направлених на покращення життя та зменшення витрат часу на обслуговування тощо. Велика увага приділяється формуванню брэнда міста Харкова. Минулого року КП «Офіс Реформ Харкова» ініціювало масштабний проєкт «Brand Me!» з розробки туристського брэнду Харкова. До роботи залучили активістів, студентів, лідерів думок, творчих особистостей, усіх, щоб створити справжній брэнд – з щирою душею та харківською самотуністю.

РОЛЬ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗМІЦНЕННІ ІНСТИТУТУ СІМ'Ї СЕРЕД ЖИТЕЛІВ МІСТА

Баранова О.С.

Науковий керівник – Кравець О.М., ст. викладач

У сучасному світі сім'я є ланкою, що формує суспільство. За даними Міністерства юстиції України, з початку 2019 р. українці зареєстрували 227 тис. 721 шлюб (дані за 17 грудня 2019 р.). Сім'ї створюються активно, цей процес є динамічним та відіграє вагомий роль у розвитку суспільства. Для порівняння, за статистикою розлучень з 01 січня по 17 грудня 2019 року було розірвано 37 тис. 405 шлюбів.

Загально відомі наступні функції сім'ї: 1) репродуктивна; 2) регенеративна; 3) господарсько-економічна; 4) освітньо-виховна; 5) комунікативна; 6) психотерапевтична; 7) рекреативна. Загально відомо, що сучасний шалений ритм життя не дає можливості містянам гармонічно реалізувати на практиці кожен з зазначених функцій.

Рівень зайнятості, тотальна цифровізація комунікацій сприяють зростанню кількості розлучень та зрад. Люди, існуючи на одній території, стають чужими одне одному, бо майже не спілкуються поза побутовими темами; діти, втрачаючи життєво необхідний контакт із батьками, шукаючи любов, тепло та підтримку в школі, позашкільних закладах або спільнотах людей, основними інтересами яких є асоціальні прояви (наркотики, алкоголь тощо). За даними ВООЗ, Україна займає перше місце в світі за рівнем дитячого алкоголізму. 87% українських школярів хоча б раз вживали алкогольні напої, 26% – вживають алкоголь декілька разів на місяць (дані за 29 травня 2018 р.).

Авторитет інституту сім'ї падає, чому суттєво сприяє розрізненість поколінь та, загалом, інтересів кожного члену всередині родини.

Кожна людина пристрасно прагне двох цілей: стати щасливою та звільнитися від страждань, аби стати щасливою. Сучасні тренди на ринку на спеціалізовані лікарні, оздоровчі та діагностичні центри, психологічні та остеопатичні кабінети користуються великим попитом: люди мріють звільнитися від страждань. Центри йоги, тренінги з саморозвитку, книги з різними шляхами до щастя – усе це набуває шаленої популярності: люди бажають щастя. Одним зі шляхів досягнення цих двох цілей людство обирає створення сім'ї та народження дітей. А потім виникають питання: як жити в сім'ї краще, ніж до моменту її створення? Одним зі шляхів гармонізації сімейного життя можна вважати якісне спільне дозвілля. При грамотному підході сімейне дозвілля виконує освітньо-виховну, комунікативну, психотерапевтичну, рекреаційну функції.

Сімейне дозвілля – частина вільного часу, яка припускає добровільну та сумісну участь членів сім'ї в різноманітних видах як активної, так і пасивної діяльності, що сприяє об'єднанню сімейного колективу, направлена на розвиток особи, відновлення психічних і фізичних сил, а також на формування батьківських і подружніх відносин, на генерацію, зберігання, розвиток етичних і культурних цінностей, норм, зразків поведінки членів сім'ї.

«Зміцнити» сучасну родину можна за допомогою звернення до анімаційних послуг. Якісно організоване фахівцем спільне проведення часу родиною може дуже ефективно скорегувати емоційний стан, а й сприятиме зміцненню фізичного і психосоматичного здоров'я людини. Найрелевантнішими видами анімації для організації сімейного дозвілля жителів міста можна назвати наступні:

1. Спортивна анімація на природі. Для жителів міст це має особливе значення: насичення тіла киснем, зміна звичної обстановки. Заняття спортом усією сім'єю: аеробіка, йога, плавання, катання на велосипедах, ковзанах, лижах, роликах, біг, теніс тощо. Вибір активності залежить від віку та кількості дітей та дорослих, а також загалом від уподобань сім'ї.

2. Танцювальна анімація. Танці, особливо активні, можуть стати панацеєю для людей, які зазвичай ведуть малорухливий спосіб життя. Танці також суттєво розвивають нервову систему, координацію, знімають напруження, сприяють підвищенню самооцінки, об'єднують.

3. Тематичні майстер-класи, що вимагають активної участі. Акторське, ораторське мистецтво, спів не тільки покращують загальний

стан людини, а й здатні внести різноманіття у сімейне життя людей. Сім'я – це не тільки задоволення й радість, а й велика відповідальність й системна робота. Сам процес створення «ланки суспільства» не є складним, а от її підтримання, зростання та розвиток вимагають неабияких зусиль. У сімейному житті дуже важливо не тільки ефективно організувати побут, а й розважатися й розвиватися у спільному напрямку.

ДОСЛІДЖЕННЯ І ВИЯВЛЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ПОПИТУ НА РИНКУ МІСТА ХАРКОВА

Лисинська Д.В

Науковий керівник – Поколюдна М.М., канд. геогр. наук, доцент

За останні роки екскурсійна справа в Україні, включаючи місто Харків і область, набирає обертів. Якщо раніше екскурсії були невід'ємною частиною навчального процесу, то зараз це ще й популярний вид відпочинку з елементами саморозвитку. Харків має доволі довгу історію та характеризується стрімким сучасним розвитком, що відповідно формує значний екскурсійно-ресурсний потенціал.

На сьогоднішній день на ринку міста представлено доволі широка пропозиція різноманітних екскурсій, які відрізняються тематикою, формами проведення, ціною політикою, що допомагає задовільнити потреби різних верств та вікових груп населення.

Найбільш потужними екскурсійними підприємствами на ринку міста Харкова є: «Навігатор Україна», «Kraina UA» та «Відпочинок на всі 100».

Метою даної роботи є вивчення та аналіз ринку екскурсійних послуг в місті Харкові. Насамперед екскурсії поділяються на оглядові та тематичні. При проведенні аналізу було виділено 7 видів екскурсій: Історичні та літературні; Природничі; Мистецтвознавчі; Виробничі; Архітектурні; Релігійні. За шкалою популярності (кількість пропозицій) види екскурсій в місті Харкові розташувалися наступним чином, як це представлено на рис. 1.