

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та
туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
світової політики,
дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.

Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему: **«Сучасний стан та перспективи розвитку культурно-
пізнавального туризму в Україні»**

Виконав: студентка 4 курсу, групи УТМ-41
Спеціальності 242 «Туризм»

Міллер Т. Д.

(прізвище та ініціали)

Керівник: ст. викл. Волкова І. І.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Данько Н. І.

(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

Покоłodна М. М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Інститут ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший (бакалаврський)

Напрямок підготовки _____

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

**завідувач кафедри світової
політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
Доц. Парфіненко А.Ю.**

“ _____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Міллер Таїсії Дмитрівни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: Сучасний стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні

керівник роботи Волкова Ірина Ігорівна, ст. викл.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “02”.04.2025 року 4001-5/868

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити

Основними дослідницькими завданнями роботи стали наступні:

розкрити сутність культурно-пізнавального туризму, охарактеризувати його види та ресурсну базу; проаналізувати фактори та сучасні умови, що впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму; оцінити тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму на світовому рівні; дослідити територіальну організацію ресурсів культурно-пізнавального туризму в Україні; проаналізувати вплив війни на динаміку розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні; визначити чинники, що підвищують привабливість туристичного продукту у сфері культурно-пізнавального туризму; сформулювати практичні рекомендації щодо удосконалення туристичної політики в цій сфері.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ
2	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

5. Дата видачі завдання 3.12.2025 р.

Студент

підпис

Т. Д. Міллер

ініціали, прізвище

Керівник роботи

підпис

І. І. Волкова

ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Міллер Т. Д. Сучасний стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні.

Бакалаврська робота присвячена дослідженню сучасного стану та перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні як одного з ключових напрямів туристичної діяльності. У роботі розглянуто теоретичні засади культурно-пізнавального туризму, визначено його сутність, основні види та ресурсну базу, проаналізовано чинники, умови та сучасні тенденції розвитку цього виду туризму в національному та міжнародному контексті.

У другому розділі здійснено комплексний аналіз сучасного стану культурно-пізнавального туризму в Україні, зокрема в умовах повномасштабної війни. Окрема увага приділена вивченню наявних ресурсів, а також виявленню факторів, що впливають на формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Зроблено акцент на визначенні шляхів підвищення привабливості культурно-пізнавального туризму для внутрішніх та іноземних туристів.

ANNOTATION

Miller T. D. Current State and Prospects for the Development of Cultural and Educational Tourism in Ukraine

The bachelor's thesis is devoted to the study of the current state and prospects for the development of cultural and educational tourism in Ukraine as one of the key areas of tourism activity. The paper examines the theoretical foundations of cultural and educational tourism, defines its essence, main types, and resource base, and analyzes the factors, conditions, and current trends of this type of tourism in both national and international contexts.

The second chapter presents a comprehensive analysis of the current state of cultural and educational tourism in Ukraine, particularly under the conditions of the full-scale war. Special attention is given to the study of available resources and the identification of factors influencing the formation of a competitive tourism product. The emphasis is placed on identifying ways to enhance the attractiveness of cultural and educational tourism for both domestic and foreign tourists.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	6
1.1. Сутність поняття культурно-пізнавального туризму, його види та ресурсна база	6
1.2. Фактори та сучасні умови розвитку культурно-пізнавального туризму	14
1.3. Чинники та умови розвитку культурно-пізнавального туризму	17
1.4. Тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму.....	22
 РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	 30
2.1. Ресурсні передумови розвитку культурно-пізнавального туризму ...	30
2.2. Аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в умовах війни .	36
2.3. Визначення факторів підвищення привабливості продукту культурно-пізнавального туризму	42
 Висновки.....	 49
Список використаної літератури.....	52

ВСТУП

Обґрунтування актуальності обраної теми. Культурно-пізнавальний туризм є важливим сегментом сучасної туристичної індустрії, що поєднує інтерес до історико-культурної спадщини з прагненням до пізнання і саморозвитку. У багатьох країнах цей вид туризму слугує ефективним засобом соціально-економічного зростання, сприяє збереженню культурної ідентичності, розвитку локальних громад, формуванню позитивного міжнародного іміджу держави.

Для України розвиток культурно-пізнавального туризму має особливе значення в умовах сучасних викликів, зокрема повномасштабної війни, яка триває з 2022 року. Попри складну безпекову ситуацію, саме ця сфера залишається перспективною з огляду на значний історико-культурний потенціал, географічну локалізацію в центрі Європи, багатство об'єктів нематеріальної та матеріальної спадщини, які мають туристичну привабливість як на національному, так і на міжнародному рівнях. У післявоєнний період культурно-пізнавальний туризм здатен стати інструментом відновлення економіки, посилення культурної дипломатії та формування наративу про стійкість української нації у протистоянні російській агресії.

Актуальність теми зумовлюється необхідністю адаптації туристичної галузі до нових реалій, зокрема – створення безпечних і конкурентоспроможних туристичних продуктів, розвитку інфраструктури, збереження та промоції історико-культурних ресурсів, а також потребою у формуванні стратегічного бачення майбутнього галузі. Системний аналіз стану культурно-пізнавального туризму дозволяє визначити його сильні сторони, актуальні проблеми та окреслити шляхи подальшого розвитку, зокрема у контексті європейської інтеграції України.

Ступінь вивченості проблеми. Питання розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні є предметом наукових досліджень

вітчизняних і зарубіжних учених. Значний внесок у розробку теоретико-методологічних основ зробили Любіцева О. О., Мальська М.П., Парфіненко А.Ю., Сідоров В. І., Подлепіна П. О., Юрченко С. О. та інші. Їхні праці охоплюють різні аспекти: класифікацію видів культурно-пізнавального туризму, характеристику ресурсного потенціалу, аналіз тенденцій, бар'єрів і перспектив розвитку. Особлива увага приділяється вивченню культурної спадщини як базового ресурсу туризму та її ролі в зміцненні національної ідентичності. Однак динамічні зміни внутрішньої та зовнішньої ситуації в Україні потребують оновленого комплексного дослідження, що враховує новітні виклики, зокрема вплив війни, вимушеної міграції та зміни структури туристичних потоків.

Об'єктом дослідження є процес розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні на сучасному етапі.

Предмет дослідження є сучасний стан, умови та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні.

Метою дослідження є оцінити поточний стан культурно-пізнавального туризму в Україні, визначити основні фактори його розвитку та сформулювати перспективи ефективного функціонування галузі в умовах трансформаційного періоду.

У відповідності з встановленою метою були сформульовані наступні завдання дослідження:

- розкрити сутність культурно-пізнавального туризму, охарактеризувати його види та ресурсну базу;
- проаналізувати фактори та сучасні умови, що впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму;
- оцінити тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму на світовому рівні;
- дослідити територіальну організацію ресурсів культурно-пізнавального туризму в Україні;

- проаналізувати вплив війни на динаміку розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні;
- визначити чинники, що підвищують привабливість туристичного продукту у сфері культурно-пізнавального туризму;
- сформулювати практичні рекомендації щодо удосконалення туристичної політики в цій сфері.

У дослідженні використано комплекс загальнонаукових і спеціальних *методів*: аналізу і синтезу, індукції та дедукції, картографічний метод, методи системного підходу, порівняльного аналізу, статистичного узагальнення, а також методи експертного оцінювання.

Інформаційну основу становлять нормативно-правові документи України, аналітичні звіти міжнародних організацій (UNWTO, UNESCO), наукові публікації, статистичні дані Державної служби статистики України, звіти Державного агентства розвитку туризму, матеріали монографій, статей вітчизняних і зарубіжних науковців.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг – 58 стор. До роботи включено 14 рисунків та 9 таблиць. Бібліографія охоплює 47 джерел.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність поняття культурно-пізнавального туризму, його види та ресурсна база

У сучасних умовах культурно-пізнавальний туризм набуває особливої актуальності як один із найперспективніших напрямів туристичної діяльності. Він передбачає подорожі з метою ознайомлення з культурною спадщиною, історичними пам'ятками, мистецькими об'єктами, а також з традиціями, звичаями та способом життя інших народів. Відповідно, культурна складова виступає ключовим елементом даного виду туризму.

Зважаючи на актуальні тенденції розвитку туристичної індустрії, культурно-пізнавальний туризм доцільно розглядати як окремий специфічний вид туризму, а також як важливий складник інших його форм. У науковій літературі та практиці туристичної діяльності дедалі частіше культурний туризм трактується не лише як вид дозвілля, а й як ефективний інструмент соціально-економічного розвитку регіонів, спосіб популяризації національної культури та механізм збереження культурної спадщини.

Культурно-пізнавальний туризм виконує комплексну функцію – це одночасно сегмент ринку туристичних послуг, сфера культурного споживання та окрема бізнес-модель, що ґрунтується на унікальних ресурсах культурного середовища. Його розвиток має безпосередній вплив на зростання інвестиційної привабливості територій, стимулювання креативних індустрій і формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені.

У системі туристичної діяльності культурний туризм виокремлюється за трьома основними критеріями:

1. Характер діяльності туриста, що полягає у прагненні до отримання нових знань, вражень та емоцій для задоволення культурних потреб. Саме

цей аспект формує концептуальну відмінність культурного туризму від інших його форм.

2. Мотиваційні чинники учасників туристичних поїздок — інтерес до історії, мистецтва, культурної спадщини, архітектури, народної творчості тощо.

3. Характеристика пропозиції, яка включає спеціалізовані туристичні ресурси, культурні об'єкти, інституції та події, що здатні задовольнити відповідний попит [26, с. 8].

В академічній та прикладній літературі наведено чимало визначень культурно-пізнавального туризму. Так, Р. В. Макінтош і Ч. Р. Гоелднер характеризують його як «вид туризму, що охоплює всі види подорожей, під час яких мандрівники знайомляться з історією, спадщиною, сучасним життям і світоглядом інших народів» [7]. Іншими словами, через подорожі туристи прагнуть пізнати сутність і різноманіття культурного досвіду інших спільнот.

Американський дослідник Тіге А. розглядає культурний туризм як подорож до об'єктів історико-культурної спадщини — музеїв, пам'яток архітектури, галерей, а також заходів у сфері мистецтва. Аналогічного підходу дотримується канадський науковець Сілберберг Т., який визначає культурний туризм як повністю або частково мотивоване відвідування іншої спільноти з інтересом до її культурного спадку, художньої, наукової чи історичної спадщини [31].

Відомий голландський дослідник у сфері культурного туризму, професор Річардсон Г., трактує культурно-пізнавальний туризм як переміщення до визначних культурних об'єктів, що здійснюється з метою отримання нової інформації та досвіду, необхідного для задоволення індивідуальних культурних потреб [30, с. 24].

Вітчизняні науковці, зокрема Божко Л. Д., Любіцева О. О., тлумачать культурно-пізнавальний туризм як діяльність, пов'язану з відвідуванням історичних і культурних пам'яток, музеїв, фестивалів, виставок, творчих

подій, а також ознайомленням з традиціями, обрядами й способом життя народів, які проживають у відповідних регіонах.

Таким чином, культурно-пізнавальний туризм – це багатогранне явище, що поєднує у собі елементи духовного розвитку, пізнання, міжкультурної комунікації та активного дозвілля. Його ефективне функціонування базується на поєднанні якісної туристичної інфраструктури з автентичними культурними ресурсами, які мають здатність приваблювати та утримувати увагу туристів.

Згідно з визначенням Міжнародної ради з питань пам'яток і визначних місць (ICOMOS), культурно-пізнавальний туризм розглядається як відносно невеликий, проте вагомий сегмент пізнавального або освітнього туризму, який здебільшого має елітарний характер і спрямований на популяризацію та інтерпретацію культурних ідей [39].

У «Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму» поняття культурно-пізнавального туризму трактується як подорож, метою якої є ознайомлення з культурною спадщиною різних країн і народів [10]. Визначення, запропоноване М. П. Кляпом, акцентує увагу на відвідуванні історичних, культурних та географічних пам'яток [18].

Г. М. Дроздова описує культурно-пізнавальний туризм як форму подорожей, спрямованих на ознайомлення з історико-культурними цінностями та унікальними природними об'єктами [14]. У свою чергу, О. О. Любіцева характеризує його як процес ознайомлення туристів з природним середовищем, історико-культурним надбанням та сучасним життям країни перебування [20].

Аналізуючи наукові підходи до визначення культурного туризму, можна виокремити кілька основних концептуальних підходів:

Територіально-культурний підхід, відповідно до якого культурний туризм охоплює всі поїздки, здійснені з метою тимчасового залишення місця постійного проживання задля отримання інформації або нових вражень про

історичні об'єкти, духовну і матеріальну культуру, а також участі у культурних заходах.

Мотиваційний підхід, що підкреслює індивідуальну мотивацію туристів до участі у діяльності культурного чи пізнавального характеру. Саме внутрішня мотивація до культурного збагачення визначає подорож як культурну.

Підхід Всесвітньої туристської організації (UNWTO), згідно з яким культурний туризм охоплює всі види переміщення людей, спрямовані на задоволення потреб у зміні середовища, пізнанні, підвищенні особистого культурного рівня, а також набутті нового досвіду, знань і знайомств [7].

Варто погодитися з твердженням, що саме культурна мотивація туриста є ключовим критерієм при класифікації подорожі як культурно-пізнавальної.

З огляду на проаналізовані наукові підходи, доцільно сформулювати узагальнене визначення: культурно-пізнавальний туризм — це форма туристичної діяльності, мотивованої прагненням до пізнання матеріальної та нематеріальної культури, відображеної в історичних пам'ятках, традиційній архітектурі, ремеслах, мові, фольклорі, звичаях і традиціях. Значна частина часу туриста в межах такої подорожі має бути присвячена безпосередньому знайомству з культурною спадщиною.

Основні характеристики культурно-пізнавального туризму:

Культурна мотивація повинна виступати ключовою причиною подорожі.

Культурний компонент є обов'язковим і має домінувати в змісті поїздки.

Значна частка часу туриста витрачається на відвідування культурних об'єктів або участь у культурних заходах.

Культурне споживання може здійснюватися безпосередньо або опосередковано, навіть у межах інших видів туризму.

Як зазначає М. Д. Сущинська, культурно-пізнавальний туризм може розглядатися у двох аспектах:

- а) як окремий самостійний вид туристичної діяльності,
- б) як складова інших форм туризму [26, с. 129].

У таблиці 1.1 відображено специфіку культурно-пізнавального туризму та його вплив на суміжні галузі та суспільство в цілому, що підкреслює значущість цього напрямку для сталого соціокультурного розвитку.



Рис 1.1. Функції культурно-пізнавального туризму

Складено автором за матеріалами: [26, с.9]

Культурно-пізнавальний туризм за напрямками поділяється на кілька основних категорій:

1. Ознайомлення з історичними, архітектурними та культурними епохами шляхом відвідування пам'яток архітектури, музеїв, історичних маршрутів та інших об'єктів, що мають культурну цінність.
2. Участь у культурних заходах, зокрема у фестивалях (музичних, театральних, кінематографічних), релігійних святкуваннях, національних обрядах, кориді, виставках тощо.

3. Освітня складова, яка включає участь у лекціях, наукових семінарах, освітніх курсах з вивчення іноземних мов або окремих наукових напрямів.
4. Фольклорні практики, що передбачають відвідування або активну участь у фольклорних фестивалях та заходах, присвячених традиційній культурі [50].

Варто також зазначити, що культурно-пізнавальний туризм охоплює низку видів, які класифікуються відповідно до того, який саме культурний ресурс слугує основою туристичного продукту. Найпоширеніші з цих видів представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Види культурного туризму та його особливості

Назва виду туризму	Тип культури	Характерні риси	Типові об'єкти культурної спадщини / Діяльність туристів
Етнокультурний туризм	Жива (традиційна) культура	Орієнтований на отримання нового культурного досвіду шляхом безпосередньої участі в автентичному способі життя регіону	Проживання в місцевих родин; участь у народних святах, ремісничих заняттях, побутових практиках; життя на «історичній» фермі
Туризм спадщини	Висока культура; матеріальна та нематеріальна спадщина	Спрямований на вивчення культурних цінностей, традицій та історичних об'єктів минулого	Відвідування музеїв, історичних будівель (замків, фортець), культурних ландшафтів, археологічних зон, релігійних споруд, фестивалів і традицій
Тематичний культурний туризм	Комбінація високої, популярної та живої культури	Базується на створенні культурних маршрутів за певною темою в межах або між регіонами, об'єднуючи різні об'єкти спадщини	Відвідування об'єктів, пов'язаних з конкретною темою (наприклад: «Шлях замків», «Шлях вина», «Літературна спадщина»); участь у тематичних заходах

Продовження табл. 1.1

Назва виду туризму	Тип культури	Характерні риси	Типові об'єкти культурної спадщини / Діяльність туристів
Арт-туризм	Сучасна, популярна, жива культура	Орієнтований на знайомство з мистецтвом, участь у культурному процесі сучасності	Відвідування виставок, галерей, балетів, концертів, творчих майстерень, художніх студій, культурно-креативних кварталів
Подієвий туризм	Сучасна, жива культура	Зосереджений на участі у короткотривалих подіях культурного або релігійного характеру	Карнавали, фестивалі, національні та релігійні свята, святкування історичних дат, концертні шоу, мистецькі прем'єри
Туризм вражень	Висока, популярна, жива культура	Передбачає емоційне занурення у культуру через особистий досвід	Інтерактивні музеї, креативні простори, історичні реконструкції, участь у місцевих святах та культурних заходах
Креативний туризм	Популярна культура, сучасне мистецтво	Орієнтований на розвиток особистих творчих здібностей через участь у культурних практиках	Танцювальні майстер-класи, арт-резиденції, гастрономічні тури, фототури, навчання ремеслам у місцях їх походження
Оглядовий (екскурсійний) туризм	Висока культура; традиційна матеріальна спадщина	Забезпечує ознайомлення з культурою та історією через огляд визначних об'єктів	Екскурсії до історичних пам'яток, музеїв, пам'ятників архітектури; знайомство з місцевими традиціями та культурною інфраструктурою

Складено автором за матеріалами: [26]

Культурно-пізнавальний туризм має власний, специфічний туристичний продукт, який реалізується через залучення до культурної діяльності, що базується на використанні особливого виду ресурсів – культурних пам'яток та туристичних практик. У цьому контексті культурно-пізнавальні ресурси поділяються на дві основні категорії:

1. *Культурні пам'ятки, які охоплюють матеріальну, нематеріальну та живу культуру.* Залежно від форми їхнього існування, що може бути постійною або тимчасовою, змінюються часові рамки їхнього туристичного використання:

- Стаціонарні культурні пам'ятки (як об'єкти, так і процеси), фізично пов'язані з певною територією (архітектурні споруди, історичні місця), організаційно закріплені (музеї, театри, бібліотеки, культурні інституції) або репрезентовані через повсякденні культурні практики місцевого населення.
- Культурні події, до яких належать як історико-художні, так і соціокультурні заходи. Їх ключова характеристика – обмежена тривалість у часі, що зумовлює специфіку їх споживання туристами.

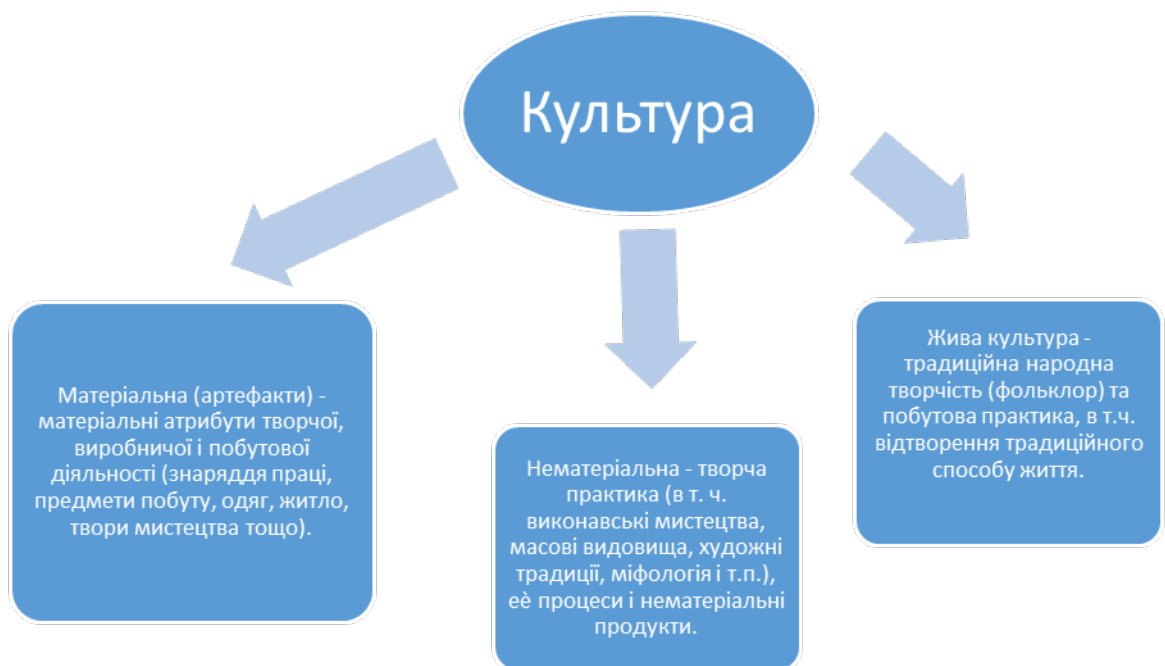


Рис. 1.2. Культурні пам'ятки

Складено автором за матеріалами: [12]

2. *Туристські практики споживання культурних благ.* Йдеться про форми поведінки та дії туристів, які виявляють їхню культурну компетентність і мотивацію до залучення у культурний простір дестинації. У цьому випадку турист виступає не лише споживачем, а й активним учасником культурної взаємодії, що перетворює його діяльність на особливий тип культурного ресурсу.

З огляду на масштаби та специфіку залучення культурних ресурсів у туристичну сферу, їх доцільно систематизувати за низкою критеріїв (див. рис. 1.3).

Отже, культурно-пізнавальний туризм можна визначити як форму туристичної мобільності, основною мотивацією якої є відвідування культурних пам'яток – музеїв, історичних місць, культурно-мистецьких подій, архітектурних ансамблів, галерей тощо. Такий туризм може виступати як самостійний вид туристичної активності, так і інтегруватися у структуру інших її форм.

Серед основних форм культурно-пізнавального туризму виокремлюють: туризм вражень, креативний туризм, оглядовий (екскурсійний), тематичний, арт-туризм, подієвий туризм, туризм спадщини та екокультурний туризм. Кожен із них має власну специфіку, пов'язану з типом використовуваних ресурсів, формами активності туристів та характером культурної взаємодії. Важливим критерієм класифікації у межах культурно-пізнавального туризму є типологія культурних ресурсів – з одного боку, це культурні пам'ятки (матеріальні, нематеріальні та живі), з іншого – практики споживання культурних благ туристами.

1.2. Фактори та сучасні умови розвитку культурно-пізнавального туризму

У сучасних умовах культурно-пізнавальний туризм посідає важливе місце в системі міжнародного туризму, демонструючи динамічні темпи розвитку. Якщо до 1980-х років його розглядали як відносно вузьку спеціалізовану нішу на туристичному ринку, то сьогодні він трансформувався у провідний напрям глобальної туристичної активності.

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), до 2020 року частка культурного туризму в загальній структурі міжнародних туристичних поїздок досягла приблизно 25% [40].

Факторами, що спричинили стрімке зростання інтересу до культурно-пізнавального туризму, виступають такі зміни:

1. Розвиток транспортної інфраструктури, що забезпечив доступність віддалених культурних об'єктів.
2. Розширення можливостей телекомунікацій, поширення інтернету та цифрових технологій, що сприяє популяризації культурних дестинацій.
3. Зростання доходів населення, що дозволяє витратити більше коштів на культурне дозвілля та подорожі.
4. Зміна соціальних пріоритетів – посилення ролі дозвілля як індикатора соціального статусу у постіндустріальному суспільстві.
5. Глобалізаційні процеси, що супроводжуються активним міжкультурним обміном і підвищенням інтересу до культурного різноманіття.
6. Політична лібералізація, зокрема завершення "холодної війни", що сприяло зменшенню візових бар'єрів і спростило міжнародну мобільність туристів [26, с.16].

Форма існування культурної пам'ятки (постійна чи тимчасова) визначає часові рамки її використання у туристичній діяльності. У контексті туризму культурні ресурси можна класифікувати за формою їх існування на три основні категорії:

1. Стаціонарні культурні пам'ятки – це як матеріальні об'єкти (архітектурні споруди, міське планування, історичні місця), так і організаційно структуровані елементи (музеї, театри, бібліотеки, мистецькі інститути), а також повсякденні культурні практики, закорінені в локальному середовищі. Вони нерозривно пов'язані з конкретною територією як фізично, так і інституційно чи соціально.
2. Культурні події – охоплюють різноманітні явища культурно-історичного, художнього чи соціального характеру, що мають обмежений у часі період існування. Їхньою ключовою ознакою є саме тимчасовість, що відрізняє їх від постійних елементів культурної інфраструктури [26, с. 30].

3. Практики споживання культурних благ туристами, що відображають взаємодію споживача з культурними продуктами, їх інтерпретацію та включення у власний досвід.

Потенціал «туристської включеності» (класифікація за ступенем культурної значущості і популярності)

- Пам'ятки світового значення (художні колекції, театри з сівтовим іменем тощо)
- Пам'ятки мішаного типу (в першу чергу вітчизняні надбання)
- Пам'ятки, що використовуються місцевим населенням (історія окремих вулиць та будинків тощо)

Функція культурної пам'ятки

- Пазнавальна (для підвищення знань, обізнаності в сфері культури)
- Розважальна (має розважальний характер)

Фактор виробництва турпродукту

- Дійсно існуючі культурні ресурси (культурна подія, пам'ятник)
- Симулятивні ресурси (формується у вигляді уявної дестинації, наприклад «батьківщина Санта-Клауса»)
- Технологічні, які використовуються з точки зору інформаційних технологій.

Форма споживання культурних благ

- Систематизована фніормація (вивчення, ознайомлення, обзор)
- "Запрограмовані" культурні враження на основі задійснення емпіричної системи важень (шумові, світові ефекти тощо)
- Враження через активну діяльність (малювання, гончарна справа тощо).

Рис.1.3. Критерії використання культурних ресурсів

Розроблено автором за матеріалами: [26]

Туристична практика – це специфічна форма активності туриста, що передбачає відвідування культурних об'єктів або дестинацій, демонструючи його рівень обізнаності як у сфері культури, так і туризму. Таким чином, турист виступає носієм культурного ресурсу, адже саме через його залученість формується цінність культурного досвіду [26, с. 31].

Залежно від обсягів та способів залучення культурних ресурсів до туристичної діяльності, можливе їх упорядкування за певними критеріями (див. рис. 1.3).

Узагальнюючи викладене, культурно-пізнавальний туризм слід розглядати як переміщення осіб з мотивацією, орієнтованою на ознайомлення з культурними пам'ятками — від музеїв, галерей і театрів до історичних об'єктів та подій. Цей вид туризму може функціонувати як

самостійна форма подорожей або бути складовою інших туристичних напрямів.

Залежно від характеру досвіду, культурно-пізнавальний туризм класифікується на вісім підвидів: туризм вражень, креативний туризм, оглядовий (екскурсійний), тематичний туризм, арт-туризм, подієвий туризм, туризм спадщини, екокультурний туризм.

Кожен із них має специфічні риси, що визначають його унікальність. Водночас важливим елементом є класифікація культурних ресурсів, які поділяються на культурні пам'ятки (що охоплюють матеріальні, нематеріальні та живі форми культури) та практики споживання культурних благ.

1.3. Чинники та умови розвитку культурно-пізнавального туризму

На сучасному етапі культурно-пізнавальний туризм є однією з найдинамічніших і найпопулярніших форм туризму у світі. Якщо до 1980-х років він сприймався переважно як вузькоспеціалізована ніша, то сьогодні цей напрямок перетворився на масове явище, яке приваблює мільйони мандрівників по всьому світу [26].

За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ВТО), ще до 2020 року частка культурного туризму мала сягнути близько 25 % від загального обсягу туристичних поїздок у світі [40].

До ключових чинників, що сприяли стрімкому зростанню цього сегменту, належать:

Модернізація транспортної інфраструктури, що зробила багато культурних об'єктів легкодоступними для широких верств населення.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, які спростили доступ до інформації про культурні дестинації, а також дали змогу завчасно планувати подорожі. Паралельно з цим зростає купівельна спроможність населення, що відкриває нові можливості для участі у культурному туризмі.

Посилення ролі дозвілля у сучасному суспільстві, де вільний час дедалі частіше використовується як інструмент самореалізації та символ соціального статусу, особливо у постіндустріальних країнах.

Глобалізація світової економіки, що сприяє активному міжкультурному обміну – не лише в бізнес-сфері, але й у сфері культури, освіти та туризму. Завдяки цьому культурні продукти різних країн стають об'єктом широкого міжнародного інтересу.

Політичні трансформації кінця ХХ століття, зокрема завершення холодної війни та лібералізація візових режимів, значно спростили міжнародні подорожі, зробивши культурний туризм доступнішим для широкого загалу [26, с. 16].

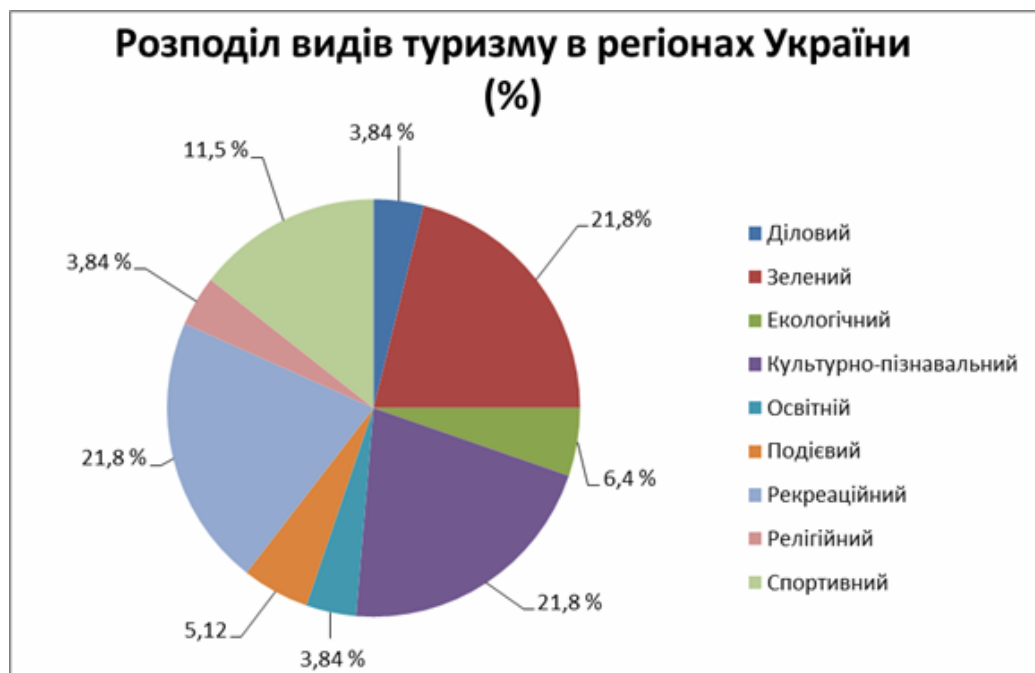


Рис. 1.4. Частка культурно-пізнавального туризму в структурі туристичного ринку України

Джерело: [48]

Культурні та соціальні чинники, що впливають на туристичну привабливість регіону для різних категорій мандрівників:

1. Рівень розвитку інфраструктури регіону.
2. Наявність торговельних центрів та можливостей для шопінгу.

3. Природні ландшафти й кліматичні умови.
4. Ставлення місцевого населення до туристів.
5. Можливості для занять спортом і рекреації.
6. Цінова доступність туристичних послуг.
7. Транспортна доступність регіону.

Різноманітність культурних проявів (образотворче мистецтво, музика, танці, література тощо) [17].

Серед усіх культурних елементів, які привертають увагу туристів, найбільший інтерес викликають мистецтво, наука, релігія та історична спадщина.

Останніми роками туристичний ринок активно розширюється завдяки покращенню доступності туристичних об'єктів. Це стало можливим завдяки стрімкому розвитку транспортних технологій у поєднанні з цифровізацією та розширенням інформаційного простору. Сучасні транспортні засоби, зокрема спеціалізовані туристичні перевезення, дозволяють безпечно та екологічно відвідувати навіть найвіддаленіші регіони планети [26, с.17].

Розширення транспортних можливостей у тандемі з розвитком цифрових технологій дозволяє ефективніше планувати туристичні маршрути – узгоджувати час прибуття в пункти пересадки, місця тимчасового перебування тощо. Це сприяє підвищенню якості обслуговування та наповненості туристичних програм, роблячи подорожі зручнішими й доступнішими для широкого кола мандрівників. Туристи можуть раціональніше використовувати власні ресурси — час, кошти, фізичні та емоційні зусилля [26].

Кількість людей, які можуть дозволити собі подорожі, постійно зростає. Це пов'язано як зі збільшенням рівня доходів, так і з відносним зниженням вартості туристичних послуг, викликаним високим рівнем конкуренції в галузі. Водночас змінюється соціальна структура – «стиль життя» все частіше виступає важливішим маркером соціального статусу, ніж професійна діяльність. Це формує нові моделі споживання в сфері дозвілля,

зокрема через активну участь у туризмі, який перетворюється на інструмент особистісної реалізації та символ соціального капіталу [26].

У відповідь на процеси глобалізації, які ведуть до уніфікації способу життя, зростає цінність локальних культурних систем і регіональних ідентичностей. Місцева культура слугує важливим елементом впізнаваності території та ідентифікації її мешканців [26].

Зокрема, у жителів країн ЄС та США спостерігається зростання зацікавленості в культурному туризмі, так званому «туризмі відкриттів» (discovery tourism), що передбачає знайомство з культурно-історичною спадщиною різних народів. У цьому контексті культурний туризм розглядається як форма змістовного дозвілля поряд із відвідуванням музеїв, бібліотек та пам'яток. Наприклад, понад 50 % мандрівників, які обирають Італію як напрям, роблять це через її культурну спадщину. З урахуванням підвищення рівня освіти серед туристів і зростання частки туристів похилого віку, країни з переважно пляжним туризмом активно розширюють свої пропозиції у сфері культурно-пізнавальних послуг [19].

У політиці ЄС щодо культурного туризму простежується тенденція до визнання його ключової ролі у збереженні культурного різноманіття, розвитку регіонів та підвищенні якості життя, як (рис. 1.6):

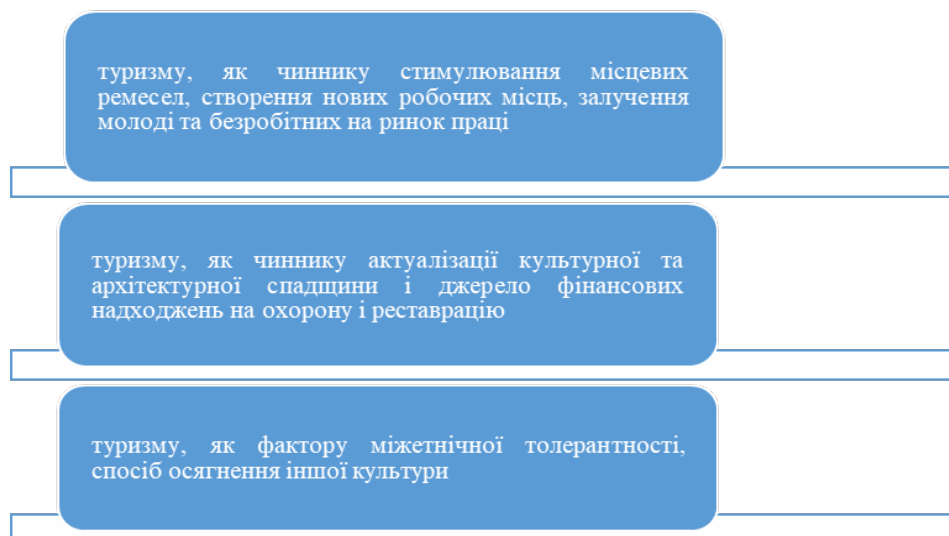


Рис. 1.6. Характеристика культурного туризму.

Джерело: [43]

Загальні умови, що сприяють розвитку туризму, повною мірою стосуються й культурного туризму. Водночас, на формування та динаміку цього напрямку суттєво впливають додаткові чинники як з боку попиту, так і з боку пропозиції. Ці фактори зумовлені особливостями соціально-економічного розвитку різних територій, характером трудової й споживчої поведінки населення, а також трансформаціями у сфері туризму як складової бізнес-інфраструктури [26].

Таблиця 1.2

Ключові чинники розвитку культурного туризму: пропозиція та попит

З боку пропозиції	З боку попиту
Активне розширення кількості та різноманітності культурних об'єктів, зокрема за рахунок інвестицій у їх створення з метою підвищення туристичної привабливості регіонів і створення нових робочих місць.	Культурні пам'ятки виконують функцію соціокультурної ідентифікації (етнічної, національної, релігійної тощо).
Необхідність структурної трансформації економіки з метою підвищення зайнятості та соціальних стандартів.	Посилення ностальгічних настроїв, що стимулює інтерес до історичних місць як до джерела емоційного відпочинку та збереження культурної тяглості.
Формування й розвиток творчих індустрій (креативна економіка): ремесла, дизайн, мода, медіа, музика тощо.	Зростання попиту на емоції та враження замість матеріальних благ; культура забезпечує ці потреби завдяки видовищному та розважальному потенціалу.
Розширення переліку об'єктів культурного споживання, включаючи виробничу та побутову спадщину.	Зростання символічної цінності туризму як інструменту соціальної і статусної диференціації.
Інституціоналізація культурних пам'яток як "обов'язкових до відвідування" об'єктів, що підвищує їхнє ритуальне значення в структурі подорожей.	Відмова від тривалих літніх відпусток на користь частих короткотривалих подорожей.
Збільшення фінансової підтримки та державних/приватних ініціатив зі збереження культурної спадщини й реалізації масштабних культурних проєктів.	Зростання значення дозвілля як простору для самореалізації, на відміну від традиційного фокусу на професійній діяльності.
Активне поширення інформації про культурні ресурси завдяки цифровим технологіям	Незадоволеність уніфікованими туристичними продуктами та попит на індивідуалізовані туристичні враження.
Впровадження транспортних і комунікаційних технологій, що дає змогу розробляти диференційовані туристичні продукти для вузьких ринкових ніш	Зростання вимогливості туристів до якості, ексклюзивності та персоналізованості послуг.

Розроблено автором за матеріалами: [26]

Як свідчить таблиця 1.2, культурні об'єкти не стільки виступають безпосереднім джерелом туристичної привабливості, скільки виконують функцію фокусування уваги мандрівників. Вони стають ключовим елементом у стратегіях позиціонування дестинацій і слугують інструментом конкурентної боротьби між туристичними зонами.

Культурний туризм набуває дедалі більшого значення як засіб особистісного самовираження та саморозвитку. У сучасній структурі видів туризму він відіграє домінуючу роль саме завдяки своєму потенціалу у сфері творчої активності.

1.4. Тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму

Туризм виступає одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку країни, що зумовлює посилену увагу з боку держави та реалізацію відповідної стимулювальної політики. Туристична політика держави являє собою сукупність форм, методів та інструментів впливу на туристичну сферу з метою забезпечення її стабільного функціонування, підвищення конкурентоспроможності й збереження культурної спадщини [50].

З огляду на актуальні виклики й запити туристичного ринку, у сфері культурно-пізнавального туризму формуються наступні тенденції:

1. *Зростання інтересу до культурних пам'яток.* Кількість відвідувань культурних об'єктів стабільно зростає. Проте цей процес не завжди свідчить про поглиблений інтерес до культури як такої — здебільшого відвідування пам'яток поєднується з іншими видами туризму (рекреаційним, гастрономічним, діловим тощо).

2. *Урбанізація культурного туризму.* Культурно-пізнавальний туризм концентрується переважно у містах. Це пояснюється, з одного боку, зростанням доступності транспортних перевезень (особливо лоукост-авіації), а з іншого — тенденцією до короткотривалих, але частих подорожей. Під час

таких візитів туристи зазвичай обмежуються оглядом пам'яток, розташованих у межах історичного центру. При цьому зростає туристичний потенціал малих міст, які починають успішно конкурувати з мегаполісами й столицями (винятками є хіба що Венеція чи Брюгге).

3. *Переважання внутрішнього туризму.* Для більшості країн внутрішній культурний туризм (національного й регіонального рівнів) має більше значення, ніж міжнародний. Європейська статистика засвідчує, що іноземні туристи становлять меншість – менш ніж третину загальної кількості відвідувачів культурних пам'яток. Частину цієї аудиторії складають екскурсанти – мешканці навколишніх населених пунктів, які не залишаються на нічліг.

В Україні, за офіційними даними за 2017 рік, частка внутрішніх туристів також суттєво перевищила показники в'їзного туризму (див. рис. 1.7).

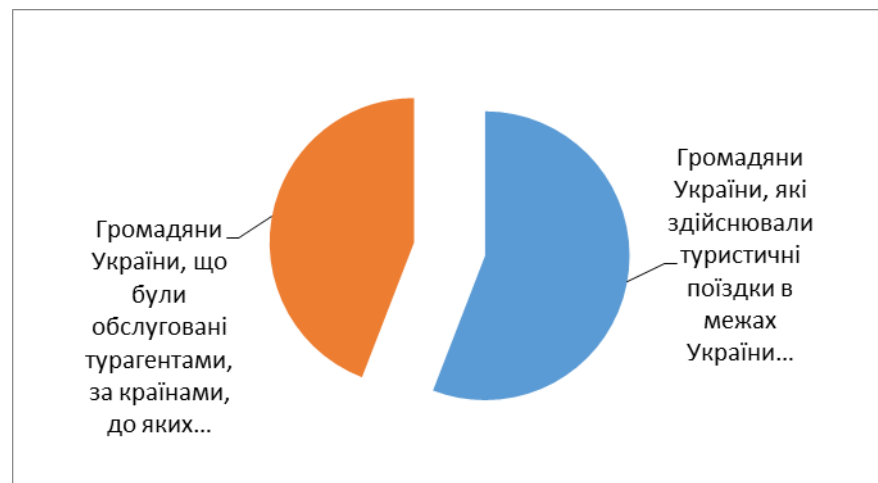


Рис. 1.7. Кількість внутрішніх та зовнішніх туристів, які є громадянами України за 2017 рік

Рисунок зроблено автором за джерелом: [41]

4. *Культура як розвага.* Культурні об'єкти дедалі частіше сприймаються не як джерело знань, а як частина розважального досвіду. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, основним мотивом подорожей у Європі стає не пізнання, а саме розвага. Ця тенденція сприяє

поширенню стилізованих або імітованих пам'яток, що часто є більш видовищними та компактно розташованими, ніж справжні культурні об'єкти. Ілюстративним прикладом цього тренду є популярність парку Disneyland у Франції, кількість відвідувачів якого перевищує сукупну відвідуваність таких відомих музеїв, як Лувр, Ватиканські музеї, Прадо та Дрезденська галерея [25].

Єдиною ефективною протидією цій тенденції можуть бути культурні пам'ятки, що інтегровані у справжню пізнавальну стратегію і володіють такими якостями:

- автентичністю й історичною цінністю;
- здатністю пропонувати унікальний досвід;
- функціональною гнучкістю, що дозволяє адаптувати зміст для різних цільових аудиторій.

4.1. Визначні культурні пам'ятки, що мають загальне і беззаперечне визнання. До таких об'єктів належать місця, які є обов'язковими для відвідування завдяки їхній унікальності та символічному значенню. Туристи готові витратити чимало часу, докласти фізичних і емоційних зусиль, аби побачити їх на власні очі.

4.2. Культурні символи-репутації. Це об'єкти, які асоціюються з відомими образами країни або міста і не вимагають глибокого інтелектуального осмислення (як-от Колізей у Римі, Тауер у Лондоні, Червона площа в Москві). Вони мають високий ступінь впізнаваності та приваблюють туристів уже своєю назвою.

4.3. Поліфункціональні культурні простори. Прикладами можуть слугувати Центр Помпіду в Парижі чи Музей Гугенхайма в Більбао. Їх привабливість полягає не лише в художніх експозиціях чи архітектурній унікальності, а й у доступності повсякденних сервісів — кафе, крамниць, публічних просторів для відпочинку і спілкування, що сприяє їх частому відвідуванню.

4.4. Синтез функцій у сакральному просторі. У європейських храмах релігійна, культурна й освітня функції органічно поєднуються: тут відбуваються не лише богослужіння, а й музейні екскурсії, концерти, лекції та освітні події.

5. Нові акценти культурного туризму. Зростає значення символічних образів, пов'язаних із певною туристичною дестинацією — від історичних постатей і подій до вигаданих персонажів, наприклад, Діда Мороза в Устюзі. Сучасні туристи дедалі частіше шукають не просто архітектурні пам'ятки, а занурення в живу атмосферу місця: його ритми, звуки, запахи й смаки.

Відповідно, інтерес до матеріальних об'єктів спадщини (музеїв, монументів тощо) дещо знижується, поступаючись емоційному і сенсорному досвіду. За результатами дослідження, проведеного Асоціацією туристичної індустрії США спільно з Національною асоціацією ресторанів (2008 р.), для 25% туристів саме кулінарні враження стали вирішальним чинником при виборі місця відпочинку, а майже 60% зацікавлені в гастрономічних або винних турах.

У зв'язку з цим, стратегічні підходи до розвитку культурного туризму дедалі частіше включають нематеріальні й символічні елементи локальної культури — нічне життя, етнічні квартали, гастрономію. Культурний туризм трансформується в індустрію вражень, що передбачає не стільки інформативне ознайомлення з об'єктами, скільки створення емоційно насичених образів для глибшого пізнання культури.

6. Розвиток індустрії вражень і креативного туризму. Для сталого функціонування «індустрії вражень» важливо підтримувати креативність у формуванні туристичної пропозиції. Традиційні пам'ятки, зосереджені лише на спадщині минулого, поступово поступаються місцем сучасним проявам творчості, що активно використовують міський простір.

Цей процес часто реалізується через так звану фестивалізацію — тимчасове перетворення простору на символічне середовище з особливою святковою атмосферою. Такі події забезпечують інтеграцію культурного

споживання у визначений сценарій, що зростає в масштабах і формі, охоплюючи різноманітні формати культурного дозвілля.

6.1. Культурні фестивальні події. Це святкові заходи, пов'язані з різноманітними приводами – карнавали, релігійні свята, ювілейні дати, сезонні традиції тощо. Вони передбачають активну участь туристів, які не просто спостерігають, а стають безпосередніми учасниками подій. Особливою рисою таких заходів є широке використання міського простору – будівель, вулиць, площ – як своєї «сцени», де створюються унікальні враження. У результаті культурне і повсякденне життя міста зливаються в єдиний безперервний «фестивальний» потік.

6.2. Культурні квартали. Це спеціально організовані території, де повсякденне життя пристосоване до туристичних потреб і очікувань.

6.3. Культурно-етнічні квартали. Ці райони є місцем компактного проживання певних етнічних груп. У багатьох містах світу широко поширені такі квартали – китайські, індійські, арабські тощо. Тут підтримується традиційний спосіб життя, що проявляється у візуальному оформленні (архітектура, оформлення кафе і магазинів, національний одяг), у звуковому середовищі (традиційна музика, мова), у запахах і смаках національної кухні, а також у танцювальній пластичності й ритмах.

6.4. Культурно-креативні квартали. Це території, орієнтовані на розвиток малих творчих виробництв: художніх і ремісничих майстерень, сучасних ресторанів і кафе, бутиків, антикварних крамниць, відкритих концертних майданчиків, виставкових залів тощо [41].

Наприклад, у Відні сформувався квартал, що об'єднує шість музеїв із різними профілями (дитячий, тютюну, сучасного мистецтва), виставковий центр, архітектурний центр, фестивальний центр, а також антикварні магазини, художні галереї, арт-салони і кафе. Багато кафе тут прикрашені картинами сучасних митців, які також виставлені на продаж. У межах кварталу створена інфраструктура для реалізації численних культурних проектів, що одночасно підтримують десятки ініціатив. Ця частина кварталу

задумана як «фабрика мистецтв» – центр сучасного культурного виробництва, де розташовані творчі агентства, студії відеоарту, електронної музики, театральні майстерні, виставкові зали, приміщення для мистецьких акцій, книжкові і медіа-магазини. Муніципалітет встановив надзвичайно низькі орендні ставки, а спеціальна комісія регулярно контролює відповідність діяльності місії кварталу [30].

На Мальті, а також у багатьох інших традиційних туристичних центрах, діють так звані «села майстрів», де туристи можуть власноруч спостерігати за ремісничою роботою: як складув виготовляє кольорові бульбашки, гончар ліпить горщики, а швець ш'є просте взуття. Такі унікальні шоу часто спонукають туристів придбати вироби, які, ймовірно, залишилися б непоміченими у звичайному магазині.

Такі культурні квартали відіграють важливу роль у формуванні привабливості дестинації, особливо якщо їх діяльність базується на традиційних формах, кольорах, матеріалах і технологіях, що пов'язані з культурною спадщиною регіону або певної етнічної групи [41].

7. Активна участь споживачів у культурному туризмі як ключовий елемент створення унікального досвіду знайомства з культурою дестинації.

У культурному туризмі дедалі більшого значення набуває співучасть туристів у створенні вражень через різноманітні форми взаємодії, обмін інформацією та практичну діяльність. Це проявляється, зокрема, у таких аспектах:

7.1. Зростаюче впровадження інтерактивних форматів роботи з відвідувачами, що активно застосовують музеї та інші традиційні культурні об'єкти;

7.2. Розширення асортименту турів, які включають творчі активності самих туристів – малювання, гончарство, музикування, інші види творчості;

7.3. Популяризація волонтерського туризму, зокрема участь у археологічних розкопках та реставрації культурних пам'яток;

7.4. Зростання кількості так званих «нових культурних відвідувачів», які одночасно цікавляться як популярною, так і традиційною високою культурою. Вони можуть відвідати оперу, а пізніше – паб із пивом, сходити на рок-концерт або лазерне шоу; відвідують класичні музеї, виставки сучасних митців і локальні фольклорні фестивалі. Межі між елітарною та масовою культурою, між мистецтвом і повсякденним культурним життям все більше стираються.

Минули часи домінування масових туристичних ринків, у тому числі й у сфері культурного туризму. Сучасні тенденції – це індивідуалізація та нові стилі життя, які призводять до поступового розпаду однорідних груп туристів, які раніше формувалися за віком, соціальним статусом чи національністю (особливо в міжнародному туризмі). Зі зростанням індивідуалізму зростає й різноманіття туристичних інтересів, що ускладнює інтеграцію культурного компонента у туристичні продукти [41].

Враховуючи описані тенденції, культурний туризм можна розглядати як сучасну технологію розвитку туристичної галузі – як сфери послуг і бізнесу. Він також слугує ефективним механізмом розвитку територій і постіндустріального суспільства в цілому [26].

В Україні туристична сфера довгий час розвивалась майже без суттєвої державної підтримки, що призвело до домінування комерційних форм, переважно виїзного туризму, й практичного зникнення соціального туризму, особливо дитячого і молодіжного, конкурентоспроможність якого істотно обмежена [19].

Одним із важливих інструментів підтримки культурного туризму та формування національної ідентичності можуть бути державні програми, такі як: Програма розвитку краєзнавства до 2010 року (затверджена постановою КМУ від 10.06.2002 № 389) та Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки (затверджена постановою КМУ від 29.04.2002 № 583). Аналогічні ініціативи були створені і на регіональному рівні [19].

Однак у довгострокових стратегіях розвитку культурному туризму приділяється недостатньо уваги, хоча він має важливе значення для сталого регіонального розвитку через відродження історико-культурних пам'яток, традиційної народної культури, ремесел і промислів. Національна культурна спадщина в Україні та за її межами пропагується недостатньо системно та ефективно, що ускладнює її повноцінне використання у сфері культурного туризму.

Актуалізація і глибше використання культурної спадщини вимагають запозичення європейського досвіду підтримки культурного туризму, а також посилення міжнародного співробітництва у сфері охорони пам'яток.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Ресурсні передумови розвитку культурно-пізнавального туризму

Культурно-пізнавальний туризм охоплює подорожі з метою знайомства з культурною спадщиною різних країн – пам'ятками архітектури, історії, мистецтва, археології тощо. У ширшому розумінні він включає не лише огляд археологічних чи мистецьких об'єктів, а й активне сприйняття навколишнього середовища, що сприяє здобуттю знань через безпосереднє спілкування з культурним та природним середовищем [21, с. 235].

Україна має значний потенціал для розвитку як внутрішнього, так і в'їзного культурно-пізнавального туризму. На державному обліку налічується понад 130 тисяч пам'яток, зокрема: 57 206 пам'яток археології (з них 418 – національного значення), 51 364 пам'ятки історії (147 національного значення), 5 926 пам'яток монументального мистецтва (45 національного значення), а також 16 293 пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні об'єкти (3 541 національного значення) (табл. 2.1, рис. 2.1) [4, с. 18].

В Україні діє 61 історико-культурний заповідник, серед яких 13 мають статус національних. До Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО внесені Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерська лавра в Києві та історичний центр Львова та ін. об'єкти (рис. 2.2). Багатство пам'яток свідчить про великий потенціал України у сфері розвитку культурно-пізнавального туризму.

На сьогодні відсутні чітко розроблені методологічні підходи для аналізу функціонування пам'яток культури як екскурсійних туристичних об'єктів. Внаслідок цього складові історико-культурної спадщини інтегруються у туристичну сферу без системного підходу, а їхня пізнавальна роль залишається на мінімальному рівні. Зокрема, із 418 пам'яток археології

національного значення лише 54 використовуються у туристичних цілях; серед 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98; а з 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі задіяно 28 [19].

Таблиця 2.1

Розподіл пам'яток культурної спадщини, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України

Область	Кількість пам'яток культурної спадщини, од.		
	Всього	національного значення	місцевого значення
Автономна Республіка Крим	1308	228	1080
Вінницька область	74	28	46
Волинська область	497	158	339
Дніпропетровська область	3902	53	3849
Донецька область	97	14	83
Житомирська область	217	26	191
Закарпатська область	147	103	44
Запорізька область	419	12	407
Івано-Франківська область	2107	107	2000
Київська область	339	38	301
Кіровоградська область	50	15	35
Луганська область	998	28	970
Львівська область	2017	45	1972
Миколаївська область	177	41	136
Одеська область	1130	27	1103
Полтавська область	1392	78	1314
Рівненська область	1129	77	1052
Сумська область	2540	80	2460
Тернопільська область	243	6	237
Харківська область	3019	36	2983
Херсонська область	153	35	118
Хмельницька область	361	191	170
Черкаська область	129	72	57
Чернівецька область	795	50	745
Чернігівська область	634	176	458
Київ	1600	234	1366
Севастополь	66	34	32
Разом	25540	1992	23548

Складено автором за матеріалами: [4, 14, 21]



Рис. 2.1. Співвідношення основних категорій пам'яток культурної спадщини України

Розроблено автором за матеріалами: [19]



Рис 2.2. Географія об'єктів спадщини ЮНЕСКО в Україні [13]

Особливе геополітичне розташування України – на перехресті Великої Європи та Євразійського регіону, значні розміри території (найбільша в Європі) і чисельність населення (5-те місце в Європі після Німеччини, Франції, Великобританії та Італії), різноманіття природних умов, а також складна історія становлення незалежної держави, різні моделі економічного освоєння території та інші чинники сприяли формуванню всередині країни регіонів із виразною специфікою і часто внутрішньою цілісністю [9, с. 18].

Складний процес освоєння території України спричинив виникнення кількох самобутніх історико-культурних регіонів, які сформувалися під впливом трьох основних геополітичних векторів розвитку – західного, східного та південного.

Серед найдавніших українських земель слід відзначити Надбужжя, Холмщину, Перемишльщину, Галицьку землю, Наддністрянщину, Попруття, Подесняння, Надросся, Надтясминщину, Переяславщину, Надпоріжжя, Буджак, Надслуччя та Подоння. До освоєних українським населенням

територій також належать так звані «задніпровські місця», серед яких – Українська лінія, Нова Слобода, Нова Сербія, Слов'яно-Сербія, Новоросія. Окреме місце посідають регіони, що колись входили до єдиного етнічного масиву України: Кубань, Мармарощина, Берестейщина, Сновська земля. На українському етнічному ґрунті досі збереглися п'ять самобутніх етнографічних груп: гуцули, бойки, лемки, поліщуки та литвини [6].

Таблиця 2.2

Види історико-культурних туристичних регіонів України

№	Регіон	Характеристика
1	Галичина	Львівська, Івано-Франківська, частково Тернопільська обл.
2	Волинь	Волинська та північна частина Рівненської обл.
3	Північна Буковина	Чернівецька область
4	Закарпаття	Закарпатська область
5	Західне Поділля	Тернопільська та Хмельницька області
6	Середнє Придніпров'я	Полтавська, частково Кіровоградська та Дніпропетровська області
7	Дніпровське Полісся	Житомирська область
8	Північно-Східна Україна	Сумська та Чернігівська області
9	Нижнє Придніпров'я	Дніпропетровська та Запорізька області
10	Донбас	Донецька та Луганська області (тимчасово окуповані або прифронтові)
11	Українське Причорномор'я	Одеська, частково Миколаївська області
12	Крим	Автономна Республіка Крим (тимчасово окупована)

Складено автором за матеріалами: [29]

Таким чином, багатовіковий процес формування української етнічності зумовив складну і багатогранну її структуру. Спершу вона характеризувалась строкатістю археологічних культур і етноплемінних елементів, а в подальшому доповнювалась регіональною специфікою та іншоетнічними впливами.

За сприятливих умов регіональна культура здатна втілювати загальноетнічні цінності та репрезентувати національний дух. Яскравим прикладом такого явища стала культура та ментальність запорізького козацтва. Починаючи з XVI століття, на традиційний український етнічний ґрунт накладається новий потужний пласт – козацька культура, яка значною мірою сформувала унікальний тип національного характеру [6, с. 104].

Як уже зазначалося, Україна є однією з найбільших держав Європи, що володіє багатими природно-рекреаційними ресурсами й великою кількістю пам'яток, які відображають її багатовікову історію та культуру. Особливе значення мають об'єкти, пов'язані з епохою Київської Русі (IX–XII ст.), періодом національно-визвольної боротьби XVII століття, архітектурні пам'ятки різних епох і стилів (оборонні, культові, цивільні), музеї з унікальними колекціями мистецьких творів, місця, пов'язані з видатними постатями української історії, науки й культури, а також меморіальні комплекси [17, с. 81].

З метою збереження та ефективного використання історико-культурної спадщини й природно-рекреаційних ресурсів України, зокрема регіону, через який протікає найбільша водна артерія країни – Дніпро (Славутич), було розроблено систему туристичних маршрутів.

Ідея туристичного освоєння дніпровського регіону зародилася ще в 1970-х роках. Первісна назва проекту – «Давньоруське намисто» – відсилала до концепції російського «Золотого кільця». Система маршрутів охоплювала князівські міста, палацово-паркові ансамблі Чернігівської, Сумської, Полтавської областей і Київ. Важливою особливістю українського проекту стало те, що маршрути були замкненими, що забезпечувало не лише вищу емоційну насиченість подорожей, а й економічну ефективність. Згодом, з ідеологічних міркувань, назву ініціативи було змінено на «Намисто Славутича».

На сьогодні система туристичних маршрутів «Намисто Славутича» охоплює дванадцять областей України: Дніпропетровську, Житомирську, Запорізьку, Київську, Кіровоградську, Миколаївську, Одеську, Полтавську, Сумську, Херсонську, Черкаську, Чернігівську, а також місто Київ. У перспективі передбачено подальше розширення маршрутної мережі [17, с. 131-134].

Незважаючи на вагомий туристичний потенціал, культурний туризм в Україні потребує посиленої уваги на державному, регіональному та

місцевому рівнях. Станом на сьогодні близько 70% об'єктів культурної спадщини перебувають у незадовільному стані, а кожен десятий – в аварійному. Більшість таких об'єктів потребує невідкладної реставрації, реконструкції та облаштування для туристичних відвідин [9, с. 54].

Нижче буде подано стислий перелік потенційних об'єктів культурного та культурно-пізнавального туризму в Україні.

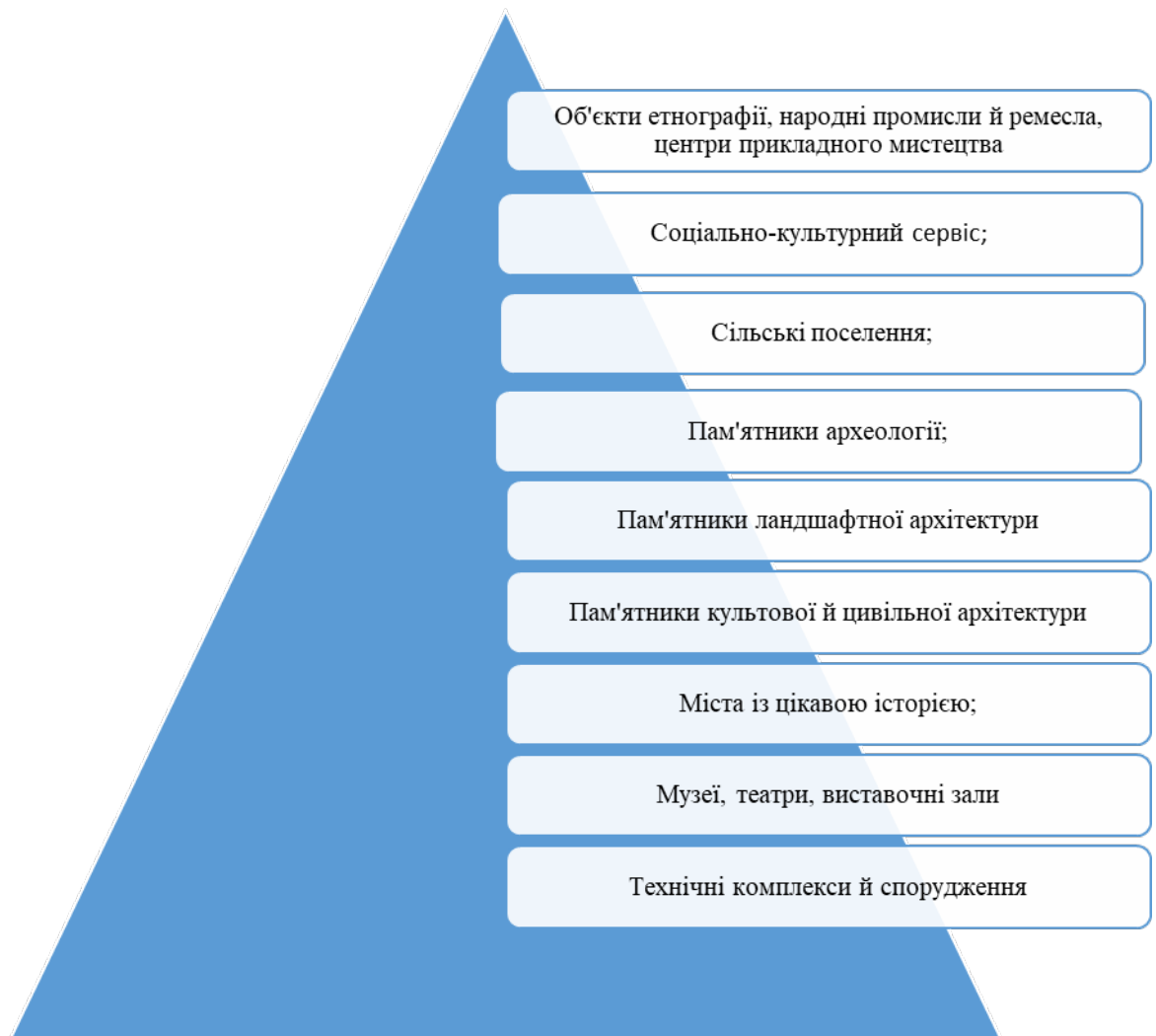


Рис. 2.3. Список об'єктів культурного й культурно-пізнавального туризму України

Складено автором за джерелом: [21, 29, 34]

Станом на 2024 рік в Україні нараховується понад 5000 музейних установ, включаючи державні, комунальні, приватні та відомчі музеї. З них близько 400 – це офіційно зареєстровані музеї, що мають державний статус та відповідають відповідним стандартам зберігання, обліку та експонування

фондів. Серед них особливе місце займають національні музеї (наприклад, Національний музей історії України, Національний художній музей України, Національний музей у Львові ім. Андрея Шептицького) та великі історико-культурні заповідники (Києво-Печерська лавра, Кам'янець-Подільський історико-архітектурний заповідник, Чигиринський комплекс тощо) [9, с. 54].

Музейні колекції охоплюють різні напрямки: археологію, етнографію, мистецтво, історію, природознавство, військову тематику тощо. Зокрема, музеї просто неба, такі як Музей народної архітектури та побуту у Пирогові, відіграють важливу роль у популяризації нематеріальної культурної спадщини.

2.2. Аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в умовах війни

Період з 2020 по 2025 рік став безпрецедентним викликом для туристичної сфери України. На її розвиток істотно вплинули два потужні чинники: пандемія COVID-19 і повномасштабна війна, розпочата Російською Федерацією у 2022 році. Ці обставини не лише зруйнували традиційні туристичні маршрути й логістику, але й трансформували туристичну поведінку українців та іноземних мандрівників. Водночас національна культурна спадщина набула особливого значення як символ стійкості та національної ідентичності [18].

Пандемія COVID-19 стала першим ударом по світовій туристичній галузі. В Україні у 2020 році через запровадження карантинних обмежень відбулося стрімке падіння обсягів в'їзного туризму. Кількість іноземних туристів скоротилася до 3,4 млн осіб (проти 13,7 млн у 2019 р.) (рис. 2.3). Обмеження на пересування, скасування міжнародних рейсів і побоювання щодо здоров'я істотно зменшили мобільність.



Рис. 2.4. Динаміка обсягу туристичних потоків в Україні [2]

Водночас саме в цей період відбулося неочікуване поживавлення внутрішнього туризму. Українці почали відкривати для себе маловідомі локації, зростала популярність екологічних маршрутів, агротуризму, турів вихідного дня. Карпати, Поділля, Полісся та узбережжя Чорного моря стали головними напрямками відпочинку.

Таблиця 2.3

Передумови та стан розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні

Категорія	Ресурсні передумови	Сучасний стан (2020–2025)
Культурна спадщина	Понад 150 тис. об'єктів: археологічні, історичні, архітектурні пам'ятки	Понад 1200 об'єктів пошкоджено або зруйновано внаслідок війни, з них понад 170 – повністю знищені
Об'єкти ЮНЕСКО	7 об'єктів до 2022 р.	+1 об'єкт (2023) – історичний центр Одеси включено до списку ЮНЕСКО
Нематеріальна спадщина	Розвинуті традиції, ремесла, фольклор, кухня, мова	Зросла увага до збереження та популяризації; цифрові архіви, культурні онлайн-проекти
Туристичні маршрути	Потенціал для “Шляху замків”, “Козацьких місць”, “Шевченківських шляхів”	Активне формування “маршрутів пам'яті”, військово-історичних екскурсій
Туристична інфраструктура	Наявна база готелів, музеїв, культурних центрів	Станом на 2023 рік в Україні діяло 2826 об'єктів готельного господарства та 488 музейних установ; часткова втрата у східних і південних регіонах

Категорія	Ресурсні передумови	Сучасний стан (2020–2025)
Міжнародний інтерес (в'їзний потік)	Потенціал для залучення іноземців через унікальність спадщини	У 2023 р. – 1,2 млн туристів з-за кордону, у 2024 – понад 1,5 млн; переважно з країн ЄС, Північної Америки та Японії
Роль держави та громадськості	Програми підтримки культури на етапі до війни	Активізація волонтерських і міжнародних ініціатив; недостатність фінансування з держбюджету

Складено автором за матеріалами: [4, 14, 21]

Російське вторгнення у лютому 2022 року спричинило фактичний колапс в'їзного туризму. Іноземні туристи масово скасували поїздки, а український туристичний бізнес зіткнувся з проблемами безпеки, евакуації персоналу та збереження інфраструктури. У 2022 році країну відвідали лише кілька тисяч волонтерів, журналістів та гуманітарних працівників – туризм у класичному розумінні майже припинив існування.

Водночас внутрішній туризм набув нових форм. З одного боку, мільйони внутрішньо переміщених осіб змушені були тимчасово переїхати в безпечні регіони, що спричинило перенаправлення туристичної інфраструктури на потреби гуманітарного та соціального характеру. З іншого боку, зберігався попит на безпечні території для короткострокового відпочинку, зокрема в Закарпатті, Львівській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях [12, с. 34].

Однією з цілей агресора стало знищення культурної спадщини як символу української національної ідентичності. Станом на травень 2025 року, за даними Міністерства культури та інформаційної політики України, понад 1240 об'єктів культурної спадщини було пошкоджено, з яких 174 – повністю зруйновані. Це включає музеї, театри, пам'ятки архітектури, культові споруди, бібліотеки, культурні центри. Зруйновані об'єкти — це не лише культурна втрата, але й прямий удар по туристичному потенціалу країни, адже багато з них були магнітами для туристів [25, с. 104].

Парадоксально, але війна сприяла зростанню міжнародної уваги до української культури. Багато європейських країн організували виставки,

події, фотовиставки, присвячені Україні. Крім того, на тлі активного культурного спротиву Україна змогла домогтися нових важливих рішень на міжнародному рівні:

У 2023 р. до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО було включено Історичний центр міста Одеса як об'єкт, що перебуває під загрозою. У 2023 р. культура приготування борщу визнана об'єктом нематеріальної культурної спадщини, що потребує негайного захисту. У 2024 р. до списку було номіновано Карпатські праліси, дерев'яні храми Гуцульщини та етнографічний ландшафт Буковини. Ці події стимулюють інтерес іноземної спільноти до України, створюючи передумови для культурного туризму в майбутньому [9, с. 56].

В умовах війни зростає значення так званих "маршрутів пам'яті" – подорожей, пов'язаних із вшануванням полеглих, історією спротиву, відбудовою міст та спілкуванням із місцевими громадами. Українські громади спільно з музеями, бібліотеками та громадськими організаціями почали створювати нові екскурсійні маршрути:

- маршрути героїв ЗСУ;
- тури відбудови (волонтерські подорожі до постраждалих регіонів);
- відвідини військово-історичних музеїв, нових меморіалів [18, с. 11].

Це не тільки формує нову етику подорожей, але й дозволяє іноземцям долучитися до підтримки України, відчувати живу історію спротиву. Туристи з ЄС, США, Канади, Японії та Австралії вже цікавляться такими маршрутами, часто поєднуючи волонтерську допомогу з культурною програмою.

Попри складну безпекову ситуацію, спричинену повномасштабною російською війною проти України, українці продовжують подорожувати країною з метою культурно-пізнавального туризму. Внутрішні мандрівки стали не лише способом підтримки національної економіки, а й важливим елементом збереження культурної ідентичності, національної пам'яті та морального духу суспільства.

Згідно з дослідженнями Державного агентства розвитку туризму України, у 2023 році спостерігалось зростання внутрішнього туризму порівняно з першими роками війни. Найбільше туристичних потоків фіксується в західних регіонах України, які залишаються відносно безпечними. До найвідвідуваніших належать:

- м. Київ (як культурна столиця),
- Львівська область (традиційний центр культурної спадщини),
- Івано-Франківська область (ворота до Карпат і осередок гуцульської культури),
- Закарпатська область (мультикультурний регіон з унікальною архітектурою та природою),
- Тернопільська область (замки, сакральні об'єкти, фестивальний туризм) [12, с. 31].

В умовах війни активізувався локальний туризм у межах області або сусідніх регіонів. Головною мотивацією таких мандрівок стали підтримка малого бізнесу, волонтерські ініціативи та пізнання власної культурної спадщини. Виділяють такі культурно-пізнавальні регіони України:

Слід зазначити, що, попри війну, українці шукають можливості для духовного збагачення, пізнання історії, відвідування музеїв, історичних локацій, фортець, замків, меморіалів. Це свідчить про високу національну свідомість і важливість збереження культурної спадщини навіть у найскладніших умовах.

Найвідвідуваніші регіони внутрішнього туризму станом на 2023 рік (за неофіційними даними регіональних туристичних офісів та моніторингових центрів):



Рис. 2.5. Географічна структура розподілу внутрішніх туристів в
Україні

Розроблено автором за матеріалами: [4, 21, 29]

Станом на 2025 рік ситуація в туристичній галузі поступово стабілізується. Внутрішній туризм демонструє позитивну динаміку у західних та центральних регіонах. Активізується розробка національних туристичних маршрутів, зокрема з елементами спадщини та пам'яті. Зростає роль цифрових рішень у музеях та туристичних об'єктах. В Україні функціонує понад 30 культурно-туристичних кластерів на базі об'єднаних територіальних громад. Відкрито понад 50 нових локацій за участі локальних крафтерів, митців, майстрів. Уряди країн-партнерів, а також ЮНЕСКО, ICOMOS та House of Europe продовжують фінансувати відновлення об'єктів спадщини, музеїв та культурних центрів.

2.3. Визначення факторів підвищення привабливості продукту культурно-пізнавального туризму

Культурно-пізнавальний туризм – це форма туризму, яка охоплює знайомство з історико-культурною спадщиною, традиціями, мистецтвом та

звичаями певної країни або регіону. В Україні він є одним із найперспективніших напрямів, з огляду на багатство історичних пам'яток, розмаїття культурного ландшафту та зростаючий інтерес як з боку громадян країни, так і міжнародної спільноти. Однак повномасштабна війна, яка триває з 2022 року, радикально змінила контекст функціонування туристичної сфери, поставивши перед нею як нові виклики, так і відкривши перспективи для переосмислення її стратегічної ролі [34, с. 112].

2.1. Руйнування об'єктів культурної спадщини

Однією з найсерйозніших проблем сучасного етапу є масове пошкодження та руйнування об'єктів культурної спадщини внаслідок збройної агресії РФ. Станом на середину 2025 року зафіксовано понад 1240 фактів пошкодження або знищення об'єктів культури, включаючи музеї, історичні пам'ятки, храми, театри, архіви та бібліотеки. Багато з них були елементами туристичних маршрутів, частиною національного надбання.

Особливо постраждали об'єкти в Харківській, Херсонській, Миколаївській, Запорізькій та Донецькій областях. Руйнування історичних центрів міст, таких як Ізюм, Лиман, Слов'янськ, нанесло непоправної шкоди місцевому культурно-туристичному потенціалу.

2.2. Інфраструктурна деградація

Культурний туризм неможливий без належної туристичної інфраструктури: зручних доріг, засобів розміщення, логістичних вузлів, інформаційних центрів. На жаль, в умовах війни знищено або виведено з експлуатації сотні готелів, туристичних баз, кафе, вокзалів, особливо в прифронтових зонах. Також існують значні логістичні бар'єри – закриття частини повітряного простору, зруйновані мости, небезпечні маршрути.

2.3. Брак системної державної політики

Попри позитивні зрушення (розвиток ДАРТ, Програма “Мандруй Україною”, кампанії МКІП), системного, довгострокового підходу до розвитку культурно-пізнавального туризму в державі бракує. Досі відсутні оновлені Національні програми популяризації спадщини, не розроблено

концепції “зеленого коридору” для культурних об’єктів, недостатньо фінансуються проекти збереження та промоції [34, с. 112].

2.4. Недостатній рівень цифровізації та сучасних підходів

Багато музеїв і туристичних об’єктів залишаються недоступними у цифровому просторі. Лише частина з них мають сучасні сайти, мобільні додатки або аудіогіди. Відсутність повноцінного каталогу маршрутів, недостатній розвиток VR/AR-інструментів, слабе представлення в соціальних мережах обмежують можливості залучення молодшої аудиторії.

2.5. Дефіцит кадрів

Через війну значна частина фахівців туристичної сфери виїхала за кордон або змінила сферу зайнятості. Відтік гідів, менеджерів культури, музейників створює кадровий вакуум, особливо в малих містах і громадах, де немає фахових навчальних центрів.

Як засвідчують результати новітніх соціологічних досліджень, сучасне українське суспільство демонструє високий рівень єдності та згуртованості, що ґрунтується на спільних культурних і духовних цінностях, національній ідентичності та усвідомленні себе як частини єдиної державної спільноти. Попри багатовікові спроби зовнішніх впливів роз’єднати українців, війна, що триває з 2022 року, навпаки, стала потужним чинником консолідації, зміцнення громадянської свідомості та усвідомлення спільного історичного і культурного спадку [15, с. 104].

За даними опитування, проведеного Центром Разумкова у 2023 році, 89,5 % українців вважають себе патріотами України (61,9 % – «так», 27,6 % – «скоріше так»). Лише 4,5 % респондентів заявили, що не відчують себе патріотами, а ще 6 % – вагалися з відповіддю. Це свідчить про виняткову моральну й національну мобілізацію суспільства, яка суттєво зросла порівняно з довоєнними періодами. У 2007 році аналогічне опитування показувало лише 44,2 % прямих відповідей «так» на питання про патріотизм.

Крім того, результати опитування Центру Разумкова (червень 2023 року) засвідчили: найбільш об’єднуючим чинником для українців є

прагнення до підвищення добробуту всіх громадян України – цю відповідь обрали 34,8 % опитаних. Ще 28,5 % вказали на рівні права та мирне співіснування в межах України, 13,1 % – на спільні політичні принципи, 10,3 % – на спільну історико-культурну спадщину, 8,7 % – на знання та розуміння української мови й культури. Лише 4,6 % респондентів не змогли визначитися з відповіддю. Опитування охоплювало 2015 респондентів віком від 18 років, теоретична похибка не перевищує 2,2 % [39, с. 81].

Україна має надзвичайно високий рівень зростання патріотизму у 89%. Це означає, що патріотизм – базова умова, на якій вже реалізуються інші цінності: знання культури, мови, історії. Саме тому він – головна рушійна сила культурно-пізнавального туризму сьогодні в Україні.

Таким чином, сучасне українське суспільство є духовно та культурно єдиним, поділяє спільну національну ідентичність і прагне до розвитку на основі спільних цінностей. В умовах війни це стало особливо очевидним. Така єдність є сприятливим підґрунтям для розвитку культурно-пізнавального туризму як інструмента збереження та популяризації національної спадщини, підсилення патріотичного виховання та міжнародної культурної інтеграції [31, с. 89].

У сучасних умовах розвиток туристичної галузі України, зокрема її культурно-пізнавального сегменту, перебуває під впливом низки складних факторів. Вони формуються як у межах самої галузі, так і в зовнішньому середовищі – економічному, безпековому, інфраструктурному. Багато з цих факторів створюють системні бар'єри для сталого розвитку туризму, гальмують вихід України на світовий туристичний ринок та знижують її конкурентоспроможність.

В умовах високого рівня інформатизації економіки та суспільства особливої ваги набуває інтегрований підхід до аналізу проблем, що стримують туристичний розвиток. У цьому контексті необхідно виокремити ключовий інтегральний фактор – недостатній рівень цифрової трансформації

та інституційної взаємодії. Саме він є тим об'єднувальним елементом, через який проявляється більшість системних проблем галузі [21, с. 112].

Згідно з узагальненими матеріалами досліджень та експертних оцінок, основними чинниками, які стримують розвиток туризму в Україні, є:

Таблиця 2.4

Основні групи проблем та факторів впливу, які перешкоджають розвитку культурно-пізнавального туризму

Групи проблем	Фактори впливу
Інфраструктурні	Слабкий розвиток туристичної інфраструктури; низька транзитна привабливість
Технологічні	Відсутність цифрових рішень, електронних гідів, AR/VR-продуктів, загальної бази даних
Інформаційні	Низький рівень просування продукту за кордоном, відсутність довідників, брак реклами
Кадрові	Недостатня кваліфікація фахівців; нестача гідів, музейників, кураторів спадщини
Правові та управлінські	Низький рівень нормативного забезпечення, відсутність координації на рівні держави
Маркетингові	Відсутність брендингу регіонів, невиразне позиціонування України на туристичному ринку

Складено автором за матеріалами: [4, 14, 21]

Попри позитивну динаміку в окремих регіонах, загальний рівень ефективності використання туристичного потенціалу в Україні залишається недостатнім. Згідно з аналітичними оцінками, країна реалізує лише близько 30–35 % свого потенціалу в галузі туризму. Цей показник особливо низький у контексті культурно-пізнавального туризму, який має розгалужену ресурсну базу, але потребує модернізації управління, інфраструктури та маркетингу [27, с. 34].

Про це свідчить і Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ), який публікується Всесвітнім економічним форумом. У 2021 році Україна посіла 78-те місце зі 140 країн. Серед країн Європи вона опинилася нижче середнього рівня, поступившись навіть деяким країнам Західних Балкан. Основні причини – брак інформування іноземної аудиторії

про українські туристичні можливості, висока вартість послуг при низькій якості сервісу, погано розвинена інфраструктура та дефіцит фахівців.

Попри складні обставини, в Україні зберігається й посилюється суспільний інтерес до культурної спадщини, національної ідентичності та історії спротиву. Це створює реальні передумови для переосмислення ролі культурного туризму як ресурсу післявоєнного відновлення [19, с. 81].

3.1. Відновлення об'єктів спадщини та створення нових

Після війни Україна отримає широкі можливості для реставрації та ревіталізації об'єктів культури. Очікується залучення коштів міжнародних фондів, програм ЮНЕСКО, USAID, ЄС, що дозволить створити сучасну мережу інтегрованих туристичних локацій, адаптованих до інклюзивності, цифровізації та змістовної наповненості.

3.2. Формування нових туристичних форматів

Культурно-пізнавальний туризм у найближчі роки змінить свою структуру. Зокрема, вже зараз зростає популярність:

- маршрутів пам'яті (битви, героїзм, оборона міст);
- волонтерського туризму (поєднання допомоги з культурним пізнанням);
- посттравматичних практик (відвідування меморіальних локацій, рефлексія через мистецтво);
- локального туризму в ОТГ з автентичним культурним середовищем.

3.3. Інтеграція культурного туризму в міжнародну політику

Культурно-пізнавальний туризм стає інструментом публічної дипломатії, через який Україна комунікує з зовнішнім світом свою унікальність, стійкість, спадщину та прагнення до свободи. Це відкриває перспективи для активної участі у проектах ЮНЕСКО, ICOMOS, Європейської культурної маршрутизації, культурного обміну з діаспорою.

3.4. Розвиток туристичних кластерів на базі громад

Громади відіграють ключову роль у збереженні та популяризації місцевої спадщини. Вже зараз формуються туристичні кластери в регіонах, які поєднують місцевих виробників, музейників, гідів, крафтових майстрів, локальні фестивалі. Це дозволяє створити комплексний туристичний продукт, орієнтований на глибоке культурне занурення.

3.5. Освіта та підготовка фахівців нового покоління

Необхідно розвивати туристичну освіту: вводити нові спеціалізації – менеджмент спадщини, цифровий туризм, гід-психолог, координатор культурних маршрутів. Додатково важливо запуснути програми перекваліфікації для внутрішньо переміщених осіб і ветеранів, що сприятиме соціальній інтеграції через туризм.

Таблиця 2.5

Напрямки стратегічного розвитку культурно-пізнавального туризму

Напрямок	Ключові дії
Інфраструктура	Відновлення доріг, створення навігації, доступність об'єктів для маломобільних
Продуктове наповнення	Створення нових маршрутів, інтерактивних музеїв, квестів
Цифровізація	AR/VR-тури, застосунки, цифрові платформи спадщини
Освіта і кадри	Програми підготовки гідів, менеджерів культури
Міжнародна інтеграція	Участь у культурних мережах ЄС, ЮНЕСКО
Маркетинг і брендинг	Кампанії з просування, залучення блогерів, промоція через культурні події
Громадська участь	Туристичні платформи громад, підтримка ініціатив на місцях

Складено автором за матеріалами: [4, 14, 21]

Хоча культурно-пізнавальний туризм в Україні стикається з багатьма системними проблемами – від інфраструктурних до кадрових, – він має стратегічну цінність як для національної економіки, так і для формування єдиної культурної ідентичності. За умови цілеспрямованих реформ, цифрової трансформації та міжнародної підтримки, Україна здатна посісти гідне місце на туристичній мапі Європи.

Таблиця 2.6

Очікувані результати реалізації стратегічних заходів у сфері культурно-пізнавального туризму України до 2030 року

Показник	Стан на 2023 рік	Прогноз на 2030 рік	Очікуваний вплив запропонованих заходів
Обсяг в'їзного туристичного потоку (млн осіб/рік)	≈ 1,5 млн	5–6 млн	Зростання за рахунок міжнародної підтримки, промоції, безпеки, формування іміджу України як центру пам'яті, героїзму та культури
Кількість внутрішніх туристів (млн осіб/рік)	≈ 6 млн	12–14 млн	Активізація патріотичних подорожей, розвиток маршрутів пам'яті, підтримка локального туризму, цифровізація та зручність планування
Кількість екскурсантів (учасників культурних програм, млн/рік)	≈ 2,5 млн	8–9 млн	Розширення музейної, виставкової та креативної пропозиції; впровадження інтерактивних форматів, квест-турів, VR/AR-екскурсій
Кількість музейних установ	488	понад 700	Реставрація зруйнованих музеїв, відкриття нових інтерактивних центрів культури в ОТГ, грантові програми для оновлення музейної мережі
Кількість тематичних маршрутів історико-культурного спрямування	< 100	300+	Створення нових маршрутів: «Шлях Гідності», «Маршрути спротиву», «Місця героїв», транскордонні маршрути спадщини
Частка культурно-пізнавального туризму у загальній структурі туризму (%)	~20 %	35–40 %	Підвищення культурної свідомості, інтеграція освіти, медіа та подій у культурно-туристичний контекст
Рівень участі громад у створенні турпродукту (частка ОТГ)	близько 15 %	понад 50 %	Створення кластерів, стимулювання місцевих ініціатив, туристичне підприємництво на основі спадщини
Кількість культурних подій з туристичним потенціалом (фестивалі, події)	≈ 500	понад 1500	Розвиток подієвого туризму як магніту для внутрішніх та міжнародних туристів; популяризація нематеріальної спадщини

Складено автором за матеріалами: [4, 14, 21]

У разі реалізації комплексної стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму, Україна зможе утричі збільшити туристичні потоки, розширити музейну мережу на 40–50 %, утворити потужну систему історико-патріотичних маршрутів та перетворити культурний туризм на стратегічну галузь післявоєнного відновлення і національного згуртування.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало можливість зробити наступні узагальнення:

1. Культурно-пізнавальний туризм є складовою культурного туризму, що ґрунтується на інтересі до історико-культурної спадщини, національних традицій, архітектури, мистецтва та звичаїв. Його сутність полягає в усвідомленому прагненні туриста до пізнання культурних цінностей і духовної спадщини інших народів. Розмаїття форм культурно-пізнавального туризму – від екскурсійного та музейного до паломницького чи гастрономічного – базується на наявності ресурсної бази, що включає матеріальні (пам'ятки, об'єкти ЮНЕСКО, музеї) та нематеріальні (традиції, мова, звичаї) чинники, які визначають привабливість територій для туристів.

2. Розвиток культурно-пізнавального туризму залежить від комплексу соціальних, економічних, політичних та інституційних факторів. До ключових стимулів належать зростання освітнього рівня населення, урбанізація, цифровізація туризму, покращення транспортної доступності та державна підтримка культури і туризму. Натомість серед стримуючих факторів — військові конфлікти, економічна нестабільність, деградація об'єктів культурної спадщини та нестача інвестицій у туристичну інфраструктуру. Сучасні умови вимагають переорієнтації на сталий розвиток, захист культурних об'єктів і популяризацію вітчизняної культурної спадщини як ресурсу відродження туризму.

3. Чинники і умови розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні мають комплексний характер і охоплюють як внутрішні (рівень безпеки, доступність інфраструктури, культурна політика держави), так і зовнішні (міжнародна підтримка, глобальні тренди у сфері туризму) аспекти. В умовах війни особливого значення набувають такі чинники, як патріотичне піднесення, активізація локальних ініціатив, розвиток туризму на базі громад і цифрова трансформація сфери. Зміна внутрішньої структури попиту,

орієнтація на внутрішній туризм та збереження культурної ідентичності визначають нові вектори стратегічного розвитку культурно-пізнавального туризму.

4. Україна володіє потужним потенціалом для розвитку культурно-пізнавального туризму, що обумовлюється її багатою історико-культурною спадщиною, географічною різноманітністю та етнокультурною мозаїкою регіонів. На території держави нараховується понад 150 тис. об'єктів культурної спадщини, включно з археологічними, архітектурними, історичними, сакральними та меморіальними пам'ятками. Крім того, 8 об'єктів включено до списку ЮНЕСКО, серед яких останнім став історичний центр Одеси (2023). Значною ресурсною базою є і нематеріальна спадщина – мова, традиції, ремесла, кулінарна культура, фольклор, які формують унікальний культурний код нації.

Наявність потужного наукового, музейного та краєзнавчого потенціалу, а також інфраструктури культурних подій (фестивалі, виставки, реконструкції) створює передумови для розвитку як масового, так і нішевого культурного туризму. Особливо перспективним є розвиток тематичних маршрутів, таких як “Шлях замків”, “Княжа доба”, “Шевченківські місця” тощо. Географічне розташування України на перетині культур Європи й Азії також відіграє важливу роль у формуванні транскордонних культурно-туристичних проєктів. Таким чином, ресурсна база України не лише масштабна, а й достатньо варіативна для розвитку якісного культурно-пізнавального туризму.

5. Починаючи з 2020 року, культурно-пізнавальний туризм в Україні пережив складні трансформації: пандемія COVID-19 спочатку обмежила мобільність, а з 2022 року повномасштабна війна РФ проти України спричинила часткову деградацію туристичної інфраструктури та знищення культурної спадщини. Станом на 2024 рік, за даними МКІП, пошкоджено або зруйновано понад 1200 об'єктів культури, з них понад 170 повністю знищені. Проте, в умовах війни культурно-пізнавальний туризм набув нової функції —

не лише рекреаційної, а й ідентифікаційної, меморіальної та просвітницької. Це сприяло зростанню внутрішнього інтересу до національної історії, традицій, героїзму.

У регіонах, відносно віддалених від бойових дій (західна, частково центральна Україна), культурно-пізнавальний туризм адаптувався та продовжує розвиватися. Активно формуються "маршрути пам'яті", меморіальні туристичні шляхи, відкриваються нові музейні експозиції, пов'язані з війною, українською боротьбою за свободу та спадщиною. Також зростає інтерес іноземців до української культури, її драматичної історії та сучасного опору. Попри виклики, культурно-пізнавальний туризм демонструє стійкість та виконує роль інструменту м'якої сили, національної консолідації та культурної дипломатії.

6. У сучасних умовах російської агресії культурно-пізнавальний туризм в Україні стикається з численними викликами, серед яких руйнування об'єктів культурної спадщини, деградація туристичної інфраструктури, кадровий дефіцит та відсутність системної державної політики. Проте саме ці виклики відкривають унікальні можливості для переосмислення і трансформації туристичної галузі. Зростання патріотизму і національної згуртованості, а також активна підтримка міжнародних організацій створюють передумови для відновлення і розвитку культурного туризму як інструменту збереження національної ідентичності та просування України на світовій туристичній мапі.

Для сталого розвитку культурно-пізнавального туризму необхідно впроваджувати комплексний підхід, що включає модернізацію туристичної інфраструктури, цифрову трансформацію, посилення кадрового потенціалу та ефективне державне управління. Створення нових туристичних форматів, розвиток туристичних кластерів на базі громад, а також інтеграція культурного туризму у міжнародні програми сприятимуть не лише економічному зростанню, а й підвищенню іміджу України як країни з унікальним історико-культурним надбанням. Реалізація цих заходів до 2030

року дозволить значно збільшити туристичні потоки, покращити якість сервісу та посилити роль туризму у післявоєнному відновленні держави.

Список використаної літератури

1. Про туризм : Закон України. - №324/95-ВР від 15.09.1995 р. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
2. Барвінок Н.В., Барвінок М.В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. The RussianUkrainian war (2014-2022): historical, political, cultural, educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. С. 24-32. URL: [https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article /view/1900](https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1900)
3. Бейдик О., Гончарук А. (2010). Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму). Географія та туризм, (8), 45-49. Отримано з http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_12.
4. Біловус, Т. О. Культурно-пізнавальний туризм в Україні: стан та перспективи розвитку / Т. О. Біловус // Географія та туризм. – 2021. – Вип. 58. – С. 67–73.
5. Бойко, А. О. Культурний туризм як чинник соціокультурного розвитку регіонів / А. О. Бойко // Вісник Чернівецького національного університету. – 2020. – Вип. 821–822. – С. 142–146.
6. Гапоненко Г.І., Парфіненко А.Ю., Шамара І.М. Організація сільського зеленого туризму: Підручник. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. – 300 с.
7. Дядечко, Л.П., 2007. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 224 с.
8. Зруйнована культурна спадщина України. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://culturecrimes.mkip.gov.ua>.
9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник / Кифяк В.Ф. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

11. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К. : Центр учбової літ., 2007. - 424 с.
12. Міжнародний туризм : навчальний посібник для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини» / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко. - Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. - 328 с.
13. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/content/obekti-svitovoi-spadshchiniyunesko-v-ukraini.html>. 13. Паньків Н.Є., Сагайдак В.І. Організація культурно-пізнавального туризму. Сучасний стан та тенденції розвитку в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. №5. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wpcontent/uploads/2022/11/2022-310-10.pdf>
14. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоloodна та ін. за ред. І. М. Писаревського. Х. : ХНАМГ, 2008. 541 с.
15. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська [за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с.
16. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: Монографія / За заг. ред. Парфіненка А.Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 256 с.
17. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: Монографія / За заг. ред. Парфіненка А.Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 256 с.
18. Парфіненко А. Національна держава і міжнародний туризм у вимірах глобалізації (вступ до курсу «Туристичне країнознавство»): Навч. посіб. / А. Парфіненко. – Х.: Бурун-книга, 2009. – 128 с.

- 19.Парфіненко А. Ю. Глобальні трансформації ринку міжнародного туризму та індустрії гостинності // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 6. – С. 175-186.
- 20.Парфіненко А. Ю. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій // Вісник Львівського університету. 2013. Випуск 43. Ч. 1. с. 233–242
- 21.Парфіненко А. Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста / А. Ю. Парфіненко // Географія та туризм. - 2015. - Вип. 34. - С. 144-154. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2015_34_17
- 22.Помаза-Пономаренко, А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди. // *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. – 2022. – Т. 33, № 5. – С. 6–12. pubadm.vernadskyjournals.in.ua
- 23.Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.
- 24.Снігур К.В. Культурно-пізнавальний туризм в Україні: сучасний стан ресурсної бази та перспективи розвитку. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки». 2023. №2(79). С. 32-43. URL: <https://visniknew.donnuet.edu.ua/index.php/visnik/article/view/87/106>
- 25.Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник / За заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 262 с.
- 26.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реаліїбізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: КНТЕУ, 2009. – 463 с.

27. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 287 с.
28. Туризм і регіональний розвиток: монографія / за ред. В. С. Мельниченка. – Київ : Ніка-Центр, 2020. – 356 с.
29. Туристичне країнознавство: підручник / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любіцева. – 2-ге вид. переробл. і допвн. – К.: Знання, 2015. – 551 с.
30. Туристичний імідж регіону: Монографія / За ред. Парфіненко А. Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 315 с.
31. Хуткий, В. М. Культурний туризм у контексті сучасної туристичної політики України / В. М. Хуткий // Економіка і організація управління. – 2021. – № 2 (46). – С. 93–99.
32. Черняк, О. І. Стратегія розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні / О. І. Черняк // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2022. – Вип. 1 (59). – С. 124–130.
33. Hanna Naponenko, Anatoliy Parfinenko, Irina Shamara The concept of sustainable development of tourism in post-war Ukraine as a priority direction of comprehensive recovery of the industry // Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2023. 228 p. 144-165
34. McKercher, B., du Cros, H. Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management / B. McKercher, H. du Cros. – New York : Routledge, 2002. – 274 p.
35. OECD. The Impact of Culture on Tourism / Organisation for Economic Co-operation and Development. – Paris : OECD Publishing, 2009. – 206 p.
36. Parfinenko, A. Sustainable development as a paradigmatic basis for the recovery of international tourism in UKRAINE after COVID-19 and the Russian invasion // *Sustainable Development: Modern Theories and Best*

- Practices: Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (January 27-28, 2023) / Gen. Edit. Ihor Halytsia, Oleksandra Mandych, Tallinn: Teadmus OÜ, 2023. – P. 47-50*
37. Parfinenko, A., Yevtushenko, O., Panova, I., Podlepina, P., Onatskyi, M. International Tourism as a Tool of European Integration Within Eastern European Countries, *Problemy Ekorozwoju*, 2022, 17(2), pp. 186–196. <https://doi.org/10.35784/pe.2022.2.20>
 38. Prokopenko O, Mashika H, Hryhorieva L, Khanova O, Parfinenko A, Nurgaliyeva A. Digital Technologies and Innovative Models of Risk Management in International Tourism. Data and Metadata [Internet]. 2024 Dec. 26 [cited 2025 May 13];3:226. Available from: <https://dm.ageditor.ar/index.php/dm/article/view/226>
 39. Richards, G. Cultural tourism: A review of recent research and trends / G. Richards // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2018. – Vol. 36. – P. 12–21.
 40. Smith, M. K. *Issues in Cultural Tourism Studies* / M. K. Smith. – 3rd ed. – London : Routledge, 2016. – 368 p.
 41. Timothy, D. J. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction* / D. J. Timothy. – Bristol : Channel View Publications, 2011. – 256 p.
 42. Офіційний сайт Європейської туристичної комісії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://etc-corporate.org/>, вільний.
 43. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/>, вільний.
 44. Державна служба статистики України. Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>, вільний.
 45. European Travel Commission. European Tourism 2024 – Trends & Prospects [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2024-trends-prospects-q1-2024>.

46. World Tourism Organization (UNWTO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/>.

47. World Travel and Tourism Council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wttc.org/>