

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра психології і туризму**

**Кваліфікаційна робота**  
**на тему: «Культурно-пізнавальний туризм у Чернігівській області»**

*Допущено до захисту*

*«07» листопада 2024 року*

здобувача вищої освіти групи Т 01-23  
факультету туризму, бізнесу і психології  
освітньої програми Туризмознавство  
за спеціальністю 242 Туризм і рекреація  
Турло М. В.

*Завідувач кафедри*  
*психології і туризму*

\_\_\_\_\_  
д.психол.н., проф.  
Бондаренко О. Ф.

Науковий керівник:  
кандидат історичних наук, доцент  
Лебедева І. М.

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3-7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ...	8-30
1.1. Сутність і роль культурно-пізнавального туризму.....	8-13
1.2. Історія розвитку культурно-пізнавального туризму .....	13-27
1.3. Ступінь опрацювання проблематики культурно-пізнавального туризму у науковій літературі.....	27-30
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВЩИНИ.....	31-48
2.1. Туристично-ресурсний потенціал Чернігівщини.....	31-37
2.2. Проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області .....	37-41
2.3. Вплив агресії росії на культурну спадщину Чернігівщини .....	41-47
РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО КОНКУРЕНТНО- СПРОМОЖНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	48-67
3.1. Шляхи розвитку культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області .....	49-55
3.2. Етапи створення авторського туру та стратегія його розвитку.	55-62
3.3. Маркетингові інструменти просування туру.....	62-71
ВИСНОВКИ.....	72-75
РЕЗЮМЕ/ RESUME.....	76-77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78-81
ДОДАТКИ.....	82-106

## ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що культурно-пізнавальний туризм є одним з найбільш перспективних напрямів розвитку туристичної галузі не тільки в Україні, а й у світі. Це пов'язано зі зростанням інтересу туристів до культури, історії, традицій та іншими особливостями певного регіону або країни, а також із прагненням побачити та відчувати національну самобутність країни.

У 2018-2019 роках культурно-пізнавальний туризм був одним з основних сегментів міжнародних подорожей. Згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), приблизно 40% міжнародних туристичних подорожей були пов'язані з культурно-пізнавальним туризмом (Cultural tourism & COVID19). У 2020 році через пандемію культурно-пізнавальний туризм майже повністю припинився. Близько 80% культурних об'єктів, таких як музеї та спадщина ЮНЕСКО, були закриті, що сильно вдарило по культурних працівниках і спровокувало втрату доходів. Однак з'явилися нові можливості для розвитку, зокрема, популяризація віртуальних турів і цифрових продуктів, що дозволило продовжити культурний обмін навіть під час карантину. У 2022 році туризм почав поступово відновлюватися, досягнувши близько 60% від рівнів 2019 року. Європа і Близький Схід показали найшвидше відновлення, досягнувши 74-76% від показників 2019 року. Культурні подорожі залишилися пріоритетними, і на тлі відновлення інтерес до культурних пам'яток повертався. Також змінилась модель туризму, коли більша увага приділялася якості туристичних продуктів та сталому розвитку культурного туризму (International Tourism).

Враховуючи, що дедалі більше людей бирають культурно-пізнавальний туризм, можна впевнено стверджувати, що просування цього напрямку в Україні має значний потенціал для зміцнення економіки. Це сприятиме створенню нових робочих місць, стимулюватиме розвиток аграрного сектору, ресторанного та готельного бізнесу, а також інших індустрій, пов'язаних із туризмом. Окрім цього, культурно-пізнавальний туризм допомагає поширенню

різноманітних видів дозвілля серед населення. Розвиток цього виду туризму також може сприяти просуванню українського туристичного продукту на міжнародному ринку та сприяти інтеграції України з європейськими країнами у сфері туризму.

**Постановка проблеми.** У допандемійний період культурно-пізнавальний туризм в Україні мав значні перспективи для активного зростання, однак, на жаль, його подальшому розвитку перешкодили анексія Криму, військовий конфлікт на Сході в 2014 році, світова пандемія 2019 року, а згодом і повномасштабна війна, розпочата російською федерацією проти України.

Актуальною проблемою є слабкий розвиток туристичної інфраструктури, низька якість наданих послуг, економічна та політична нестабільність у країні, а також занедбаний стан значної частини культурних пам'яток, що мають важливу національну значимість.

Для подолання цієї проблеми важливо стимулювати розвиток інфраструктури, активізувати рекламні й маркетингові заходи та підвищити рівень сервісу, а також реставрувати та відновлювати занедбані пам'ятки національного значення в Україні. Крім того, потрібен брендинг регіонів і туристичних напрямків з урахуванням можливостей для організації культурно-пізнавальних турів, стимулювання розвитку туристичної інфраструктури, підвищення рівня сервісу та фінансова підтримка з боку держави.

**Ступінь розробленості теми.** Тема культурно-пізнавального туризму активно досліджується як в Україні, так і за її межами. В українських наукових колах її розглядають через призму збереження культурної спадщини, інтеграції її в туристичні програми та розвитку туристичної інфраструктури. В. Ф. Кифяк у своїх роботах вивчав загальні питання розвитку туризму в Україні, приділяючи увагу культурно-пізнавальному туризму. О. О. Бейдик досліджував туристичний потенціал України, включаючи культурно-історичні ресурси, що є важливими для розвитку туризму в Чернігівській області. І. В. Смаль розглядав взаємозв'язок між екологічним та культурно-пізнавальним туризмом, підкреслюючи їхній вплив на сталий розвиток регіонів. Т. П. Кабашна вивчав

туристичні ресурси Чернігівщини, акцентуючи увагу на можливостях їх використання у сфері культурного туризму. А. П. Петрова аналізувала значення культурно-історичних пам'яток Чернігівської області для залучення туристів і розвитку регіональної туристичної інфраструктури.

Джон Уррі у своїх дослідженнях аналізує взаємодію туристів із культурними об'єктами, що важливо для розуміння сприйняття туристами культурної спадщини. Річард Батлер вивчає еволюцію туристичних дестинацій, що допомагає планувати розвиток культурно-пізнавальних маршрутів.

**Метою** кваліфікаційної роботи є дослідження сучасного стану культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області та окреслення перспектив його розвитку.

Для досягнення зазначеної мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- розглянути теоретичні та методичні засади дослідження культурно-пізнавального туризму, зокрема його сутність, місце та роль;
- простежити історію розвитку культурно-пізнавального туризму та визначити його особливості;
- оцінити ступінь наукового опрацювання культурно-пізнавального туризму;
- проаналізувати ресурсний потенціал Чернігівської області для розвитку досліджуваного сегменту туризму;
- визначити проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму.
- дослідити перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму.
- визначити етапи створення авторського туру для споживачів культурно-пізнавального туристичного продукту та розробити авторський тур до Чернігівської області.
- виокремити необхідні умови для успішного розвитку культурно-пізнавального туру;

**Об'єктом** дослідження є культурно-пізнавальний туризм в Чернігівській області.

**Предметом дослідження** є умови, ресурсний потенціал, проблеми та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму у Чернігівській області.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Результати дослідження були представлені під час виступу з доповіддю «Культурно-пізнавальний туризм в Чернігівській області» на конференції: *«Ad orbem per linguas. До світу через мови»: Науково-практична конференція, Київ (2024)* Турло, М.В.

**Методи дослідження.** У процесі написання кваліфікаційної роботи автор використав такі методи дослідження: аналіз, порівняння, дедукцію, індукцію, узагальнення та класифікацію. Проведено детальний огляд наукових і літературних джерел, а також статистичних даних для глибшого розуміння поточного стану культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області. Крім того, здійснено порівняльний аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в різні історичні періоди. Автор застосував індуктивний метод для визначення сутності, значення та ролі культурно-пізнавального туризму, а також дедуктивний підхід для аналізу його розвитку в регіоні. Отримані дані з різних джерел були узагальнені для створення цілісної картини розвитку культурно-пізнавального туризму.

**Інформаційна основа дослідження.** Для проведення теоретичного аналізу автор залучив електронні та друковані видання зарубіжних і вітчизняних науковців, матеріали конференцій і статей, інформацію з офіційних державних веб-сайтів, дані Державної служби статистики України та інших статистичних джерел, а також законодавчі акти України. Завдяки цьому було досліджено сутність, значення та роль культурно-пізнавального туризму, проаналізовано його проблеми та перспективи, а також окреслено можливі напрями розвитку.

**Теоретична значимість кваліфікаційної роботи** полягає у сформуванні для розвитку культурно-пізнавального туризму, а також у визначенні перспективних шляхів його вдосконалення в Чернігівській області.

**Практична цінність роботи** полягає в тому, що отримані результати допоможуть глибше зрозуміти ситуацію щодо культурно-пізнавального туризму та сприятимуть його популяризації як туристичного продукту на внутрішньому ринку для українців і на міжнародному — для іноземних туристів. Крім того, результати можуть бути корисними під час викладання дисциплін для майбутніх фахівців за спеціальністю 242 Туризм і рекреація (Спеціалізований туризм, Туристичне краєзнавство, Актуальні проблеми розвитку туризму) і при підготовці студентських курсових досліджень, присвячених вивченню культурно-пізнавальних ресурсів певного туристичного регіону.

**Обсяг і структура роботи.** Кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи та висновки і викладена на 106 сторінках. До роботи входять додатки, список використаної літератури та джерел, а також таблиці та рисунки. У ході написання роботи автором було проаналізовано 51 наукових джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Сутність і роль культурно-пізнавального туризму

Культурно-пізнавальний туризм – це вид туризму, метою якого є знайомство з культурою, історією, традиціями та іншими особливостями певного регіону або країни. Цей вид туризму відрізняється від інших тим, що він не орієнтований на відпочинок чи розваги, а на здобуття нових знань та вражень. Він є важливим компонентом туристичної індустрії, який сприяє збереженню і популяризації культурної спадщини. За визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), культурно-пізнавальний туризм включає відвідування місць та подій, що дозволяють дізнатися про культурні особливості та історичну спадщину певного регіону (UNWTO – Cultural tourism).

Термін «пізнавальний туризм» вперше офіційно згадується на міжнародному рівні у статтях Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.). Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури розглядає цей вид туризму як відмінний від інших, оскільки він «зважає на культури інших народів». У Хартії щодо пізнавального туризму, розробленій Міжнародною радою з пам'яток і визначних місць (ICOMOS), цей вид туризму окреслюється як форма діяльності, головною метою якої є «відкриття пам'ятників і об'єктів».

Водночас трактування терміну «пізнавальний туризм» серед українських науковців є різноманітним, так само як і терміни, що використовуються для його позначення (наприклад, пізнавальний, екскурсійний, культурний або культурно-пізнавальний туризм).

Зокрема, на думку В. Федорченка, пізнавальний туризм охоплює туристичні подорожі, головною метою яких є задоволення цікавості та реалізація пізнавальних інтересів. Як і багато інших дослідників, він вважає екскурсійний туризм синонімом пізнавального. П. Пуцентейло описує



пізнавальний (екскурсійний) туризм як подорожі з метою вивчення нового. Зі свого боку, Ф. Шандор розглядає культурний туризм як відвідування історичних, культурних або природних пам'яток і локацій (Туризм: перспективи та реалії сталого розвитку).

Також слід звернути увагу на визначення С. Мельниченка, який вважає, що культурно-пізнавальний туризм — це тимчасове пересування людей за межі їхнього постійного місця проживання, зумовлене зацікавленістю у відвідуванні культурних об'єктів, зокрема культурних подій, історичних локацій та музеїв, художніх галерей, музичних і драматичних театрів, концертних арен та інших об'єктів туристичного інтересу, які відображають історичну спадщину, сучасну мистецьку творчість і виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності та повсякденний стиль життя населення, з метою здобуття нової інформації та досвіду для задоволення культурних потреб (Туризм: перспективи та реалії сталого розвитку).

Культурно-пізнавальний туризм можна класифікувати за різними критеріями (див. рис. 1.1):



Рис. 1.1. Класифікація культурно-пізнавального туризму за критеріями

За мотивами він поділяється на кілька підкатегорій. Історико-культурний туризм включає відвідування історичних пам'яток, музеїв та археологічних розкопок. Релігійний туризм передбачає паломництво до святих місць і відвідування релігійних споруд. Етнографічний туризм дозволяє знайомитися з

традиціями, побутом і фольклором народу, тоді як освітній туризм орієнтований на участь у навчальних програмах, семінарах та конференціях. Естетичний туризм надає можливість насолоджуватися мистецтвом, архітектурою та природою.

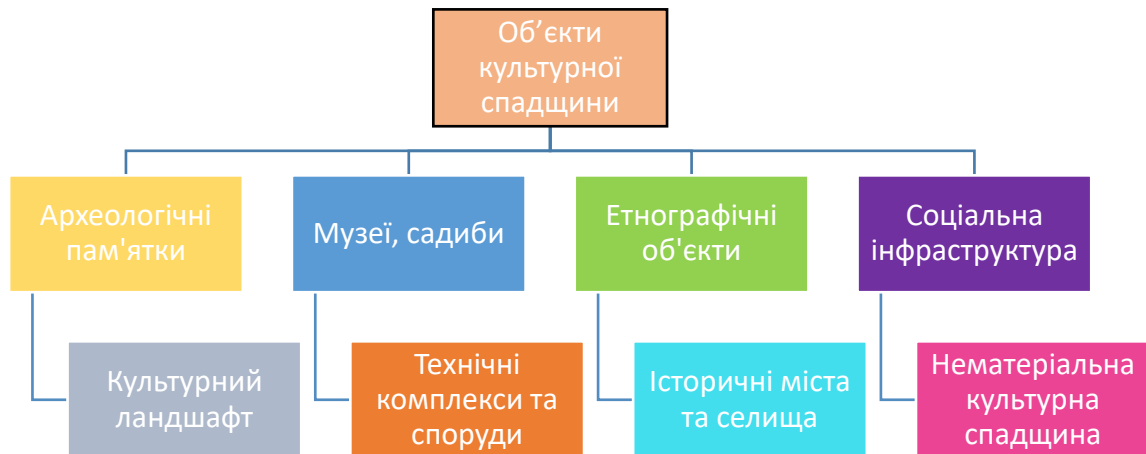


Рис. 1.2. Об'єкти культурної спадщини

Залежно від географічного аспекту, культурно-пізнавальний туризм може бути міським, що включає відвідування міст, їх історичних центрів, музеїв та театрів. Сільський туризм передбачає знайомство з сільським життям, традиціями та ремеслами. Природний туризм полягає у відвідуванні природних пам'яток, національних парків і заповідників.

За тривалістю культурно-пізнавальний туризм поділяється на короткостроковий та тривалий. Короткострокові подорожі включають подорожі вихідного дня та екскурсії, тоді як тривалі тури можуть тривати декілька днів, тижнів або місяців.

Культурно-пізнавальний туризм має ряд особливостей, які відрізняють його від інших видів туризму. Головною метою цього виду туризму є здобуття нових знань та вражень, а не відпочинок чи розваги. Він охоплює широкий спектр цілей: від знайомства з історією та культурою до участі в освітніх програмах або естетичної насолоди. Цей вид туризму може бути організованим

як груповим, так і індивідуальним. Попит на культурно-пізнавальний туризм може залежати від пори року, адже деякі пам'ятки доступні лише в певні сезони.

Цей вид туризму відіграє важливу роль у сучасному світі. Він має освітнє значення, сприяючи розширенню кругозору, здобуттю нових знань та навичок, а також підвищенню рівня освіченості. У 2018-2019 роках культурно-пізнавальний туризм був одним з основних сегментів міжнародних подорожей. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), приблизно 40% міжнародних туристичних подорожей у 2020 році були пов'язані з культурно-пізнавальним туризмом (Cultural tourism & COVID19). У тому ж році через всесвітню пандемію культурно-пізнавальний туризм майже повністю припинився. Близько 80% культурних об'єктів, таких як музеї та спадщина ЮНЕСКО, були закриті, що сильно вдарило по культурних працівниках і спровокувало втрату доходів. Однак з'явилися нові можливості для розвитку, зокрема, популяризація віртуальних турів і цифрових продуктів, що дозволило продовжити культурний обмін навіть під час карантину. У 2022 році туризм почав поступово відновлюватися, досягнувши близько 60% від рівнів 2019 року. Європа і Близький Схід показали найшвидше відновлення, досягнувши 74-76% від показників 2019 року.. Виховне значення культурно-пізнавального туризму полягає у вихованні патріотизму, поваги до інших культур і розумінні єдності людства. Соціальне значення цього виду туризму полягає у розвитку соціальних контактів і налагодженні міжнародних зв'язків, що дозволяє розширити горизонти знань і стимулює культурний обмін між різними націями та країнами (Ткаченко Т.В.). Економічне значення культурно-пізнавального туризму полягає у стимулюванні розвитку туризму, створенні нових робочих місць, а також економічному розвитку регіонів через залучення туристів, що витрачають кошти на послуги готелів, ресторанів, екскурсій тощо. У своєму звіті за 2023 рік WTTC прогнозує, що дохід від культурного туризму у світі досягне 1,5 трлн до 2025 року (International Tourism Highlights of 2019). Дослідження показують, що культурно-пізнавальний туризм може стати

важливим чинником економічного зростання для регіонів з багатою культурною спадщиною (Головне управління статистики у Чернігівській області). Крім того, цей вид туризму спонукає до збереження і реставрації історичних пам'яток, що може сприяти збереженню культурної та природної спадщини, маючи таким чином екологічне значення. Наприклад, фінансування, отримане від туризму, часто використовується для підтримки музеїв, історичних будівель та інших культурних об'єктів (Чернігівська обласна державна адміністрація).

Культурно-пізнавальний туризм відрізняється від інших видів туризму такими характеристиками (див. рис. 1.3.):

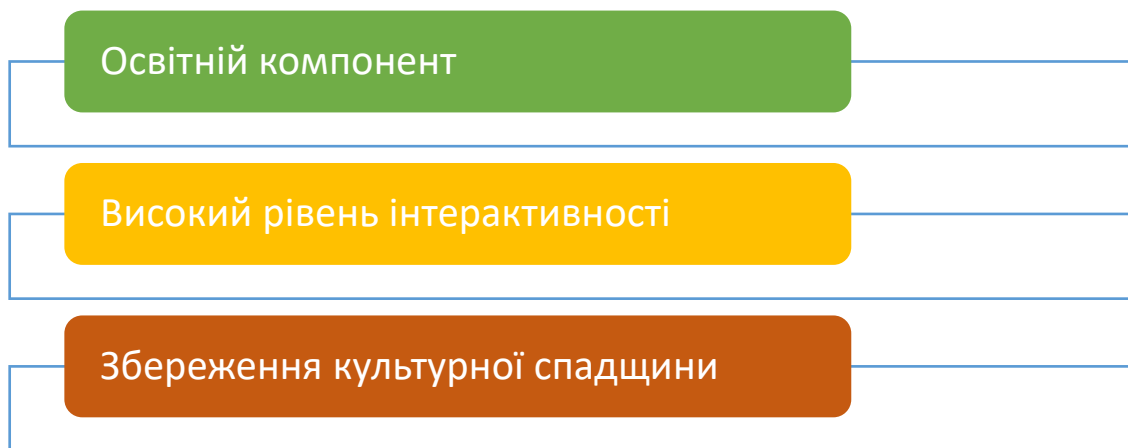


Рис. 1.3. Характеристики культурно-пізнавального туризму

**Освітній компонент:** Основна мета подорожей у культурно-пізнавальному туризмі полягає у здобутті нових знань про культурні та історичні аспекти регіону.

**Високий рівень інтерактивності:** Туристи часто беруть участь у майстер-класах, семінарах, та інших інтерактивних заходах, що дозволяє їм глибше зануритися в культуру регіону.

**Збереження культурної спадщини:** Культурно-пізнавальний туризм сприяє підтримці та збереженню історичних та культурних пам'яток, що є важливим для збереження національної ідентичності (Richards, G.).

Отже, культурно-пізнавальний туризм – це вид туризму, що полягає в тимчасових поїздках з метою задоволення пізнавальних інтересів, відвідування культурних пам'яток, історичних місць, музеїв, художніх галерей, театрів та інших об'єктів культурного значення. Визначення та підходи до цього виду туризму різняться серед науковців, але спільною є ідея про важливість отримання нових знань та вражень. Цей вид туризму відіграє ключову роль у збереженні та популяризації культурної спадщини, сприяє економічному розвитку регіонів, а також підвищує освітній і культурний рівень туристів, сприяючи міжкультурному обміну та взаєморозумінню між народами.

Отже, культурно-пізнавальний туризм відіграє важливу роль у збереженні культурної спадщини, розвитку місцевих економік і міжкультурному обміні. Сприятливі умови для його розвитку, включаючи інвестиції в інфраструктуру та культурні проекти, можуть підвищити привабливість історичних пам'яток для туристів. З огляду на все це, культурно-пізнавальний туризм слід розглядати як один із основних чинників, що сприяють збереженню і стійкому розвитку культурної спадщини та місцевих спільнот.

## **1.2. Історія розвитку культурно-пізнавального туризму**

У всі часи культура та історія інших народів цікавили людей. Вивчення нових територій, знайомство з традиціями та звичаями різних народів, а також відкриття нових знань і вражень завжди були важливими мотивами для подорожей. З моменту появи перших цивілізацій люди здійснювали подорожі з метою пізнання, обміну досвідом та навчання. Культурно-пізнавальний туризм має глибоке коріння, і його розвиток відображає еволюцію людської цивілізації.

Від перших подорожей на Олімпійські ігри у Стародавній Греції до розквіту експедицій у Середньовіччі, від подорожей гуманістів Відродження до масових туристичних потоків XIX століття – кожен період історії сприяв формуванню і розвитку культурно-пізнавального туризму. У різні епохи ці

подорожі мали свої особливості, але об'єднувало їх одне – прагнення до знань, культурного обміну та розширення світогляду.

Відомо, що Єгипет був одним з перших центрів науки і культури, який приваблював вчених та філософів з різних країн. Відомо, що грецькі вчені, такі як Піфагор і Платон, подорожували до Єгипту, щоб навчитися у місцевих жерців. Платон також описував свої подорожі до Італії, де він навчався у місцевих мудреців. Грецький історик Геродот згадував про подорожі до Єгипту з метою навчання та ознайомлення з науками, такими як математика, астрономія та медицина (Archambault, Paul, 2002). Після заснування Бібліотеки в Александрії в 283 році до н.е. під час правління Птолемея II вона стала центром навчання та досліджень, привертаючи вчених і студентів з усього відомого світу.

Одною із перших причин для подорожей греків стали Олімпійські ігри, які вперше відбулися у 776 році до н.е. в Олімпії. Люди з різних регіонів Греції збиралися тут не лише для змагань, але й для участі в релігійних церемоніях, культурних подіях та ярмарках. Афіни були культурним центром, де розвивалися філософія, мистецтво та наука. Грецькі вчені подорожували для обміну знаннями та дослідження інших культур.

Походи Александра Великого (336-323 рр. до н.е.) від Балкан до Індії також сприяли культурному обміну між Заходом і Сходом, відкриттю нових територій для греків і македонян, що стимулювало подорожі з метою вивчення нових культур.

Римляни подорожували для навчання, торгівлі та управління імперією. Вони відвідували Грецію, Єгипет та інші регіони для вивчення архітектури, мистецтва та наук. А початок Римського миру при правлінні Августа (27 рік до н.е.) сприятиме безпечним і стабільним подорожам по всій Римській імперії, стимулюючи культурно-пізнавальний туризм до різних римських провінцій і великих міст, таких як Рим, Афіни, Ефес. Окрім цього, Римська імперія створила мережу доріг, що полегшило внутрішні подорожі та культурний обмін.

У Стародавньому Китаї подорожі з метою навчання були звичайною справою серед учених та чиновників. Великі подорожі на Шовковому шляху сприяли культурному обміну між Китаєм та іншими цивілізаціями. У текстах Конфуція «Луньюй» описуються подорожі філософа та його учнів по Китаю для поширення його вчення (Riegel, Jeffrey, 2012).

У Середньовіччі культурно-пізнавальний туризм здебільшого був представлений релігійними паломництвами та торговельними подорожами. Люди подорожували з релігійних мотивів, відвідуючи святі місця, а також з метою торгівлі та обміну культурними цінностями.

У Європі головними формами культурно-пізнавального туризму були паломництва до святих місць, таких як Рим, Єрусалим та Сантьяго-де-Компостела. Паломники подорожували пішки, на конях або кораблях, щоб поклонитися святим реліквіям і отримати духовні блага.

Папа Римський Урбан II у «Проповіді про хрестовий похід» описує заклик до християнських паломників звільнити Святу Землю. Геофрі Чосер у «Кентерберійські оповіді» розказує про групу паломників, які подорожують до Кентерберійського собору (Travel in the middle ages)

Мусульмани здійснювали паломництва до Мекки, що стало важливою частиною їхньої релігійної практики. Ісламський світ також активно займався торгівлею, що сприяло культурному обміну між арабськими країнами, Персією, Індією та Китаєм.

Історик і географ Аль-Масуді у своїй книзі «Мурудж аз-захаб» описує подорожі та культурні об'єкти ісламського світу. В свою чергу, мандрівник Ібн Баттута, який з 28 років безперестанно подорожував у книзі «Ріхла» докладно розказує про свої подорожі по всьому мусульманському світу.

У Китаї культурно-пізнавальний туризм був пов'язаний з релігійними та торговельними подорожами. Китайські паломники подорожували до Індії, щоб здобувати буддійські тексти. Європейські торговці, як-от Марко Поло, подорожували до Китаю, що сприяло культурному обміну між Сходом та Заходом.

«Записи про подорож до Західних країн», автором яких є Сюаньцзан, висвітлює подорожі буддистського ченця до Індії за буддистськими текстами.

Марко Поло та його «Книга про різноманітність світу» розповідає про подорожі італійського купця до Китаю та інших азіатських країн (Marco Polo).

Індія була важливим центром релігійних подорожей для буддистів та індуїстів. Китайські та арабські вчені подорожували до Індії, щоб вивчати місцеву культуру, науки та релігійні практики.

Арабський вчений Аль-Біруні в своєму трактаті «Індія» описує індійську культуру, науку та релігію.

Період Відродження в Європі (XIV-XVI століття) сприяв розвитку культурно-пізнавального туризму через активне вивчення мистецтва, науки та гуманітарних наук. У 1453 році падіння Константинополя відзначило кінець середньовічної епохи і початок відродження класичної культури в Західній Європі, коли багато вчених і митців втекли до Італії. У 1492 році Христофор Колумб відкриває Америку. Ця подія відкрила нові території для досліджень і сприяла розвитку глобальних подорожей і культурного обміну.

Видатний італійський митець Леонардо да Вінчі любив подорожувати і записував спостереження в своєму щоденнику. Італійський художник Васарі в книзі «Життя художників» висвітлює життя та творчість видатних італійських митців того часу.

У 1512 році завершення фресок Мікеланджело в Сикстинській капелі привертало увагу численних відвідувачів і паломників до Ватикану, сприяючи культурно-пізнавальному туризму. У 1517 році початок Реформації Мартіном Лютером привів до релігійних подорожей, зокрема до місць, пов'язаних з подіями Реформації.

У 1545-1563 роках відбувся Тридентський собор, під час якого католицька церква активно підтримувала розвиток паломництва до святих місць, сприяючи культурному обміну і пізнанню релігійної спадщини. У 1584 році заснування англійської колонії Роанок у Північній Америці стало



частиною раннього колоніального періоду, що стимулювало подорожі і дослідження нових земель.

У 1597 році публікація «Географії» Абрахама Ортеліуса, першого атласу світу, зробила географічні знання доступнішими і стимулювала інтерес до подорожей.

Загалом, італійські міста, такі як Флоренція, Рим та Венеція, були центрами культурно-пізнавального туризму. Туристи з усього світу приїздили, щоб вивчати роботи відомих художників, відвідувати музеї та резиденції меценатів мистецтва.

Нідерланди того часу були важливим центром мистецтва та гуманістичної думки. Подорожі до Амстердаму, Роттердаму та Гааги дозволяли туристам познайомитися з творчістю Рембрандта та інших митців, а також вивчити гуманістичні ідеї Ерасмуса Роттердамського.

Париж та інші французькі міста стали пунктами притягання для туристів, що цікавилися мистецтвом та культурою. Відвідування королівських палаців, монастирів і соборів, прогулянки відомими вулицями Парижа та вивчення французької літератури були популярними формами культурно-пізнавального туризму.

У XIX столітті, за часів романтизму, подорожі стали популярними серед літераторів, митців та інтелектуалів. Європейські країни, зокрема Франція, Німеччина та Велика Британія, були пунктами притягання для творчих особистостей. Наприклад, у 1798 році публікація «Ліричних балад» Вільяма Вордсворта та Семюеля Тейлора Кольріджа започаткувала романтичний рух у літературі, що підвищило інтерес до природних ландшафтів і сільського життя.

У 1815 році завершення Наполеонівських воєн дозволило подорожі по Європі стати безпечнішими і доступнішими, що сприяло розвитку культурно-пізнавального туризму. У 1816 році, «рік без літа» через виверження вулкану Тамбора, надихнув численні поетичні та художні твори, підвищуючи інтерес до природних катаклізмів і їхніх наслідків.

Важливою подією цього періоду стало заснування першого туристичного агентства Томасом Куком у 1841 році. Він організував першу комерційну туристичну поїздку, орендуючи поїзд для перевезення групи з 570 людей з Лестера до Лафборо в Англії на зібрання проти вживання алкоголю, що започаткувало сучасну туристичну індустрію (Thomas Cook).

У Сполучених Штатах Америки XIX століття було періодом великого розвитку туризму. Люди з усієї країни подорожували по новостворених залізничних маршрутах, відвідували курорти та історичні місця. Наприклад, у 1836 році публікація «Подорожей Чарльза Дарвіна» після його експедиції на кораблі «Бігль» спонукала багатьох до подорожей з науковими і дослідницькими цілями. У 1840-х роках розвиток залізниць у Європі та США значно полегшив подорожі і зробив їх доступнішими для широких верств населення.

Серед популярних описів того часу були «Подорожі з Марком Твеном» Марка Твена, де він ділився в гумористичному стилі описами подорожей по США та Європі, а також «Автобіографія» Фредеріка Дугласа, де йдеться про подорожі відомого афро-американського активіста та письменника.

Початок XX століття в Європі відзначився інтенсивним розвитком туризму завдяки індустріалізації, поширенню туристичних маршрутів та масовому медіа. Культурна спадщина та історичні пам'ятки стали цілями для подорожей. Наприклад, у 1903 році брати Райт здійснили перший політ на літаку, що згодом революціонізувало подорожі та туризм. У 1906 році відкриття Панамського каналу значно скоротило час подорожей між Атлантичним і Тихим океанами, сприяючи розвитку туризму та міжнародної торгівлі. Відкриття Гранд-Каньйону як національного парку в США у 1913 році привернуло увагу багатьох туристів до природних чудес Америки, закріпивши ідею подорожей з метою дослідження природних і культурних пам'яток. У 1920 році заснування Ліги Націй створило більш безпечні умови для міжнародного туризму.

У Сполучених Штатах на початку ХХ століття спостерігався значний ріст туризму. Туристи відвідували національні парки, історичні місця та місцеві культурні заходи. У 1916 році було створено Національну службу парків, що сприяло охороні природних пам'яток і стимулювало їх відвідування туристами. У 1925 році відкриття служби міжнародних авіарейсів компанією Imperial Airways (згодом частина British Airways) стало важливим кроком у розвитку комерційної авіації, роблячи міжнародні подорожі більш доступними для широких верств населення.

1920-ті роки в Європі були періодом злету культурно-пізнавального туризму після завершення Першої Світової Війни. Туристи з усього світу почали відвідувати відомі міста, музеї та культурні заходи, відновлюючи міжнародні туристичні зв'язки. Наприклад, у 1920 році було засновано Лігу Націй, що сприяло міжнародному співробітництву та подорожам.

У Сполучених Штатах також спостерігався розквіт туризму у 1920-ті роки. З'явилися перші туристичні агентства та туристичні маршрути, спрямовані на відвідування національних парків та культурних пам'яток. У 1925 році відкриття служби міжнародних авіарейсів компанією Imperial Airways (згодом частина British Airways) стало важливим кроком у розвитку комерційної авіації, роблячи міжнародні подорожі більш доступними для широких верств населення.

Друга Світова Війна (1939-1945) негативно вплинула на розвиток будь-якого виду туризму у світі, в тому числі і культурно-пізнавального. Військові дії, блокади та інші обмеження значно зменшили можливість подорожей, як в Європі, так і в інших частинах світу. Окрім цього, багато туристичних об'єктів та інфраструктури були зруйновані, що ускладнило відновлення туризму після війни.

У повоєнний період (1945 – 1950-ті) багато країн Європи зосередилися на відновленні зруйнованих культурних пам'яток та туристичних об'єктів. Значна економічна допомога США, відома як План Маршалла (1948), сприяла відновленню економік європейських країн, що включало реконструкцію

туристичної інфраструктури. У 1947 році заснування ЮНЕСКО мало на меті охорону культурної спадщини та сприяння міжнародному співробітництву в сфері освіти, науки та культури.

У Сполучених Штатах після війни спостерігалось зростання внутрішнього туризму, завдяки економічному підйому та розширенню мережі шосейних доріг. У 1956 році прийняття Федерального закону про систему міжштатних автомагістралей значно сприяло розвитку внутрішнього туризму. У Західній Європі почало розвиватися автостопництво та туристичні поїздки до культурних та історичних місць. Після війни зросла кількість міжнародних авіаперевезень, що зробило подорожі швидшими та доступнішими. З'явилися туристичні агентства, які почали організовувати міжнародні подорожі та екскурсії.

В Азії після Другої світової війни спостерігалися значні зміни. Деякі країни, як Японія, почали швидко відновлюватися та модернізуватися, що привертало увагу туристів. У 1951 році заснування Japan National Tourism Organization сприяло розвитку туризму в країні. Інші країни, як Китай, переживали внутрішні зміни та революції, що впливало на туристичну активність.

1960-ті роки були періодом значного зростання та змін у сфері культурно-пізнавального туризму. Економічний підйом, розвиток транспортної інфраструктури, соціальні зміни та інші фактори сприяли поширенню подорожей з метою пізнання культур, історії та мистецтва.

У цей період починається зростання рівня життя в багатьох країнах, особливо в Західній Європі та Північній Америці, що збільшило кількість людей, які могли дозволити собі подорожі. Також не менш важливим є зростання середнього доходу та доступність оплачуваних відпусток, які сприяли збільшенню числа туристів. У людей з'являється інтерес до культурної самобутності, етнографії та історії.

У 1963 році засновано Турклуб України, що сприяло розвитку туризму серед населення України та залученню людей до культурно-пізнавальних подорожей.

У 1965 році розпочато будівництво Транссибірської магістралі, яка стала одним з найважливіших шляхів для міжнародних туристичних подорожей до Азії та сприяла обміну культурними досвідами між країнами.

У 1969 році засновано Державний історико-культурний заповідник «Переяслав» який став одним з центрів притягання для туристів, бажаючих вивчати історію та культуру України.

Європа залишалася популярним напрямком для культурно-пізнавального туризму. Відновлені після війни міста, як-от Париж, Рим, Лондон та інші, приваблювали туристів своїми музеями, галереями та історичними пам'ятками. Зокрема, у Великобританії спостерігалось зростання інтересу до літературних турів, пов'язаних з Шекспіром та іншими відомими письменниками.

У Сполучених Штатах та Канаді культурно-пізнавальний туризм набував популярності завдяки збільшенню числа національних парків, історичних місць та музеїв. Місто Нью-Йорк з його численними музеями, театрами та галереями стало магнітом для культурних туристів. Популярними стали подорожі до Вашингтона, де туристи могли відвідати історичні місця та музеї Смітсонівського інституту.

У Азії спостерігалось зростання інтересу до культурно-пізнавального туризму, особливо в Японії, яка швидко відновлювалася після Другої світової війни. Токіо, Кіото та інші історичні міста приваблювали туристів своєю унікальною культурою та традиціями. В Індії зростав інтерес до культурно-пізнавального туризму завдяки багатій історичній та культурній спадщині країни.

1980-ті та 1990-ті роки стали періодом значного розвитку культурно-пізнавального туризму завдяки ряду ключових подій, які суттєво вплинули на туристичний ландшафт світу.

У 1981 році відбулося відкриття Музею Метрополітен у Нью-Йорку, який швидко став одним з найбільших та найвідоміших музеїв мистецтва в світі. Це не лише залучило мільйони культурних туристів, але й зміцнило репутацію Нью-Йорка як важливого культурного центру.

1983 рік ознаменувався розширенням туристичних послуг у Китаї після проведених реформ та відкриттям деяких історичних об'єктів для іноземних туристів. Цей крок сприяв зростанню інтересу до культурно-пізнавальних подорожей в країну, розширюючи горизонти міжнародного туризму.

Важливою подією у 1986 році стало відкриття музею відомого митця Сольвейг Д'Орсей у Парижі. Цей музей став не лише важливим культурним центром, а й туристичною визначною пам'яткою, привертаючи до себе увагу тисяч туристів.

У 1987 році Європейська Рада прийняла рішення про створення єдиного європейського ринку. Це сприяло вільному переміщенню туристів в межах Європейського Союзу, що, в свою чергу, збільшило культурний обмін та зробило Європу ще привабливішою для культурно-пізнавальних подорожей.

Після розширення ЄС у 1990-х і 2000-х роках багато країн Східної Європи отримали підтримку для розвитку туристичної інфраструктури. Європейські програми, такі як «Культурні столиці Європи», що були започатковані ще в 1985 році, стали важливим стимулом для розвитку культурно-пізнавального туризму. Зокрема, ці програми сприяли відновленню історичних об'єктів, просуванню місцевих культур і розвитку креативних індустрій.

У 1992 році було засновано Барселонський музей сучасного мистецтва та в 1993 Музей Гуггенхайма в Більбао. Ці музеї швидко стали важливими об'єктами для культурно-пізнавальних туристів та митців з усього світу.

В Азії особливу увагу слід звернути на Китай та Індію, де культурно-пізнавальний туризм отримав значне піднесення. Китай активно розвивав свій туристичний сектор, зосереджуючи увагу на таких відомих культурних пам'ятках, як Велика Китайська стіна, Заборонене місто та численні буддійські

монастирі. З початку 2000-х років Китай став одним із найбільших ринків як для в'їзного, так і для виїзного туризму. Індія в цей час також зосереджувалася на розвитку культурно-релігійного туризму, залучаючи туристів на об'єкти світової спадщини ЮНЕСКО, такі як Тадж-Махал та різноманітні священні місця, пов'язані з індуїзмом, буддизмом та іншими релігіями.

З 1990-х років культурно-пізнавальний туризм в Америці отримав значний розвиток через відкриття нових музеїв, меморіалів і об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО. У США з'явилися важливі культурні осередки, як-от Національний музей афроамериканської історії (2008) та реставрація Статуї Свободи (2004), що сприяли залученню туристів. У Латинській Америці Мачу-Пікчу став ключовим об'єктом після отримання статусу ЮНЕСКО (1993), що привернуло значний міжнародний інтерес. В Канаді музеї та культурні фестивалі також сприяли зростанню туризму, орієнтованого на вивчення історії та культури.

Країни Північної Африки, такі як Єгипет, Марокко та Туніс, активно просуvalи свої культурні об'єкти як частину світової спадщини. Особливо Єгипет, де піраміди, Долина царів і храми Луксора стали центральними точками для культурно-історичного туризму.

Культурно-пізнавальний туризм у сучасному світі є популярним напрямом, який підтримується багатьма країнами як важливий інструмент для збереження та популяризації культурної спадщини, підтримки локальних спільнот і розвитку економіки. Багато держав та міжнародних організацій, таких як ЮНЕСКО та Всесвітня туристична організація (UNWTO), розробляють спеціальні програми для підтримки культурного туризму.

Під керівництвом Ради Європи існує ініціатива «Культурні маршрути», яка пов'язує країни Європи спільною культурною спадщиною. Ці маршрути охоплюють теми, які показують єдність у різноманітності культурного життя, такі як «Шлях вікінгів», «Шлях оливкової олії», «Ромські культурні маршрути» тощо. Ці маршрути пропонують туристам не просто відвідування історичних

пам'яток, а й занурення в місцеві традиції та культуру, завдяки чому формується глибше розуміння історії та способу життя місцевих народів.

У Італії реалізуються програми відновлення історичних центрів малих міст, такі як проект «Італійські села» з метою залучення туристів. Ця ініціатива підтримує маловідомі регіони, де туристи можуть познайомитися з традиційними ремеслами, кухнею, фестивалями та місцевими святами.

Французький уряд запустив проект «Велика французька спадщина» для підтримки історичних об'єктів та культурних подій. Франція інвестує значні кошти в підтримку історичних об'єктів через державні субсидії. Наприклад, частина цих коштів йде на відновлення пам'яток, популяризацію культурних заходів, таких як фестивалі, театральні вистави та ярмарки, щоб надати туристам можливість зануритися в французьку культуру.

У Японії діє програма «Фестиваль Кіото», яка підтримується урядом для популяризації традиційних свят і культурних подій у Кіото, що є історичним і культурним центром країни. Особлива увага приділяється таким заходам, як чайні церемонії, а також традиційним фестивалям, як-от «Гіон Мацурі». Це стимулює туристів вивчати японську культуру і підтримує місцеву економіку.

У Каталонії розвивається унікальна ініціатива, що об'єднує культурний і гастрономічний туризм. Вона спрямована на те, щоб туристи могли дізнаватися про історію регіону через гастрономічні подорожі, які включають відвідування виноградників, кулінарні майстер-класи та культурні заходи, пов'язані з місцевими традиціями.

Уряд Єгипту разом з міжнародними організаціями, такими як ЮНЕСКО, фінансує проекти реставрації та збереження археологічних пам'яток, таких як піраміди Гізи та Луксор. Це не лише підтримує культурний туризм, але й допомагає захистити безцінні пам'ятки для наступних поколінь.

Бразилія відома своїм щорічним Карнавалом, який є однією з найбільших культурних подій у світі. Організація карнавалів та культурних шоу в Бразилії сприяє популяризації бразильської культури через такі традиційні елементи, як самба, карнавальні паради та костюми. Це яскраве свято проходить в таких



містах, як Ріо-де-Жанейро, Салвадор та Сан-Паулу, залучаючи туристів з усього світу.

Уряд Бразилії та місцеві організації активно підтримують цей захід, надаючи фінансування та організовуючи культурні програми, щоб зберегти та популяризувати традиції бразильського народу. Карнавал не тільки стимулює туристів знайомитися з культурою Бразилії, але й сприяє розвитку місцевої економіки, створюючи тимчасові робочі місця та залучаючи кошти до регіонів, які приймають туристів.

Узагальнено викладені вище найпопулярніші програми у таблиці розвитку культурно-пізнавального туризму в окремих країнах (див. таб. 1.1):

*Таблиця 1.1.*

Найпопулярніші програми для розвитку культурно-пізнавального туризму

Країна	Програма	Мета програми	Основні функції
Італія	Borghi Italiani	Збереження автентичності малих сіл Італії	Реставрація архітектури, підтримка ремесел
Франція	Grand Heritage France	Популяризація культурної спадщини Франції	Реставрація пам'яток, підтримка фестивалів
Японія	Фестиваль Кіото	Залучення туристів через традиційні японські свята	Організація фестивалів та майстер-класів
Іспанія	Культурно-гастрономічний туризм	Розвиток культури через гастрономію	Винні тури, кулінарні майстер-класи
Єгипет	Збереження археологічних пам'яток	Охорона та реставрація археологічної	Реставраційні роботи, музейні екскурсії

		спадщини для майбутніх поколінь	
Греція	Екологічні тури	Сприяння сталому туризму та екологічному вихованню	Екскурсії до історичних зон, екотуризм
Німеччина	Oktoberfest	Підтримка та розвиток культурних традицій	Проведення традиційних фестивалів
Бразилія	Карнавал	Популяризація бразильської культури через танці та музику	Організація карнавалів і культурних шоу

Сучасні цифрові технології також відкрили нові можливості для розвитку культурно-пізнавального туризму, роблячи його більш доступним, інтерактивним та інклюзивним.

Google Arts & Culture платформа дозволяє користувачам здійснювати віртуальні тури відомими музеями, галереями та культурними об'єктами в усьому світі. Вона пропонує високоякісні зображення, 3D-екскурсії та інтерактивні виставки. Наприклад, користувачі можуть «відвідати» Лувр у Парижі або Британський музей у Лондоні, не виходячи з дому.

А 3D-сканування та моделювання історичних об'єктів дозволяє відтворювати віртуально такі об'єкти, як Помпеї в Італії або Храм Соломона в Єрусалимі. Це дозволяє людям досліджувати їх у найдрібніших деталях. Такі проекти залучають туристів до вивчення археологічних зон, а також допомагають зберегти інформацію про об'єкти для наступних поколінь.

Лувр та Британський музей почали використовувати додатки з доповненою реальністю, щоб надавати детальну інформацію про експонати. За допомогою AR-технологій користувачі можуть побачити, як виглядали

історичні артефакти за часів їх створення, або взаємодіяти з віртуальними реконструкціями.

Вже звичними стали аудіогіди та інтерактивні карти у багатьох музеях, галереях та історичних місцях, що дозволяють туристам досліджувати локації самостійно, отримуючи цікаві факти про експонати. Наприклад, додатки в музеях Відня пропонують аудіокоментарі різними мовами, що робить їх доступними для більш широкої аудиторії.

Отже, культурно-пізнавальний туризм має глибокі корені, що сягають часів найперших цивілізацій. Протягом усієї історії людство завжди прагнуло вивчати інші культури, знайомитися з традиціями та звичаями різних народів. Ці подорожі були мотивовані бажанням здобути нові знання та враження, що робило їх важливими для розвитку суспільства. Вивчення нових територій і обмін досвідом сприяли формуванню культурно-пізнавального туризму, який еволюціонував разом з людською цивілізацією.

Сучасні цифрові технології також відкрили нові можливості для розвитку культурно-пізнавального туризму, роблячи його більш доступним, інтерактивним та інклюзивним.

### **1.3. Ступінь наукового опрацювання проблематики культурно-пізнавального туризму**

Культурно-пізнавальний туризм займає вагому позицію в світовій туристичній індустрії, і в багатьох регіонах планети пропонують унікальні екскурсійні програми з культурними пам'ятками та можливістю побачити стародавнє минуле через призму сучасного. Ця тема вивчалася багатьма науковцями, які досліджували різні аспекти культурного туризму, його значення для розвитку регіонів, збереження культурної спадщини та впливу на економіку.

Значний внесок у вивчення культурного туризму зробили закордонні вчені: Джон Уррі, Річард Батлер. Джон Уррі відомий своєю концепцією «туристичного погляду» (tourist gaze), яка аналізує взаємодію між туристами та

культурними ландшафтами (1990). А Річард Батлер автор теорії життєвого циклу туристичного дестинації, яка є актуальною для аналізу розвитку культурно-пізнавальних маршрутів в історичних регіонах, таких як Чернігівщина (1980).

Культурно-пізнавальний туризм в Україні розглядався через призму збереження культурної спадщини та її інтеграції в туристичні програми. Наприклад, роботи українських дослідників, таких як В. Ф. Кифяк – автор праць з туристичного менеджменту, який вивчав розвиток туризму в Україні, зокрема, роль культурної спадщини в цьому процесі (2008). Також І. В. Смаль – автор праць з питань екологічного та культурно-пізнавального туризму, який робив особливий акцент на регіональні особливості розвитку туризму (2010). Ці автори пропонують загальні теоретичні підходи, що стосуються розвитку культурно-пізнавального туризму, його впливу на формування туристичних маршрутів та підвищення туристичної привабливості регіонів.

Чернігівська область є багатою на культурну спадщину, і в цьому контексті дослідження регіонального туризму набули актуальності. Зокрема, варто відзначити наукові праці, присвячені розвитку туризму в північних регіонах України.

Т. П. Кабашна досліджує потенціал туристичних ресурсів Чернігівщини, особливо вона робить акцент на історико-культурній складовій регіону (2016). У своїх дослідженнях О. О. Бейдик приділяв увагу питанням туристичного районування України, включаючи Чернігівську область (2001) Він вивчав вплив природних і культурних ресурсів на розвиток регіонального туризму. В свою чергу дослідження А. П. Петрової фокусуються на ролі культурно-історичних пам'яток Чернігівської області, таких як давньоруські храми та монастирі, що є важливими туристичними атракціями (2018). Важливо зазначити, що вивчення культурно-пізнавального туризму тісно пов'язане з дослідженнями культурної спадщини.

Роботи багатьох науковців підкреслюють, що Чернігівщина має великий потенціал у сфері культурно-пізнавального туризму завдяки історичним

пам'яткам, культурним ресурсам та природній красі регіону. Специфічні дослідження фокусуються на розвитку туристичної інфраструктури, покращенні маркетингу туризму та інтеграції культурних ресурсів у туристичні маршрути.

З початку активної фази російсько-української війни вітчизняні науковці приступили до вивчення проблеми перспектив відновлення туризму, як важливого фактору розвитку і просування туризму. Зокрема (такої то присвятив) Але, проблематика культурно-пізнавального туризму на Чернігівщина поки що не знаходилася у колі наукових інтересів.

Отже, культурно-пізнавальний туризм перебуває у колі наукових інтересів зарубіжних і вітчизняних фахівців. Вивчалися різні аспекти цього явища, зокрема його роль у збереженні культурної спадщини, вплив на регіональний розвиток, формування туристичних маршрутів та інші проблеми.

Таким чином, культурно-пізнавальний туризм – це вид туризму, метою якого є знайомство з культурою, історією, традиціями та іншими особливостями певного регіону або країни. Культурно-пізнавальний туризм можна класифікувати за різними критеріями – мотивом, географією та тривалістю. Історія розвитку культурно-пізнавального туризму бере свій початок у стародавні часи і активно розвивається сьогодні завдяки значному інтересу туристів до пізнання національних традицій та культурних об'єктів.

Культурно-пізнавальний туризм у сучасному світі є популярним напрямом, який підтримується багатьма країнами як важливий інструмент для збереження та популяризації культурної спадщини, підтримки локальних спільнот і розвитку економіки. Цей вид туризму активно вивчається і досліджується серед вчених, оскільки має пряий вплив на розвиток туризму регіонального рівня.

Культурно-пізнавальний туризм розглядається через призму збереження культурної спадщини та її інтеграції в туристичні програми

## РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВЩИНИ

### 2.1. Туристично-ресурсний потенціал Чернігівщини

Зазвичай історико-культурний потенціал регіону включає в себе пам'ятки минувшини, архітектурні ансамблі, археологічні знахідки, місця, пов'язані з життям та діяльністю видатних історичних діячів, території зі збереженими етнічними особливостями, фольклорними традиціями, культові споруди, центри декоративно-прикладного мистецтва, музеї, виставки, театри, мистецькі галереї тощо.

Чернігівська область, одна з найбільших за територією в Україні, розташована на півночі країни та межує з Білоруссю, Росією, Сумською, Полтавською та Київською областями. Вона є важливою культурною та історичною спадщиною України, але залишається маловідомою навіть серед місцевого населення. Для багатьох українців Чернігівщина асоціюється переважно з княжою епохою та історичними пам'ятками Чернігова, Батурина і Качанівки, проте її потенціал набагато ширший (див. Дод. А).

Чернігівський регіон посідає четверте місце серед областей України за кількістю історичних і культурних пам'яток, що складає 5% від загального історико-культурного надбання країни. У структурі культурно-історичної спадщини Чернігівської області переважають археологічні пам'ятки, які становлять 58%, а також історичні пам'ятки, частка яких складає 32%.

Чернігівська область є осередком інтенсивних археологічних досліджень, оскільки тут зосереджено понад 2,4 тисячі історичних пам'яток та понад 2,3 тисячі археологічних знахідок, що перебувають під державною охороною.

Завдяки своєму багатому культурно-історичному та природному потенціалу, Чернігівщина може стати привабливим туристичним напрямком для широкого кола мандрівників (див. Дод. Б). Область відзначається

мальовничими природними ландшафтами, історичними місцями та архітектурними пам'ятками. Особливу увагу заслуговують старовинні православні храми, збережені ще з часів Київської Русі, а також унікальні приклади архітектури XVII–XIX століть. Серед них релігійні та цивільні споруди, палаци, маєтки з парками, які є справжніми історико-культурними скарбами.

Серед найпопулярніших туристичних центрів можна виокремити міста Чернігів, Новгород-Сіверський, Батурин, Ніжин, Прилуки, Козелець, Остер і Седнів. В цих містах збереглися численні культурні та історичні пам'ятки, включаючи православні храми, палаци та маєтки. Значну роль відіграють також популярні форми туризму, серед яких історичний (екскурсійний), зелений сільський туризм та активний відпочинок. Основна маса туристів приїздить з Києва, що підкреслює важливість налагодження інфраструктури для залучення більшого потоку відвідувачів.

Одним із маловідомих, але привабливих туристичних об'єктів є «Блакитні озера» поблизу села Олешня, які часто називають «українськими Мальдівами». Це природний курорт, популярний серед туристів завдяки своїй унікальній чистій воді та білому піску. Цей курорт щорічно приваблює сотні тисяч відвідувачів, особливо влітку. Блакитна вода та лікувальні властивості озер, зумовлені високим вмістом кварцу, роблять це місце особливо цінним для відпочинку та оздоровлення.

Ще однією перлиною Чернігівщини є містечко Седнів, яке славиться своїми козацькими традиціями та мальовничими пейзажами. Седнів відомий своєю садибою Лизогубів, де можна насолодитися дивовижними краєвидами, а також відвідати Свято-Георгіївську церкву, де знімали відомий фільм «Вій» (див. Дод. III). Щороку це місце відвідують десятки тисяч туристів, яких приваблює унікальна атмосфера та історичні об'єкти.

Чернігівщина – це не просто історичний регіон з багатим архітектурним спадком, а й справжнє скарбниче нематеріальної культурної спадщини. Ця

спадщина – це живі традиції, звичаї, ремесла, які передаються з покоління в покоління і формують неповторний облик регіону.

Традиційні ремесла, такі як оleshнянське гончарство, відоме на весь світ своїми унікальними глиняними виробами, та художнє дереворізьблення, яке створює неповторні меблі та декоративні елементи, є яскравими прикладами майстерності чернігівських майстрів. Ткацтво також відіграє важливу роль, зберігаючи вікові традиції та символіку в рушниках, килимах та скатертинах.

Усна творчість, зокрема народні пісні, казки, легенди та прислів'я, відображає душу народу, його історію, побут і мрії. Кожне слово в цих творах несе в собі глибинний зміст і мудрість поколінь.

Звичаї, обряди та святкування, такі як різдвяні колядки, веснянки, обжинки, весілля, хрестини та похорони, супроводжуються певними ритуалами та символікою, які передаються з покоління в покоління. Ці обряди відіграють важливу роль у збереженні культурної ідентичності.

Знання та практики, такі як традиційна медицина, заснована на використанні лікарських рослин, та народний календар, який визначає сільськогосподарські роботи і пов'язаний з природними циклами, є невід'ємною частиною життя селян.

Чернігівська кухня, багата на різноманітні страви, приготовані за старовинними рецептами, також є важливою складовою нематеріальної культурної спадщини.

Чернігівщина має великий потенціал для розвитку туризму, її природно-рекреаційні ресурси у поєднанні з культурними надбаннями можуть стати основою для залучення не лише внутрішніх, але й міжнародних туристів. Природно-заповідний фонд Чернігівської області займає 7,6% її території. Включає національні парки, як-от регіонально-ландшафтний парк «Міжріччинський», а також численні заказники, пам'ятки природи та інші природоохоронні об'єкти. Також на території області тривала робота над створенням Національного природного парку «Дніпровсько-Деснянське міжріччя». Для туристів Чернігівщина пропонує різні види відпочинку,



включаючи екологічний, історичний, сільський зелений туризм, подієвий і активний відпочинок. На додаток, 20% території області вкрито лісами, а на її території розташовано майже 4 тисячі річок і озер, що створює умови для екологічного та сільського туризму. Завдяки численним природоохоронним зонам і заповідникам, туристи можуть насолоджуватися незайманою природою Полісся. Одним з найвідоміших є Мезинський національний природний парк, що розташований уздовж мальовничих берегів річки Десни. Цей парк є справжньою скарбницею для любителів флори та фауни, адже тут зустрічається понад 800 видів рослин і десятки видів рідкісних тварин, включаючи червонокнижних птахів. Парк також приваблює археологів та істориків, адже тут було знайдено артефакти палеолітичної культури, що робить його важливим осередком наукових досліджень.

Сільський зелений туризм на Чернігівщині є перспективним напрямком, який активно розвивається і стає одним із пріоритетних для регіону. Завдяки цьому виду туризму, область пропонує унікальну можливість відпочинку на природі з автентичним українським колоритом. Щороку кількість сільських садиб зростає, і на сьогодні їх нараховується близько 50. Ці садиби пропонують різноманітні варіанти активного відпочинку для туристів: від кінних прогулянок та риболовлі до збору грибів, ягід та знайомства з місцевою культурою.

Особливої уваги заслуговує село Бреч у Корюківському районі, яке завдяки розвитку сільського зеленого туризму перетворилося на справжню туристичну перлину Чернігівщини. Туристичний комплекс, введений в експлуатацію у 2006 році, надав місцевим жителям нові робочі місця і змінив статус села з маловідомого на популярне серед туристів місце. Унікальний готельний комплекс Бреч займає територію площею 56 гектарів і є одним із найбільших туристичних і розважальних центрів в Україні. Крім того, він входить до-10 найкращих європейських заводчиків ганноверської породи коней, що робить його особливо привабливим для любителів кінного спорту.

Головною особливістю комплексу є різноманітність стилів проживання: туристи можуть обрати відпочинок у котеджах-пагодах у китайському стилі, будиночках альпійських мисливців, або ж у корпусах, оформлених в американському континентальному стилі. Така різноманітність забезпечує унікальний досвід для відвідувачів та робить комплекс особливо популярним серед туристів.

Чернігівська область також славиться своїми палацово-парковими комплексами та дворянськими садибами. Серед найвідоміших пам'яток — Чернігівський Дитинець з комплексом старовинних споруд, Новгород-Сіверський з його мальовничими краєвидами, Батуринська фортеця та Палац Розумовського, а також всесвітньо відома палеолітична стоянка первісної людини у селі Мезин Коропського району.

Серед визначних пам'яток Чернігова виділяються дванадцять чавунних гармат, які були встановлені на початку ХХ століття. За переказами, ці гармати місто отримало в дарунок від Петра I як символ поваги до мужності чернігівських козаків, які проявили себе в боях проти шведських військ.

Незважаючи на значну кількість добре збережених пам'яток, багато об'єктів все ще потребують реставрації. Серед них варто виокремити маєток Катеринича у місті Бобровиця, маєток Раковича у селі Соколівка, палац Мейендорфа у селі Новий Биків та інші об'єкти, які можуть стати значними туристичними магнітами після відновлення.

Розвиток цих об'єктів та їх реставрація є важливим аспектом для підвищення туристичної привабливості Чернігівщини та збереження її культурної спадщини для майбутніх поколінь. Розвиток туризму у регіоні допомагає залучати кошти для реставрації історичних пам'яток та культурної спадщини області. Зокрема, завдяки туристичним зборам та ініціативам місцевих громад, було відновлено декілька історичних об'єктів, таких як частини фортеці у Батурині та реставрація палацових комплексів. Туризм також сприяє поширенню знань про важливі події та історичні постаті, пов'язані з Чернігівщиною, включаючи гетьманів, князів та козацьку еліту.

Чернігівщина є справжньою знахідкою культурно-пізнавального потенціалу України. Недарма видатний український історик Михайло Грушевський, вперше подорожуючи Черніговом (див. Дод. В) образно називав Чернігів «українською Равенною» (Діло, 1924). Саме на Сіверщині знаходиться значна кількість вітчизняних архітектурних пам'яток домонгольського періоду, серед яких величні собори, монастирі та церкви, такі як Єлецький монастир, П'ятницька церква, Борисоглібський та Спаський собори (див. Дод. Г, Д, Е, Ж).

Багата історико-культурна спадщина Чернігівщини, зосереджена переважно на пам'ятках Київської Русі та козацької доби, налічує понад двісті об'єктів світового значення. Це свідчить про значний внесок Чернігівського князівства у формування української держави.

Однією з важливих туристичних переваг Чернігівщини є спокій та можливість відпочити від міської метушні. Сучасні туристи дедалі більше цінують такі місця для релаксації, і область з її густими лісами та природними заповідниками стає привабливим місцем для відпочинку. Особливо восени, коли лісові та паркові зони набувають чарівних осінніх барв, Чернігівщина вражає своєю красою, створюючи справжню атмосферу осінньої казки.

У регіоні функціонують чотири заповідники: Новгород-Сіверський історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім» (див. Дод. Ю), Національний історико-культурний заповідник «Качанівка» (див. Дод. Я), Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» в Батурині (див. Дод. А.2) та Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній» (див. Дод. Б.2) (Тонкошкур, 2012).

Останній заповідник об'єднує Троїцько-Іллінський монастир з його тисячолітніми печерними храмами, серед яких особливо виділяються Антонієві печери – комплекс підземних споруд з церквами, каплицями та келіями (див. Дод. К).

Культурне життя області представлене більш ніж тридцятьма музеями та двома архітектурно-історичними заповідниками, фонди яких налічують близько 350 тисяч експонатів.

До числа найвідоміших музеїв регіону належать літературно-меморіальний музей-заповідник М.М. Коцюбинського, обласний художній музей та обласний історичний музей імені В.В. Тарновського.

Чернігівщина унікальна тим, що тут гармонійно поєднуються історико-культурна спадщина та мальовничі природні ландшафти, зокрема, відомі садово-паркові ансамблі Качанівського, Сокиринського та Тростянецького парків.

Отже, Чернігівщина має величезний туристично-ресурсний потенціал, який охоплює багатий культурно-історичний та природний спадок. Область вирізняється не лише своєю мальовничою природою, але й численними архітектурними пам'ятками, які свідчать про значну історію регіону. Від старовинних православних храмів до козацьких садиб — культурні скарби Чернігівщини мають величезне значення для розвитку туризму.

## **2.2. Проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму Чернігівщини**

Попри перспективні тенденції розвитку туристичної галузі, у Чернігівській області фіксується недостатній рівень маркетингових досліджень у сфері туризму, що ускладнює формування чіткої стратегії розвитку туризму. Інформаційно-рекламне забезпечення на загальноукраїнському та міжнародному рівнях є вкрай обмеженим. Засоби масової інформації не приділяють достатньої уваги розвитку місцевих видів туризму, як вже існуючих, так і потенційно перспективних. Через це жителі Чернігівщини мають обмежене уявлення про туристичний потенціал свого регіону, що, в свою чергу, негативно впливає на привабливість області для туристів з інших регіонів України та з-за кордону.

Лише з 2015 року місцеві органи влади почали акцентувати увагу на важливості впровадження інформаційних технологій та рекламних кампаній, які здатні покращити туристичний імідж регіону. Використання сучасних інформаційних технологій, таких як електронні інформаційні довідники про готелі, транспортні маршрути та туристичні фірми, є необхідним для залучення туристів. Такі ресурси допомагають спростити процес планування подорожі і підвищити поінформованість туристів про місцеві атракції.

Наявність численних історико-культурних об'єктів у поєднанні з різноманіттям природно-рекреаційних ресурсів створює сприятливі умови для розвитку різних видів туризму: активного, зеленого, сільського, паломницького та культурно-пізнавального. Туризм, як важливий соціальний інститут і вид економічної діяльності, має чітку орієнтацію на ефективне використання природних ресурсів і культурної спадщини, що підкреслює необхідність раціонального їх використання та збереження.

Нематеріальна культурна спадщина Чернігівщини також стикається з низкою загроз:

Урбанізація — зміни способу життя, втрата зв'язку з традиціями.

Глобалізація — поширення єдиних культурних стандартів, витіснення місцевих традицій.

Недостатнє фінансування — відсутність державної підтримки проектів зі збереження нематеріальної спадщини.

Необхідно також провести аналіз туристично-рекреаційного потенціалу всіх регіонів області, щоб виявити їх особливості для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. За даними Головного управління статистики у Чернігівській області, у 2018 році в регіоні діяли лише один туроператор і одинадцять турагентів, що становить 1% від загальної кількості в Україні. Суб'єкти екскурсійної діяльності не були зареєстровані, що свідчить про низький рівень розвитку туристичної інфраструктури. Дохід від надання туристичних послуг у Чернігівській області в 2018 році становив лише 2,65

мільйона гривень, що є одним з найнижчих показників серед інших регіонів України.

Структура туристичних відвідувань Чернігівщини в 2018 році вказувала на те, що основна мета поїздок — це відпочинок і дозвілля (99,7%), тоді як ділові та службові поїздки становили лише 0,3%. Основними проблемами, які стримують розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, є:

Низька конкурентоспроможність туристичного продукту через недостатньо розвинену інфраструктуру більшості туристично-рекреаційних об'єктів.

— Недостатній розвиток туристичної інфраструктури, брак готелів, низький рівень комфорту та відсутність швидкісного Інтернету в номерах;

— Відсутність доступних кредитів і несприятливі економічні умови для інвестування в туристичну інфраструктуру;

— Невідповідність рівня розвитку туристичної індустрії потенціалу регіону;

— Обмежене інформаційно-рекламне забезпечення як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

— Низькі обсяги інвестицій у розвиток рекреаційно-туристичної галузі.

— Недостатня якість послуг у сфері сільського зеленого туризму.

— Відсутність фінансування з районних і міських бюджетів на розвиток туристичних ініціатив.

— Брак спеціалістів з питань розвитку туризму, що призводить до неналежного інформування туристів про наявні заклади інфраструктури.

Вирішення цих проблем можливе за умови створення сприятливого інвестиційного клімату та розробки оптимальних форм залучення інвесторів у туристичну сферу. Важливо вжити заходів для удосконалення управління туристичною галуззю, підвищення контролю за якістю туристичних послуг та належного фінансування розвитку туризму.

Унаслідок військових дій з початку 2022 значно зменшився потік внутрішніх та іноземних туристів до Чернігівської області, що негативно

вплинуло на доходи регіону від туристичних послуг. Дослідження Національної туристичної організації України свідчать про те, що недофінансування і нестача підтримки з боку держави створюють серйозні обмеження для відновлення та модернізації туристичної інфраструктури області. Крім того, обмежена кількість робочих місць у туристичному секторі позначається на економічній стабільності регіону, поглиблюючи економічні труднощі, спричинені війною.

Отже, Чернігівська область має значний туристично-рекреаційний потенціал завдяки своїм природним ресурсам, культурно-історичним пам'яткам та розвиненій культурній спадщині. Проте цей потенціал не використовується повною мірою через низку проблем. Основними перешкодами для розвитку туристичної галузі є недостатній рівень маркетингових досліджень, слабе інформаційно-рекламне забезпечення на національному та міжнародному рівнях, а також обмежена туристична інфраструктура, зокрема недостатня кількість комфортних готелів і слабкий доступ до швидкісного Інтернету.

До проблем, що стримують розвиток галузі, також належать низька конкурентоспроможність туристичних продуктів, недостатнє фінансування з боку держави та відсутність кваліфікованих спеціалістів, що ускладнює створення повноцінного туристичного сервісу. Інші виклики включають урбанізацію, яка загрожує збереженню нематеріальної культурної спадщини, та глобалізацію, яка може витіснити місцеві традиції. Ці фактори в цілому обмежують можливості для залучення туристів та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму в області, що впливає на привабливість Чернігівщини для туристів із України та закордону.

Зокрема, вищезазначені проблеми висвітлені у статті професора І. Я. Антоненко та магістра В. С. Харенко. Проблеми розвитку туризму в Чернігівській області також детально описує Н. В. Корнілова (2010).

Крім цього, через військові дії зменшився потік внутрішніх і зовнішніх туристів, що вплинуло на доходи регіону. У дослідженнях експертів

Національної туристичної організації України також зазначається, що відсутність достатнього фінансування і підтримки на державному рівні обмежує можливості розвитку та відновлення туристичної інфраструктури області. До цих проблем додаються недостатні маркетингові зусилля для просування регіону як безпечного та привабливого для туристів, а також обмежена кількість робочих місць, що також впливає на економічну стабільність.

### **2.3. Вплив агресії росії на культурну спадщину Чернігівщини**

Вплив російсько-української війни на культурну спадщину України є надзвичайно руйнівним та масштабним. Станом на 2 жовтня 2024 року ЮНЕСКО підтвердило пошкодження 451 культурної пам'ятки на території України через російську агресію, яка розпочалася 24 лютого 2022 року (UNESCO — Damaged cultural sites in Ukraine). До числа зруйнованих або пошкоджених об'єктів входять 142 релігійні споруди, 227 будівель, що мають історичну або художню цінність, 32 музеї, 32 пам'ятники, 17 бібліотек та 1 архів. Ці дані свідчать про масштабні втрати у сфері культурної спадщини України, які потребують серйозної міжнародної підтримки для відновлення та захисту національних скарбів. Чернігів, одне з найдавніших міст України, зазнало серйозних руйнувань внаслідок обстрілів та бомбардувань. Багато культурно-історичних пам'яток було знищено, включаючи історичні будівлі, школи, музеї. Деякі з цих споруд були не просто архітектурними шедеврами, але також мали символічне значення для місцевої громади та зберігали багату історію регіону.

Російська агресія завдала значної шкоди культурній спадщині Чернігівщини, включаючи руйнування та пошкодження багатьох історичних та культурних об'єктів.

Серед найбільш постраждалих споруд є:

Історична будівля обласного молодіжного центру (колишній кінотеатр ім. Щорса): Ця будівля використовувалась для кінопоказів, а пізніше як



молодіжний центр. Під час обстрілів вона зазнала пошкоджень, зокрема часткових руйнувань фасаду.

Церква Святого Феодосія – Чернігів: Релігійна споруда, пошкоджена під час боїв. Її архітектура зберігає унікальні риси, однак зовнішня і внутрішня частини зазнали пошкоджень через артилерійські удари.

Військово-історичний музей – філія Чернігівського історичного музею: Музей, присвячений військовій історії регіону, частково зруйнований внаслідок бойових дій.

Чернігівська обласна бібліотека для молоді (колишній музей українських старожитностей В. Тарновського): Будівля колись була відомим музеєм старожитностей, а сьогодні – обласною бібліотекою для молоді. Пошкоджена під час обстрілів, втратила частину інтер'єрів і книгосховища.

Катерининська церква: Одна з найвідоміших церков Чернігова, була пошкоджена під час авіаударів. Її купол та стіни зазнали значних руйнувань.

Будинок колишнього окружного суду (1904 р.): Архітектурна пам'ятка початку ХХ століття, пошкоджена під час обстрілів.

Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека ім. В.Г. Короленка (1910-1913 рр.): Історична бібліотека, зазнала руйнувань під час бойових дій.

Казанська церква: Пам'ятка релігійної архітектури постраждала через артилерійські удари, її стіни та дах частково зруйновані.

Меморіальне кладовище з каплицею Святого Архангела Михаїла (2014-2021 рр.): Меморіал, побудований на честь загиблих, постраждав від обстрілів, проте саму каплицю вдалося зберегти.

Церква Вознесіння Господнього – Лукашівка: Церква, що під час окупації була використовувана як склад зброї та штаб, зазнала значних руйнувань після вибуху боєприпасів.

Церква Успіння Пресвятої Богородиці (1801-1804 рр.) – Новий Биків: Релігійна споруда, постраждала під час активних бойових дій, зокрема вибухів та обстрілів.

Центральна міська бібліотека ім. М. Коцюбинського: Культурний центр і бібліотека, пошкоджена під час обстрілів.

Обласний художній музей ім. Галагана (1899 р.): Музей з колекцією мистецьких творів, зазнав руйнувань через обстріли.

Будинок культури – Іванівка: Будинок культури зазнав пошкоджень під час бойових дій.

Меморіальний будинок-музей і садиба Михайла Коцюбинського: Цей музей письменника Михайла Коцюбинського частково зруйнований через обстріли, зокрема постраждали як будівля, так і експонати.

Будинок молитви Другої Чернігівської церкви християн-баптистів: Релігійний заклад, що також постраждав від артилерійських обстрілів.

Будівля колишнього Чернігівського пожежного товариства: Історична будівля, зазнала пошкоджень під час активних бойових дій.

Чернігівський обласний драматичний театр ім. Т.Г. Шевченка: Театр зазнав пошкоджень внаслідок артилерійських обстрілів, що торкнулися як фасаду, так і внутрішніх приміщень.

Готель «Десна» (пам'ятка архітектури місцевого значення): Архітектурна пам'ятка постраждала через бойові дії в регіоні.

Будинок, в якому жив письменник Г. Успенський (пам'ятка архітектури місцевого значення): Ця історична будівля була пошкоджена під час обстрілів.

Будівля поштамту (1956 р., пам'ятка архітектури місцевого значення): Архітектурна пам'ятка, зазнала пошкоджень через вибухи та обстріли.

Будинок культури – Семенівка: Місцевий культурний центр, пошкоджений під час бойових дій.

За даними ЮНЕСКО, лише в Чернігівській області було зафіксовано пошкодження 22 культурних об'єктів, і ця цифра зростає (Damaged cultural sites in Ukraine).

Серед пошкоджених об'єктів - релігійні святині, які мали особливе значення для жителів області. Російські окупанти зруйнували численні храми, зокрема деякі з них були пошкоджені під час бойових дій. Храми

Чернігівщини, як і інші в Україні, були не лише духовними осередками, але й частиною культурної ідентичності регіону.

Вознесенська церква стала об'єктом використання російськими військовими, які перетворили її на склад зброї та боєприпасів. Також там був організований військовий штаб. 22 березня 2022 року внаслідок обстрілу території церкви склад і штаб були знищені, що призвело до значних втрат серед окупантів. Під час вибухів боєприпасів, розміщених біля будівлі, храм зазнав серйозних пошкоджень (див. Дод. М). Інтер'єр згорів, а зовнішні стіни були пошкоджені, хоча вони здебільшого залишилися цілими. Також біля храму було знайдено тіла вбитих мешканців, які загинули під час окупації, як повідомила ДСНС України. Моніторингова група виявила, що парафія Вознесіння Господнього була заснована в селі Лукашівка ще у 1781 році. Спочатку на цьому місці стояв дерев'яний храм, який у 1913 році замінили на сучасну цегляну споруду. Після встановлення радянської влади парафію було ліквідовано, а будівля використовувалася як склад. Богослужіння у храмі відновили лише у 1988 році. 26 червня 1989 року Вознесенську церкву визнали пам'яткою архітектури місцевого значення, що підтверджувалося встановленням відповідної таблички. Після здобуття незалежності України цей статус зберігся. Після звільнення від окупації адміністративний статус храму змінився. 24 липня 2022 року місцева громада вирішила перейти під юрисдикцію Православної Церкви України. Уже 1 серпня новопризначений священник ПЦУ провів перше богослужіння на території храму.

У лютому 2022 року будинок Василя Тарновського, який був домом для музею українських старожитностей і нині був обласною бібліотекою для молоді в Чернігові, зазнав серйозних пошкоджень під час російських обстрілів. За інформацією місцевих органів влади, обстріли суттєво пошкодили будівлю, спричинивши руйнування даху, фасаду та внутрішніх приміщень. Ударна хвиля від вибухів розбила вікна і зруйнувала стіни бібліотеки, що призвело до значних втрат бібліотечних фондів та унікальних колекцій.

Будинок Тарновського, побудований у XIX столітті, є важливою архітектурною пам'яткою Чернігова, що несе велике культурне та історичне значення. Відкритий як музей у 1902 році, він містив велику кількість експонатів, що стосуються історії та культури України. Василь Тарновський був видатним меценатом і колекціонером українських старожитностей, зокрема козацьких реліквій та творів мистецтва. Його колекція стала основою для багатьох експозицій у музеях України.

Світовий фонд пам'яток World Monuments Fund спільно з партнерами організував захисне консервування будівлі. Тут використовувався принцип короткочасного збереження, максимум до середини весни, щоб запобігти шкоді від погодних умов. Другий етап передбачав протиаварійні роботи, спрямовані на відновлення зовнішнього вигляду будівлі.

До кінця 2023 року завершили рятівні консерваційні заходи, на які було виділено 35 тисяч доларів. Після вибухів будинок було частково пошкоджено, але основні стіни залишились стояти.

Спасо-Преображенський собор у Чернігові, один з найстаріших храмів України, також зазнав значних пошкоджень внаслідок російських обстрілів у 2022 році. Це є один із найважливіших культурних та релігійних пам'ятників, зведений у XI столітті, який зберігає архітектурні риси давньоруського стилю.

Під час обстрілів постраждала південно-західна вежа собору, зокрема були пошкоджені стіни, які вкрилися уламками. Це права вежа, якщо дивитися на храм спереду, саме та, де відсутні дзвони. Крім того, зазнав пошкоджень і південний вхідний тамбур: стіни покриті слідами від уламків, а віконні шибки були вибиті (див. Дод. Ж.).

У березні 2022 року, під час активних бойових дій у Чернігові, Єлецький Успенський монастир також зазнав пошкоджень. Постраждали дзвіниця кінця XVII століття та оборонні мури монастиря. Основна будівля монастиря значних пошкоджень не зазнала. Зокрема, біля входу в монастир з боку вулиці Єлецької розташований чотириповерховий житловий будинок, між слідчим ізолятором та монастирем. Снаряд влучив у цей будинок, значно його

пошкодивши. Осколки від вибуху потрапили на дзвіницю і стіну Єлецького монастиря, спричинивши ушкодження.

Оборонні мури монастиря, товщиною понад півтора метра, витримали удар, проте було пошкоджено цегляну кладку та місцями відбито штукатурку (див. Дод. Р). Дзвіниця, як один із важливих архітектурних елементів комплексу, також зазнала ушкоджень від уламків, що спричинило значне погіршення її стану.

У Чернігові пошкоджень зазнав комплекс Троїцько-Іллінського монастиря та Єлецький Успенський монастир. Частково зруйнована церква святиителя Феодосія; постраждали Воскресенська, Катерининська та Свято-Казанська церкви, а також меморіал з каплицею архангела Михаїла на кладовищі Яцево. Храми XI-XII століть у чернігівському Дитинці, попри його бомбардування, на щастя, значних ушкоджень не зазнали.

Отже, вплив російської агресії на культурну спадщину України є надзвичайно руйнівним і масштабним. Дії російських військових призвели до серйозних пошкоджень культурно-історичних об'єктів, які є невід'ємною частиною української ідентичності. Як свідчать дані ЮНЕСКО та місцевих органів влади, у Чернігові постраждали ключові архітектурні пам'ятки, музеї, бібліотеки, релігійні споруди, що мають величезне значення для громади та національної історії. Руйнування таких об'єктів, як Спасо-Преображенський собор XI століття, Єлецький Успенський монастир і обласний молодіжний центр, нагадує про безповоротні втрати в культурній сфері. Деякі з цих об'єктів не лише архітектурні шедеври, а й символи духовного життя, об'єднуючі центри для місцевих мешканців.

Підсумовуючи, Чернігівська область має значний потенціал для розвитку туризму завдяки унікальному поєднанню культурної та природної спадщини. Багатство архітектурних пам'яток, серед яких — стародавні храми та історичні маєтки, відображає глибоке історичне коріння регіону. У поєднанні з мальовничими природними ландшафтами, ці об'єкти створюють привабливі умови для розвитку різних видів туризму, від культурно-

пізнавального до екологічного, що робить Чернігівщину цінним туристичним регіоном України.

Чернігівська область має значний туристично-рекреаційний потенціал, однак реалізація цього потенціалу обмежується через різноманітні проблеми. Зокрема, обмежена туристична інфраструктура з недостатньою кількістю комфортних готелів і слабким доступом до швидкісного Інтернету значно стримує розвиток туризму. Крім того, на національному і міжнародному рівнях бракує ефективних маркетингових досліджень і інформаційно-рекламної підтримки, що ускладнює позиціонування області як туристичної дестинації.

Серед додаткових викликів — низька конкурентоспроможність туристичних продуктів, недостатнє державне фінансування та дефіцит кваліфікованих кадрів, що негативно впливає на якість туристичного сервісу. Процеси урбанізації та глобалізації також загрожують традиціям і нематеріальній культурній спадщині, які є важливими складниками туристичної привабливості регіону.

Додатковим негативним фактором є наслідки військових дій, які спричинили скорочення потоку внутрішніх і зовнішніх туристів, що вплинуло на доходи регіону. Відсутність належного фінансування та підтримки з боку держави ускладнює відновлення туристичної інфраструктури, а обмежені маркетингові зусилля для просування регіону як безпечного для подорожей обмежують залучення нових туристів і впливають на економічну стабільність області. Дії російських військових завдали значних пошкоджень культурно-історичним об'єктам Чернігівщини, що є важливою складовою української національної ідентичності. За даними ЮНЕСКО та місцевих органів влади, зруйновані й пошкоджені пам'ятки включають архітектурні шедеври, музеї, бібліотеки та релігійні споруди, які мають особливе значення для регіону та країни загалом.

### **РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО КОНКУРЕНТНО-СПРОМОЖНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

#### **3.1. Шляхи розвитку культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області**

Культурна спадщина є основою розвитку с пізнавальним туризмом, який активно пропагується в останні роки.

Для того, щоб подолати проблеми недостатньої якості послуг, низької конкурентоспроможності регіону, відсутності розвитку туристичної інфраструктури і культурно-пізнавальний туризм в Чернігівській області досяг вищого рівня, необхідно зосередитися на наступних аспектах:

Інвестиції — приваблення інвестицій для реставрації історичних пам'яток, створення сучасної туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, інформаційні центри), розробки нових туристичних продуктів.

Маркетинг та просування — створення ефективної маркетингової стратегії, яка б дозволила позиціонувати Чернігівщину як привабливий туристичний напрямок. Використання сучасних маркетингових інструментів (соціальні мережі, веб-сайти, туристичні портали).

Співпраця з місцевою владою — активна участь місцевих органів влади у розробці та реалізації туристичних проєктів. Створення сприятливого інвестиційного клімату.

Підвищення кваліфікації персоналу — проведення регулярних тренінгів для працівників туристичної сфери, підвищення рівня їхньої професійної компетентності.

Збереження культурної спадщини — Систематичне проведення реставраційних робіт, розробка програм збереження історичних пам'яток.

Розвиток нових туристичних продуктів — Створення тематичних турів, фестивалів, заходів, які б задовольняли потреби різних категорій туристів.

Співпраця з сусідніми регіонами — Об'єднання зусиль з сусідніми областями для створення спільних туристичних маршрутів.

Створення комфортного туристичного середовища — розробка зручних маршрутів, забезпечення безпеки туристів, створення безбар'єрного середовища.

Перераховані вище заходи допоможуть включити культурну спадщину в економічний і соціальний цикл, які могли б забезпечити повернення коштів, вкладених у роботи на реконструкцію та реставрацію пам'яток, тим самим створити нові робочі місця. Відокремлення культурно-освітніх заходів та рекреаційно-екскурсійного туризму в окремі види діяльності обумовлене спеціальними цілями подорожей, такими як відвідування культурних місць, історичні дослідження, вивчення економіки, природи, науки та місцевих традицій відвідуваних територій. Таким чином, культурно-пізнавальний туризм включає відвідування об'єктів культурної та історичної спадщини. Наявність додаткових культурно-освітніх послуг у турі підвищує цінність загального туристичного продукту, роблячи його більш якісним та привабливим для мандрівників. Проблема створення алгоритму інтеграції об'єктів культурної спадщини в туристичну сферу стає нагальною для керівників таких об'єктів в Україні. Н. В. Погуда та О. В. Чухіна, дослідивши внутрішні та зовнішні виклики у сфері культурної спадщини України, розробили алгоритм розвитку об'єктів культурно-пізнавального туризму, що передбачає наступні етапи (рис. 2.1):



Рис. 2.1. Алгоритм розвитку об'єктів культурно-пізнавального туризму



**I етап.** Створення та аналіз моделі управління об'єктами культурної спадщини, яка враховує вплив різних факторів на подальший розвиток об'єкта та його інвестиційну привабливість.

**II етап.** Розробка маркетингової стратегії для просування об'єкта на туристичному ринку. Основна мета стратегії – створити конкурентну перевагу для залучення туристів.

**III етап.** Організація рекламної кампанії, яка сприятиме інформуванню потенційних споживачів про об'єкт культурної та історичної спадщини. Реклама може здійснюватися через телебачення, радіо, друковані видання та інтернет. Особлива увага приділяється формуванню нових цінностей серед цільової аудиторії та розвитку культурного простору регіону.

**IV етап.** Розвиток в'їзного туризму як додаткового фактору, що підвищує інвестиційну привабливість об'єкта. Завдяки збільшенню туристичного потоку, вкладені кошти, наприклад, у будівництво нових комплексів, можуть бути виправдані економічною віддачею від зростаючого числа відвідувачів у регіоні.

**V етап.** Завершальний етап полягає у створенні позитивного іміджу регіону для підвищення попиту на туристичні послуги об'єкта спадщини. Перш за все, необхідно провести аналіз наявних і потенційних клієнтів, а також підтримувати і розвивати власну клієнтську базу. Далі слід розглянути диференціацію споживачів відповідно до їхніх потреб і прибутковості для організації. Важливо враховувати індивідуальний підхід у комунікації з клієнтами, які є постійними відвідувачами або мають потенціал стати вигідними, роблячи для них персоналізовані пропозиції та наголошуючи на індивідуальних перевагах.

У розвинених країнах політика в галузі збереження культурно-історичної спадщини базується на наступних принципах:

- інтеграція об'єктів культурної спадщини у життя місцевої спільноти;
- охорона та збереження міських ландшафтів;

- створення спеціальних фондів для збереження культурної спадщини, які фінансуються як державою, так і приватними інвесторами;
- державно-приватне партнерство із активним залученням приватного сектору до фінансування та управління культурними проектами;
- надання податкових пільг для організацій та індивідуумів, які інвестують у збереження культурної спадщини.

Принципи управління ресурсами культурно-пізнавального туризму наведені нижче (рис. 2.2):

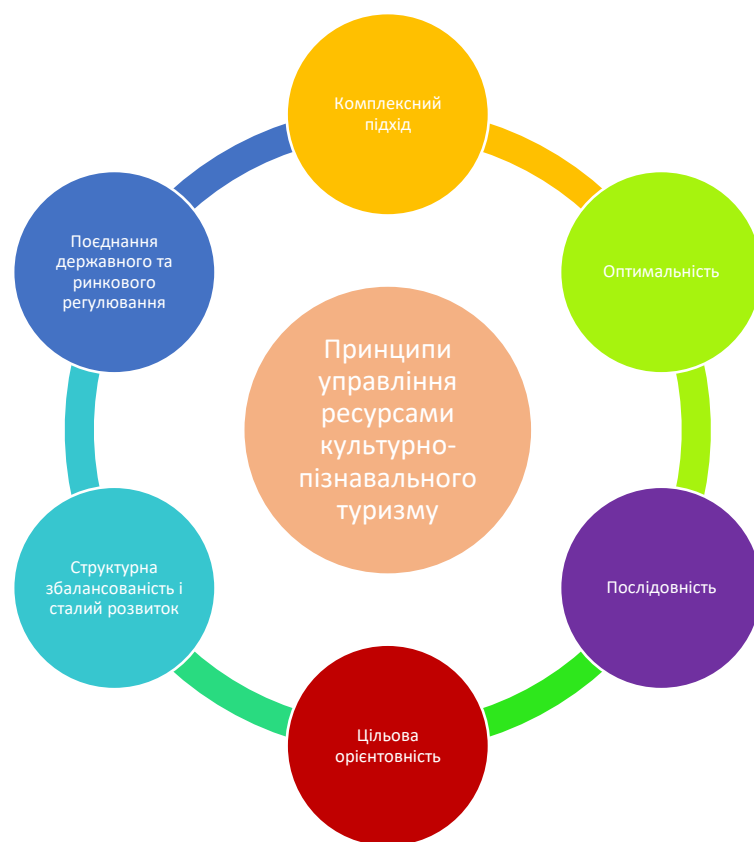


Рис. 2.1. Принципи управління ресурсами культурно-пізнавального туризму

Чернігівська область має великий потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму. Серед основних перспектив можна виділити:

Розвиток тематичного туризму — створення турів, присвячених різним історичним епохам, видатним особистостям, ремеслам.

Популяризація сільського туризму — розвиток агротуризму, створення еко-ферм, організація сільських свят.

Проведення культурних заходів — організація фестивалів, концертів, виставок, які б приваблювали туристів.

Використання цифрових технологій — створення мобільних додатків, віртуальних турів, інтерактивних експозицій.

Розвиток спортивного туризму — організація велосипедних, пішохідних та водних маршрутів.

Співпраця з освітніми закладами — створення навчальних програм для студентів та школярів, спрямованих на популяризацію культурної спадщини регіону.

В свою чергу, для досягнення цих цілей необхідно:

— Провести глибокий аналіз туристичного ринку та визначити основні сегменти туристів, їхні потреби та очікування;

— Розробити ефективну маркетингову стратегію та створити чіткий образ Чернігівщини як туристичної дестинації;

— Залучити до співпраці місцеве населення та розвивати місцеві ремесла, організувати майстер-класи;

— Створити сприятливі умови для інвесторів та забезпечити прозорість процедур, надати податкові пільги.

Щоб зберегти унікальну нематеріальну культурну спадщину Чернігівщини, необхідно застосувати комплексний підхід, який включає в себе низку заходів. Ось основні з них:

**Документація.** Систематичний збір, опис та аналіз інформації про традиції, звичаї, ремесла, обряди та інші елементи нематеріальної спадщини. Це може бути здійснене через проведення фольклорних експедицій, інтерв'ю з носіями традицій, створення відеозаписів та фотоархівів.

**Популяризація.** Активне просування нематеріальної спадщини серед широкої аудиторії. Організація фестивалів, свят, виставок, майстер-класів,

концертів народної музики та танців дозволяє не лише ознайомити людей з традиціями, а й залучити їх до участі у збереженні спадщини.

**Залучення молоді** до процесу збереження нематеріальної спадщини є одним з найважливіших завдань. Для цього можна організовувати молодіжні гуртки, табори, конкурси, де молоді люди матимуть можливість ознайомитися з традиціями, навчитися ремеслам та брати участь у культурних заходах.

**Співпраця з науковцями** та їх залучення до дослідження нематеріальної спадщини дозволяє забезпечити наукову обґрунтованість заходів зі збереження та популяризації. Наукові дослідження допомагають краще зрозуміти походження, значення та функції різних елементів спадщини.

**Створення сприятливих умов для розвитку ремесел.** Необхідно створити умови для розвитку традиційних ремесел шляхом надання майстрам матеріалів, інструментів, робочих місць, а також організації виставок та ярмарків для реалізації їхніх виробів.

**Залучення органів місцевого самоврядування** до процесу збереження нематеріальної спадщини дозволяє розробляти та реалізовувати місцеві програми підтримки традиційних ремесел, організації культурних заходів та створення музеїв.

**Міжнародне співробітництво.** Співпраця з міжнародними організаціями та іншими країнами дозволяє обмінюватися досвідом, залучати додаткові ресурси та підвищувати престижність нематеріальної спадщини регіону.

Отже, необхідні умови для успішного розвитку культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області включають комплексний підхід до інфраструктурного забезпечення, активну співпрацю між місцевими громадами, державними установами та приватним сектором, а також систематичну реалізацію маркетингових стратегій. Важливою є також інвестиційна підтримка для відновлення та збереження культурних пам'яток, що потерпіли від руйнівних наслідків війни, зазначених нижче, а також

розробка нових туристичних маршрутів, що підкреслюють унікальність регіону.

### **3.2. Етапи створення авторського туру та стратегія його розвитку**

Сьогодні культурно-пізнавальні тури набувають все більшої популярності серед туристів, які прагнуть не лише відпочинку, а й глибокого занурення в історію, культуру та традиції відвідуваних місць. Розробка авторського культурно-пізнавального туру — це складний, багатоступеневий процес, який вимагає ретельного аналізу ринку, розуміння цільової аудиторії та креативного підходу. Такий тур не тільки має відрізнитися унікальною концепцією, але й пропонувати різноманітні культурні та інтерактивні елементи, які зможуть задовольнити очікування навіть найвимогливіших туристів.

**I Етап.** Аналіз ринку і цільової аудиторії включає дослідження конкурентів, сегментацію аудиторії і збір відгуків. На етапі аналізу конкурентів визначаються основні туристичні пропозиції на ринку, їхні сильні та слабкі сторони, а також можливості для створення унікального продукту. Сегментація аудиторії дозволяє окреслити портрет потенційного клієнта, включаючи його вік, інтереси, бюджет та потреби. Збір відгуків від туристів, які вже мають досвід культурно-пізнавальних подорожей, допомагає зрозуміти, на що звертають увагу мандрівники і що може зробити тур привабливішим.

**II Етап.** Формування концепції та тематики туру передбачає вибір головної ідеї, яка буде лягати в основу подорожі. Це може бути конкретний аспект місцевої культури, історія, архітектура, етнографія або щось інше, що привертає увагу туристів. Далі розробляється сценарій туру — послідовність подій та місць, які будуть відвідуватися, а також основні теми для обговорення. Визначення тривалості туру є важливим для балансу між насиченістю програми і комфортом туристів.

**III Етап.** Планування маршруту охоплює підбір локацій, які будуть цікавими та доступними для аудиторії, а також побудову послідовності відвідувань. При цьому враховується зручність транспортування між локаціями, відстань, час у дорозі та доступність місць. Окрім цього, особлива увага приділяється забезпеченню безпеки маршруту.

**IV Етап.** Розробка програми культурно-пізнавальних заходів включає вибір типів активностей, які найбільше відповідають тематиці туру. Це можуть бути екскурсії, майстер-класи, інтерактивні ігри або навіть участь у місцевих культурних заходах. Також проводиться пошук експертів та партнерів — наприклад, гідів, істориків або художників, які зможуть додати особливого колориту програмі. Додатково інтерактивні елементи, як-от квести чи завдання, дозволяють туристам зануритися у культурний контекст і підвищують їхню зацікавленість.

**V Етап.** Маркетинг і просування туру передбачають розробку стратегії просування через соціальні мережі, рекламу та партнерства з іншими туристичними компаніями. Важливим є створення привабливого візуального оформлення — логотипу, бренду, загальної стилістики туру. Розробка контенту, такого як пости, статті, фото і відео, допомагає привернути увагу до туру та зацікавити аудиторію.

**VI Етап.** Формування ціни та розрахунок бюджету охоплюють детальний підрахунок витрат на логістику, проживання, харчування та оплату праці персоналу. Далі визначається цінова політика туру, враховуючи ринкові ціни та сегменти аудиторії. Пропозиція різних пакетів — наприклад, економ, стандарт і преміум — дозволяє залучити широку аудиторію з різними бюджетами.

**VII Етап.** Організація логістики та координація з партнерами включають резервування транспорту, проживання і харчування, що є обов'язковими для забезпечення комфорту туристів. Співпраця з місцевими партнерами забезпечує необхідні послуги та дозволяє оптимізувати витрати.

Крім цього, для мінімізації ризиків та збоїв у роботі туру укладаються угоди з постачальниками і оформлюється страхування.

**VIII Етап.** Підготовка матеріалів та інформаційного супроводу охоплює створення буклетів, путівників, карт та аудіогідів, які туристи можуть використовувати під час подорожі. Для забезпечення високого рівня обслуговування проводяться тренінги для персоналу — гідів та організаторів. Підготовка також передбачає введення механізмів для отримання зворотного зв'язку від туристів, що дозволяє вдосконалювати тур у майбутньому.

**IX Етап.** Моніторинг та оцінка результатів після туру включають аналіз фінансових показників та рентабельності проекту, збір і обробку зворотного зв'язку від учасників туру для визначення сильних та слабких сторін туру. На основі цих даних коригується стратегія розвитку, вдосконалюється програма та визначаються нові можливості для просування.

Стратегія розвитку культурно-пізнавального туру включає розширення географії, підвищення якості обслуговування, інтеграцію інновацій, стабільне просування бренду та адаптацію до нових ринкових умов. Це дозволяє турові залишатися актуальним і привабливим для аудиторії, забезпечуючи його постійний розвиток і зростання популярності.

Для прикладу як можна використовувати стратегії розвитку, було створено авторський тур: «Скарби давньої Чернігівщини» (див. Дод. Ш).

Категорія: культурно-пізнавальний тур. Цільова аудиторія: туристи віком від 14 до 18 років, зацікавлені у вивченні історії та культури України. Тривалість: 1 день, приблизно 8-10 годин.

07:00-07:15 – Зустріч у Києві. Збір групи біля станції метро «Чернігівська». Трансфер на комфортабельному автобусі з Києва до Чернігова (130 км, близько 2 годин в дорозі).

07:15-09:15 – Переїзд з Києва до Чернігова. Під час подорожі розповідь гіда про історію Чернігова та його роль у Київській Русі.

09:30-10:30 – Спасо-Преображенський собор. Приїзд групи до Чернігова і до 1-ої точки маршруту – Спасо-Преображенського собору. В ньому туристи

знайомляться з унікальними архітектурними рішеннями XI століття, бачать стародавні фрески XIX століття і поховання князів. Екскурсія займає близько 1 години.

10:45-11:30 – Борисоглібський собор. Після Спасо-Преображенського собору екскурсанти направляються до Борисоглібського собору – одного з найстаріших соборів XII століття, де зберігаються княжі гробниці, що є важливою культурною пам'яткою Чернігівщини.

11:45-12:45 – Антонієві печери. Тут пройде екскурсія в підземному комплексі, а згодом відбудеться інтерактивний квест «Таємниці підземного монастиря», де туристи знаходять та виконують завдання для відкриття цікавих фактів про монастир.

13:00-14:00 – Обід в кафе «ВопАмі». Дегустація місцевої кухні, кафе знаходиться поруч з історичним центром.

14:15-15:00 – Вал (Дитинець). Прогулянка історичною частиною міста, де знаходяться гармати XVIII століття та старовинні фортечні стіни. Пропонується інтерактив: фотосесія в традиційних головних уборах з панорамами міста на фоні.

15:15-16:00 – Будинок Лизогуба. Огляд однієї з небагатьох збережених цивільних будівель XVII століття, вивчення особливостей побуту старовинного Чернігова. Завершення екскурсії пропонується в стилі «живої історії» з можливістю поспілкуватися з екскурсоводом в історичному костюмі.

16:00-18:00 – Повернення до Києва. Повернення до Києва з відпочинком у дорозі. Тур завершується прибуттям на місце збору біля станції метро «Чернігівська».

Орієнтовна вартість одноденного туру «Скарби давньої Чернігівщини», розрахована для 20 учасників і становить приблизно 1405 грн на одного туриста. У цю суму входять усі основні витрати, необхідні для комфортного і насиченого культурно-пізнавального туру з Києва до Чернігова.

Серед транспортних витрат: оренда комфортабельного автобуса для групового переїзду з Києва до Чернігова і назад (260 км) обійдеться в 6000



грн. Додатково враховано витрати на паливо (близько 2000 грн) та оплату водія на день (1500 грн), що разом складає 9500 грн, або 475 грн на кожного учасника.

Послуги гіда, який буде супроводжувати групу протягом усього маршруту, включаючи екскурсійні розповіді під час поїздки, коштують 4000 грн. До цієї суми додано інтерактивний квест "Таємниці підземного монастиря", який відбудеться в Антонієвих печерах та обійдеться в 3000 грн. Загальна вартість екскурсійного супроводу та розважальної програми – 7000 грн, що становить 350 грн на особу.

На обід у кафе «VonAmi», де туристи матимуть можливість скуштувати страви місцевої кухні, виділено по 200 грн на кожного учасника. Для всієї групи з 20 осіб це складе 4000 грн.

Щодо вхідних квитків, для кожного учасника передбачено відвідування чотирьох об'єктів: Спасо-Преображенського собору (60 грн), Борисоглібського собору (50 грн), Антонієвих печер (80 грн) та Будинку Лизогуба (40 грн). Загальна вартість вхідних квитків на одного туриста становить 230 грн, або 4600 грн для всієї групи.

Організаційні витрати, які охоплюють підготовку інтерактивів та реквізитів для фотосесії (традиційні головні убори для панорамних знімків на фоні історичних пам'яток), складуть 1000 грн. Додатково передбачено 500 грн на рекламні матеріали, такі як буклети та мапи, а також резерв на непередбачені витрати (10% від загальної суми) у розмірі 1500 грн. Загальна сума організаційних витрат становить 3000 грн, або 150 грн на одну особу.

Авторський тур «Скарби давньої Чернігівщини» має унікальні риси, які вирізняють його серед інших подорожей Чернігівським регіоном. Основна особливість цього туру полягає у його культурно-пізнавальній та патріотичній складових, з акцентом на популяризацію історії та героїчних вчинків жителів Чернігівщини серед молоді, зокрема старшокласників. Це не лише мандрівка історичними пам'ятками, але й можливість глибше зрозуміти культурну спадщину та сучасні події, які формують національну свідомість.

Під час подорожі до Чернігова екскурсовод ділиться історіями про стійкість місцевих жителів, які рятували ікони, артефакти та інші культурні надбання під час активної фази російсько-української війни. Такий підхід робить тур особливим, адже він не тільки знайомить з історією минулого, а й висвітлює сучасний героїзм українців. Для молодих туристів, які цікавляться історією та патріотизмом, цей тур стає нагодою дізнатися про події, що є частиною сучасної української ідентичності.

Ще однією «родзинкою» туру є знайомство з пам'ятками архітектури, такими як Спасо-Преображенський і Борисоглібський собори, які нині є кандидатами на включення до списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Під час екскурсій туристи можуть на власні очі побачити ці унікальні споруди з їхньою тисячолітньою історією та значенням для культури України. Інтерактивні квести та можливість поринути в атмосферу «живої історії» дозволяють учасникам не просто слухати, а брати активну участь у дослідженні спадщини Чернігівщини.

Тур «Скарби давньої Чернігівщини» об'єднує культурні, історичні та патріотичні елементи, створюючи незабутній досвід, який залишає глибокий слід у молодих мандрівників, надихає на гордість за свій народ та його історію.

Для розвитку авторського туру «Скарби давньої Чернігівщини» можна запропонувати кілька стратегій, спрямованих на розширення його привабливості, вдосконалення програмних елементів та залучення нових клієнтів, а саме:

Поглиблення інтерактивності туру елементами, такими як квести та фотосесії, вже роблять тур привабливим для молоді. Для розвитку цієї концепції можна додати нові інтерактиви, як, наприклад, майстер-класи з історичних ремесел (гравіювання, каліграфія тощо) або використання доповненої реальності для оживлення історичних сцен за допомогою смартфонів. Це збільшить зацікавленість і зробить тур ще більш захопливим.

Враховуючи вік аудиторії (14–18 років), тур може бути адаптований для шкіл як частина освітньої програми. Додавши до туру освітні блоки, що відповідають шкільним програмам з історії та культурології, можна залучити школярів та організувати тури в рамках навчальних екскурсій. Співпраця зі школами і навіть включення туру до навчального плану може значно підвищити його популярність.

Для збільшення видимості туру варто налагодити партнерства з туристичними агентствами, молодіжними організаціями та освітніми установами. Okремо можна розглянути можливість співпраці з компаніями, що орієнтовані на підлітків (наприклад, мобільними операторами, які можуть підтримати просування або провести конкурс, щоб виграти подорож). Це допоможе не лише підвищити популярність туру, а й зміцнити його репутацію як надійного і цікавого продукту.

Враховуючи молодіжну аудиторію, корисно було б створити яскраву маркетингову кампанію в соціальних мережах (Instagram, TikTok), орієнтуючись на візуальні та динамічні формати, які подобаються підліткам. Це можуть бути короткі відео з основними моментами туру, прямі трансляції з екскурсій, а також конкурси на найкращу фото-історію з туру. Залучення блогерів і лідерів думок у сфері подорожей також допоможе розширити охоплення аудиторії.

Щоб залучати аудиторію неодноразово, можна розробити програму лояльності для підлітків і шкіл. Наприклад, за участь у кількох турах туристи можуть отримувати знижки або бонусні активності, такі як додаткові майстер-класи або пам'ятні сувеніри. Це стимулюватиме молодь повертатися або рекомендувати тур друзям.

Хоча тур займає лише один день, розвиток сезонних варіацій маршруту може додати інтересу. Наприклад, зимою додати можливість короткої театралізованої вистави в одному з храмів, а влітку — відвідати додаткову локацію на природі з культурною програмою. Це також дозволить збільшити

кількість туристів і урізноманітнити програму, роблячи її цікавою для повторних відвідувань.

Вивчення Чернігівщини можна подати як серію турів, кожен з яких зосереджуватиметься на окремих аспектах регіону. Один тур може більше сфокусуватися на релігійній спадщині, інший — на історичних постатях або військових пам'ятках. Це допоможе залучити різні групи молоді з особливими інтересами, а також буде корисним для тих, хто хоче глибше познайомитися з регіоном і, можливо, навіть відвідати всі частини серії.

Підсумовуючи, створення культурно-пізнавального авторського туру є складним процесом, що вимагає детального підходу на кожному етапі. Аналіз ринку, формування концепції, планування маршруту та організація логістики — всі ці кроки спрямовані на те, щоб створити тур, що буде цікавим, інформативним та комфортним для учасників. Окрім цього, важливим є включення інтерактивних елементів, освітніх компонентів та партнерств із місцевими організаціями, щоб тур залишався унікальним і затребуваним. Для успішного розвитку такого туру стратегічні напрями зосереджені на інтерактивності та поглибленні досвіду, співпраці з освітніми закладами, ефективному маркетингу у соціальних мережах, а також створенні програм лояльності. Крім того, варіативність туру для різних сезонів та розширення його тематичних акцентів допоможуть підтримувати постійний інтерес серед туристів. Таким чином, поєднання продуманого планування та чіткої стратегії розвитку дозволяє авторському туру не лише задовольняти потреби аудиторії, а й постійно зростати та адаптуватися до нових викликів ринку.

### **3.3. Маркетингові інструменти просування туру**

Просування є ключовою складовою маркетингового комплексу, який туристичні підприємства формують з урахуванням поточних та майбутніх умов туристичного ринку. Проте, навіть ефективне просування та його гармонійне поєднання з іншими елементами маркетингової стратегії не завжди гарантують комерційний успіх туристичних компаній та їхніх продуктів.

Основними методами просування товарів, у тому числі й туристичних послуг, є реклама, персональний продаж, стимулювання збуту та зв'язки з громадськістю. Застосування лише одного з цих інструментів не принесе значного результату — необхідне комбіноване використання різних каналів комунікації для максимального впливу.

Існують різні види реклами туристичних продуктів, серед яких виділяються неналежна реклама, контрреклама та соціальна реклама. Неналежна реклама — це та, що є недостовірною, неетичною або свідомо помилковою, порушує законодавчі вимоги щодо змісту, місця та способу її поширення. Контрреклама — це процес спростування неправдивої інформації з метою усунення її негативних наслідків. Соціальна реклама туристичних продуктів, своєю чергою, спрямована на захист суспільних інтересів та реалізацію благодійних цілей.

**Стимулювання продажу** відіграє важливу роль у просуванні турпослуг. Воно передбачає надання додаткових стимулів для покупців, таких як знижки на тури, безкоштовне обслуговування для тих, хто купує тривалі подорожі, або бонусні послуги (безкоштовний вхід на розважальні заходи, пляж, тенісні корти тощо). Для торгових посередників передбачено прогресивні комісії за перевищення плану продажів і безкоштовні рекламні поїздки для працівників турагентств.

**Прямий маркетинг** полягає у персональній роботі представників туристичної фірми з клієнтами під час особистих зустрічей, презентацій або в торгових залах. Мета цього підходу — зацікавити потенційних покупців у придбанні турів. Він вимагає від співробітників навичок ефективного спілкування та презентації.

**Паблік рілейшнз (PR)** у туристичному бізнесі зосереджені на створенні позитивного іміджу компанії. Ефективно організована PR-кампанія підвищує популярність фірми як на ринку, так і серед широкої аудиторії. PR має кілька важливих переваг: він спрямований на людей, зацікавлених у діяльності компанії; ефективно працює з аудиторією, яка негативно ставиться до

традиційної реклами; дозволяє залучати лояльних клієнтів більш ефективно, ніж інші маркетингові інструменти. Крім того, PR діяльність є відносно недорогою, що робить її доступним методом комунікації для багатьох компаній.

Загалом, всі ці інструменти — реклама, стимулювання продажів, прямий маркетинг і зв'язки з громадськістю — повинні використовуватися комплексно для досягнення максимального ефекту у просуванні туристичних продуктів.

Реклама виступає однією з найпотужніших форм неособистої комунікації, яка використовується для поширення інформації через платні засоби з вказаним джерелом фінансування. Вона має на меті привернути увагу, викликати інтерес, надати корисну інформацію та спонукати до дії. У туристичній сфері застосовуються різні види реклами:

Прямі поштові розсилки дозволяють турфірмам інформувати своїх постійних та потенційних клієнтів про нові тури, послуги чи знижки.

Реклама, за своєю суттю, є засобом передачі інформації про товар або послугу у вигляді, який максимально враховує запити та потреби споживачів. Вона допомагає компаніям донести свої повідомлення до клієнтів, змінити їхню поведінку, залучити до послуг та створити позитивний імідж. Особливо важливо використовувати рекламу для формування позитивної репутації компанії на ринку.

У великих компаніях рекламною діяльністю займаються спеціалізовані відділи, які відповідають за розробку рекламних бюджетів, вибір рекламних агентств та планування заходів. Вони забезпечують не лише розміщення реклами, але й аналізують її ефективність.

Рекламна діяльність туристичних компаній має кілька характерних рис:

Неособистий характер — комунікація здійснюється через посередників, таких як ЗМІ, каталоги, проспекти, що дозволяє звертатися до широкої аудиторії;

Односторонність — реклама діє від компанії до клієнта, а зворотний зв'язок найчастіше виявляється у вигляді дій споживачів;

Інформаційна насиченість — реклама в туристичній сфері зосереджена на передачі максимально детальної інформації про послуги;

Переконливість — реклама повинна використовувати візуальні елементи, які допомагають потенційним клієнтам краще зрозуміти пропозицію.

При цьому важливо пам'ятати, що реклама є досить витратним елементом маркетингової стратегії. Тому для досягнення бажаного ефекту необхідно ретельно планувати цілі, обирати правильні канали розповсюдження та створювати ефективні рекламні повідомлення, орієнтовані на цільову аудиторію.

Аналіз рекламної діяльності передбачає вивчення результатів попередніх кампаній, дослідження поведінки споживачів, оцінку ринку та аналіз вартості рекламних послуг. Такий комплексний підхід допомагає оптимізувати рекламні витрати та підвищити ефективність маркетингових комунікацій.

Для того, щоб ефективно просувати авторський тур Чернігівською областю, маркетингову стратегію можна адаптувати під специфіку цього регіону та обраний туристичний продукт. Оскільки основна цільова аудиторія - це туристи, зацікавлені у культурно-пізнавальному відпочинку, просування повинно бути спрямоване на підкреслення унікальних історичних та культурних аспектів Чернігівщини, таких як архітектурні пам'ятки, музеї, іконопис, а також елементи живої історії, інтерактивні екскурсії та традиційні ремесла.

Реклама в ЗМІ та соціальних мережах — Для просування туру варто активно використовувати соціальні мережі (Instagram, Facebook, YouTube) з акцентом на візуальний контент. Відеоролики, що демонструють мальовничі краєвиди Чернігівської області, туристичні об'єкти та інтерактивні моменти з екскурсії, допоможуть залучити молодшу аудиторію. Окрім того, можна

публікувати статті в локальних та туристичних виданнях, які б детально описували переваги авторського туру, підкреслюючи значущість культурної спадщини Чернігівщини.

Для залучення ширшої аудиторії, зокрема туристів середнього та старшого віку, корисно підготувати детальні брошури з описом кожного етапу туру. Брошури можна поширювати через туристичні агентства, готелі в Чернігові та інформаційні центри для туристів.

Зовнішня реклама та реклама на транспорті — щоб залучити туристів, які вже перебувають у Чернігові або в інших містах регіону, доцільно використовувати рекламу на транспорті та зовнішні банери. Рекламні плакати з основними візуальними елементами туру, такими як архітектурні пам'ятки, а також інформація про місця зупинок туру, можуть привернути увагу спонтанних туристів.

Прямий маркетинг і партнерство з готелями та ресторанами — організація персональних зустрічей з потенційними туристами через туристичні виставки, презентації туру у великих містах та місцевих заходах може допомогти розширити обізнаність про тур. Крім того, співпраця з готелями та ресторанами Чернігівської області для пропозиції пакетів, що включають авторський тур, забезпечить кращий доступ до туристів, які вже цікавляться культурними подорожами.

Акцентування на збереженні історичної спадщини та культурних цінностей Чернігівської області через статті в медіа, інтерв'ю з місцевими істориками та культурними діячами допоможе створити позитивний імідж авторського туру. Організація прес-турів для блогерів та журналістів дозволить забезпечити широку обізнаність про тур і сформувати позитивне враження серед потенційних туристів.

У сучасних реаліях ефективно просування туристичних продуктів для іноземних туристів неможливе без створення веб-сайтів, які одночасно є привабливими з візуальної точки зору і насиченими корисною інформацією.



Створення власного сайту з детальним описом програми туру, інтерактивною картою маршрутів та можливістю онлайн-бронювання спрощує доступ для іноземних туристів, а також в разі підвищує шанс збільшення клієнтської бази. Сайт та сторінки в соціальних мережах можуть містити відгуки, фотогалереї та відео з минулих турів, що сприяє підвищенню довіри та зацікавленості до туру.

Просування туристичних послуг через власний веб-ресурс має цілий ряд переваг перед класичними методами реклами та стимулювання збуту, особливо коли йдеться про залучення туристів з інших країн. До ключових переваг відносяться:

Можливість встановити первинний контакт з іноземною аудиторією та викликати інтерес до туристичних пропозицій;

Оперативне надання актуальної інформації про всі елементи туристичних послуг, пропонованих в Україні;

Постійний доступ до сайту, що дозволяє туристам дізнатися все необхідне у зручний для них час;

Забезпечення інтерактивної комунікації з іноземними туристами та отримання від них зворотного зв'язку;

Можливість збору статистичних даних, таких як кількість відвідувань сайту, відгуки туристів та результати онлайн-анкетувань.

Аналіз наукових матеріалів показав, що деякі аспекти розроблення маркетингових стратегій для просування туристичних продуктів серед іноземних відвідувачів залишаються недостатньо вивченими. Однією з основних проблем є те, що традиційні методи просування, як-от реклама чи стимулювання продажів, не завжди забезпечують ефективну взаємодію з іноземною аудиторією. На нашу думку, вирішення цієї проблеми полягає у впровадженні інноваційних підходів до просування, розроблених на основі сучасних інформаційних технологій, частина з яких уже успішно застосовується на вітчизняному ринку.

Інновації в туристичній сфері варто розглядати як системні нововведення, що сприяють позитивним перетворенням та забезпечують стабільний розвиток індустрії. У сучасних реаліях вони стали об'єктивно необхідними. Впровадження передових інформаційних технологій та створення унікальних туристичних пропозицій є важливими умовами для підтримки конкурентних позицій на ринку. Технологічні інновації останніх двадцяти років зумовили значні трансформації, що спричинили появу нових моделей надання туристичних послуг і реорганізацію структури компаній. Навіть країни зі значним досвідом у туристичному секторі стикаються з потребою впровадження сучасних підходів до управління бізнесом.

Інтернет-технології стали одним із найважливіших напрямків у впровадженні інновацій для просування туристичних продуктів. Використання сучасних систем бронювання, які охоплюють засоби розміщення, транспорт, екскурсійні програми та оздоровчі послуги, а також доступ до інформації про тури, маршрути та туристичний потенціал різних країн і дестинацій, тепер є основним елементом діяльності туристичних компаній.

Завдяки новітнім інформаційним технологіям з'являються нові перспективи для просування туристичних продуктів при відносно низьких фінансових витратах. В таких умовах конкуренція на ринку туристичних послуг стає все більш жорсткою, адже можливості використання цих технологій доступні всім учасникам ринку. Інтернет дозволяє з мінімальними затратами поширювати значну кількість корисної інформації про туристичні компанії, їхні послуги, продукти, умови співпраці та цінову політику. Для успішної роботи туристичних компаній критично важливі швидкість і точність передавання інформації. У зв'язку з цим електронна пошта є однією з найпоширеніших інтернет-послуг у туристичному бізнесі, оскільки вона дозволяє обмінюватися текстовими та візуальними матеріалами з партнерами й клієнтами швидко й без зайвих витрат на телефонний зв'язок.

Інформаційні технології також відкривають широкі можливості для реклами. Туристичні компанії можуть використовувати власні вебсайти, сторінки в соціальних мережах, відеоканали або блоги для просування своїх продуктів. Такий підхід дає змогу розповсюджувати інформацію про компанію серед величезної аудиторії, що розташована в різних країнах, що є критичним фактором для залучення міжнародних туристів.

Водночас, частина фахівців туристичного бізнесу вбачає у впровадженні новітніх технологій не лише переваги, але й потенційні ризики. Широке використання онлайн-систем бронювання готелів, квитків та інших туристичних послуг дозволяє мандрівникам самостійно організовувати свої подорожі, уникаючи послуг туристичних агентств та їхніх посередників. Сьогодні багато користувачів Інтернету можуть самостійно обирати, бронювати та купувати всі необхідні складові своєї подорожі прямо з дому чи через мобільні пристрої, що підвищує конкуренцію та збільшує вимоги до ефективності програм просування.

При впровадженні маркетингової стратегії просування, незважаючи на використання сучасних інструментів, визначальну роль грає якість інформації, що надсилається іноземним туристам, які зазвичай орієнтуються на отримані дані при виборі місця відпочинку. Багато туристів з різних країн активно користуються інтернет-сервісами для бронювання та пошуку інформації. Тому стратегія просування в онлайн-середовищі повинна забезпечувати зручний механізм пошуку та можливість самостійного планування маршруту. Важливим кроком для компанії буде розміщення на сайті детальних брошур з описом маршрутів та актуальними цінами, що може мотивувати іноземних туристів на купівлю певного туру.

Отже, для розробки ефективної стратегії просування туристичного продукту важливим є комплексний підхід до маркетингових інструментів. Використання різноманітних методів — реклами, персональних продажів, стимулювання збуту та PR — дозволяє максимально охопити цільову аудиторію і забезпечити необхідний рівень впізнаваності та довіри до

туристичного продукту. Зокрема, реклама у ЗМІ, каталоги, зовнішня реклама та пряма пошта є важливими каналами інформування потенційних клієнтів. У сучасному туристичному бізнесі інноваційні інформаційні технології відкривають нові можливості для просування, що є надзвичайно важливим у боротьбі за увагу міжнародних туристів.

Створення та просування культурно-пізнавального авторського туру в умовах військової агресії потребує особливого підходу, оскільки війна значно вплинула на культурну спадщину України, завдавши масштабних руйнувань важливим історичним пам'яткам. Це ускладнює доступність деяких об'єктів і вимагає додаткових зусиль для збереження та відновлення культурних місць. Проте, попри труднощі, культурно-пізнавальні тури відіграють надзвичайно важливу роль, оскільки допомагають зберігати національну ідентичність, підвищувати обізнаність про культурні втрати та сприяти єдності українців.

Таким чином, створення і просування авторського туру вимагає поетапного підходу, включаючи аналіз ринку, розробку програми та використання ефективних маркетингових інструментів, адаптованих до сучасних умов. Грамотно побудована стратегія розвитку, що включає інтерактивність, партнерство та інноваційні технології, може забезпечити не тільки привабливість туру, але й сприяти збереженню культурної спадщини.

Водночас, міжнародна підтримка є важливою для відновлення культурних об'єктів, постраждалих від війни, що додатково підкреслює важливість культурного туризму для збереження національних цінностей.

Для успішного розвитку культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області необхідний комплексний підхід до інфраструктурного забезпечення, активна співпраця між місцевими громадами, державними установами та приватним сектором, а також систематична реалізація маркетингових стратегій. Важливою є також інвестиційна підтримка для відновлення та збереження культурних пам'яток, що потерпіли від руйнівних наслідків війни, зазначених нижче, а також розробка нових туристичних маршрутів, що підкреслюють унікальність регіону.

Розробка культурно-пізнавального авторського туру є складним процесом, який потребує ретельного підходу на кожному етапі. Аналіз ринку, формулювання концепції, планування маршруту та організація логістики — усі ці етапи націлені на створення туру, який буде цікавим, інформативним і комфортним для учасників.

Створення та просування авторських культурно-пізнавальних турів в умовах військової агресії вимагає особливого підходу. Війна суттєво вплинула на культурну спадщину України, завдавши серйозних руйнувань важливим історичним пам'яткам. Це ускладнює доступ до деяких об'єктів і вимагає додаткових зусиль для збереження та відновлення культурних місць. Незважаючи на труднощі, культурно-пізнавальні тури виконують надзвичайно важливу роль, адже сприяють збереженню національної ідентичності, підвищують обізнаність про культурні втрати та підтримують єдність українців.

## ВИСНОВКИ

Отже, культурно-пізнавальний туризм — це форма туризму, спрямована на дослідження історико-культурної спадщини, традицій, об'єктів архітектури та визначних місць певного регіону. Він може включати відвідування історичних пам'яток, музеїв, культурних заходів, а також інтерактивні екскурсії, що дозволяють глибше зануритися в культурний контекст.

Якщо розглянути поняття культурно-пізнавального туризму, стає очевидним, що цей вид туризму сприяє збереженню та популяризації національної культурної спадщини та сприяє освітньому аспекту туризму.

Культурно-пізнавальний туризм є комплексним явищем, яке може включати різні підвиди, як-то: історичний, архітектурний, етнографічний та музейний туризм. Історія розвитку культурно-пізнавального туризму бере свій початок у стародавні часи і активно розвивається сьогодні завдяки значному інтересу туристів до пізнання національних традицій та культурних об'єктів. Культурно-пізнавальний туризм у сучасному світі є популярним напрямом, який підтримується багатьма країнами як важливий інструмент для збереження та популяризації культурної спадщини, підтримки локальних спільнот і розвитку економіки. Багато держав та міжнародних організацій, таких як ЮНЕСКО та Всесвітня туристична організація, розробляють спеціальні програми для підтримки культурного туризму.

Культурно-пізнавальний туризм є активно досліджуваною темою в наукових колах, що підтверджується численними працями українських та зарубіжних вчених. Вивчалися різні аспекти цього явища, зокрема його роль у збереженні культурної спадщини, вплив на регіональний розвиток та формування туристичних маршрутів, але дослідження перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму як фактору відновлення туристичної галузі, поки що не був у колі інтересів вітчизняних фахівців.

Аналіз туристично-ресурсного потенціалу Чернігівської області вказує на наявність великої кількості історичних пам'яток, релігійних споруд та

культурних центрів, що створює можливості для розвитку культурно-пізнавальних турів і забезпечує позитивний вплив на місцеву економіку.

Чернігівська область є осередком інтенсивних археологічних досліджень, оскільки тут зосереджено понад 2,4 тисячі історичних пам'яток та понад 2,3 тисячі археологічних знахідок, що перебувають під державною охороною.

Культурне життя області представлене більш ніж тридцятьма музеями та двома архітектурно-історичними заповідниками, фонди яких налічують близько 350 тисяч експонатів.

Чернігівська область має значний туристично-рекреаційний потенціал, однак реалізація цього потенціалу обмежується через різноманітні проблеми. Зокрема, обмежена туристична інфраструктура з недостатньою кількістю комфортних готелів і слабким доступом до швидкісного Інтернету значно стримує розвиток туризму. Крім того, на національному і міжнародному рівнях бракує ефективних маркетингових досліджень і інформаційно-рекламної підтримки, що ускладнює позиціонування області як туристичної дестинації.

Серед додаткових викликів — низька конкурентоспроможність туристичних продуктів, недостатнє державне фінансування та дефіцит кваліфікованих кадрів, що негативно впливає на якість туристичного сервісу. Процеси урбанізації та глобалізації також загрожують традиціям і нематеріальній культурній спадщині, які є важливими складниками туристичної привабливості регіону.

Катастрофічним фактором є наслідки російсько-української війни, які спричинили скорочення потоку внутрішніх і зовнішніх туристів, що вплинуло на доходи регіону. Відсутність належного фінансування та підтримки з боку держави ускладнює відновлення туристичної інфраструктури, а обмежені маркетингові зусилля для просування регіону як безпечного для подорожей обмежують залучення нових туристів і впливають на економічну стабільність області. Дії російських військових завдали

значних пошкоджень культурно-історичним об'єктам Чернігівщини, що є важливою складовою української національної ідентичності. За даними ЮНЕСКО та місцевих органів влади, зруйновані й пошкоджені пам'ятки включають архітектурні шедеври, музеї, бібліотеки та релігійні споруди, які мають особливе значення для регіону та країни загалом. Є доцільним згадати, що два собори Чернігова, а саме Борисоглібський і Спасо-Преображенський включені до переліку кандидатів списку спадщини ЮНЕСКО та мають усі шанси стати частиною списку світової спадщини. За прикладом, Одеса, яка мала статус кандидатів до списку спадщини ЮНЕСКО, увійшла у список об'єктів у 2023 році.

Для успішного розвитку культурно-пізнавального туризму в Чернігівській області необхідний комплексний підхід до інфраструктурного забезпечення, активна співпраця між місцевими громадами, державними установами та приватним сектором, а також систематична реалізація маркетингових стратегій. Важливою є також інвестиційна підтримка для відновлення та збереження культурних пам'яток, що потерпіли від руйнівних наслідків війни, зазначених нижче, а також розробка нових туристичних маршрутів, що підкреслюють унікальність регіону.

Дослідження етапів створення авторського туру дало змогу оцінити можливість створення якісних туристичних продуктів у Чернігівській області для потенційних споживачів культурно-пізнавальних турів.

Розвиток туризму в Україні в останні роки став більш складним через вплив ряду зовнішніх та внутрішніх факторів. Серед них особливо варто відзначити ті, що стали несподіваними для нашої країни, зокрема зовнішні чинники. Через це постала необхідність використання сучасних інструментів державної політики, які сьогодні мають підтримувати мінімальне функціонування туристичної галузі, а в післявоєнний період – сприяти її стабільному розвитку. Попри складну ситуацію в туристичній сфері, післявоєнна Україна має зробити її ключовою складовою стратегії економічного відновлення. Проте працювати над цим потрібно вже сьогодні.



Зокрема, слід включити розвиток туризму в програми післявоєнного відновлення, розпочати переговори зі світовими готельними мережами щодо їх виходу на український ринок, підготувати масштабну маркетингову кампанію для зарубіжних ринків та розробити нові туристичні програми.

Чернігівщина має потенціал стати розвиненим туристичним напрямком, завдяки унікальному культурному спадку, історичним пам'яткам та зростаючому інтересу до культурно-пізнавального туризму в регіоні. А завдяки зусиллям чернігівців, які проявляють героїзм у збереженні культурної спадщини та історичної пам'яті під час російсько-української війни, збереження та розвиток регіону стає здійсненим.

## РЕЗЮМЕ/ RESUME

**Турло Максим Владиславович**

### **Культурно-пізнавальний туризм в Чернігівській області**

Випускню кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню сучасного стану та перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму, зокрема у Чернігівській області. Визначено теоретичні та методичні засади культурно-пізнавального туризму, розглянуто його сутність, місце та роль у туризмі загалом. Простежено історію розвитку культурно-пізнавального туризму та визначено його особливості. Проведено оцінку наукового опрацювання теми, проаналізовано ресурсний потенціал Чернігівської області для розвитку цього напрямку, а також визначено ключові проблеми та перспективи його розвитку. Розроблено етапи створення авторського туру та представлено авторський тур до Чернігівської області для споживачів культурно-пізнавального туристичного продукту.

Для проведення теоретичного аналізу автор залучив електронні та друковані видання зарубіжних і вітчизняних науковців, матеріали конференцій і статей, інформацію з офіційних державних веб-сайтів, дані Державної служби статистики України та інших статистичних джерел, а також законодавчі акти України.

Висновок цього дослідження дає чітко зрозуміти, що культурно-пізнавальний туризм є важливим напрямом для збереження та популяризації культурної спадщини, а також стимулом для розвитку регіональної економіки. Аналіз ресурсного потенціалу Чернігівської області вказує на значні можливості для розвитку туризму.

Ключові слова: культурно-пізнавальний туризм, туристичний продукт, ресурсний потенціал, авторський тур, Чернігівська область.

## **RESUME**

### **Turlo Maksym Vladyslavovych** **Cultural and educational tourism in the Chernihiv region**

The graduation thesis is dedicated to the study of the current state and development prospects of cultural-cognitive tourism, particularly in the Chernihiv region. The theoretical and methodological foundations of cultural-cognitive tourism are determined, with an examination of its essence, role, and position within the broader tourism industry. The history of cultural-cognitive tourism development is traced, and its unique features are identified. An assessment of the scientific development of the topic was conducted, the resource potential of the Chernihiv region for the growth of this sector was analyzed, and key problems and prospects for its development were identified. The stages of creating an author's tour were developed, and an author's tour to the Chernihiv region for consumers of a cultural-cognitive tourism product was presented.

To conduct the theoretical analysis, the author consulted electronic and printed publications by foreign and domestic scientists, conference materials and articles, information from official state websites, data from the State Statistics Service of Ukraine, and other statistical sources, as well as legislative acts of Ukraine.

The conclusions of this study highlight that cultural-cognitive tourism is an essential direction for preserving and promoting cultural heritage, as well as a stimulus for the development of the regional economy. An analysis of the resource potential of the Chernihiv region indicates significant opportunities for tourism development.

Keywords: cultural-cognitive tourism, tourist product, resource potential, author's tour, Chernihiv region.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

- Автограф М.Грушевського в «Книзі запису одвідувачів та екскурсій по Чернігівському губерніальному історичному архіву».  
<https://cn.archives.gov.ua>.
- Антоненко, І. Я. & Харенко, В. С. (2020). Розвиток туристичного потенціалу Чернігівського регіону. *Національний університет харчових технологій*.  
[http://www.investplan.com.ua/pdf/2\\_2020/6.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2020/6.pdf).
- Бейдик, О. О. (2001). *Туристичні ресурси України: Методологія та зональна оцінка*. Київ: Альтерпрес, 400 с.
- Борисоглібський собор.  
<https://oldchernihiv.com/borisoglibskiy-sobor/>.
- Вандрівка – Єлецький монастир.  
<https://vandrivka.com.ua/yeletskij-monastir-m-chernigiv/>.
- Верменич, Я. В. (2001). Історична регіоналістика в Україні. *Український історичний журнал*, 6, 5–29.
- Георгадзе, О. І. (2016). *Туристичний потенціал Чернігівщини: культурні та природні ресурси*. Київ: Видавництво Київського університету.
- Кабашна, Т. П. (2016). Потенціал розвитку туристичних ресурсів Чернігівщини. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету*, 144, 112–120.
- Кифяк, В. Ф. (2008). *Організація туристичної діяльності*. Чернівці, 300 с.
- Корнілова, Н.В. (2010). *Проблеми розвитку туризму в Чернігівській області* с. 65—71.
- Котюх, Ю. М., & Антоненко, І. Я. (2017). *Історико-культурна спадщина Чернігівської області: стан та перспективи розвитку*.  
<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5854>.
- Лебедева, І.М. (2021). Перспективи залучення музеїв Києва історичного профілю до туристичної діяльності. У *Стратегічні пріоритети в XXI столітті: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції* (с. 26–29). Київ: СПД-ФО Пшонківський О.В.
- Лебедева, І.М. (2023). Соціальні аспекти становлення туризму. У *Ad orbem per linguas. До світу через мови: Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції «Наративи сучасної України у світовій геополітиці»* (с. 517–518). Київ: Видавничий центр КНЛУ.

- Лебедева, І.М. (2021). Особливості використання культурної спадщини первісної доби в туризмі. У *Ad orbem per linguas. До світу через мови: Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції* (с. 584–585). Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- Лебедева, І.М. (2022). Дерев'яна сакральна архітектура України як туристичний ресурс. У *Ad orbem per linguas. До світу через мови. Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції «Україна у транскультурному й мультимодальному світі»* (с. 447–449). Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- Панкова, Є. В. (2003). *Туристичне краєзнавство*, Київ: Альтерпрес.
- Петрова, А. П. (2018). *Культурно-історичні пам'ятки як об'єкт туристичного інтересу: приклад Чернігівської області*, Краєзнавство, (с. 50–61).
- Погуда, Н. В. & Чухіна, О. В. (2019). Стратегічні напрями розвитку в Чернігівській області. *Національний університет харчових технологій*, Київ.
- Подорож Михайла Грушевського до Чернігова.  
<https://immh.kyiv.ua/ua/ukrayinska-ravenna-br-podorozh-mihayla-grushevskogo-do-chernigova/>
- Пошкоджені російськими обстрілами пам'ятки культури.  
<https://suspilne.media/chernihiv/358110-ak-na-cernigivsini-vidnovluut-poskodzeni-rosijskimi-obstrilami-pamatki-kulturi/>.
- Пошкоджені церкви Чернігова.  
<https://www.0462.ua/news/3367926/cerkvi-vcilili-ale-kilka-budivel-maut-serjozni-poskodzenna-andrij-gluhenkij>.
- Пятницька церква.  
<https://vandrivka.com.ua/p-yatnitska-tserkva-m-chernigiv/>.
- Соломаха, М. П., & Колесников, І. В. (2017). Культурно-пізнавальний туризм як форма збереження історичної спадщини регіону. *Вісник Харківського національного університету*, 30–45.
- Спасо-Преображенський собор.  
<https://oldchernihiv.com/spaso-preobrazhenskiy-sobor/>.
- Смаль, І. В. (2010). Екологічний туризм та сталий розвиток у Карпатському регіоні. *Науковий вісник Чернівецького університету*. с. 76–85.
- Ткаченко Т.В. (2012). Організація культурно-пізнавального туризму. Сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету*. с. 222-226.

<https://tgrs.khmnu.edu.ua/konkurs-uni-tourchallenge/>.

Тонкошкур, М. В. (2010). Туристське країнознавство. *Харк. нац. акад. міськ. господарства.*, 473 с.

Троїцько-Іллінський монастир.

<https://ukrainaincognita.com/chernigivska-oblast/chernigiv/chernigiv-troitsko-illinskyi-monastyr>.

Туризм: перспективи та реалії сталого розвитку (2014). *Матеріали Міжнар.наук. практ. конф.* 418 с.

Українська Равенна: Проф. М.Грушевський у Чернігові. Діло 1924. 192 (10 285 ). с. 2.

Чаплінський, Ю.Б. (2009). Управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств: автореф. КНТЕУ, 26 с.

Чернігівська обласна державна адміністрація.

<https://cg.gov.ua/index.php?id=31213&tp=1>.

Archambault, Paul (2002). Herodotus (с. 480–с. 420). In *Amoia, Alba della Fazia; Knapp, Bettina Liebowitz*. Multicultural Writers from Antiquity to 1945: a bio-bibliographical sourcebook. Greenwood Publishing Group.

Butler, R. W. *The Concept of a Tourist Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. The Canadian Geographer. – 1980. – Vol. 24(1). – P. 5–12.

Chernihiv Regional Library for Youth.

<https://www.wmf.org/project/chernihiv-regional-library-youth>.

Cultural tourism & COVID19.

<https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>.

Damaged cultural sites in Ukraine verified by UNESCO.

<https://www.unesco.org/en/articles/damaged-cultural-sites-ukraine-verified-unesco>.

Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The Routledge handbook of tourism and sustainability*. Abingdon, UK: Routledge.

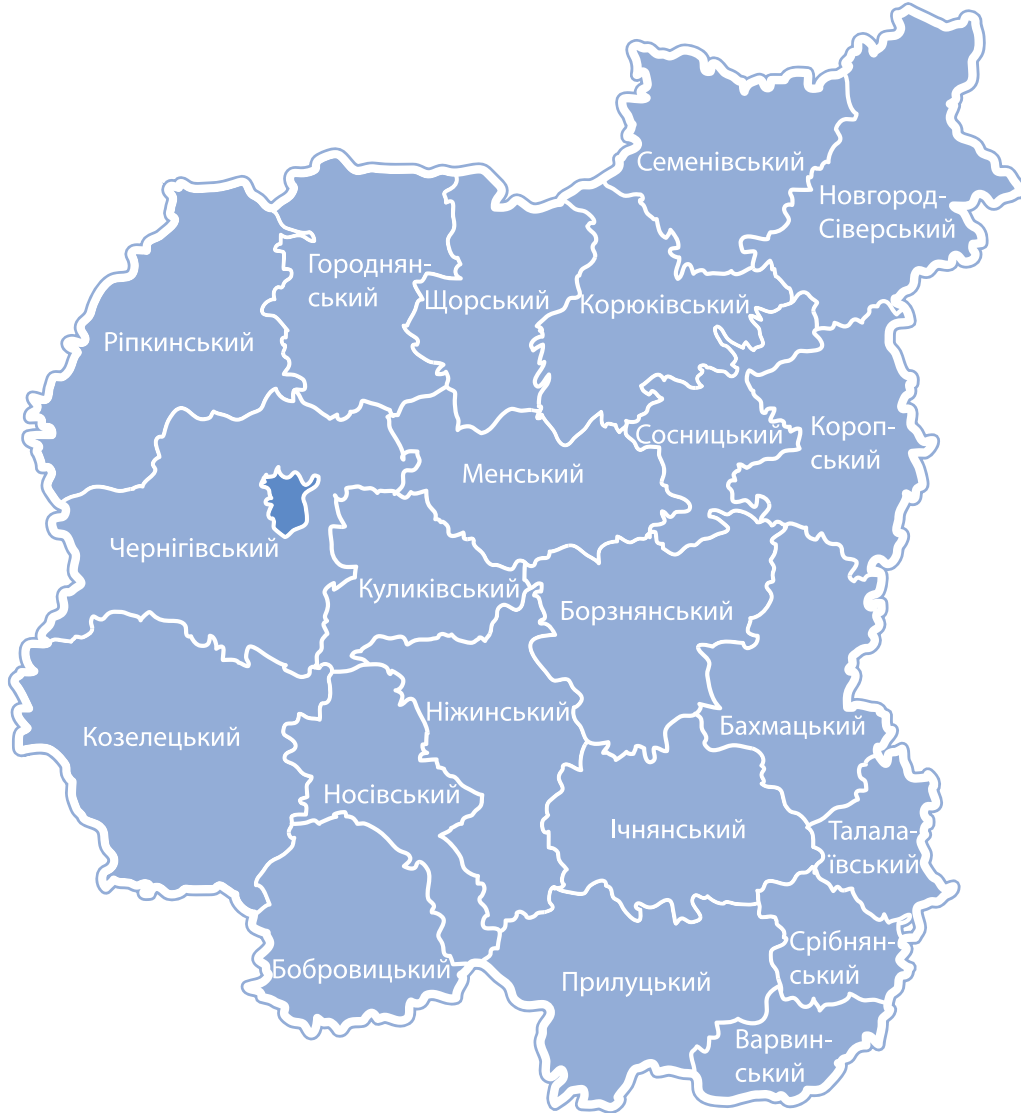
International Tourism Back to 60% of Pre-Pandemic Levels in January-July 2022.

<https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022>.

Marco, Polo – *Book on the Diversity of the World*.

[https://www.researchgate.net/publication/320140807\\_Marco\\_Polo\\_Nicknamed\\_the\\_Million\\_and\\_His\\_Book\\_on\\_the\\_Diversity\\_of\\_the\\_World](https://www.researchgate.net/publication/320140807_Marco_Polo_Nicknamed_the_Million_and_His_Book_on_the_Diversity_of_the_World).

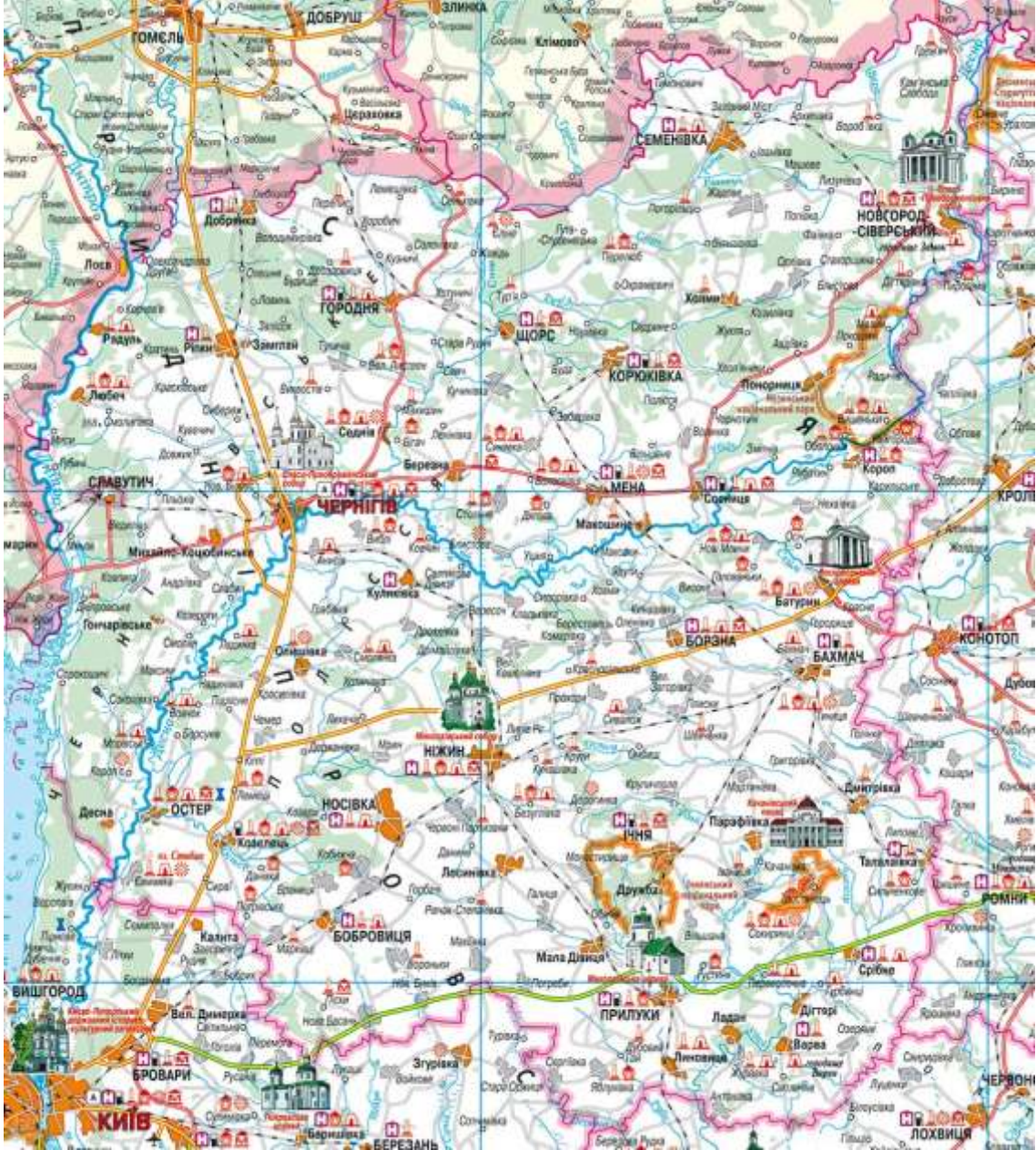
- Riegel, Jeffrey (2012). Confucius. *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Stanford University.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. – CAB International.
- Richards, G. (2003). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford, UK: CABI.
- Thomas, C. – Autobiography.  
<https://www.britannica.com/money/Thomas-Cook>.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Travel in the middle ages – Guillaume de Machaut.  
<https://www.bloomsburymedievalstudies.com/encyclopedia-chapter?docid=b-9798400676840&tocid=b-9798400676840-0002786>.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- UNESCO mission to study damage to cultural monuments caused by Russian shelling launches in Chernihiv.  
[https://risu.ua/en/unesco-mission-to-study-damage-to-cultural-monuments-caused-by-russian-shelling-launches-in-chernihiv\\_n143678](https://risu.ua/en/unesco-mission-to-study-damage-to-cultural-monuments-caused-by-russian-shelling-launches-in-chernihiv_n143678).
- UNWTO – Cultural tourism.  
<https://www.unwto.org/tourism-and-culture>.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020). Tourism Highlights.  
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019). International Tourism Highlights. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.

**ДОДАТКИ****Додаток А****Карта Чернігівської області**



## Додаток Б

### Туристична карта Чернігівської області



Додаток В

Автограф М.Грушевського в «Книзі запису одвідувачів та екскурсій по Чернігівському губерніальному історичному архіву» (6-9 липня 1924 р.)

№	Дата	Місце	Ім'я	Вік	Професія	Відомості	Підпис	Інше
1	15/7	Смугинин І. Андрій Чернігівщина 1910	40	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
2	17/7	Будяк І. Микола Чернігівщина 1910	6	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
3	20/7	Брилов Василь Євдокимович	1	Студент	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
4	22/7	Кашинський Петро Іванович	1	Проф.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
5	24/7	Фассельс Валентин Фридрихович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
6	25/7	Будяк І. Микола Чернігівщина 1910	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
7	26/7	Будяк І. Микола Чернігівщина 1910	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
8	6-9/7	Григорьевич Михайло Іванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
9	10/7	Алексеев Михаил Иванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
10	20/7	Щемелюк Валентин Євдокимович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
11		Корошук Валентин Іванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
12	8/7	Борис Іванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
13		Борис Іванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
14	20/7	Михайлов Михаил Иванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
15		Михайлов Михаил Иванович	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		
16		Краснов Валентин Васильевич	1	Чорн.	Архив. Дел. Державн. на урядових справ.	В. Грушевський		



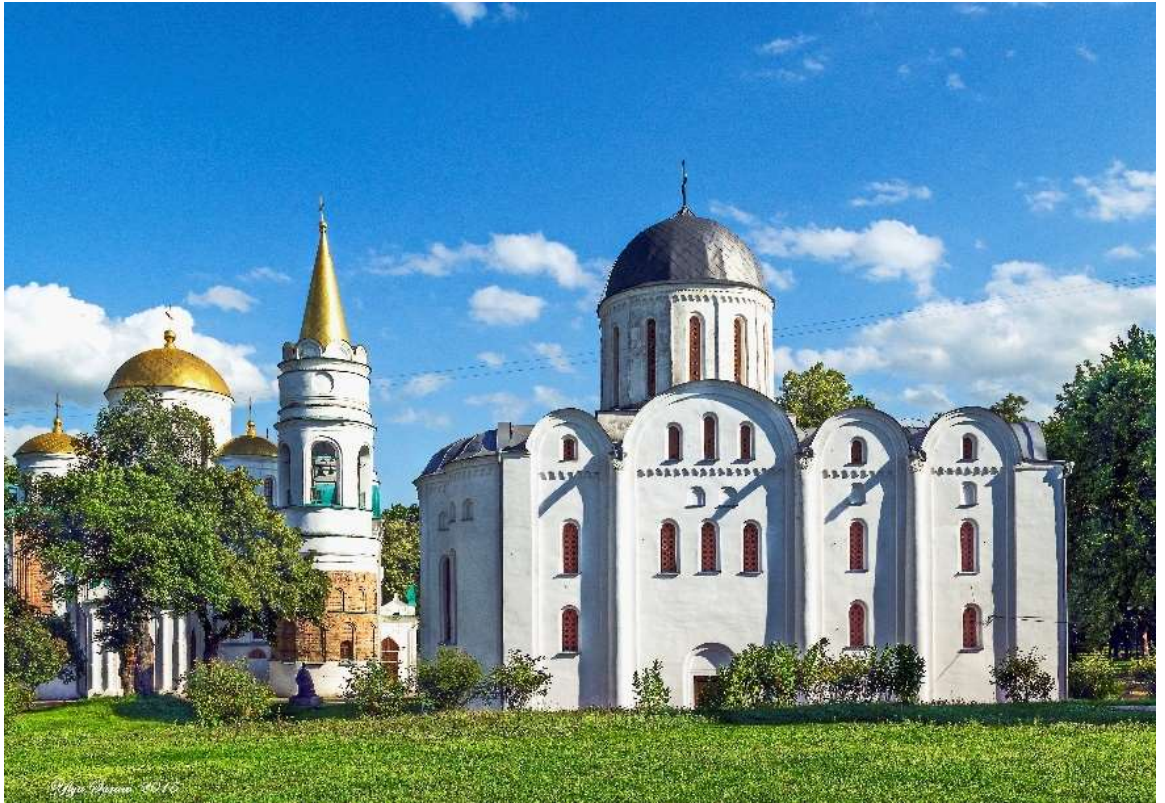
**Додаток Г**  
**П'ятницька церква**



**Додаток Д**  
**Єлецький монастир**



**Додаток Е**  
**Борисоглібський собор**



**Додаток Ж**  
**Спасо-Преображенський собор**





**Додаток К**  
**Троїцько-Іллінський монастир**



**Додаток Л****Зруйнований росіянами Будинок Василя Тарновського**



**Додаток М****Пошкоджена росіянами Вознесенська Церква в с. Лукашівка**

**Додаток Н**  
**Посічений осколками Спаський собор**



**Додаток П**

**Снаряд біля Хрещальні Спаського собору**



**Додаток Р**  
**Пошкоджені мури та дзвіниця Єлецького монастиря**





**Додаток С**  
**Мезинський національний природний парк**



**Додаток Т**  
**Регіональний ландшафтний парк «Міжріччинський»**



## Додаток У

### Пошкоджена Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека ім. В.Г. Короленка





### Додаток Ф

**Зруйнована історична будівля обласного молодіжного центру (колишній кінотеатр ім. Щорса)**





**Додаток Х**  
**Напівзруйнована церква Святого Феодосія**

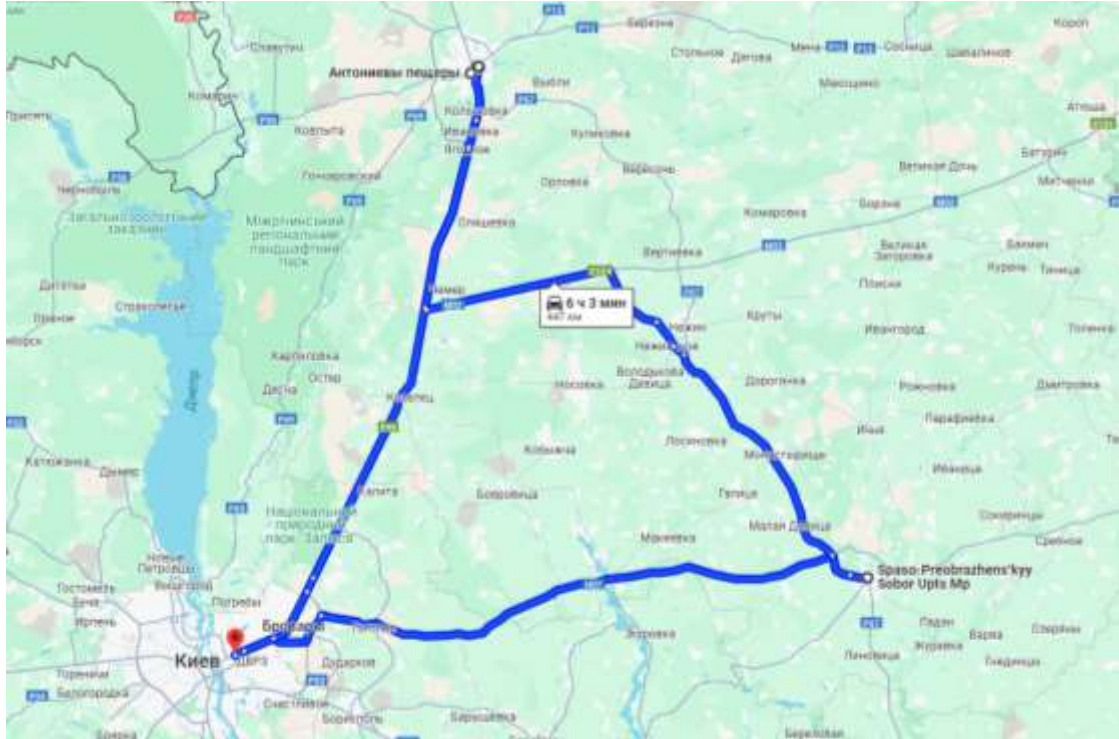


**Додаток Ц**  
**Пошкоджена будівля поштамту (1956 р.)**



## Додаток Ш

## Маршрут авторського туру «Скарби давньої Чернігівщини»



**Додаток Ш**  
**Свято-Георгіївська церква (Седнів)**



**Додаток Ю****Історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім»**



**Додаток Я****Національний історико-культурний заповідник «Качанівка»**

**Додаток А.2****Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця»**

**Додаток Б.2****Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів  
стародавній»**