

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

Створення інноваційних культурних маршрутів як інструмент інтегрованого розвитку туризму та збереження спадщини (на прикладі Житомирської області).

за спеціальністю: 242 Туризм
галузі знань: 24 Сфера обслуговування
за освітньо-професійною програмою: Туризм
на здобуття освітнього ступеня: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра
здобувача денної форми навчання
IV курсу
групи «Організація туристичної діяльності»
Кравченко Нікіта Артемович

Науковий керівник:
К.геогр.н. ас. Гринюк Діана Юрівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КУЛЬТУРНИХ МАРШРУТІВ	7
1.1. Сутність, види та функції культурних маршрутів в контексті розвитку туризму	7
1.2. Інноваційні підходи до створення культурних маршрутів: світовий досвід.....	10
1.3. Методика дослідження культурної спадщини як ключового ресурсу для формування туристичних маршрутів	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КУЛЬТУРНИХ МАРШРУТІВ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	20
2.1. Характеристика туристично-рекреаційного потенціалу та аналіз наявних об’єктів культурної спадщини	20
2.2. Характеристика туристично-рекреаційного потенціалу Житомирщини та аналіз наявних об’єктів культурної спадщини	29
2.3. Сучасний стан та проблеми розвитку культурного туризму в Житомирській області.....	31
2.4. Перспективи та можливості створення інноваційних культурних маршрутів у Житомирській області.....	33
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОЇ КОНЦЕПЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО КУЛЬТУРНОГО МАРШРУТУ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ.....	36
3.1. Обґрунтування концепції інноваційного культурного маршруту для обраного регіону/об’єкту	36
3.2. Програма та зміст інноваційного культурного маршруту	47
3.3. Рекомендації щодо впровадження та промоції інноваційного культурного маршруту	50
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ.....	65

ВСТУП

У сучасному глобалізованому світі туризм дедалі більше постає не лише як форма дозвілля, а як вагомий соціокультурний та економічний чинник, здатний генерувати сталий розвиток регіонів, зміцнювати культурну ідентичність, сприяти збереженню спадщини та активізувати участь місцевих громад. Особливої актуальності набуває культурний туризм – форма мандрів, спрямована на пізнання матеріальної та нематеріальної культурної спадщини, яка охоплює музеї, історичні пам'ятки, традиції, звичаї, фестивалі, гастрономію тощо. Проте в умовах зростаючої конкуренції між регіонами за увагу туристів та змін у потребах споживачів (пошук автентичності, досвідовість, креативність) традиційні підходи до організації культурного туризму потребують переосмислення.

Одним із найефективніших засобів інтеграції культурної спадщини у сучасний туристичний простір є інноваційні культурні маршрути – тематично структуровані туристичні продукти, які поєднують різні об'єкти спадщини та забезпечують цілісний досвід пізнання території. Інноваційність у цьому контексті виявляється не лише у змісті (нові теми, міждисциплінарні підходи), а й у формах реалізації маршруту – використання цифрових технологій, інтерактивного наративу, інклюзивних практик, залучення громад до формування і реалізації маршруту.

Сучасні європейські підходи (наприклад, в рамках Програми культурних маршрутів Ради Європи) наголошують на тому, що маршрути мають бути не лише інструментом туристичного просування, але й засобом збереження та ревіталізації культурної спадщини, джерелом соціального і економічного розвитку територій, способом міжкультурного діалогу та зміцнення локальної ідентичності (Варна, 2022). Інноваційні культурні маршрути, як інструмент інтегрованого підходу до туризму, поєднують у собі різні сектори – культуру, економіку, освіту, урбаністику, планування територій – і здатні стати каталізатором трансформацій на місцевому рівні.

В українському контексті, в умовах децентралізації, війни, потреб соціальної згуртованості, реконструкції зруйнованих громад і пошуку нових точок зростання, розробка інноваційних культурних маршрутів стає не просто туристичним завданням, а частиною стратегічного розвитку регіонів. Особливо це актуально для тих територій, які мають значний, але не реалізований туристично-культурний потенціал. Однією з таких територій є Житомирщина – регіон з багатою історією, численними пам'ятками архітектури, видатними постатями, традиціями та природним середовищем, однак недооцінений з точки зору туристичної привабливості.

Житомирська область володіє всіма передумовами для створення сучасного, конкурентоспроможного культурного продукту на основі маршрутного підходу: тут переплітаються поліська природа та давньоруська історія, традиції українців, поляків, євреїв, католицьке бароко і православна архітектура, постаті Лесі Українки, Бальзака, Корольова, Ріхтера. Проте через відсутність цілісної концепції, слабку інфраструктуру, низький рівень промоції та фрагментовану взаємодію між громадами, потенціал регіону досі не трансформовано у повноцінний туристичний продукт.

Таким чином, виникає необхідність дослідити можливості створення інноваційних культурних маршрутів як інструменту інтегрованого розвитку туризму та збереження спадщини Житомирщини – з урахуванням локальних ресурсів, сучасних викликів, потреб внутрішнього і міжнародного туриста, досвіду інших країн та стратегічних настанов державної політики у сфері туризму і культури.

Актуальність теми дослідження зумовлена потребою у формуванні нових моделей культурного туризму, орієнтованих не лише на економічний ефект, але й на збереження спадщини, посилення культурної ідентичності, розвиток локальних громад. Інноваційні культурні маршрути розглядаються як ефективний інструмент, що дозволяє поєднати ці цілі в єдиній системі.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні, аналізі потенціалу та розробці моделі інноваційного культурного маршруту як

інструменту комплексного розвитку туризму і збереження спадщини на прикладі Житомирської області.

Об'єктом дослідження є культурно-туристичний простір Житомирщини в контексті інтегрованого розвитку.

Предметом дослідження виступають концептуальні, змістові та організаційні підходи до створення інноваційного культурного маршруту як інструменту розвитку туризму та охорони спадщини.

Завдання дослідження:

1. Здійснити характеристику туристично-рекреаційного потенціалу Житомирщини з урахуванням наявної культурної спадщини;
2. Оцінити сучасний стан і проблеми розвитку культурного туризму в області;
3. Визначити перспективи створення культурних маршрутів в контексті потреб спадщини, громади та туристичного ринку;
4. Розробити концепцію інноваційного культурного маршруту, що поєднує збереження спадщини, розвиток локальних територій і сучасні туристичні практики;
5. Сформулювати рекомендації щодо практичного впровадження маршруту: партнерства, промоції, залучення ресурсів, цифрових рішень;
6. Оцінити потенціал впливу маршруту на сталий розвиток Житомирщини як культурного регіону.

Наукова новизна дослідження полягає у формуванні інтегрованої моделі інноваційного культурного маршруту, що поєднує функції збереження спадщини, активізації туризму і залучення громади. Вперше на основі комплексного аналізу ресурсів та сучасних практик запропоновано маршрут, що відповідає принципам сталого розвитку, цифрової трансформації туризму та креативної економіки.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання результатів для розробки та впровадження культурного маршруту в реальному туристичному просторі Житомирської області, з перспективою масштабування

на інші регіони України. Запропонована модель може бути адаптована органами місцевого самоврядування, закладами культури, туристичними операторами, інституціями охорони спадщини для практичного втілення.

Структура дипломної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КУЛЬТУРНИХ МАРШРУТІВ

1.1. Сутність, види та функції культурних маршрутів в контексті розвитку туризму

Поняття культурної спадщини окреслює сукупність успадкованих сучасниками від попередніх поколінь культурних цінностей: матеріальних та нематеріальних. До першого її різновиду належать:

- пам'ятки архітектури та монументального мистецтва й подібні до них пам'ятки археології та історії, а також пов'язані з ними природні об'єкти;
- найрізноманітніші визначні місця;
- рукописи, книги, архів. матеріали, всілякі предмети художнього, історичного або археологічного значення, наукової колекції, які мають художнє, історичне, етнографічне чи наукове значення.

До нематеріальної культурної спадщини належать: традиції, звичаї, обряди, свята (святкування), традиційні ремесла, інші форми збереження та демонстрування досвіду, навичок і знань, що мають значення для окремих спільнот і передаються із покоління в покоління. [1, С. 486.]

В свою чергу, поняття історико-культурної спадщини більш конкретно: воно акцентує увагу на важливості історичної складової об'єкту вивчення та його вплив на формування середовища навколо. В контексті туристичної сфери, ця спадщина виступає важливим ресурсом, що формує зміст туристичного продукту, приваблює туристів і сприяє соціально-економічному розвитку територій.

У науковій літературі та міжнародній практиці поняття історико-культурної спадщини (англ. cultural heritage) трактується відповідно до низки міжнародних документів, зокрема Конвенції ЮНЕСКО про охорону всесвітньої

культурної і природної спадщини (1972) [2] та Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини (2003)[3]. Згідно з цими документами, культурна спадщина включає:

Матеріальну спадщину – архітектурні ансамблі, археологічні об'єкти, предмети мистецтва, книги, рукописи, історичні будівлі, музеї;

Нематеріальну спадщину – усні традиції, мови, соціальні практики, обряди, знання та навички, пов'язані з традиційними ремеслами;

Культурні ландшафти – взаємодію між природним середовищем і людською діяльністю, яка сформувала унікальні території з історико-культурною цінністю.

Історико-культурна спадщина є невід'ємною складовою людського буття, яка формує унікальний культурний ландшафт кожного народу, кожної нації. У сучасному глобалізованому світі, де зростає інтерес до аутентичності та історичних коренів, значення спадщини в туристичній сфері зростає з кожним роком. Вона не лише привертає увагу мандрівників, а й активно впливає на формування культурної політики, економічної стратегії та соціальної стабільності держави.

Культурно-освітній вимір має фундаментальне значення, адже туризм, що ґрунтується на історико-культурних об'єктах, є ефективним інструментом неформальної освіти. Він сприяє осмисленню історичних процесів, стимулює інтерес до вивчення спадщини, популяризує національні здобутки та дає змогу ширше поглянути на розвиток людської цивілізації. Споглядання архітектурних пам'яток, знайомство з експозиціями музеїв, участь у фестивалях, фольклорних святах чи релігійних церемоніях створюють особливу атмосферу занурення в культуру. Цей досвід значною мірою розширює кругозір, збагачує внутрішній світ особистості, сприяє гуманістичному вихованню, а також формує почуття поваги до чужих традицій і цінностей.

Економічний вимір спадщини полягає в її здатності генерувати значні прибутки для регіонів і країн загалом. Об'єкти спадщини стають каталізаторами економічного зростання, стимулюючи розвиток туристичної

інфраструктури, транспортної логістики, сфери послуг та культурного виробництва. Це особливо актуально для сільських, історичних або природно-культурних регіонів, де традиційні форми господарства можуть бути недостатніми для економічного процвітання. Завдяки правильному управлінню та маркетинговій стратегії, спадщина може бути трансформована у потужний бренд території, що притягує туристів, інвесторів і підприємців. Водночас зростає потреба в підготовці фахівців – екскурсоводів, музейних працівників, реставраторів, організаторів подій – що сприяє розвитку освітнього та професійного середовища.

Соціальний вимір виявляється у зміцненні соціальної згуртованості та активізації громадянської участі. Історико-культурна спадщина є носієм колективної пам'яті, що формує спільну ідентичність, об'єднує людей навколо спільних цінностей і символів. Участь у збереженні, реконструкції, презентації об'єктів спадщини розвиває у мешканців почуття гордості за своє походження, підвищує рівень соціальної відповідальності та зміцнює міжпоколінні зв'язки. Молодь, яка долучається до реалізації культурно-туристичних ініціатив, не лише зберігає традиції, а й переосмислює їх у контексті сучасності, інтегруючи в цифровий простір, творчі проекти та інноваційні формати представлення.

Міжнародний іміджевий вимір демонструє, що спадщина є одним з головних інструментів культурної дипломатії. Участь у міжнародних програмах охорони спадщини, номінації до списку ЮНЕСКО, проведення культурних форумів і виставок із залученням іноземних партнерів значно підвищують міжнародний авторитет країни. Історико-культурний туризм слугує діалоговим майданчиком для представлення країни як відкритої, культурно багатої та історично значущої. Це сприяє не лише залученню туристів, а й покращенню іміджу на політичному, економічному та гуманітарному рівнях.

Разом із позитивними аспектами, активне використання історико-культурної спадщини у туристичній діяльності породжує низку викликів. Серед них – надмірне туристичне навантаження, комерціалізація культури, ризик

втрати автентичності, деградація об'єктів спадщини через неефективне управління. У зв'язку з цим виникає потреба у розробці та реалізації збалансованої політики, що враховує як потреби туристичної індустрії, так і вимоги до охорони, реставрації й популяризації культурної спадщини. Саме тому сучасні підходи до управління історико-культурною спадщиною в туризмі базуються на принципах сталого розвитку, міждисциплінарності, участі місцевих громад та використанні інноваційних технологій (зокрема цифровізації, віртуальної та доповненої реальності, інтерактивних експозицій тощо).

Історико-культурна спадщина – це не лише цінний ресурс, але й базис культурної ідентичності, інструмент комунікації між минулим і сучасним, між поколіннями та народами. Її інтеграція у туристичну сферу відкриває широкі можливості для освітнього, економічного, соціального та іміджевого розвитку, але водночас вимагає відповідального ставлення, стратегічного планування і зваженого балансу між збереженням та комерціалізацією. Таким чином, історико-культурна спадщина виступає як основа для формування конкурентоспроможного, змістовного і сталого туристичного продукту.

1.2. Інноваційні підходи до створення культурних маршрутів: світовий досвід.

У сучасних умовах глобалізації туризм дедалі більше набуває ролі не лише економічного, а й культурного явища, що сприяє збереженню нематеріальної спадщини, інтеграції територіальних громад і промоції культурної ідентичності. Особливе місце в цьому контексті займають культурні маршрути, які формуються на основі матеріальних і нематеріальних ресурсів спадщини та виступають як інструмент сталого регіонального розвитку. Світовий досвід свідчить про те, що інноваційність у створенні таких

маршрутів визначає їхню успішність, ефективність і привабливість для широкого спектра туристичних аудиторій. В Україні ця тема стає дедалі актуальнішою з огляду на процеси децентралізації, цифрової трансформації та потреби активізації внутрішнього туризму [14].

Інноваційні підходи до формування маршрутів передбачають не лише оновлення інфраструктури, а й переосмислення самої парадигми сприйняття культурної спадщини як ресурсу. Наприклад, в основі концепції культурного маршруту, розробленої Радою Європи, лежить ідея міжкультурного діалогу та розвитку цілісного європейського культурного простору. Успішні приклади, зокрема «Шлях святого Якова», «Віа Франчіджена», «Шовковий шлях» або «Дороги вікігів», демонструють синтез історичної пам'яті, інноваційної інтерпретації й сучасного менеджменту [22]. Ці маршрути активно використовують цифрові технології, включаючи мобільні додатки з доповненою реальністю, персоналізовані навігаційні системи, інтерактивні стенди, аудіогіди, які створюють нові можливості залучення туристів.

Важливо зазначити, що сучасна туристична аудиторія має високі вимоги до доступності інформації, зручності планування подорожі та якості інтерпретації об'єктів. Тому цифровізація у сфері культурних маршрутів стала провідною тенденцією останнього десятиліття. Наприклад, у європейських країнах активно впроваджуються AR/VR технології, що дозволяють відтворювати втрачені архітектурні об'єкти, реконструювати історичні події, відтворювати сцени з минулого на місцях, пов'язаних із ними [24]. Це значно збагачує емоційне сприйняття туристами й формує ефект занурення у середовище.

Не менш важливим є компонент діджитал-комунікації. Зокрема, мобільні додатки та вебплатформи стали не лише інструментом планування подорожі, а й засобом формування спільноти навколо маршруту. Туристи можуть залишати відгуки, ділитися світлинами, коментувати об'єкти, що створює ефект «живого середовища» довкола маршруту. Такі інструменти активно використовуються в

рамках Smart Tourism концепції, що передбачає поєднання цифрових технологій, сталого управління та залучення локальних громад [23].

Для країн Центрально-Східної Європи, зокрема України, такі інноваційні підходи не є лише трендом, а й необхідністю в умовах обмежених ресурсів і конкуренції на ринку туристичних послуг. У зв'язку з цим національні та регіональні стратегії розвитку туризму дедалі більше включають положення про цифрову інфраструктуру, інтерактивне маркування об'єктів спадщини, QR-кодування, розробку віртуальних турів і партнерство з ІТ-сектором. Зокрема, Стратегією розвитку туризму та курортів до 2030 року визначено потребу розвитку інноваційних маршрутів на основі національного туристичного маршруту «Мандруй Україною», а також підтримку локальних ініціатив із цифрової інтеграції культурного ресурсу [8].

Не менш важливою інновацією у формуванні культурних маршрутів є поєднання туристичних і громадських стратегій розвитку. Світова практика показує, що найбільш сталими та привабливими стають ті маршрути, які реалізуються у форматі партнерства між органами влади, локальними громадами, громадськими організаціями та бізнесом. Наприклад, численні приклади в Італії, Португалії та Іспанії демонструють ефективність моделі «туризм через залучення громади» — коли мешканці стають не лише обслуговуючим персоналом, а й культурними амбасадорами своєї території. Такий підхід формує емоційний зв'язок туриста з маршрутом, сприяє збереженню автентичності та позитивно впливає на економіку регіону [24].

В умовах глобальної цифровізації особливої уваги набуває створення брендovаних маршрутів — тобто таких, які мають чітке позиціонування, візуальну айдентику, слоган, логотип, систему інфографіки та стилізоване маркування об'єктів. Наприклад, в Україні до прикладів вдалого брендovання можна віднести туристичні маршрути «Золота підкова Львівщини», «Шлях Гедиміновичів», а також культурні ініціативи, як-от «Шлях дерев'яної архітектури» чи «Дорога вина та смаку» [13].

У міжнародній практиці для посилення привабливості культурних маршрутів широко застосовується концепція мультимодальності, яка передбачає використання різних засобів пересування: пішки, велосипедом, на коні, потягом чи електротранспортом. Це дозволяє охопити більші території, включити різноманітні об'єкти спадщини й водночас дотримуватися принципів екотуризму. Наприклад, у Скандинавії створено цілі мережі пішохідно-велосипедних маршрутів спадщини з повною інфраструктурною підтримкою: картами, мобільними додатками, сервісними точками, гідами тощо [21].

Ще одним важливим інноваційним напрямом є тематичні маршрути, які формуються навколо певної культурної ідеї чи постаті — це можуть бути «літературні маршрути» (пов'язані з творчістю письменників), «музичні маршрути» (шляхами композиторів чи виконавців), «ремісничі шляхи» (присвячені традиційним промислам регіону), маршрути війська або переселень (історичні реконструкції). Тематичність підсилює ідентичність маршруту та дає змогу створювати інтерактивні освітньо-культурні програми, що відповідають принципам сучасної освіти та просвіти через туризм [12].

Підтвердженням ефективності інноваційних підходів є активне залучення фінансової підтримки з боку міжнародних організацій, зокрема ЄС, ЮНЕСКО, ПРООН, для створення та розвитку культурних маршрутів у Східній Європі. В Україні такі ініціативи теж знаходять відгук. Наприклад, підтримка цифрового маркування об'єктів у межах програми USAID «Креативна Україна», чи впровадження маршрутів культурної спадщини через конкурси Державного агентства розвитку туризму України [14].

Окремо варто згадати роль **освітньо-культурних кластерів** у формуванні інноваційних маршрутів. Такі кластери — об'єднання закладів освіти, культури, музейних установ, творчих осередків та місцевих бізнесів — дозволяють розширити межі звичайного маршруту й наповнити його додатковим змістом. Через організацію майстер-класів, лекцій, пленерів, театралізованих подій, фестивалів маршрут трансформується на інструмент креативної освіти й інтерактивного пізнання [12]. В Україні подібні ініціативи

реалізуються через місцеві програми культурного розвитку, зокрема у Львівській, Івано-Франківській, Чернівецькій областях, а також в об'єднаних територіальних громадах Житомирщини.

Останнім ключовим інструментом інновацій у маршрутизації є використання **відкритих геоданих** та платформ на основі ГІС (геоінформаційних систем). Такі ресурси дозволяють створювати динамічні карти культурних об'єктів з різними рівнями деталізації, інтеграцією фото, відео, історичних довідок, маршрутів, сервісів. Це не тільки полегшує планування подорожі, але й сприяє підвищенню залученості громад до інвентаризації та цифрового маркування спадщини [24]. В українському контексті перспективним напрямом залишається подальше впровадження таких платформ для управління об'єктами нематеріальної та матеріальної спадщини на регіональному рівні.

Узагальнюючи вищенаведене, можна зробити висновок, що інноваційні підходи до формування культурних маршрутів у світовій практиці є системним багатовекторним процесом, що охоплює діджиталізацію, використання AR/VR технологій, партнерства громад, брендинг, мультимодальність, ГІС-рішення та розвиток освітньо-культурних кластерів. Такий підхід дозволяє не лише збільшити туристичну привабливість територій, а й зберігати та популяризувати культурну спадщину в умовах сучасних викликів. Для України, зокрема для регіонів із багатою, але маловідомою спадщиною, ці практики становлять значний потенціал сталого розвитку. Необхідно активізувати державну та місцеву політику в напрямі підтримки інноваційних маршрутів, інтеграції культурних ресурсів у цифрові платформи та залучення громад до креативного переосмислення своїх історій і спадщини.

1.3. Методика дослідження культурної спадщини як ключового ресурсу для формування туристичних маршрутів

Культурна спадщина є основою для формування унікального туристичного продукту, а її системне вивчення вимагає міждисциплінарного підходу, що поєднує історію, етнологію, архітектурознавство, культурологію, туризмознавство та геоінформаційні технології. Методика дослідження спадщини як ресурсу для культурного туризму повинна враховувати як теоретичні основи типологізації спадщини, так і практичні інструменти її картографування, популяризації та інтеграції у маршрутизацію [14].

На першому етапі дослідження здійснюється інвентаризація об'єктів спадщини — це базовий компонент, що дозволяє визначити обсяг і типи ресурсів на конкретній території. Інвентаризація включає архівне дослідження, виїзні обстеження, фіксацію геолокації, фотографування, опис збереженості, функціонального стану та потенціалу використання в туризмі. Така робота, згідно з методичними рекомендаціями ЮНЕСКО, дозволяє запобігти втраті об'єктів спадщини через неформалізованість статусу або брак документування [24].

Другим ключовим елементом методики є типологізація спадщини. Вона полягає в класифікації об'єктів за критеріями:

- матеріальна / нематеріальна,
- рухома / нерухома,
- офіційно визнана / нововиявлена,
- пам'ятка / об'єкт локального значення,
- за функціональним профілем (архітектура, археологія, ландшафт, побут, промисел, духовна культура тощо) [8].

Цей поділ дозволяє не лише логічно структурувати ресурс, а й адаптувати способи його презентації для різних аудиторій — школярів, дослідників, внутрішніх туристів, іноземців тощо.

Особливої уваги заслуговує оцінка туристичної привабливості об'єктів спадщини. У сучасній практиці така оцінка проводиться за низкою показників: ландшафтна доступність, інфраструктурне забезпечення, безпечність, наявність супровідних сервісів, емоційна привабливість, брендовий потенціал. Такі методики, зокрема ті, що розроблені Європейським туристичним інститутом (ETI), дозволяють здійснити ранжування об'єктів за ступенем придатності до включення в туристичні маршрути [23].

Ще одним важливим етапом дослідження є залучення локальних спільнот до процесу фіксації та верифікації спадщини. Громади часто є носіями унікальної інформації про об'єкти, які не відображені в офіційних джерелах. Опитування, анкетування, польова етнографія, усна історія — це ті методи, які забезпечують глибину дослідження, формують емоційний зв'язок між туристом і середовищем, а також підвищують рівень довіри до маршруту [13].

Завершальним аспектом методики дослідження є розробка індикаторів оцінки ефективності включення об'єктів спадщини до туристичних маршрутів. Це особливо важливо для муніципалітетів, громад та інвесторів, які мають обґрунтовувати доцільність фінансування відповідних ініціатив. У практиці використовується декілька блоків індикаторів:

- соціальні (зростання локальної зайнятості, залучення громади),
- економічні (надходження від туризму, середній чек відвідувача),
- культурні (поширення знань, збереження нематеріальної спадщини),
- інфраструктурні (покращення доступу, збереження пам'яток) [14].

Усі ці компоненти повинні бути враховані ще на етапі дослідження, адже саме мультикритеріальна оцінка дозволяє сформувати сталу модель культурного маршруту. Важливою перевагою є також включення зворотного зв'язку з користувачами — туристами, мешканцями, експертами. Відгуки, аналіз поведінки в додатках, онлайн-опитування та інші цифрові інструменти дозволяють не лише коригувати вже створений маршрут, а й вдосконалювати саму методику його проектування.

Окреме місце в сучасній методології займають експериментальні маршрути або маршрути-«пілоти», які реалізуються у тестовому режимі в межах грантових або муніципальних проєктів. Їхня мета — перевірка практичної доцільності включення певних об'єктів, вивчення логістичних вузьких місць, оцінка реакції цільової аудиторії. Такий підхід активно застосовується в країнах ЄС, зокрема в Польщі, Литві, Хорватії, а також у межах програм транскордонного співробітництва з Україною [23].

Отже, сучасна методика дослідження культурної спадщини для створення туристичних маршрутів має базуватись на поєднанні традиційних наукових підходів (інвентаризація, типологізація, архівне дослідження) з інноваційними цифровими інструментами (ГІС, 3D-моделювання, QR-паспорти, віртуальні тури). Обов'язковими компонентами є залучення місцевих громад, креативних індустрій та експертного середовища до процесу аналізу, фіксації та презентації спадщини. Ефективність методики значною мірою залежить від її здатності інтегрувати результати у практику сталого туризму, освітніх програм і просторового планування. Таким чином, культурна спадщина не просто зберігається, а стає рушієм регіонального розвитку, підвищуючи туристичну привабливість, економічну активність та локальну ідентичність територій.

У межах дослідження культурної спадщини як ключового ресурсу для формування інноваційних туристичних маршрутів було застосовано комплексну багаторівневу методику, яка поєднує системно-аналітичний, історико-культурний, правовий, соціологічний та проектно-моделювальний підходи. Методичне забезпечення базується на поетапному алгоритмі дослідницької роботи, що забезпечує логічну послідовність аналізу, узагальнення та практичного конструювання моделі культурного маршруту.

Перший етап – підготовчо-аналітичний – передбачав визначення наукової проблеми, формування мети, завдань, об'єкта та предмета дослідження, а також аналіз вітчизняних і міжнародних джерел, нормативно-правових актів та стратегічних документів у сфері охорони спадщини та розвитку туризму [8; 9].

Другий етап – інформаційно-діагностичний – охоплював збір, систематизацію та первинну класифікацію даних про об'єкти культурної спадщини Житомирської області, використовуючи методи контент-аналізу, типологізації, картографічної візуалізації та аналізу просторової структури. Особливу увагу приділено даним Державного реєстру нерухомих пам'яток, звітам управлінь культури ОДА, матеріалам регіональних обстежень [5; 6; 13].

Третій етап – SWOT-оцінювання туристичного потенціалу – був спрямований на ідентифікацію сильних і слабких сторін регіональної туристичної інфраструктури, можливостей та загроз подальшого розвитку культурно-пізнавального туризму в регіоні. Аналіз здійснювався з урахуванням чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

Четвертий етап – проєктно-концептуальний – полягав у розробці структури та логістики інноваційного культурного маршруту, його тематичному наповненні, а також у виборі інструментів комунікації з цільовими аудиторіями (туристами, громадами, партнерами). У цьому контексті враховувалися підходи цифрової трансформації, інтерактивної подачі інформації та принципи сталого розвитку.

П'ятий етап – оціночно-прогностичний – був спрямований на вивчення потенційного впливу маршруту на соціокультурну динаміку територій, інституційну спроможність громад, збереження об'єктів спадщини, а також на туристичну привабливість регіону в середньо- і довгостроковій перспективі.

У процесі реалізації дослідження було використано такі наукові методи: логіко-теоретичний аналіз – для обґрунтування концептуальних засад дослідження; системний підхід – для вивчення спадщини як елемента цілісного культурного середовища; порівняльно-історичний метод – для аналізу змін у підходах до охорони спадщини; картографічний і геоінформаційний методи – для візуалізації об'єктів і маршрутів; SWOT-аналіз – для стратегічного планування; індукція й дедукція – для формулювання висновків на основі зібраного емпіричного матеріалу; а також методи моделювання та прогнозування – для оцінки ефективності запропонованих рішень.

Застосування міждисциплінарного підходу, поєднання кількісних і якісних методів аналізу, а також етапність дослідження забезпечили ґрунтовність отриманих результатів та обґрунтованість пропозицій щодо впровадження інноваційного культурного маршруту на території Житомирської області.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КУЛЬТУРНИХ МАРШРУТІВ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

2.1. Характеристика туристично-рекреаційного потенціалу та аналіз наявних об'єктів культурної спадщини

Характеризуючи тенденції у розвитку культурно-пізнавального туризму, слід зазначити, що сьогодні зростає увага споживачів до культурних надбань окремих народів та націй, етнічних цінностей, традицій, що стимулює розвиток культурного туризму.

Популярний ще кілька десятиліть тому пляжний (курортний) відпочинок, сьогодні дещо втрачає свої позиції. Зростання матеріального добробуту населення країн Європи сприяло цілям самореалізації, пошуку себе, саморозвитку. Тому туристи все частіше почали проявляти пізнавальні інтереси. Цим одразу скористалися туроператори, що почали пропонувати «культурний продукт».

Житомирська область розташована у зоні вологого та досить теплого агроклімату, що створює сприятливі умови для різноманітних видів діяльності, зокрема рекреації та туризму. На території області функціонують п'ять метеорологічних станцій, розташованих у Житомирі, Овручі, Олевську, Коростені та Новограді-Волинському [1]. Ці станції забезпечують регулярний моніторинг кліматичних умов, що важливо для планування господарської діяльності та розвитку туризму.

Область доволі багата на ресурси природи, серед них особливе місце займають водойми. На території Житомирщини розташовано кілька великих озер, зокрема Чорне, Дуже, Озерянське, Дідове, та Прибиловецьке, які входять до басейну річки Уборть.

Важливу роль відіграють також створені водосховища, яких в області налічується 16 із загальною площею близько 2,9 тис. га. Найбільшими серед

них є Іршанське, Малинське, Житомирське та Лісне водосховища. Вони не лише регулюють водний баланс регіону, але й створюють сприятливі умови для відпочинку, рибальства та інших видів рекреаційної діяльності [2].

Рельєф області поділяється на дві частини: південно-західна частина включає Придніпровську височину, яка вирізняється підвищеним рельєфом, тоді як північно-східна частина представлена Поліською низовиною, з переважно низинним рельєфом.

Серед болотистих рівнин Полісся виділяється Овруцький кряж, висота якого сягає 316 метрів. Загалом, рельєф області характеризується слабкою хвилястістю, з середніми висотами до 150 метрів, які поступово знижуються на північ та північний схід [2].

Ландшафт області представлений акумулятивними рівнинами, які чергуються з лісовими підвищеними територіями. Ці ландшафти мають льодовикове та водно-льодовикове походження, що додає їм геологічної та туристичної цінності. У місцях виходу кристалічних порід формуються унікальні денудаційні форми рельєфу, такі як пагорби й скелі з крутими схилами, що часто сягають десятків кілометрів. Серед них виділяються Словечансько-Овруцький, Білокоровичсько-Попільнянський та Озерняцький кряжі [2].

У Житомирській області рекреаційний потенціал базується на її унікальних кліматичних умовах, великій кількості лісів і природних водойм, а також наявності джерел мінеральної води. Радонові води, які зустрічаються у Житомирському районі та поблизу села Дениші, є важливими для лікувально-оздоровчого туризму. Крім того, на півночі області виявлено родовища лікувальних грязей торфу (село Зарічани) та сапропелю (село Вілька). Завдяки цим природним багатствам на території області функціонують 24 санаторії та пансіонати, 17 баз і три будинки відпочинку, а також 17 дитячих оздоровчих таборів [2].

Кліматичні умови, великі лісові масиви, численні водойми та запаси лікувальних ресурсів створюють чудові перспективи для розвитку курортів і туризму.

У Житомирському районі та хуторі Дениші активно використовуються радонові джерела, тоді як біля сіл Зарічани та Вілька розташовані родовища лікувальних грязей. Ці природні багатства сприяють розвитку бальнеологічного туризму. У регіоні працюють 27 готелів, серед яких найбільшими є «Житомир», «Михайловград» і «Ялинка». Також діє туристичний об'єкт «Лісовий берег», який пропонує широкий спектр послуг для відпочинку на природі.

Особливе значення серед всього має природно-рекреаційний потенціал Житомирщини, який включає бальнеологічний курорт лісостепової зони, розташований на берегах річки Тетерів [14].

Земельний фонд області (рис. 1.3) станом на 01.01.2019 року становив 2 982,7 тис. га. Ця територія розподіляється між різними категоріями землекористувачів. Так, сільськогосподарські підприємства використовують 559,2 тис. га, а землі, що перебувають у власності населення, охоплюють 760,4 тис. га.

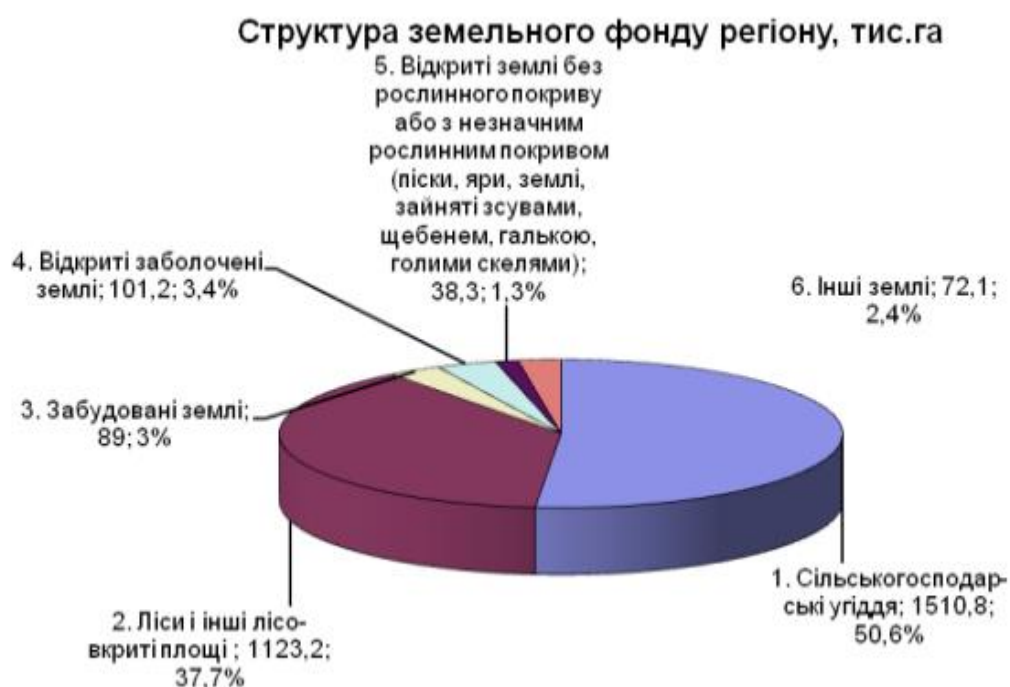


Рис. 1.3 Структура земельного фонду області

Джерело: [2]

Установи та організації мають у своєму розпорядженні 36,1 тис. га, тоді як промислові підприємства – 14,1 тис. га. Підприємства транспорту та зв'язку займають 29,9 тис. га, оборонні підрозділи й навчальні заклади – 33,1 тис. га. Невелика частка землі, а саме 0,1 тис. га, належить спільним підприємствам із міжнародною участю. Окремо виділяється 470,4 тис. га, що становить державний резерв і землі загального користування [2].

Таким чином, Житомирська область має значний ресурсний і туристичний потенціал, який базується на її унікальних природних умовах, культурній спадщині та інфраструктурних можливостях.

Подальший розвиток туризму в цьому регіоні залежить від ефективного використання наявних ресурсів і вдосконалення рекреаційної інфраструктури.

В останні роки через недостатнє фінансування лісогосподарських підприємств та обмежені можливості матеріально-технічної бази значно скоротилися обсяги робіт з догляду за лісовими насадженнями. Це негативно вплинуло на їхній стан і зменшило можливості для раціонального використання лісових ресурсів області [4].

Житомирська область має на своїй території 23 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, п'ять з яких мають загальнодержавне значення, а 18 – місцеве. Загальна площа цих парків становить 364,0 га, зокрема три дендропарки займають 14,9 га.

Крім того, область багата на пам'ятки історії та культури. Всього налічується 3 213 пам'яток, серед яких 808 археологічних, 2 321 історичних і 84 мистецьких пам'ятки [13].

До Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення занесено 17 об'єктів, з яких 12 є археологічними пам'ятками, 4 – історичними, а 1 – монументальним мистецтвом [5].

Також в області є 316 пам'яток архітектури, серед яких 255 мають місцеве значення, а 61 – національне. До найвідоміших з них належать: музей-садиба Є. Ганської в селі Верхівня Ружинського району, будинок Лесі Українки в місті Звягель, братська могила учасників повстання Коліївщини 1767 року в селі Кодня Житомирського району.

Особливу цінність серед природних пам'яток складають 23 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, які є не лише осередками природної краси, але й мають культурне значення. Більшість із цих парків було створено в попередніх століттях навколо маєтків української, польської та російської аристократії. Їхні території охоплювали великі площі і органічно поєднувалися з природними ландшафтами. Ці маєтки та сади, які часто відвідували відомі діячі того часу, стали центрами культурного й громадського життя. Однак сучасні межі парків не завжди збігаються з історичними кордонами маєтків, що впливає на їхнє використання та збереження [5, 6].

Значна частина цих природних і культурних об'єктів була створена для того, щоб підкреслити унікальність ландшафтів регіону, а також сприяти розвитку культурного обміну. Унікальна історична спадщина Житомирської області потребує подальшої уваги для збереження та розвитку, зокрема через залучення інвестицій у реконструкцію об'єктів, відновлення історичних парків і підвищення туристичної привабливості регіону.

Для аналізу поточного стану розвитку парків-пам'яток і пам'яток архітектури Житомирської області проведено SWOT-аналіз, який представлено в **Додатку Б**. Цей аналіз дозволяє оцінити сильні й слабкі сторони, можливості та загрози, пов'язані з використанням рекреаційного потенціалу області, а також формувати подальші стратегії розвитку.

Проведений SWOT-аналіз туристичного комплексу Житомирської області дозволяє зробити кілька важливих висновків щодо його поточного стану, потенціалу розвитку та можливих загроз.

Житомирська область має значні переваги, які забезпечують конкурентоспроможність її туристичного комплексу. Серед сильних сторін

можна виділити її вигідне прикордонне розташування, що дозволяє ефективно використовувати транспортно-логістичний потенціал регіону. Розташування області на території Критського транспортного коридору, міжнародних магістралей, а також залізничне сполучення з основними містами України створюють можливості для залучення туристів як з України, так і з-за кордону. Наявність природно-заповідного фонду, включаючи заповідники та заказники, а також значні лісові ресурси роблять регіон привабливим для екологічного, рекреаційного та сільського туризму. Розмаїття сировинних ресурсів також сприяє розвитку суміжних галузей, що може позитивно вплинути на туристичну інфраструктуру.

Втім, існують слабкі сторони, які значно стримують розвиток туристичної галузі області. Однією з головних проблем, вочевидь, є нерозвиненість інфраструктури на основних автомагістралях області. Це включає недостатній розвиток готельно-ресторанного та авторемонтного сервісу, низьку якість сервісного обслуговування, а також значну зношеність автошляхів, які потребують ремонту та не відповідають сучасним стандартам. Крім того, область характеризується низькою диверсифікацією підприємств у туристичній галузі, недостатньою інноваційною активністю та браком кваліфікованих кадрів. До цього додається негативний вплив аварії на Чорнобильській АЕС, який досі відчувається в деяких частинах регіону.

Сприятливі можливості розвитку туристичного комплексу Житомирської області є досить значними. Розвиток прикордонної та транспортної інфраструктури, створення умов для міжнародної співпраці в економічній та культурній сферах, а також розширення природно-заповідного фонду можуть значно підвищити туристичну привабливість регіону. Крім того, інституційні реформи та реалізація інвестиційних проектів із залученням державного фінансування створюють передумови для поліпшення матеріально-технічної бази туристичної індустрії.

Одним із ключових факторів є залучення інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури, яка включає реконструкцію автошляхів,

створення нових готельних комплексів, зон відпочинку та розважальних центрів. Особливе значення має потенціал області в розбудові екологічного туризму, зважаючи на наявність значних природних ресурсів і заповідників.

Але варто зазначити, що загалом Житомирська область стикається з низкою загроз, які можуть ускладнити реалізацію зазначених можливостей.

Серед основних викликів – нестабільна політична і економічна ситуація в країні, що впливає на інвестиційний клімат і темпи реформування економіки. Центральна влада часто приділяє недостатню увагу реалізації стратегії регіонального розвитку, що призводить до нерівномірного розподілу фінансування між регіонами. Крім того, проблеми централізації управління та зниження обсягів інвестицій в екологію та охорону навколишнього середовища можуть звести нанівець зусилля щодо збереження унікальних природних ресурсів. Важливим негативним фактором є й відтік кваліфікованих кадрів у більш розвинені регіони, що створює кадровий дефіцит у туристичній галузі області.

Загалом, Житомирська область має значний туристичний потенціал, але для його повноцінного використання необхідно подолати існуючі проблеми.

Розвиток туристичного комплексу можливий лише за умови системного підходу, що включає інвестиції в інфраструктуру, розробку ефективної маркетингової стратегії для популяризації регіону, впровадження інновацій та залучення міжнародного досвіду.

SWOT-аналіз демонструє, що область має як значні переваги, так і серйозні виклики, подолання яких є необхідним для перетворення регіону на конкурентоспроможний туристичний центр. Це дозволить не лише розвивати економіку області, але й підвищувати її імідж на національному та міжнародному рівнях.

Потенціал Житомирської області доволі значний саме для розвитку культурно-пізнавального туризму завдяки багатій історико-культурній спадщині та численним пам'яткам [34].

Основними історико-культурними пам'ятками Житомирської області можна зазначити:

- Замки та палаци [38]: Замок Радомисль, Палац Уварової в Коростишеві, Палац Терещенків у Червоному.
- Релігійні споруди: Кафедральний собор Святої Софії в Житомирі, Костел Святої Варвари в Бердичеві, Свято-Ольгинський монастир у Коростишеві.
- Музеї: Літературно-меморіальний музей Лесі Українки в Новограді-Волинському, Музей космонавтики ім. С.П. Корольова.

Природні атракції [39]:

- Природні парки та заповідники: Древянський природний парк, Поліський природний заповідник.
- Унікальні природні об'єкти: Камінне село, Блакитні озера.

Житомирщина також відома своєю етнічною різноманітністю, що відображається в традиціях, ремеслах та фольклорі регіону. Це створює передумови для розвитку етнічного туризму, який приваблює відвідувачів, зацікавлених у вивченні місцевої культури та звичаїв.

Попри величезний потенціал туристичних і рекреаційних можливостей, регіон стикається з низкою проблем. Зокрема, значна частина природних ресурсів використовується нелогічно або недостатньо ефективно. На екологічну ситуацію суттєво впливають наслідки катастрофи на Чорнобильській АЕС, через що деякі території залишаються закритими для масового відпочинку та оздоровлення.

Крім того, серйозним викликом є недоліки туристичної інфраструктури, включаючи обмежений доступ до якісних послуг у сфері розміщення, харчування та транспортного сполучення та обмежене фінансування промоційних заходів.

Водночас у регіоні спостерігаються позитивні тенденції в розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Зростає необхідність у вдосконаленні

підготовки кадрів для рекреаційної сфери, що дозволить поліпшити якість санаторно-курортного й туристично-екскурсійного обслуговування.

Розширення спектру рекреаційних і туристичних послуг є одним із пріоритетів регіону. Особливу увагу приділяють розробці нових екскурсійних культурно-пізнавальних маршрутів і тематичних програм, таких як екологічні освітні стежки, тематичні табори для дітей та молоді, а також підтримці сільського зеленого туризму.

Важливим завданням є реконструкція та модернізація існуючих санаторно-курортних і туристичних об'єктів, щоб привести їх у відповідність із міжнародними стандартами. Для цього потрібна також розбудова сучасної інфраструктури, яка сприятиме зростанню обсягів туристичних перевезень і якості рекреаційних послуг.

Туристична інфраструктура, її організація та функціонування відіграють ключову роль у розвитку туризму в регіоні. Основними чинниками, що впливають на інфраструктуру Житомирської області, є культурно-історичні, природно-географічні та соціально-економічні фактори.

Таким чином, розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні, а саме в Житомирській області, має значний ресурсний потенціал, який сприяє розвитку рекреаційних і туристичних послуг.

Житомирська область володіє унікальними природними умовами, багатою історико-культурною спадщиною та численними пам'ятками, що робить її привабливою для туристів. В області розташовані численні природні ресурси, включаючи водойми, лісові масиви та мінеральні води, що створює гарні умови для розвитку різних видів туризму, до прикладу бальнеологічного чи екологічного.

В області також є значна кількість історичних і культурних пам'яток, таких як замки, палаци, релігійні споруди, музеї та природні парки, що підвищує її туристичну привабливість.

Позитивним фактором для розвитку туризму в області є її вигідне географічне розташування, яке дозволяє залучати туристів з України та за кордону.

Однак існують певні проблеми, такі як недосконала туристична інфраструктура, зокрема обмежений доступ до якісних послуг у сфері розміщення, харчування та транспорту. Це стримує розвиток туризму в регіоні, незважаючи на його значний потенціал. Окрім цього, екологічна ситуація внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС обмежує доступ до деяких територій для масового відпочинку.

Незважаючи на ці проблеми, в області спостерігаються позитивні тенденції, зокрема розвиток сільського зеленого туризму, вдосконалення підготовки кадрів для рекреаційної сфери та розширення спектру культурно-пізнавальних маршрутів. Це включає нові екскурсії, освітні стежки, тематичні табори для дітей та молоді, а також інвестиції у реконструкцію та модернізацію туристичних об'єктів, щоб відповідати міжнародним стандартам.

Усе це свідчить про величезний потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму у Житомирській області, але для його повноцінного використання необхідно подолати існуючі проблеми, вдосконалити інфраструктуру та залучати інвестиції.

2.2. Характеристика туристично-рекреаційного потенціалу Житомирщини та аналіз наявних об'єктів культурної спадщини

Житомирська область розташована у північній частині України (Полісся), багата на природні ресурси (ліси, озера, річки Уж, Гуйва, Тетерів тощо) і має значний туристично-рекреаційний потенціал. Вчені відзначають, що область має «достатньо потужний рекреаційний потенціал», проте він залишається слабо використаним. Серед основних туристичних принадів – унікальні природні комплекси Полісся, об'єкти «Золотої підкови Житомира», а також місця, пов'язані з національною історією і культурою.

Найбільшим надбанням регіону є його культурно-історична спадщина. У Житомирській області налічується близько 4000 об'єктів культурної спадщини (пам'яток архітектури, історії, археології, етнографії тощо). Згідно з офіційною інформацією, понад 1000 пам'яток виявлено нещодавно (остаточний облік – у 2024 р.). Серед них – стародавні кургани, городища, храми, палаци, старовинні млини та народні промисли Полісся. У реєстрі пам'яток національного значення (Державний реєстр нерухомих пам'яток) на 2024 рік занесено близько двох десятків об'єктів з області: наприклад, Житомирський кафедральний собор Святої Софії, магістрат, костел капуцинів у Житомирі, Літературно-меморіальний музей Лесі Українки у Новограді-Волинському, музей Короленка в Житомирі, стародавні городища (Ярополча, Іскоростень, Овруч тощо).

Палітра культурних ресурсів охоплює:

- Історичні пам'ятки. Це середньовічні замки (Радомисль, Овруч), монастирі (Бердичівський кляштор босих кармелітів, Житомирський домініканський кляштор), палаци (Терещенків у Червоноармійському), музеї (краєзнавчий Житомира, космонавтики ім. Корольова) тощо.
- Архітектурні пам'ятки. Храми різних епох і стилів, старовинні будівлі державних установ, дачі та млини XIX–XX ст. У самому Житомирі збереглося кілька унікальних пам'яток класицизму і бароко.
- Археологічні пам'ятки. На Поліссі є сотні городищ, курганів, поселень різних історичних періодів – від бронзової доби до середньовіччя.
- Етнографічні об'єкти. Фольклорні та ремісничі традиції (Наприклад, килимарство, ткацтво, різьблення, поліські обряди) найчастіше представлені в локальних музеях та фестивалях (Августівські фольклорні свята, «Древлянська казка» тощо).

Регіональна туристична інфраструктура наразі недостатня: 2020 року на всю область припадало лише 16 готелів і подібних закладів (кожен – принаймні 10 місць) з загальною місткістю 1193 людини. Навіть цей наявний номерний фонд використовувався лише на ~26% (коефіцієнт зайнятості 0,26), що свідчить про значний резерв для розвитку.

Таблиця 2.1 – Кількість об'єктів культурної спадщини в Житомирській області станом на 2024 рік

Кількість об'єктів культурної спадщини (Житомирська область)	Показник
Зареєстровані пам'ятки (усіх рівнів)	~4000
Пам'ятки національного значення (Держреєстр)	≈20–26 (2024, держреєстр)
Нововиявлені пам'ятки (регіональні обстеження)	1094

Джерело: [4; 6]

Таблиця 2.1 свідчить про значний, однак ще недостатньо реалізований потенціал Житомирської області у сфері охорони та використання культурної спадщини. Зокрема, наявність близько 4000 зареєстрованих пам'яток різного рівня охорони, серед яких 20–26 мають національне значення, підкреслює історико-культурну цінність регіону на загальнодержавному рівні [5]. Водночас виявлення понад тисячі нових об'єктів під час регіональних обстежень [6] вказує на динамічний процес дослідження та розширення реєстру спадщини, що формує резерв для подальшої туристичної та культурної активізації. Ці дані також демонструють потребу у систематизації, фаховому обліку та ефективному залученні спадщини до інноваційних культурно-туристичних маршрутів.

2.3. Сучасний стан та проблеми розвитку культурного туризму в Житомирській області

Незважаючи на значний потенціал, розвиток культурного туризму на Житомирщині сповільнений низкою проблем. Зокрема, обласні програми і експерти відзначають «відсутність якісної інфраструктури у межах туристичних «магнітів» області через зменшення фінансування». Інфраструктура пунктів харчування, транспорту, готелів або туристичних

сервісів у багатьох селах і малих містах слабо розвинена. Це ускладнює приваблення та утримання туристів.

Важливим чинником стали воєнні дії: деякі території (особливо на півночі області) стали менш доступними для туристів через втрати культурних об'єктів і транспортних шляхів. За словами представників місцевої влади, доступ до об'єктів культурної спадщини на Поліссі ускладнений віддаленістю та обмеженим транспортом, а їхнє збереження ускладнює нестача фахівців.

Економічні показники галузі свідчать про повільне відновлення: податкові надходження від туристичного бізнесу в Житомирській області у дев'яти місяцях 2024 року зросли до 14 494 тис. грн (із 9 782 тис. у аналогічний період 2023-го та 9 887 тис. у 2021-му). Це вказує на покращення, та водночас сумарні цифри залишаються дуже низькими порівняно з провідними регіонами (Наприклад, на Львівщині – 314 млн грн, у Києві – 675 млн грн за той самий період). Серед інших проблем – відсутність єдиної інформаційної платформи про туристичні об'єкти регіону, недостатня реклама на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також відсутність системи навчання кваліфікованих гідів і екскурсіводів.

– Ліквідність інфраструктури. За даними Держстату, 2020 року в області нараховувалося лише 16 колективних засобів розміщення (готелів, мотелів, баз відпочинку і т.ін.) з місткістю 1193 місця, і середній коефіцієнт їхнього завантаження становив всього 26 %. У місті Житомирі взагалі лише третина номерного фонду була зайнята.

– Фінансування і підтримка. Брак бюджетних коштів призводить до того, що навіть наявні туристичні об'єкти не мають сучасного облаштування. За обласною Програмою розвитку туризму (на 2024 р.), вирішено підвищити фінансування маркетингу та створити місцеві ТОП-маршрути, але масштаби необхідного оновлення поки невеликі.

– Маркетинг та інформація. Відсутні єдині туристичні навігатори чи мобільні додатки для області. Інформація про пам'ятки часто розпорошена по багатьох сайтах. Обмежене використання діджитал-інструментів і слабка

присутність у соцмережах знижують привабливість регіону для сучасних туристів.

– Таблиця 2.2 – Показники туристичної інфраструктури Житомирської області та діджитал-присутності регіону

Показник	Житомирська область (2023)	Джерело
Кількість колективних засобів розміщення	16	Держстат/Житомир.in fo
Загальна місткість місць у них	1193	Держстат/Житомир.in fo
Середній коефіцієнт завантаження номерного фонду (залюдненості)	26 %	Держстат/Житомир.in fo

Джерело: [13; 11]

Показники, наведені у таблиці 2.2, демонструють слабкий рівень розвитку туристичної інфраструктури Житомирської області, що значною мірою стримує потенціал регіону у сфері внутрішнього й міжнародного туризму. Зокрема, наявність лише 16 колективних засобів розміщення з загальною місткістю 1193 місця свідчить про обмежені можливості прийому туристів, особливо у пік сезону чи під час проведення масштабних культурних заходів [13]. Додатковим індикатором недостатньої туристичної активності є низький середній коефіцієнт завантаження номерного фонду – лише 26 %, що вказує на потребу в активнішій маркетинговій стратегії, розширенні каналів промоції та застосуванні діджитал-інструментів для популяризації туристичних продуктів регіону [14]. Недостатня присутність Житомирщини у цифровому середовищі, а також фрагментованість туристичної інформації негативно впливають на сприйняття регіону сучасними мандрівниками.

2.4. Перспективи та можливості створення інноваційних культурних маршрутів у Житомирській області

Перспективи розвитку культурного туризму в області пов'язані із впровадженням інноваційних підходів до створення маршрутів. В першу чергу

це — тематичні та міжрегіональні маршрути, які об'єднують історико-культурні об'єкти. Наприклад, можна розробити маршрути: «Поліський некрополь» (древлянські городища та курганні могильники Овруччини), «Житомирське «Памуккале» – екскурсія Дружбівським кар'єром з поліськими легендами), «Шлях короля Ярослава» (від Новограда-Волинського до Бердичева) тощо. Такі маршрути можуть охоплювати не лише пам'ятки архітектури, але й місцеві традиції (народні ремесла, фольклор), створюючи комплексний культурний продукт.

Іншими інноваціями є застосування сучасних технологій: аудіо- та відеогіди (з мультимедіа-супровідом), мобільні навігатори, VR/AR-моделювання пам'яток. В обласних планах передбачено розробку «аудіовізуального продукту» і туристичної навігації для області. Наприклад, за межами області вже створюють віртуальні тури та онлайн-музеї. Житомирщині доцільно розвивати цифрові платформи: наприклад, інтегрувати дані про місцеві пам'ятки в Український культурний атлас або Європейські маршрути культурної спадщини.

Важливим є обмін досвідом з іншими регіонами: паралельно з розвитком локальних ініціатив можна вчитися у «культурних маршрутів Ради Європи». Згідно з програмою «Культурні маршрути Ради Європи», 90% сертифікованих маршрутів прокладені через сільську місцевість, що стимулює розвиток віддалених територій і створює синергію між туризмом та місцевою економікою. Це підтверджує, що поєднання культурної спадщини з природою й громадським сектором сприяє сталому розвитку регіонів.

У порівнянні з іншими областями Житомирщина має як сильні, так і слабкі сторони. За даними податкової статистики за січень–вересень 2024 року, регіон відстає навіть від деяких сусідів: надходження податку від туризму в області склали лише 14,5 млн грн, тоді як, наприклад, у Кіровоградській області – 17,1 млн грн, у Сумській – 10,0 млн грн. Ці цифри значно менші за показники лідерів (Львів – 314,9 млн, Київ – 675,8 млн грн за аналогічний період), але подібні показники є в інших центральних та північних областях. Це свідчить

про те, що Житомирщина має резерви для росту (особливо внутрішнього туризму) за рахунок вдосконалення маршрутів та сервісів.

Таблиця 2.3 – Порівняльна динаміка надходжень від туризму в окремих регіонах України за 2023–2024 роки

Регіон	Надходження від туризму за січень–вересень 2024, млн грн	Надходження 2023, млн грн
Житомирська область	14,5	9,8
Кіровоградська область	17,1	10,9 (2023)
Сумська область	10,0	5,6 (2023)
Чернігівська область	11,2	7,8 (2023)
Найбільш потужні області:	-	-
м. Київ	675,8	172,8
Львівська область	314,9	248,4

Джерело: [12]

Таким чином, розвиток інноваційних культурних маршрутів у Житомирській області є реальним і перспективним завданням: поєднання локальних ініціатив (за участі громад) з державною підтримкою (фінансуванням аудіогідів, навігації, просвітницьких заходів) може значно підвищити привабливість регіону. Порівняльний аналіз статистики показує, що за рахунок такого стратегічного розвитку область може наздогнати сусідні регіони за обсягом туристичних надходжень і загальним наповненням, а культурні маршрути відкриють нові можливості для місцевого економічного зростання.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОЇ КОНЦЕПЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО КУЛЬТУРНОГО МАРШРУТУ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ

3.1. Обґрунтування концепції інноваційного культурного маршруту для обраного регіону/об'єкту

Житомирська область має доволі значний потенціал для залучення міжнародних туристів завдяки своєму багатому культурному, історичному та природному надбанню. Для іноземців регіон може стати цікавим напрямком, враховуючи унікальну архітектурну та культурну спадщину, природні заповідники, а також можливість відчутти автентичну атмосферу українського Полісся.

Для міжнародних відвідувачів привабливими є численні історичні та культурні пам'ятки, серед яких понад 160 об'єктів історії та культури, 30 архітектурних пам'яток, три фортеці та один замок. Особливу увагу можуть привернути садиби, палаци та меморіальні комплекси, що ілюструють багату історію регіону. Наприклад, музеї та театри області є не лише центрами культури, але й відкривають можливість ознайомлення з традиціями українського народу. Іноземці також зможуть відвідати 40 культових споруд, які розкривають духовну спадщину Житомирщини. Бібліотеки, багато з яких знаходяться у сільській місцевості, та музичні колективи є важливими осередками збереження й популяризації національної культури [11].

Іноземним туристам можуть бути цікаві подорожі до унікальних природних об'єктів. У регіоні налічується 213 природно-заповідних територій, включаючи національні заповідники, заказники, пам'ятки природи та дендропарки.

Радонові джерела поблизу Житомира й села Дениші, лікувальні торфові грязі у Зарічанах та сапропелеві у Вільці є основою для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, який може стати цікавим для іноземних гостей.

Регіон також пропонує широкі можливості для екологічного та активного відпочинку – це мальовничі ліси, багаті водойми, а також зелені маршрути, які ідеально підходять для прогулянок і велосипедних турів.

Розвинена транспортна інфраструктура області є важливим чинником для залучення міжнародних туристів. Житомир розташований неподалік від Києва, що робить його легко доступним для гостей з-за кордону.

Зручне залізничне сполучення з іншими великими містами України, такими як Львів, Харків і Одеса, відкриває можливості для туристичних маршрутів, які починаються або закінчуються у Житомирській області.

Крім того, область пропонує близько 50 готелів категорії 2-4 зірки, що відповідають потребам міжнародних гостей. Іноземні туристи можуть зупинитися як у готелях у Житомирі, так і в готельно-ресторанних комплексах на території області.

Туристично-інформаційні центри у Житомирі та Коростені надають послуги, які допомагають іноземцям організувати екскурсії, а також пропонують професійне супроводження від сертифікованих екскурсоводів, яких у регіоні працює близько 100 осіб [10, 11].

Туристичні подорожі надають можливість не лише відпочити, але й розширити свої горизонти, знайомлячись із новими місцями, історією та культурою.

Розроблений нами тур, розрахований на 3 дні та 2 ночі. Він спрямований на те, щоб кожен учасник зміг поринути у культурно-пізнавальні куточки Житомирщини, насолодитися природними й архітектурними пам'ятками, а також відчути автентичну атмосферу цього краю.

Унікальність туру полягає в гармонійному поєднанні активного відпочинку, фотозупинок та культурного знайомства з визначними пам'ятками. Туристи матимуть змогу побачити каскадний водоспад Вчелька, насолодитися

затишком санаторію «Дениші», відвідати палаци, що розкривають історію родин Терещенків і Грохольських, а також зануритися в багатокультурну атмосферу Бердичева.

Маршрут ретельно продуманий, щоб забезпечити максимальний комфорт та різноманіття вражень. У програмі передбачені не лише цікаві екскурсії, а й час для відпочинку, який можна використати для фото або прогулянок. Це дозволяє кожному туристу адаптувати участь у турі до власних потреб і вподобань.

Окрім краси природи, тур пропонує ознайомлення з архітектурними шедеврами. Відвідання палаців і маєтків перенесе вас у минуле, допоможе відчувати дух історії та побачити, як культура вплинула на архітектурний стиль регіону. Наприклад, неоготичний палац Грохольських-Терещенків є одним із символів української аристократії та меценатства.

Особливу увагу приділено гастрономічному супроводу туру. Учасники матимуть змогу скуштувати місцеві страви, відчувати традиційні смаки української кухні. Організоване триразове харчування та снеки, що забезпечують комфорт навіть під час переїздів.

Тур спрямований на широку аудиторію, від сімей із дітьми до молоді, яка прагне отримати незабутні враження. Він є чудовою нагодою для тих, хто бажає відпочити від буденності, наповнити свої вихідні яскравими подіями та створити нові спогади.

Враховуючи всі аспекти, цей тур стане ідеальним варіантом культурно-пізнавального відпочинку, що дає можливість відкрити для туристів нові місця та розширити кругозір. Кожна деталь туру спрямована на те, щоб залишити лише приємні спогади і бажання повертатися до цього краю знову і знову [22].

Тур розрахований на загальну аудиторію відпочиваючих. Як було зазначено, тривалість туру складає 3 дні / 2 ночі. Передбачається вільний час, фото-зупинки, відвідування Insta – локацій. 3-х разове харчування в об'єктах розміщення та снеки.

Розглянемо детально маршрут та програму розробленого нами туру «Культурно-пізнавальний тур по славетним місцям Житомирської області» (рис.3.1):

1 день

- 8:00 Виїзд із Житомира
- 9:30 Вільний час та фото-зупинка на водоспаді Вчелька
- 11:00 Переїзд у Дениші
- 12:00 Обід. Снеки видає керівник групи
- 14:00 Переїзд до пам'ятки «Житомирський каньйон» – скелястий берег річки Тетерів з химерними скелями «Голова Чацького» і «Чотири брати»
- 16:30 Поселення у санаторій «Дениші»
- 18:00 Вечеря у столовій санаторію «Дениші». Вільний час
- 21:00 Нічліг

2 день

- 8:00 Сніданок у столовій санаторію «Дениші»
- 9:00 Виселення з номерів
- 10:00 Переїзд у Турчиновку
- 12:00 Обід. Снеки видає керівник групи
- 13:00 Переїзд в с. Червоне до палацу Грохольських – Терещенко
- 15:00 Переїзд до Бердичева
- 16:00 Оглядова екскурсія Бердичевом
- 17:00 Монастир кармелітів босих у Бердичеві – символ віри та історії
- 17:30 Поселення у садибу «Карпатське село».
- 18:00 Вечеря. Вільний час
- 21:00 Нічліг

3 день

- 8:00 Сніданок у садибі
- 9:00 Переїзд до Старого Солотвину. Відвідання Insta-локації
- 10:30 Острів Коханя – романтична перлина Житомирщини
- 11:15 Переїзд до Коростишевського кар'єру
- 12:00 Обід. Снеки видає керівник групи
- 13:00 Переїзд в Коростень
- 15:00 Переїзд у Рудня-Замисловичська. Державний геологічний заказник «Кам'яне село» – загадка природи та легенд Полісся
- 18:00 Вечеря. Виселення з номерів
- 20:00 Повернення у Житомир

Рисунок 3.1. Програма туру «Культурно-пізнавальний тур по славетним місцям Житомирської області»

Джерело: розроблено автором

1 день. Житомир – Водоспад Вчелька – Дениші

8:00 Виїзд із Житомира.

9:30 Вільний час та фото-зупинка на водоспаді Вчелька.

Водоспад Вчелька – це рукотворний водоспад, розташований у межах Житомирського району Житомирської області, який є однією з природних пам'яток регіону. Його місцезнаходження визначається урочищем Шумське на річці Гнилоп'ять, між селами Сінгури, Головенка та Перлявка, що розташовані на південний захід від обласного центру – Житомира.

Цей водоспад має висоту близько 10 метрів і ширину 40 метрів. Він складається з каскаду трьох скельних уступів, загальна довжина яких становить 60-80 метрів. Ці уступи створюють унікальний ландшафтний вигляд, що приваблює як місцевих жителів, так і туристів з інших регіонів. Особливістю місцевості є також прямовисні скелі, розташовані поблизу водоспаду, які досягають висоти від 6 до 10 метрів.

Нижче за течією річки розташована ще одна визначна природна пам'ятка – скеля Крашевського, висота якої сягає до 30 метрів. Ця скеля отримала свою назву на честь видатного польського письменника Юзефа Крашевського, який у своїй творчості часто описував природу Полісся. Місцева легенда свідчить, що письменник надихався саме цими краєвидами під час написання своїх творів.

Таким чином, Водоспад Вчелька разом із прилеглими природними об'єктами є не лише цікавим місцем для відпочинку, але й має культурно-історичне значення, будучи частиною багатой спадщини Житомирщини. Його доступність і мальовничість роблять його популярним місцем для екскурсій, фотографування та знайомства з природою регіону.

11:00 Переїзд у Дениші.

12:00 Обід. Снеки видає керівник групи.

Дениші – це екологічно чиста курортна зона в 20 км від обласного центру Житомир та в 150 км від Києва. Санаторій розташований в Поліських лісах на березі річки Тетерів. Санаторно-курортна реабілітація тут проводиться з 1972

року. Всі корпуси і приміщення були недавно реконструйовані і виведені на сучасний комфортний рівень, що дає відпочиваючим можливість не тільки пройти повноцінний курс лікування, але і відпочити в хороших умовах.

14:00 Переїзд до пам'ятки «Житомирський каньйон» – скелястий берег річки Тетерів з химерними скелями «Голова Чацького» і «Чотири брати».

16:30 Поселення у санаторій «Дениші».

18:00 Вечеря у столовій санаторію «Дениші». Вільний час.

21:00 Нічліг.

2 день. Дениши – Турчиновка – Дворец Грохольських-Терещенко – Бердичев.

8:00 Сніданок у столовій санаторію «Дениші».

9:00 Виселення з номерів.

10:00 Переїзд у Турчиновку.

У селі Турчинівка знаходиться унікальна архітектурна пам'ятка – садиба Уварових, яка свого часу належала родині відомих цукрозаводчиків і меценатів Терещенків. Цей архітектурний комплекс, збудований у стилі неоренесансу з елементами готики, є чудовим прикладом розкішної резиденції заможної родини кінця ХІХ – початку ХХ століття.

Особливістю садиби є її архітектурна конструкція, майже повністю виконана з теракотової цегли. Цей матеріал використаний не лише для основних конструкцій, але й для декоративних елементів, що надає будівлі особливого шарму. Фасад садиби прикрашає родинний герб, у центрі якого виділяється літера «У» – символ родини Уварових. Інтер'єри будівлі зберегли елементи розкішного оздоблення, зокрема унікальні зразки ліпнини, які свідчать про високу майстерність тогочасних художників і архітекторів.

Додатковою окрасою комплексу є старовинний парк, що оточує садибу, та мальовничий ставок, які створюють атмосферу спокою та естетичної гармонії. Парк є не лише декоративною частиною маєтку, але й історичним елементом, що додає комплексу унікальності.

У приміщенні садиби розташований професійно-технічний навчальний заклад. Завдяки цьому будівлю підтримують у задовільному стані, що дозволяє зберігати її історичну та культурну цінність. Попри те, що садиба використовується за іншим призначенням, вона залишається популярним об'єктом серед туристів, які цікавляться історією, архітектурою та культурною спадщиною Житомирщини.

Садиба Уварових – це не просто будівля, а справжній історичний скарб, що відображає дух епохи, коли меценатство й архітектурна вишуканість були невід'ємними рисами заможних родин. Вона слугує нагадуванням про величкий внесок Терещенків і Уварових у розвиток культури, економіки та соціальної сфери України.

12:00 Обід. Снеки видає керівник групи.

13:00 Переїзд в с. Червоне до палацу Грохольських – Терещенко.

Садиба Уварової, розташована у Турчинівці, є визначною пам'яткою архітектури, яка належала родині заможних цукрозаводчиків і меценатів Терещенків. Побудована у стилі неоренесансу, садиба прикрашена елементами готики, що надає їй витонченого й монументального вигляду. Вона виконана переважно з теракотової цегли, яка використовувалася навіть для створення декоративних елементів. На фасаді садиби можна побачити родовий герб родини Уварових, у центрі якого виділена літера «У». Інтер'єри будівлі вражають багатством декору – унікальна ліпнина створює атмосферу аристократичного шику.

Окрасою комплексу є старовинний парк із мальовничим ставком, що доповнює гармонійний ансамбль території.

Поряд із садибою Уварової в Турчинівці виділяється ще один архітектурний шедевр – палац Грохольських-Терещенків. Ця будівля, зведена у неоготичному стилі, є унікальною для регіону та значно відрізняється від інших споруд місцевості. Первісним власником палацу був польський офіцер Адольф Грохольський, який доклав багато зусиль для його створення. Попри два шлюби, Грохольський не мав спадкоємців, тому після його смерті палац

дістався другій дружині, яка згодом продала маєток разом із селищем Миколі Терещенку.

Микола Терещенко передав палац своєму синові Федору Терещенку, який значно змінив зовнішній вигляд будівлі, надавши їй сучасного вигляду. Він реконструював палац, зробивши його вежі нижчими на два яруси, додав портик із балконом перед головною вежею та оформив споруду у готичному стилі. Федір Терещенко був відомим благодійником, а також почесним громадянином Києва. У 1870 році він побудував у селищі Червоне цукровий завод, який функціонує й сьогодні, залишаючи спадок індустріального розвитку.

Сьогодні обидва об'єкти – садиба Уварової та палац Грохольських-Терещенків – є не лише важливими історичними й архітектурними пам'ятками, але й свідками багатого культурного та економічного спадку родини Терещенків, які зробили значний внесок у розвиток регіону. Їхня спадщина продовжує надихати як місцевих жителів, так і туристів, що відвідують ці унікальні пам'ятки.

15:00 Переїзд до Бердичева.

16:00 Оглядова екскурсія Бердичевом.

Бердичів – місто обласного підпорядкування та адміністративний центр Бердичівського району, розташоване на півдні Житомирської області, за 40 км від обласного центру. Місто знаходиться на березі річки Гнилоп'ять, яка є притокою Тетерева. Бердичів унікальний своїм культурним розмаїттям, адже тут історично переплелися українська, польська та єврейська культури. Це вплинуло на формування особливого менталітету мешканців міста. У XIX столітті Бердичів був одним із провідних торговельних і промислових центрів України, що забезпечувало йому економічний розвиток та культурну значущість.

17:00 Монастир кармелітів босих у Бердичеві – символ віри та історії.

Монастир кармелітів босих у Бердичеві був заснований наприкінці XVI століття на землях, які тоді належали Речі Посполитій (після Люблінської унії 1569 року). Первісно споруджений як міцна оборонна фортеця, він мав стати

символом сили й впливу молодшої гілки аристократичного роду Тишкевичів. Проте з часом ця велична споруда набула нового значення, перетворившись на місце великої духовності, яке вшановує вищу небесну силу.

Монастир залишається важливою історичною та культурною пам'яткою, яка відображає багатогранну історію регіону й відіграє значну роль у духовному житті не лише Бердичева, але й усієї України.

17: 30 Поселення у садибу «Карпатське село».

18:00 Вечеря. Вільний час.

21:00 Нічліг.

3 день. Бердичев – Дом рибак - Коростышевський кар'єр – Радомишль – Коростень - Рудня-Замысловичская

8:00 Сніданок у садибі.

9:00 Переїзд до Старого Солотвину. Відвідання Insta-локації.

10:30 Острів Коханья – романтична перлина Житомирщини.

Острів Коханья, створений руками людини у ХІХ столітті, є унікальною пам'яткою, що зачаровує своєю романтичною атмосферою. Це невеликий острівець, де розташований дерев'яний будиночок, який нагадує хатинку зі старовинної казки. Побудований із дерева, цей мисливський або рибальський будинок виглядає так, ніби перенісся у сучасність із легенд або фольклору.

Острів оточений водою та кількома деревами, а дістатися до нього можна вузьким дерев'яним містком, який додає місцю ще більше чарівності. Завдяки своєму таємничому вигляду та мальовничій локації, Острів Коханья швидко здобув популярність серед туристів і місцевих жителів. Багато хто прагне побувати тут, щоб насолодитися особливою атмосферою та зробити чудові фотографії. Незалежно від того, чи перебуваєте ви на острові, чи прогулюєтеся містком, це місце стане ідеальним для створення яскравих і романтичних спогадів.

11:15 Переїзд до Коростишевського кар'єру.

Коростишівський кар'єр – це затоплений гранітний кар'єр, розташований у місті Коростишів, яке є одним із ключових центрів гранітодобувної

промисловості України. Видобуток граніту тут почався ще в ХІХ столітті, і з того часу Коростишів став відомий своєю унікальною природною та промисловою спадщиною. Кар'єр оточений крутими скелями, які створюють неймовірний ландшафт. Його територія вражає красою, і відвідувачам радять обійти кар'єр повністю, адже з кожного куточка відкриваються нові захопливі краєвиди. Високі скелі, густий ліс, що оточує водойму, та прозора вода створюють атмосферу, яка захоплює з першого погляду.

Особливе враження справляє колір води, що нагадує відтінки блакитної лагуни. У деяких місцях він особливо виразний завдяки пагорбам із глини, що додають контрасту.

Коростишівський кар'єр є не лише пам'яткою промислової історії, а й ідеальним місцем для прогулянок, фотосесій та насолоди природою. Він приваблює туристів своєю унікальною красою і є одним із найцікавіших об'єктів для відвідування на Житомирщині.

12:00 Обід. Снеки видає керівник групи.

13:00 Переїзд в Коростень.

З двох боків мальовничих берегів звивистої річки Уж, притоки Прип'яті, у Коростені розкинувся казковий парк, дуже насичений і зворушливий. Затишні лавочки, де можна відпочити, з каменів рибалки ловлять рибку. Величезні пам'ятники Островському та княгині Ользі. Чудова прогулянка перед відвідуванням Кам'яного села.

15:00 Переїзд у Рудня-Замисловичська. Державний геологічний заказник «Кам'яне село» – загадка природи та легенд Полісся.

«Кам'яне село» – унікальний геологічний заказник, що розташований на території Поліського заповідника, приблизно за 30 км на північний схід від Олевська. Це місце є однією з найбільш загадкових природних пам'яток України. Величезні валуни, розкидані посеред лісу між соснами та дубами, утворюють своєрідні «вулиці», де можна побачити «будинки», «школу» та «церкву».

Однією з визначних особливостей заказника є камінь із трьома поглибленнями, що нагадують відбитки людських ніг. Ці відбитки називають «слідами Бога», і вони стали джерелом багатьох легенд та переказів. Згідно з науковими припущеннями, валуни були принесені льодовиком і згодом зазнали процесу вивітрювання, набувши незвичайних форм.

Існують також численні народні легенди про походження «Кам'яного села». Одна з них розповідає про жадібних жителів лісового поселення, які відмовили мандрівникам у притулку. За це вони були покарані небесною силою – їхні будинки перетворилися на каміння. Ця унікальна пам'ятка природи вражає своєю атмосферою та викликає захоплення як у туристів, так і у дослідників, які шукають відповіді на загадки її походження. «Кам'яне село» є місцем, яке варто відвідати, щоб відчувати гармонію природи та доторкнутися до історії, овіяної легендами.

18:00 Вечеря. Виселення з номерів.

20:00 Повернення у Житомир.



Рисунок 3.2. Візуалізація культурно-туристичного маршруту Житомирською областю.

Джерело: розроблено автором

Цей триденний тур ставить за мету не просто знайомство з Житомирщиною, а й створення унікального досвіду для кожного учасника. Поєднання активного відпочинку, захоплюючих екскурсій і комфортного перебування дозволяє відкрити красу регіону в її багатогранності. Відвідування унікальних природних пам'яток, таких як «Острів кохання» чи скельний ландшафт «Житомирського каньйону», доповнюється цікавими розповідями про історію видатних постатей, які впливали на розвиток місцевої культури та архітектури. Кожна локація маршруту залишає незабутній слід у пам'яті завдяки своїй унікальній атмосфері та мальовничості.

3.2. Програма та зміст інноваційного культурного маршруту

Розроблений нами тур «Культурно-пізнавальний тур по славетним місцям Житомирської області» надає можливість не лише побачити відомі місця, але й відчувати гармонію природи, історії та сучасного комфорту.

Особливий акцент зроблено на тому, щоб кожен учасник отримав задоволення від подорожі, збагачення новими враженнями й натхненням. Завдяки різноманіттю маршруту цей тур є універсальним рішенням для тих, хто шукає активного відпочинку, культурного збагачення та нових емоцій.

Для того щоб просувати даний тур на міжнародному ринку пропонуємо реалізувати наступні маркетингові заходи (рис. 2.2).

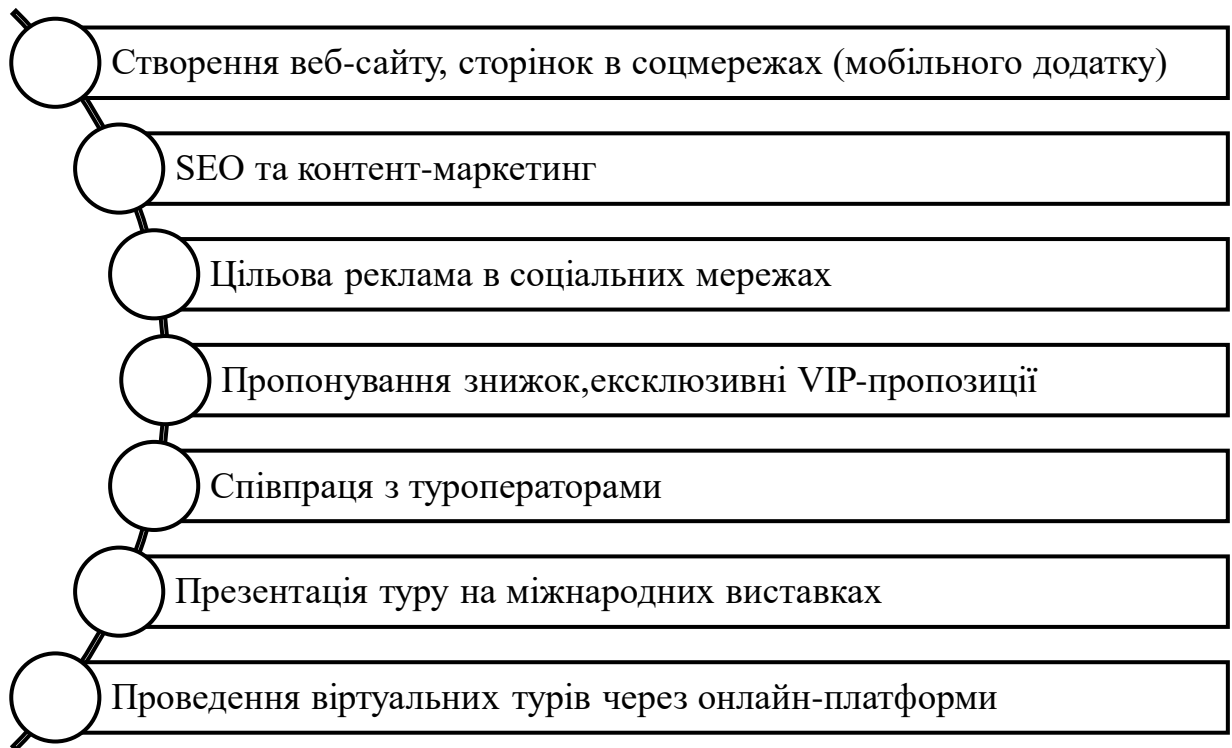


Рисунок 3.3. Програма маркетингових заходів задля просування туру на міжнародному ринку

Джерело: розроблено автором

По-перше це розробка сучасного, зручного веб-сайту, в ідеалі ще й мобільного додатку, який надаватиме туристам повну інформацію про тур, деталі маршруту, екскурсії, умови проживання, фото та відео матеріали, а також можливість онлайн-забронювати місце. Сайт має бути багатомовним, зокрема, англійською та іншими популярними європейськими мовами.

Офіційний блог та SEO-оптимізація сайту, у великому конкурентному середовищі також стане важливим кроком для забезпечення високих позицій у пошукових системах при запитах, пов'язаних з культурно-пізнавальними турами в Україні, Житомирщині або архітектурними пам'ятками. Публікація корисних статей, інтерв'ю з експертами, історії з місцевих туристів, а також детальні описання кожної локації туру сприятимуть залученню нових клієнтів.

Цільова реклама в соціальних мережах. Наприклад, реклама в Instagram, Facebook, TikTok, YouTube з використанням відео та фотографій місць, які відвідують туристи в рамках туру. Особливу увагу варто приділити візуальному

контенту, що показує незабутні природні та архітектурні пам'ятки, які можна побачити під час подорожі. Креативні хештеги, фотоконкурси та створення віртуальних турів можуть залучити молоду аудиторію.

Дієвою стратегією у просуванні туру стане пропонування знижок на групові та сімейні поїздки, що сприятиме збільшенню попиту серед родин з дітьми та груп туристів, що дозволить привабити ширшу аудиторію, особливо під час сезонних акцій чи святкових періодів [3].

Також створення ексклюзивних варіантів туру для VIP-груп, включаючи особисті екскурсії, дегустації, фото-сесії на Insta-локаціях та доступ до недоступних для загальних груп об'єктів додасть турові статусу і привабить заможних туристів.

Встановлення партнерських відносин з міжнародними туристичними агентствами та блогерами, які спеціалізуються на культурно-пізнавальних турах. Окремо варто звернути увагу на популярних travel-блогерів, які зможуть поділитися досвідом відвідування Житомирщини з їх аудиторією через відгуки, відео-огляди та пости на платформах соціальних мереж, з посиланням на сторінки соціальних мереж туру та веб-сайту.

Важливим також стане просування туру через пропозиції співпраці з міжнародними туроператорами та гідами для включення цього туру до їх програм, створення пакетних пропозицій, що включають тури по Житомирщині, обслуговування клієнтів іншими мовами [30].

Презентація туру на міжнародних виставках туризму та культурних подій, таких як ITB Berlin, WTM London, або туристичних ярмарках Європи, де можна безпосередньо спілкуватися з потенційними туристами та закордонними партнерами.

Необхідно також створювати оголошення та рекламні матеріали в міжнародних туристичних виданнях та на туристичних платформах, таких як TripAdvisor, Lonely Planet, Expedia, де можна також зареєструвати тур для отримання відгуків та підвищення його популярності серед мандрівників.

Проведення віртуальних 3-D турів для потенційних туристів [12] через онлайн-платформи, демонструючи туристичні маршрути, пам'ятки та унікальні моменти, яких вони можуть очікувати під час подорожі. Такі інтерактиви можуть стати важливим для міжнародних клієнтів, які хочуть попередньо ознайомитися з туром перед плануванням поїздки.

За допомогою таких стратегій можна ефективно просувати тур на міжнародному ринку та залучити увагу до культури, природи та архітектури Житомирщини.

3.3. Рекомендації щодо впровадження та промоції інноваційного культурного маршруту

Створення детальної програми культурного маршруту – це лише перший крок. Для того щоб маршрут реально запрацював і приносив користь (як туристам, так і регіону), необхідно реалізувати комплекс заходів з його впровадження та просування. Нижче сформульовано ключові рекомендації, що охоплюють організаційні, маркетингові та підтримувальні аспекти.

1. Організаційно-управлінські заходи:

– Створення робочої групи та визначення координатора маршруту. Рекомендується при Управлінні культури і туризму Житомирської ОДА створити робочу групу з представників зацікавлених сторін: туроператорів, музеїв, громад, гідів, маркетологів. Ця група відповідатиме за фіналізацію концепції, узгодження графіків, пошук ресурсів. Необхідно призначити координатора проекту (менеджера маршруту), який буде контактною особою і “рушійною силою” реалізації. Координатор займатиметься укладанням договорів з постачальниками послуг (транспорт, проживання), домовленостями з музеями щодо спеціальних програм, графіків відвідування тощо. Важливо визначити, хто буде оператором маршруту – наприклад, комунальне підприємство при ОДА або консорціум приватних фірм під патронатом ОДА. Від цього залежатиме фінансова модель (прибутки/витрати) та стійкість проекту.

– Налагодження партнерств з громадами та власниками локацій. Кожна громада, на території якої проходить маршрут (Житомир, Бердичів, Звягель, Радомишльська громада тощо), має бути поінформована і зацікавлена у проекті. Рекомендовано підписати Меморандуми про співпрацю між ОДА та міськими/селищними радами цих громад, де пропишуть зобов’язання сторін: громади, наприклад, забезпечують належний стан доріг до об’єктів, встановлення інформаційних знаків, участь місцевих творчих колективів у програмах; ОДА допомагає з промоцією, методичною підтримкою, пошуком

коштів. Власники приватних об'єктів (замок “Радомисль” – приватний музей) також долучаються на основі угоди про співробітництво, можливо, на партнерських умовах (взаємна реклама, спеціальні ціни для груп маршруту тощо). Така широка коаліція стейкхолдерів забезпечить проекту підтримку і зменшить ризики (Костянчук, Мірко 2020 вказували, що залучення всіх зацікавлених сторін є чинником успіху туристичних ініціатив в громадах).

– Розробка стандартів якості та навчання персоналу. Інноваційний маршрут вимагатиме високого рівня сервісу та професійності. Потрібно розробити стандарти обслуговування: сценарії екскурсій, скрипти для гідів-акторів, таймінг заходів – і навчити залучений персонал. Наприклад, провести серію тренінгів для екскурсоводів з Житомира і Бердичева на тему інтерпретації культурної спадщини, іноземних мов, навичок театралізації екскурсії (за участю режисерів, істориків). Провести навчання для працівників музеїв щодо прийому груп, використання цифрових технологій (QR-кодів, аудіогідів). Також підготувати водіїв, рестораторів до роботи з туристичними групами (основи ввічливості, англійські фрази і т. д.). Доцільно розробити путівник для гідів маршруту – методичний посібник з історичними довідками, легендами, цитатами, щоб усі гіді подавали узгоджену інформацію (з уникненням фактичних помилок чи розбіжностей).

– Пілотне тестування маршруту. Перед виходом на ринок варто провести 1–2 пілотні поїздки у тестовому режимі – запросити групу експертів або студентів-туризмознавців безкоштовно чи за собівартістю пройти маршрут і надати фідбек. За результатами пілоту можна виявити “вузькі місця”: де не вкладаємося в час, чи цікавий контент, як працює логістика, чи зрозумілі вказівники тощо. Пілот дозволить відкоригувати програму перед офіційним запуском. Також це дасть перший медіа-привід: можна залучити журналістів на пілотний тур і отримати перші публікації.

– Інституційне закріплення маршруту. Після успішного запуску бажано закріпити маршрут як офіційний туристичний продукт області. Наприклад, включити його до Регіональної програми розвитку туризму з

відповідним рядком фінансування на промоцію. Можна зареєструвати торговельну марку або авторські права на назву і концепцію маршруту, щоб запобігти недобросовісному використанню. Якщо маршрут набуде популярності, доцільно створити окремий веб-сайт чи розділ на порталі ОДА з назвою маршруту, де буде вся інформація і можливість бронювання (див. нижче про промоцію). Іншим варіантом є входження маршруту до мережі національних чи міжнародних – можливо, з часом прагнути сертифікації Ради Європи, як обговорювалося в підрозділі 2.3 (це довготривала перспектива).

2. Маркетингова стратегія та просування:

- Брендінг маршруту. Необхідно розробити привабливий бренд: логотип, слоган, візуальний стиль. Назва “Видатні постаті і спадщина Житомирщини” можна скоротити до більш ємної, наприклад: “GENIUS LOCI Zhytomyrщини” (дух місця Житомирщини) або “Житомирщина: Terra Героїв” (земля героїв) – такі назви поєднують локальне і універсальне. Логотип може містити символи трьох тем (наприклад, книга + ракета + квітка, що символізують літературу, космос, Лесину Лісову пісню). Кольори – ті, що асоціюються з Поліссям (зелений ліс, блакитний космос). Важливо, щоб бренд виглядав сучасно і зрозуміло для іноземців (можливо, дублювання назви латинкою). Брендбук дозволить використовувати єдиний стиль в усіх матеріалах.

- Розробка рекламних матеріалів. Потрібно підготувати якісні промоційні матеріали:

- Кольоровий буклет маршруту кількома мовами (укр, англ, польською), з картою маршруту, фото локацій, коротким описом програми і контактом для бронювання.

- Відеоролик (2–3 хв) з кадрами музеїв, щасливих туристів, інтерв’ю з гідом – для розміщення онлайн і на туристичних виставках.

- Набір сувенірів: значки, магніти, листівки з символікою маршруту – їх роздаватимуть першим клієнтам або продаватимуть як мерч (це і реклама, і додатковий дохід).

– Інтернет-контент: створити сторінки маршруту у соцмережах (Facebook, Instagram) з регулярними постами про об’єкти, цікавими фактами, відгуками тих, хто відвідав. В ідеалі – окремий сайт, але на початковому етапі достатньо добре оформленої сторінки на сайті VisitZhytomyr (туристичний портал області) чи на сайті одного з партнерських туроператорів.

– Канали просування. Слід максимально використати доступні канали:

– Участь у туристичних виставках та ярмарках: наприклад, UITT (Київ), UITM, міжнародні виставки в Польщі. На стенді Житомирської області має бути промоція нового маршруту, роздаватися буклети. Це дасть професійній аудиторії (туроператорам) знати про продукт.

– Проведення прес-турів та блогер-турів: запросити групу українських тревел-блогерів, журналістів у інформаційний тур маршрутом (можливо, скороченим варіантом за 2 дні) – за рахунок організаторів. Яскраві відгуки й публікації в ЗМІ та соцмережах створять “хвилю” інтересу серед потенційних туристів. Особливо впливовими можуть бути travel-блогери з YouTube, Instagram, які спеціалізуються на внутрішньому туризмі.

– Цільова реклама в інтернеті: настроїти рекламу маршруту в Google (щоб при пошуку “тур Житомирщина” показувало нашу пропозицію), у Facebook/Instagram (банери для цільової аудиторії – жінки і чоловіки 20–60 рр, гео – Київ, Львів, Мінськ, Варшава, інтереси – подорожі, культура). Використовувати яскравий креатив (наприклад, “Відчуй космос і романтику за 3 дні на Житомирщині!”). Бюджет на цифрову рекламу можна передбачити в програмі розвитку туризму або залучити співфінансування від бізнесу.

– Співпраця з туроператорами і агрегаторами. Встановити контакт з провідними внутрішніми туроператорами (наприклад, “Kraina UA”, “Феєрія” тощо), включити маршрут до їх каталогу турів. Можливо, укласти угоди про комісійну винагороду: вони продають тур кінцевим клієнтам, а оператор маршруту виконує. Також зареєструвати тур на популярних платформах типу

TripAdvisor, AirBnb Experiences (для іноземців), щоб охопити самостійних мандрівників, які шукають локальні екскурсії.

– Loyalty-програми і акції. На старті можна стимулювати попит спеціальними пропозиціями: першим 100 туристам – знижка 10%, або “приведи друга – отримай сувенір”. Для шкільних груп – пільгові умови. Розробити подарункові сертифікати на участь у турі (як продукт для продажу на свята, корпоративним клієнтам). Такі маркетингові ходи привертатимуть увагу і допоможуть швидше набрати аудиторію.

– Місцева промоція. Не забувати й про мешканців області: через місцеві ЗМІ, соцмережі громад інформувати, що запущено маршрут, запрошувати долучатися. Часто “сарафанне радіо” добре працює – люди з Житомира порадять знайомим з інших міст відвідати тур. Крім того, місцевим можна запропонувати одноденні участі: наприклад, житомир'яни можуть приєднатись лише на 1 день програми за меншу ціну (це збільшить наповнюваність груп).

3. Забезпечення сталості та розвитку маршруту:

– Моніторинг і збір відгуків. Після кожного проведеного туру необхідно збирати зворотній зв'язок від учасників (анкетування, усні відгуки). Ця інформація дозволить удосконалювати програму: десь додати часу, десь покращити сервіс. Моніторинг також включає відстеження фінансових показників – рентабельності, динаміки попиту. Рекомендується вести статистику: скільки турів проведено, скільки туристів, їх географія. Це допоможе звітувати перед зацікавленими сторонами (обласна рада, спонсори) та аргументувати подальші інвестиції.

– Підтримка інфраструктури. Маршрут буде життєздатним лише за умови належного стану об'єктів. Треба контролювати, щоб дороги за маршрутом ремонтувалися, музеї оновлювали експозиції, туалети були чисті, кафе – готові до напливу клієнтів. У разі необхідності, лобювати виділення коштів на реставрацію ключових пам'яток, які залучені в маршрут (наприклад, домогтися державного фінансування на відновлення костелу у Верхівні чи

укріплення мурів Бердичівського монастиря). Співпраця з місцевим бізнесом може допомогти: можливо, залучити меценатів (приватні компанії Житомирщини) опікуватися певним об'єктом в обмін на згадку їх як партнерів маршруту.

– Розширення і диверсифікація продукту. Після успішного запуску базового триденного туру, можна розробити варіації: наприклад, скорочений дводенний тур (для тих, хто обмежений в часі – без Звягеля, лише Житомир+Бердичів), або навпаки п'ятиденний розширений тур (з більшим зануренням, включенням сіл, екологічних прогулянок). Також на основі маршруту можна створювати спеціальні події: щорічний фестиваль “Дні Космосу на Житомирщині” або “Бал у Верхівні” (історична реконструкція) – це приверне додаткову увагу ЗМІ і туристів. Важливо підтримувати “новизну”: щороку додавати якісь нові фішки, щоб навіть ті, хто пройшов маршрут, мали привід повернутися (оновлена вистава, новий музейний експонат, новий аудіогід тощо).

– Фінансова стійкість. Рекомендується прорахувати бізнес-модель так, щоб маршрут був самоокупним. На початках, можливо, потрібні дотації чи гранти (на промоцію, на закупівлю обладнання – рації для гідів, костюми акторів, виготовлення вказівників). У довгостроковій перспективі прибуток від продажу турів має покривати операційні витрати і давати фонд розвитку. Частина прибутку доцільно реінвестувати: на навчання персоналу, рекламу, оновлення матеріально-технічної бази. Також варто передбачити страховий фонд або резерв на випадок форс-мажорів (як урок, винесений з пандемії COVID-19, коли туризм зупинявся).

– Інтеграція в регіональну туристичну політику. Маршрут повинен стати складовою туристичного бренду області. Наприклад, при згадці Житомирщини в національних туристичних кампаніях слід акцентувати саме цей маршрут як ключовий (ДАРТ при промоції внутрішнього туризму може включати його в промо-матеріали “Мандруй Україною”). Крім того, маршрут може бути своєрідним “хребтом” для розвитку інших маршрутів: місцеві

громади можуть розробляти суб-маршрути, які під'єднуються до основного. Скажімо, Радомишльська громада створить одноденний тур по своїх селах – його можна пропонувати як доповнення до базового. Таким чином формується ціла мережа культурних маршрутів Житомирщини з різною тематикою, але єдиним стандартом якості та під спільним брендом регіону.

4. Партнерська та державна підтримка промоції:

- Залучити до просування національні організації: Національну туристичну організацію України (НТОУ), асоціації гідів, Асоціацію індустрії гостинності – через їх канали поширювати інформацію про маршрут, проводити презентації на семінарах.

- Взаємодіяти зі ЗМІ: дати серію інтерв'ю обласному радію, телебаченню про новий маршрут, підкреслити його значення для області. Це створить позитивний імідж влади і проінформує широкі кола населення.

- Розглянути можливість спонсорства: наприклад, мобільний оператор чи банк може стати спонсором маршруту, профінансувавши частково витрати, натомість отримавши рекламні можливості (їх логотип на матеріалах, згадка у ЗМІ). Це додатковий ресурс і легітимізація маршруту.

- Необхідно працювати над отриманням грантів: є програми від Українського культурного фонду на підтримку локального туризму, від USAID (проекти економічного розвитку громад) – можна подавати заявку на розвиток маршруту (наприклад, на цифровізацію – створення додатку, або на навчання персоналу). У разі отримання гранту вдасться суттєво підняти рівень якості маршруту без навантаження на місцевий бюджет.

Підсумовуючи, успіх впровадження інноваційного культурного маршруту на Житомирщині залежить від злагодженої роботи всіх учасників процесу та продуманої стратегії. Необхідно поєднати адміністративний ресурс (координація, підтримка), підприємницьку ініціативу (туроператори, інвестори), творчий підхід (контент маршруту) і активну промоцію. Дотримання наведених рекомендацій дозволить не лише запустити маршрут, а й забезпечити його довготривалу популярність і позитивний вплив на

економічний та культурний розвиток регіону. Житомирщина отримає впізнаваний туристичний продукт, який зміцнить її бренд на карті України і Європи, а туристи – новий захопливий напрямок для подорожей, де історія і інновації крокують поруч.

ВИСНОВКИ

Культурно-пізнавальний туризм є важливою частиною туристичної індустрії, орієнтуючись на задоволення інтересів туристів у пізнанні історії, культури та мистецької спадщини. Його суть полягає в організації можливостей для отримання нових знань та вражень через безпосереднє занурення в культурне середовище, відвідування історичних пам'яток, участь у культурних подіях та ознайомлення з місцевими традиціями.

Дослідження показують, що культурний туризм сприяє розвитку взаєморозуміння між різними культурами, допомагає зберігати національну ідентичність і інтегрує культурну спадщину в туристичний сектор. Важливим аспектом є мотивація туристів, що є основним фактором для створення успішних туристичних продуктів.

Сучасний підхід до культурно-пізнавального туризму включає два основні напрямки: використання культурної спадщини як ресурсу і стимулювання попиту через маркетинг. Ключовими елементами є відповідна інфраструктура, яка забезпечує доступність культурних об'єктів, і цифрові технології, що дозволяють туристам планувати маршрути, бронювати тури та ознайомлюватися з культурними об'єктами онлайн.

Розробка культурно-пізнавальних турів вимагає урахування унікальності місцевих об'єктів, створення тематичних маршрутів, що поєднують активний відпочинок, навчальні елементи та комфорт. Такі тури повинні бути адаптовані до різних груп туристів. Промоція таких турів на міжнародному рівні передбачає використання сучасних маркетингових інструментів, співпрацю з

міжнародними партнерами, участь у туристичних виставках і активне використання цифрових платформ.

Культурно-пізнавальний туризм має значний потенціал для розвитку, що вимагає комплексного підходу до організації та просування, а також ефективного використання культурного капіталу для популяризації туристичних маршрутів як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Аналіз культурно-пізнавального туризму в Житомирській області виявив великий потенціал для розвитку, що базується на багатій історико-культурній спадщині та природних ресурсах. У дослідженні вивчені наявні туристичні ресурси, такі як природні об'єкти, архітектурні пам'ятки та культурні традиції, які можуть стати основою для створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Незважаючи на наявність потенціалу, сучасний стан культурно-пізнавального туризму в Житомирській області характеризується недостатнім використанням регіональних ресурсів. Основними обмеженнями є недостатньо розвинена інфраструктура, обмежена маркетингова діяльність і відсутність комплексного підходу до просування туристичних продуктів на міжнародному ринку. Однак активізація туризму може стати важливим чинником соціально-економічного розвитку регіону.

Розроблений тур «Культурно-пізнавальний тур по славетним місцям Житомирської області» поєднує унікальні природні та історико-культурні об'єкти, надаючи можливість привабити туристів з різними інтересами. В рамках туру передбачено відвідування таких визначних місць, як водоспад Вчелька, санаторій «Дениші», палаци Терещенків і Грохольських, монастир кармелітів у Бердичеві та природні об'єкти, такі як «Кам'яне село». Цей тур забезпечує туристам насичену програму, спрямовану на задоволення їхніх пізнавальних потреб, відпочинок і створення незабутніх вражень.

Одним із головних висновків є необхідність системного підходу до створення та просування туристичних продуктів Житомирщини. Використання сучасних маркетингових інструментів, таких як цифрова реклама, співпраця з

блогерами, участь у міжнародних виставках і створення багатомовних вебсайтів і мобільних додатків допоможе популяризувати регіон на міжнародному ринку.

Аналіз витрат на тур, включаючи витрати на проживання, харчування, транспорт, екскурсії та інші послуги, показав, що собівартість туру на одного туриста становить 4 101,48 грн, а продажна ціна – 4 716,70 грн, що дає маржинальний дохід 615,22 грн на одного туриста. При планованій кількості туристів у 270 осіб очікуваний річний маржинальний дохід складає 166 109,40 грн, що демонструє фінансову доцільність реалізації проєкту.

Економічна модель туру орієнтована на збалансування якості обслуговування та доступної ціни для туристів. Проведений аналіз показує, що тур має великий потенціал для успішної реалізації на міжнародному ринку, завдяки фінансовій стабільності та адаптації до потреб сучасних туристів.

Отримані результати можуть бути використані для розробки стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму в інших регіонах України і для підвищення ефективності туристичних підприємств, що спеціалізуються на організації пізнавальних турів. Практичне впровадження рекомендацій сприятиме створенню нових робочих місць, розвитку місцевої економіки та популяризації Житомирщини як туристичного центру.

Таким чином, дипломна робота підтверджує актуальність культурно-пізнавального туризму як одного з перспективних напрямків розвитку туристичної індустрії і демонструє великий потенціал Житомирської області, який можна реалізувати через вдосконалення інфраструктури, комплексне використання ресурсів та ефективну маркетингову діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес / Л.Г. Агафонова О.Є. Агафонова. – К.:«ЗНАННЯ УКРАЇНИ», 2016: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net> (дата звернення – 05.04.2023)
2. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. – К.: Палітра, 2017. – 86с.
3. Білецька І.М. Стратегічне управління туристичним підприємством: (монографія) / І.М. Білецька. – Івано-Франківськ: «Гостинець», 2020. – 224с.
4. Ващенко Н.П. Рекреаційний комплекс України: конспект лекцій / Н.П. Ващенко. – К.: Видавничий центр КДТЕУ, 2018. – 30с.
5. Вечерський В.В. Пам'ятки архітектури та містобудування України: довідник державного реєстру національного культурного надбання / В.В. Вечерський. – К.: Техніка, 2020. – 664 с.
6. Всесвітня організація туризму: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org (дата звернення – 05.04.2023)
7. Гальчинський А.С. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) "Шляхи Європейської інтеграції" / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2014. – 406с.
8. Гетьман В. І. Екотуризм чи екологічний туризм: теорія і реальність / В. І. Гетьман // Рідна природа. – 2015. – № 3. – С. 24-29.
9. Державне агентство розвитку туризму України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення – 05.04.2023)
10. Дядечко Л.П., Грабар М.В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи. Інфраструктура ринку. 2022. №9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/archive>
11. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму / В.К. Євдокименко. – Чернівці: Прут, 2016. – 245 с.

12. Жук П.В. Концептуальні основи перспективного розвитку рекреаційної індустрії в Карпатах / П.В. Жук, В.С. Кравців // Економіка України. – 2013, № 12.
13. Закон України «Про туризм»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення – 05.04.2023)
14. Інформаційне агентство УНІАН. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://www.unian.ua/society/216223>
15. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2013. – 300 с.
16. Кравців В.С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери / В.С. Кравців, Л.С. Гринів, М.В. Копач, С.П. Кузик. – Львів: НАН України. – ІРД НАН України. – 2019. – 78 с.
17. Край замків: замки Європи та їх готельно-туристичне господарювання: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.casteland.com> (дата звернення – 05.04.2023)
18. Кузик С.П. Оцінка туристської придатності території Карпат. Карпати: український міст в Європу: проблеми і перспективи / С.П. Кузик, З.О. Касянчук. – Львів, 2013. – 163 с.
19. Любінцева О.О. Методика розробки турів: Навчальний посібник / О.О. Любінцева. – К.: Альтекспрес, 2013. – 104 с.
20. Любінцева О.О. Туристичні ресурси України: навч. посібник / О. Любінцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2017. – 369 с.
21. Любінцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любінцева. – К.: Альтерпрес, 2012. – 436 с.
22. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. – 295 с.
23. Мармуль Л.О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: моногр. / Л.О. Мармуль, О.А. Сарапіна. – К.: ННЦ "Ін-т аграр. екон.", 2016. – 180 с.

24. Масляк П.О. Рекреаційна географія: Навчальний посібник / П.О. Масляк. – К.: Знання, 2015. – 343 с.
25. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / В.І. Мацола. — Львів: Інститут регіональних досліджень НАНУ, 2017. – 259 с.
26. Мацюк О.Я. Замки і фортеці Західної України. Історичні мандрівки / О.Я. Мацюк. – 2-ге вид., випр. і доп. – Львів: Центр Європи, 2014. – 192 с.
27. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії: Навч.-метод. посіб. / С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. – К.: КНТЕУ, 2015. — 217 с.
28. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навчальний посібник / Г.І. Михайліченко. – К.: КНТЕУ, 2013. – 156 с.
29. Новикова В.І. Територіальна рекреаційна система як форма організації рекреаційної діяльності / В.І. Новикова // Укр. геогр. журнал. – 2013. - № 2. – С. 55-59.
30. Петранівський В. Л. Туристичне краєзнавство: [навч. посіб. за ред. проф. Ф.Д. Заставного] / В. Л. Петранівський, М. Й. Рутинський. — К.: Знання, 2016. – 575 с.
31. Путівник по Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thisisukraine.org> (дата звернення – 05.04.2023)
32. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва Навчальний посібник / П.Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 344 с.
33. Регіональний туристично-інформаційний центр: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rtic.if.ua> (дата звернення – 05.04.2023)
34. Рутинський М.Й. Географія туризму України: Навч.-метод. посібник / М.Й. Рутинський. – Вид. 2-ге, переробл. і доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2016. – 160 с.
35. Рутинський М.Й. Замковий туризм в Україні: Навчальний посібник / М.Й. Рутинський. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 432 с.

36. UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А

Класифікація туристичних destinations

Тип destinations	Опис
Основні міжнародні destinations	Destinations зі списку «мають побачити», які адресовані великій кількості масових міжнародних туристів. Наприклад, Париж, Лондон, Нью-Йорк та ін.
Класичні destinations	Destinations, привабливі з природних, культурних та історичних ресурсів, сприяють тривалому перебуванню туристів. Наприклад, Сан-Тропе чи Лурдес у Франції
Створені людиною destinations	Туристи розглядають курорт як destination саму по собі та рідко покидають її межі. Наприклад, курорти «все включено» в Мексиці, Hilton Hawaiian Village в Гонолулу.
Природні ландшафти або парки-заповідники дикої природи	Destinations, які приваблюють незайманою природою та наявністю рідкісних представників флори та фауни. Наприклад, Галапагоські острови, національний парк Серенгеті в Африці.
Альтернативні destinations	Найсучасніший тип destinations, такі як круїзні, тематичні парки, величезні торгові центри, таймшер курорти.
Destinations бізнес туризму	Destinations, в яких постачальники послуг (розміщення, розваги та ін.) намагаються продовжити перебування бізнес відвідувачів. Як правило, характеризуються добре розвиненим готельним бізнесом та бажанням посилити імідж destinations за допомогою подієвого маркетингу.
Транзитні (вторинні) destinations	Destinations розташовані між регіоном генерації туристів та первинною туристичною destinationю. Зазвичай характеризуються широким спектром бюджетного розміщення та міксом кафе та ресторанів.
Destinations короткострокового перебування	Destinations, привабливі на національному та за наявності відповідних атракцій – на міжнародному рівні. Класичний приклад – це Ніагарський водоспад.
Destinations одноденного перебування	Destinations, які приваблюють переважно туристів із сусідніх регіонів, які відвідують протягом одного дня. Велика кількість destinations: від морського порту до великих торгових центрів будь-якої точки світу.

SWOT-аналіз туристичного комплексу Житомирської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Прикордонне розташування 2. Розташування на території Критського транспортного коридору та міжнародних магістралей, які поєднують Західну Європу із Східною</p> <p>3. Залізничне сполучення з Києвом, Львовом, Ужгородом, Харковом, Одесою, Сімферополем.</p> <p>4. Наявність сировинних ресурсів (граніти, апатито-ільменітові руди, торф, ліс, продукція сільського господарства тощо)</p> <p>5. Велика лісистість та значні обсяги лісових ресурсів</p> <p>6. Наявність природно-заповідного фонду, зокрема заповідників, заказників</p>	<p>1. Нерозвиненість інфраструктури на основних автомагістралях області (готельно-ресторанний та авторемонтний сервіс)</p> <p>2. Низька якість сервісного обслуговування</p> <p>3. Значна частина автошляхів потребує реконструкції і ремонту та не відповідає євростандартам</p> <p>4. Не повністю використані можливості міжнародної співпраці області, її районів і міст</p> <p>5. Низька диверсифікація підприємств туристичної галузі</p> <p>6. Низька інноваційна активність 7. Недостатня кількість кваліфікованих робітників</p> <p>8. Неприятливі наслідки аварії на ЧАЕС</p>
Сприятливі можливості	Можливі загрози
<p>1. Розвиток транспортної та прикордонної інфраструктури</p> <p>2. Розвиток міжнародної співпраці в економічній та культурній сферах</p> <p>3. Створення інституційних умов для розвитку територій і територіальних громад</p> <p>4. Приєднання області до Єврорегіону «Дніпро»</p> <p>5. Розвиток фінансової інфраструктури та інфраструктури підтримки туризму</p> <p>6. Розширення мережі природно-заповідного фонду</p> <p>7. Реалізація інвестиційних проектів на умовах співфінансування із державного бюджету</p>	<p>1. Послаблення уваги центральних органів виконавчої влади до реалізації державної стратегії регіонального розвитку</p> <p>2. Неефективні процеси реформування економіки</p> <p>3. Посилення централізації органів державної влади</p> <p>4. Нестабільна економічна і політична ситуація в Україні</p> <p>5. Погіршення умов фінансування і кредитування</p> <p>6. Подальше погіршення інфраструктури</p> <p>7. Зменшення інвестицій в екологію та охорону навколишнього природного</p>

<p>8.Розбудова транспортних коридорів при підготовці України до Європейського чемпіонату з футболу «Євро-2012»</p>	<p>середовища</p> <p>8.Відтік активних кадрів у зв'язку з попитом нових «центрів тяжіння» кваліфікованої робочої сили</p>
--	---

1 день

- 8:00 Виїзд із Житомира
- 9:30 Вільний час та фото-зупинка на водоспаді Вчелька
- 11:00 Переїзд у Дениші
- 12:00 Обід. Снеки видає керівник групи
- 14:00 Переїзд до пам'ятки «Житомирський каньйон» – скелястий берег річки Тетерів з химерними скелями «Голова Чацького» і «Чотири брати»
- 16:30 Поселення у санаторій «Дениші»
- 18:00 Вечеря у столовій санаторію «Дениші». Вільний час
- 21:00 Нічліг

2 день

- 8:00 Сніданок у столовій санаторію «Дениші»
- 9:00 Виселення з номерів
- 10:00 Переїзд у Турчиновку
- 12:00 Обід. Снеки видає керівник групи
- 13:00 Переїзд в с. Червоне до палацу Грохольських – Терещенко
- 15:00 Переїзд до Бердичева
- 16:00 Оглядова екскурсія Бердичевом
- 17:00 Монастир кармелітів босих у Бердичеві – символ віри та історії
- 17:30 Поселення у садибу «Карпатське село».
- 18:00 Вечеря. Вільний час
- 21:00 Нічліг

3 день

- 8:00 Сніданок у садибі
- 9:00 Переїзд до Старого Солотвину. Відвідання Insta-локації
- 10:30 Острів Кохання – романтична перлина Житомирщини
- 11:15 Переїзд до Коростишевського кар'єру
- 12:00 Обід. Снеки видає керівник групи
- 13:00 Переїзд в Коростень
- 15:00 Переїзд у Рудня-Замисловичська. Державний геологічний заказник «Кам'яне село» – загадка природи та легенд Полісся
- 18:00 Вечеря. Виселення з номерів
- 20:00 Повернення у Житомир

«Житомирський каньйон»



Санаторій «Дениші»



Палац Грохольських – Терещенко



Монастир кармелітів босих у Бердичеві



Садиба «Карпатське село»



Острів Кохання – романтична перлина Житомирщини



Державний геологічний заказник «Кам'яне село»

