

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Економічний факультет**

**ПОГОДЖЕНО**  
Декан  
економічного факультету

\_\_\_\_\_ Андрій МУЗИЧЕНКО  
(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**  
Завідувач кафедри  
готельно-ресторанної справи та туризму

\_\_\_\_\_ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО  
(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему: «Розвиток туристичного потенціалу  
Чернігівської області»**

Спеціальність **242 «Туризм і рекреація»**

Освітня програма **«Міжнародний туристичний бізнес»**

Орієнтація освітньої програми: **освітньо-професійна**

**Гарант освітньої програми**  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ Стефанія МОСІЮК  
(підпис)

**Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи**  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ Ірина КУДІНОВА  
(підпис)

**Виконав**

\_\_\_\_\_ Владислав АВРАМЕНКО  
(підпис)

**КИЇВ – 2025**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**  
Економічний факультет

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувач кафедри**  
**готельно-ресторанної справи та туризму**

д.е.н., професор \_\_\_\_\_ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО  
(підпис)

«20» листопада 2024 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**  
**СТУДЕНТУ**

**Авраменку Владиславу Станіславовичу**

Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма: «Міжнародний туристичний бізнес»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

**Тема магістерської кваліфікаційної роботи:** «Розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області»

Затверджена наказом ректора НУБіП України від «29» жовтня 2024 р. № 1942 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.10.2025 р.

**Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи:** законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, результати спостереження та моніторингу ринку туризму в Чернігівській області.

Перелік питань, що підлягає дослідженню:

1. Природні, історико-культурні та інфраструктурні ресурси, що формують туристичний потенціал Чернігівської області.

2. Проблеми та бар'єри, що стримують розвиток туристичної галузі Чернігівщини.

3. Напрями та інноваційні підходи підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту Чернігівської області.

Дата видачі завдання: 20 листопада 2024 р.

**Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи  
к.е.н., доц.**

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Ірина КУДІНОВА**

**Завдання прийняв до  
виконання**

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Владислав АВРАМЕНКО**

(ім'я та прізвище)

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту магістерської кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, вступу, консультації з проведення дослідження	<i>1 листопада – 10 грудня 2024 р.</i>	виконано
2.	Підготовка першого розділу роботи	<i>11 грудня 2024 р.- 1 лютого 2025 р.</i>	виконано
3.	Підготовка другого розділу роботи	<i>2 лютого – 30 березня 2025 р.</i>	виконано
4.	Підготовка третього розділу роботи	<i>1 квітня – 30 травня 2025 р.</i>	виконано
5.	Підготовка тез за результатами виконаної роботи	<i>до 30 червня 2025 р.</i>	виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	<i>до 1 вересня 2025 р.</i>	виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника (консультанта)	<i>до 30 вересня 2025 р.</i>	виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	<i>1-10 жовтня 2025 р.</i>	виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	<i>11-15 жовтня 2025 р.</i>	виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	<i>16-20 жовтня 2025 р.</i>	виконано
11.	Постерна презентація роботи	<i>21-25 жовтня 2025 р.</i>	виконано
12.	Подача роботи на кафедру	<i>16-30 жовтня 2025 р.</i>	виконано
13.	Підготовка доповіді і презентації	<i>1-4 листопада 2025 р.</i>	виконано
14.	Допуск магістерської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	<i>5 листопада 2025 р.</i>	виконано
15.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	<i>Відповідно до графіка</i>	виконано

## Відгук керівника магістерської кваліфікаційної роботи

Магістерська робота є надзвичайно актуальною, оскільки питання розвитку туризму в умовах повоєнного відновлення України набуває особливого значення. Туристичний потенціал Чернігівської області залишається недостатньо реалізованим, проте може стати потужним чинником соціально-економічного зростання регіону, створення нових робочих місць та підвищення рівня добробуту місцевого населення.

Метою дослідження визначено розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області. Для її досягнення здобувач виконав низку завдань: проаналізував наукові підходи до визначення сутності туристичного потенціалу, дослідив особливості його формування в Україні, здійснив моніторинг сучасного стану туризму та туристичних потоків області, оцінив природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси регіону, визначив фактори, що впливають на розвиток туризму, та розробив рекомендації щодо підвищення туристичної привабливості Чернігівщини.

У роботі комплексно розглянуто теоретико-методичні та практичні аспекти розвитку туристичного потенціалу, що дозволило обґрунтувати напрями його активізації. Запропоновані заходи відзначаються практичною значущістю та можуть бути використані при формуванні регіональної туристичної політики, а також у розробці програм відновлення економіки області після завершення воєнних дій.

Магістерська кваліфікаційна робота виконана відповідно до встановлених вимог, має наукову новизну та практичну цінність, у повному обсязі відображає поставлену мету й завдання дослідження та може бути рекомендована до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи

Ірина КУДІНОВА

## Висновок про магістерську кваліфікаційну роботу

Магістерська кваліфікаційна робота студента Авраменка В.С,  
(*прізвище, ініціали*)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої  
програми

Стефанія МОСПОК

(*підпис*)

Завідувач кафедри

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(*підпис*)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

## РЕФЕРАТ

Авраменко В. С. «Розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області» магістр. робота: спец. 242 «Туризм» / Авраменко Владислав Станіславович; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник Кудінова І. П., к.е.н., доцент – Київ, 2025. – 130 с.

**Анотація.** Магістерської кваліфікаційна робота на тему «Розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області» викладена на 130 сторінках загального тексту. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 71 найменувань, містить 24 таблиць, 13 рисунків і 2 додатків. У першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи досліджено теоретичні засади туристичного потенціалу регіону та вивчено методичні підходи щодо оцінки туристичного потенціалу країни. У другому розділі проведено комплексний аналіз туристичного потенціалу Чернігівської області, що включав вивчення природно-рекреаційних, культурно-історичних ресурсів та оцінку впливу різних факторів на розвиток туризму в регіоні. У третьому розділі було розроблено два туристичних продукти в сфері івент-туризму та запропоновані заходи щодо їх просування на міжнародний ринок.

**Ключові слова:** туристичний потенціал, оцінка туристичного потенціалу, культурно-історичний потенціал, авторський тур, туристичний продукт.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	9
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ</b> .....	12
1.1. Генезис ставлення туристичного потенціалу .....	12
1.2. Особливості туристичного потенціалу України .....	23
1.3. Методичні підходи щодо оцінки туристичного потенціалу країни .....	34
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ</b> .....	44
2.1. Туристичний потенціал Чернігівщини.....	44
2.2. Культурно-історичний потенціал Чернігівської області .....	56
2.3. Дослідження впливу факторів на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області .....	65
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК</b> .....	84
3.1. Розробка авторського інноваційного туру Чернігівщиною.....	84
3.2. Комплекс заходів із просування інноваційного туру на туристичному ринку.....	98
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	108
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	113
<b>ДОДАТКИ</b> .....	121

## ВСТУП

Туристична індустрія є невід'ємною складовою сучасного світу. Щодня десятки тисяч людей подорожують як у межах своєї країни, так і за кордон, що сприяє не лише культурному обміну, а і активному економічному розвитку держав. Туризм стимулює створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури, підтримку малого та середнього бізнесу, а також популяризацію національної спадщини.

Україна, зокрема її північно-східні області, має всі передумови для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Чернігівська область володіє значним туристичним потенціалом, що включає багатий історико-культурний спадок, цінні природні ресурси, лікувально-рекреаційні зони, а також унікальні постаті, пов'язані з цим регіоном. Однак рівень розвитку туризму в регіоні залишається низьким. Це вимагає ґрунтовного дослідження та впровадження ефективних стратегій популяризації туристичного продукту Чернігівщини на національному та міжнародному рівнях.

Вивчення актуальних джерел і наукових публікацій свідчить про високий рівень опрацювання даної проблематики. Питанням розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області присвячено праці багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників, зокрема: Я. Антоненко, С. Харенко [1], Ю. Ковальчук, І. Фурман, Г. Гуменюк [2], Ю. Лук'яненко [3], Н. В. Погуда, О. В. Чухіна [4], А. О. Міжгородська [5], Т. В. Забаштанська [6], О. Гладкий [7] та інші. Попри вагомий науковий внесок дослідників у вивчення питань розвитку туристичного потенціалу регіонів, дана проблема залишається недостатньо дослідженою та опрацьованою, тому необхідне глибше теоретичне та практичне обґрунтування.

**Мета дослідження** є розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання:**

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності туристичного потенціалу та туристичних ресурсів регіону;
- розкрити особливості туристичного потенціалу України;
- визначити методичні підходи щодо оцінки туристичного потенціалу країни;
- провести моніторинг розвитку туризму в Україні, зазначити позитивні та негативні сторони;
- здійснити оцінку обсягу туристичних потоків Чернігівської області;
- дослідити вплив факторів на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області;
- запропонувати напрями розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області;
- створити інноваційний тур Чернігівщиною;
- обґрунтувати запропоновані заходи.

**Об'єктом дослідження** є процес розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області.

**Предметом дослідження** є методичні та практичні підходи до розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, результати спостереження та моніторингу ринку туризму в Чернігівській області.

Для виконання завдання були використані такі **методи дослідження**: методи аналізу, синтезу, індукції і дедукції.

**Наукова новизна** магістерської кваліфікаційної роботи полягає у комплексному аналізі туристичного потенціалу України з акцентом на регіональну специфіку Чернігівської області. Уточнено поняття «туристичний потенціал» та «туристичні ресурси» на основі узагальнення вітчизняних та зарубіжних підходів. Визначено основні фактори, що впливають на розвиток

туризму в регіоні, та здійснено оцінку його сучасного стану. Розроблено концепцію інноваційного туру по Чернігівщині, спрямовану на підвищення привабливості регіону. Запропоновані рекомендації мають практичне значення для удосконалення туристичної інфраструктури та маркетингових стратегій розвитку регіонального туризму.

**Практичне значення одержаних результатів:** автором запропоновано концепцію авторського івент-туру Чернігівщиною з метою активізації туристичної привабливості області.

Апробація результатів роботи і публікації: за темою дослідження автором опубліковано статтю у науковому журналі тези доповідей IV міжнародна науково-практична конференція «Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти» [37] Додаток А.

Кваліфікаційна робота викладена на 130 сторінках загального тексту. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 71 найменувань, містить 24 таблиць, 13 рисунків і 2 додатків.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

### 1.1. Генезис ставлення туристичного потенціалу

Туризм – індустрія, яка роками та тисячоліттями набувала свою форму, назву та сутність. Людина подорожувала завжди навіть не усвідомлюючи, що це мандрівка чи взагалі як таке поняття «тур». У сучасному світі, ми розуміємо, що туристична сфера це могутній інструмент прибутку для економіки, засобом культурного пізнання для туристів, а також переконалися, що за будь-яких внутрішніх чи зовнішніх умов туризм продовжує розвиватися та процвітати.

Найбільшим прикладом перешкод для неповноцінного функціонування туристичної індустрії стали пандемія та війна. За ці роки галузь пережила усі можливі ризики та падіння, але попри усі перешкоди надалі функціонує та підлаштовується під усі виклики двадцять першого століття.

Протягом навчальної роботи нами було вивчено туристичний потенціал різних зарубіжних країн, а також України. Варто відразу зазначити, що туристичний потенціал має кожна країна, однак рівень його розвитку залежить від низки факторів: політичної стабільності, економічного становища, безпеки, інфраструктури, екологічного стану, а також ефективності державної політики у сфері туризму. Україна, попри складну ситуацію, має унікальні природні, історичні та культурні ресурси, які можуть стати основою для сталого розвитку туристичної галузі в майбутньому.

Перш ніж перейти до вивчення поняття «туристичний потенціал», було проаналізовано сутність поняття «туризм» та його основні складові. Такий підхід є необхідним, оскільки глибоке розуміння туристичної галузі забезпечує об'єктивність дослідження та дозволяє точніше визначити сутність туристичного потенціалу будь-якого регіону.

Відповідно до Закону України «Про туризм», туризм розглядається як тимчасове переміщення особи за межі постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення, навчання, духовного розвитку або здійснення професійної діяльності без права на отримання доходу в місці тимчасового перебування [8].

Дане визначення охоплює широкий спектр видів туризму від рекреаційного до ділового, культурного, освітнього, релігійного та спортивного. Туризм сприяє не лише задоволенню особистих потреб громадян, а й виконує важливу соціально-економічну функцію, сприяючи розвитку регіонів, створенню нових робочих місць, обміну досвідом і міжкультурному діалогу. Закон також окреслює права туристів, обов'язки суб'єктів туристичної діяльності та принципи безпеки подорожей.

О.О. Бейдик зазначає, що туризм є формою масового подорожування та відпочинку, яка передбачає ознайомлення з навколишнім середовищем і виконує низку важливих функцій зокрема, екологічну, пізнавальну, освітню та рекреаційну. Це визначення підкреслює багатогранність туризму як соціального явища, яке не лише сприяє відпочинку, а й виконує роль засобу формування екологічної свідомості, підвищення культурного рівня та активізації пізнавальної діяльності особистості [9].

У науковій літературі туризм розглядається як вид людської діяльності, що пов'язаний із переміщенням у просторі з різною метою. Зокрема, за визначенням Сокол Т. Г. туризм виконує низку важливих функцій – політичних, економічних та культурних, які мають значення як для особистісного розвитку індивіда, так і для суспільства в цілому [10].

Гордієнко К. Д. стверджує, що туризм визначається як тимчасове переміщення особи за межі її постійного місця проживання з метою оздоровлення, пізнання, професійної чи ділової діяльності, а також з іншими цілями, за умови, що у місці перебування не здійснюється оплачувана діяльність. Такий підхід наголошує на короткочасності перебування туриста,

що не перевищує одного року, та на відсутності постійної зайнятості у місці відвідування [11].

Дана дефініція охоплює широку гаму цілей подорожей і акцентує увагу на відокремленні туристичної діяльності від міграції або трудових поїздок, що пов'язані з отриманням доходу у місці перебування. Таким чином, туризм розглядається як соціально-економічне явище, яке стимулює розвиток суміжних галузей економіки, сприяє культурному обміну і формує позитивний імідж регіонів.

Існує багато підходів до визначення поняття «туризм», що зумовило необхідність уніфікації термінології. З метою стандартизації та уніфікації визначень у сфері туризму Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй реалізувала проект роках зі створення єдиного глосарію туристичних термінів. Відповідно до цього глосарію, туризм розглядається як комплексне соціальне, культурне і економічне явище, що передбачає переміщення людей до країн або місць за межами їх звичного оточення з метою особистих, ділових або професійних потреб [12]. Особи, які здійснюють такі подорожі, називаються відвідувачами і можуть бути класифіковані як туристи чи екскурсанти, резиденти чи нерезиденти країни відвідування. Важливо підкреслити, що туризм включає різноманітні види діяльності відвідувачів, частина з яких пов'язана з витратами на споживання туристичних послуг, що формує суттєвий економічний вплив на приймаючі регіони. Цей підхід забезпечує всебічне розуміння туристичної діяльності як чинника соціально-економічного розвитку.

Поняття «туризм» є складним і багатогранним соціально-економічним явищем, яке охоплює різні аспекти людської діяльності. Воно включає в себе широкий спектр форм переміщення осіб за межі їх звичного місця проживання з метою задоволення особистих, професійних, культурних, пізнавальних чи інших потреб. Туризм відображає як індивідуальні мотиви та поведінку туристів, так і комплексні процеси, що відбуваються на рівні суспільства, економіки та культури.

Туризм розглядається як галузь, що об'єднує численні види діяльності та підприємства: транспортні компанії, заклади розміщення, заклади харчування, туристичні агентства, організаторів дозвілля тощо. Окрім того, туризм виконує функції культурного обміну і є формою дозвілля, що сприяє фізичному і психологічному відновленню особистості. Особливу увагу в наукових дослідженнях приділяють географії туризму науці, яка вивчає просторові і часові особливості туристичних потоків, фактори формування туристичних напрямків та їх вплив на природне, економічне і культурне середовище регіонів. Географія туризму аналізує мотивації туристів, імідж місць призначення, а також питання сталого розвитку, що є ключовими для оптимального використання туристичних ресурсів [13].

Сучасне розуміння туризму значно виходить за межі звичного уявлення про подорожі з метою відпочинку. Туризм розглядається як багатогранна соціально-економічна система, що охоплює цілий спектр процесів, пов'язаних із переміщенням осіб за межі постійного місця проживання з різноманітною метою: рекреаційною, пізнавальною, діловою, духовною, лікувальною тощо. Саме через цю різноманітність туризм набуває універсального характеру, здатного формувати не лише індивідуальні життєві досвіди, а і комплексно впливати на економіку, культуру, екологію та соціальні структури держави чи регіону. Однією з ключових складових туристичної індустрії виступає туристичний продукт категорія, яка концентрує в собі всі послуги, товари, враження та ресурси, що створюють цілісну пропозицію для споживача. Саме туристичний продукт визначає конкурентоспроможність дестинації, її привабливість, економічну життєздатність і здатність інтегруватися у світовий ринок.

Туристичний продукт може бути придбаний споживачем у місці постійного проживання, однак реалізується виключно у просторі, де створюються та надаються відповідні туристичні послуги. Ця фундаментальна особливість зумовлює специфіку організаційних процесів у туризмі та формує

потребу в ефективному функціонуванні туристичних підприємств, які виступають посередниками між попитом і пропозицією.

У процесі придбання туристичного продукту споживач не отримує саму послугу в момент купівлі, а лише гарантії її майбутнього надання у визначений термін та за визначених умов. Наприклад, купуючи туристичну путівку, клієнт фактично здійснює авансову оплату комплексу послуг, які будуть реалізовані у майбутньому. У цьому контексті туристичний продукт виступає як комерційно оформлений пакет очікувань, що базується на довірі до організатора подорожі та системи гарантій якості.

Ще однією важливою ознакою туристичного продукту є необхідність його раціонального структурування. Завданням туроператора або турагента є формування такого змістового наповнення туру, яке б включало лише ті елементи, що мають ключове значення для цільової аудиторії споживачів. Надлишкова кількість послуг або, навпаки, їхній дефіцит може негативно вплинути на споживчий досвід, що своєю чергою позначається на іміджі компанії та конкурентоспроможності продукту (див. рис. 1.1).

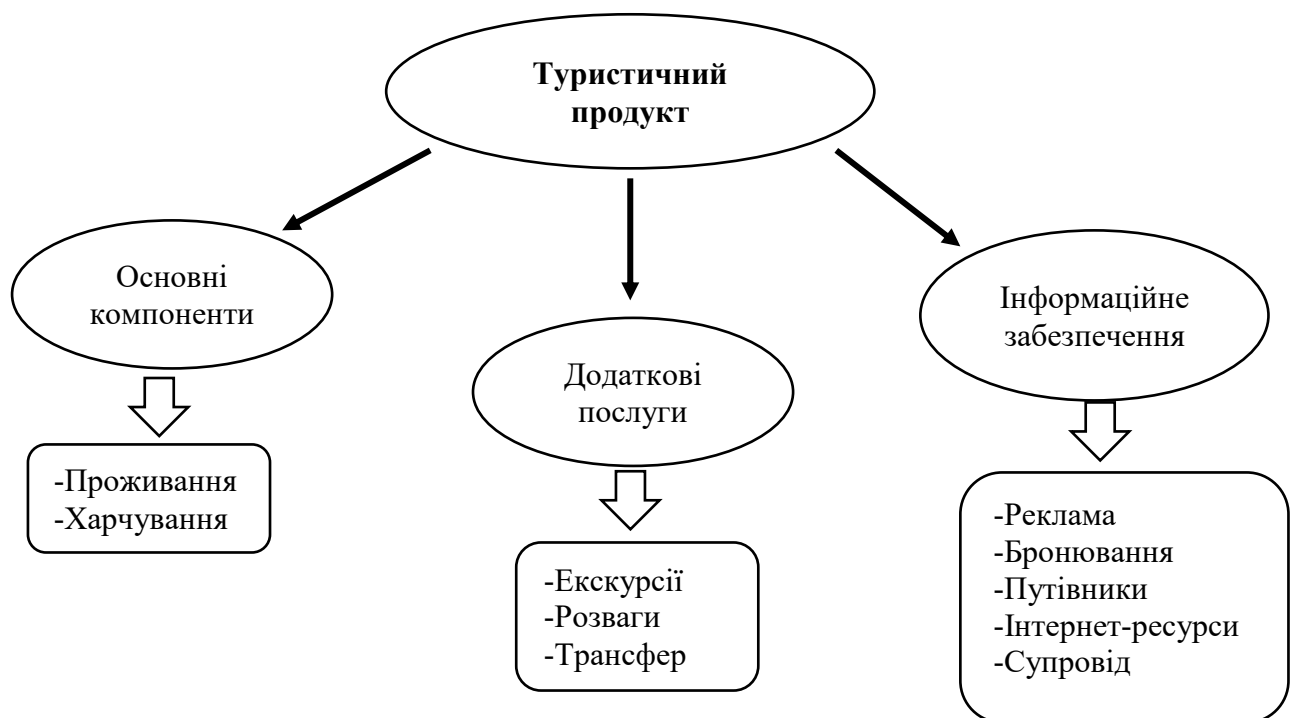


Рис. 1.1. Схема туристичного продукту

*Джерело: розроблено автором на основі [15]*

У межах економічного аналізу туристичний продукт можна розглядати як специфічний товар, який характеризується подвійною вартістю споживчою та міноюю. Споживча вартість туристичного продукту проявляється у його здатності задовольняти рекреаційні, пізнавальні, естетичні та соціокультурні потреби людини. Вона формується на основі корисності, емоційного наповнення, рівня сервісу, якості інфраструктури та загального враження від подорожі. Водночас мінова вартість відображає ринкове співвідношення, у якому цей продукт обмінюється на інші товари чи послуги, тобто його комерційну вартість в умовах туристичного ринку.

З точки зору виробництва, туристичний продукт має складну структуру і формується як результат інтеграції різних складових: транспортних послуг, проживання, харчування, екскурсій, розваг, страхування тощо. Стандартизація окремих елементів у межах турпакета дозволяє забезпечити сталість якості й адаптувати тур до потреб цільових аудиторій. При цьому варто зазначити, що турпродукт у більшості випадків має синкретичний характер він поєднує матеріальні (проживання, харчування) і нематеріальні (враження, досвід, сервіс) компоненти, що ускладнює процес його вимірювання, оцінки та формування ціни.

З економічної точки зору підприємства туристичної сфери зацікавлені у створенні турпродуктів, здатних задовольнити інтереси якнайширшої аудиторії. Саме можливість масового споживання дозволяє застосовувати індустріальні підходи до організації туристичної діяльності, забезпечуючи ефективність процесів планування, бронювання, логістики та маркетингу. Однак за умов високої конкуренції зростає попит на індивідуалізовані продукти, орієнтовані на нішеві потреби, що вимагає гнучкості у підходах до формування турів [14].

Отже, туристичний продукт є складним соціально-економічним утворенням, що поєднує в собі матеріальні й нематеріальні компоненти, споживчу та мінову вартість, а також потребує раціонального планування з боку туристичних підприємств. Його унікальні властивості відкладене

споживання, територіальна прив'язка, емоційна складова визначають особливості його просування та сприйняття на ринку. Ефективне управління створенням і реалізацією туристичного продукту є ключовим фактором у забезпеченні успішності туристичного бізнесу, задоволенні потреб споживача та сталому розвитку регіонів.

Завдяки туристичному продукту формується цільовий попит на конкретні туристичні напрямки, що, у свою чергу, стимулює розвиток інфраструктурних об'єктів, підвищує рівень зайнятості населення, сприяє залученню інвестицій та поліпшенню якості життя місцевих громад. Туристичний продукт виступає не лише відображенням рекреаційних, природних, історико-культурних та соціально-економічних ресурсів певної території, а й практичним засобом реалізації її туристичного потенціалу. У цьому контексті туристичний продукт розглядається як ключова одиниця оцінки та індикатор ефективності використання ресурсної бази регіону в туристичній сфері. Якість, унікальність, автентичність і конкурентоспроможність туристичного продукту безпосередньо впливають на рівень зацікавленості туристів, обсяги туристичних потоків та можливість повноцінного освоєння наявного туристичного потенціалу. Відповідно, саме туристичний продукт є основою для формування іміджу території на туристичному ринку, а також важливим чинником її соціально-економічної активізації.

Туризм як складна соціально-економічна система функціонує завдяки формуванню збалансованого, структурованого спроектованого та стратегічно орієнтованого туристичного продукту. Останній, у свою чергу, виконує роль каталізатора просторового розвитку територій, сприяє їхньому позиціонуванню у внутрішньому та зовнішньому туристичному середовищі, а також виступає ефективним інструментом регіонального маркетингу й підвищення інвестиційної привабливості.

У процесі комплексного опрацювання науково-теоретичних джерел було з'ясовано основні аспекти сутнісної характеристики досліджуваного

поняття «туристичний потенціал». Дане визначення базується на підходах, запропонованих у наукових працях Ткаченко Т. І. та Соколової К. О., які акцентують увагу на потенціалі як основі для розвитку туристичної діяльності на певній території. Туристичний потенціал території слід розглядати як інтегральну сукупність природних ресурсів, антропогенних об'єктів, соціально-економічних умов, інфраструктурних можливостей і організаційно-функціональних чинників, які можуть бути використані для створення туристичного продукту та реалізації туристичних послуг, зокрема турів, екскурсій і програм різного спрямування [16].

Кривенкова Р. Ю. сформулював та подав визначення туристичного потенціалу як інтегровану сукупність природних, історико-культурних, соціально-економічних та інфраструктурних ресурсів певної території, що в поєднанні з її туристичними можливостями створюють об'єктивну основу для розвитку туристичної діяльності [17]. Цей потенціал є стратегічним інструментом, який органи державного управління можуть активно залучати як у поточному, так і в перспективному контексті задля забезпечення соціальної згуртованості та стимулювання економічного зростання на державному, регіональному й місцевому рівнях. У такому значенні туристичний потенціал виступає не лише як ресурсна база, а й як чинник формування і реалізації політики збалансованого територіального розвитку.

У наукових дослідженнях Ковалю П. Ф. та Андрєєвої Г. П. туристичний потенціал території трактується як комплексне й багатовимірне поняття, яке включає сукупність ресурсів природного, етнокультурного та соціально-історичного характеру [18]. До його складу також віднесено елементи господарської та комунікаційної інфраструктури, наявні на певній території. Вказані компоненти розглядаються авторами як об'єктивні чинники, що створюють передумови для розвитку окремих видів туризму. Тобто туристичний потенціал репрезентує інтегральну оцінку територіальних можливостей щодо організації туристичної діяльності, ґрунтуючись як на природних, так і на соціально-економічних умовах.

На думку Любіцевої О. О., туристичні ресурси становлять невід'ємну складову туристично-рекреаційного потенціалу певної території. Вони включаються до структури туристичного продукту та використовуються з метою задоволення туристичних потреб шляхом їх комерціалізації й залучення до практичної реалізації в межах туристичної діяльності [23].

У науковій інтерпретації туристичний потенціал можна охарактеризувати як інтегровану сукупність матеріальних та нематеріальних ресурсів, які обумовлюють туристичну привабливість певної території, формуючи основу для її подальшого залучення у процеси створення та споживання туристичних продуктів. Як зазначає Захаренко Н. Г., ці ресурси не лише визначають рівень інтересу до дестинації, а й виступають базисом для ефективного управління туристичною діяльністю, її контролю та розвитку. При цьому доцільність і результативність використання туристичного потенціалу безпосередньо пов'язана з дотриманням принципів сталого економічного розвитку, що передбачає збалансоване поєднання економічних, соціальних та екологічних цілей у межах туристичного комплексу певної території [19].

Узагальнюючи наукові підходи до трактування сутності туристичного потенціалу, можна дійти висновку, що це поняття є багатогранною категорією, яка охоплює сукупність природних, історико-культурних, соціально-економічних, інфраструктурних та організаційних ресурсів, здатних забезпечити ефективне функціонування туристичної галузі на певній території. Туристичний потенціал визначає рівень туристичної привабливості регіону, виступаючи базисом для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Його наявність та рівень розвитку безпосередньо впливають на інтенсивність туристичних потоків, динаміку економічного зростання, активізацію міжрегіональних і міжнародних зв'язків, а також на поліпшення соціального добробуту місцевого населення. Відтак, оцінка та раціональне використання туристичного потенціалу є стратегічно важливими

для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери, підвищення інвестиційної привабливості та формування позитивного іміджу регіону.

У сучасній практиці стратегічного планування розвитку туристичної сфери одним із пріоритетних напрямків є визначення туристичного потенціалу регіону та формування на його основі ефективної моделі туристичної діяльності. Туристичний потенціал розглядається як багатовимірна категорія, що охоплює природні, історико-культурні, соціально-економічні, інституційні та інфраструктурні ресурси території, які у своїй сукупності створюють передумови для розвитку туризму [20].

Для визначення напрямків і перспектив ефективного розвитку туристичного потенціалу території доцільно використовувати етапну модель, яка передбачає послідовне проходження шести взаємопов'язаних аналітичних кроків (див. табл 1.1).

*Таблиця 1.1*

#### **Етапи оцінки та розвитку туристичного потенціалу регіону**

<b>№</b>	<b>Етап</b>	<b>Зміст етапу</b>	<b>Очікуваний результат</b>
1	Виявлення потенціалу	Ідентифікація наявних туристичних ресурсів	Формування бази даних ресурсів
2	Оцінка потенціалу	Якісна та кількісна оцінка ресурсів	Визначення цінності та унікальності
3	Аналіз використання	Аналіз поточного стану реалізації потенціалу	Виявлення недоліків і можливостей
4	Інтенсифікація використання	Пошук нових моделей туризму	Зростання ефективності ресурсів
5	Аналіз стримуючих чинників	Визначення бар'єрів розвитку	Формування антикризової політики
6	Розробка моделі розвитку	Планування стратегічного управління	Стале зростання туризму в регіоні

*Джерело: розроблено на основі [22]*

На першому етапі здійснюється ідентифікація наявних ресурсів, що мають потенційну цінність для розвитку туристичної діяльності. До основних груп таких ресурсів належать: природно-кліматичні умови, об'єкти природної спадщини, історико-культурні пам'ятки, рекреаційні зони, наявна туристична інфраструктура. Метою цього етапу є виявлення повноти, різноманітності та

унікальності ресурсної бази території з урахуванням її туристичної привабливості.

Другий етап передбачає проведення якісної та кількісної оцінки виявлених ресурсів за критеріями: естетичної та пізнавальної цінності, доступності, рівня збереження та перспективи інтеграції у сформований туристичний продукт. На практиці використовуються різні методи, зокрема експертні, рейтингові, індексні чи інтегральні моделі оцінювання.

На третьому етапі здійснюється аналіз фактичного використання туристичних ресурсів, що охоплює такі аспекти: інтенсивність туристичних потоків, рівень інфраструктурного навантаження, залученість місцевого населення до сфери туризму, ефективність маркетингових та інформаційних кампаній. Результати цього етапу дозволяють виявити структурні диспропорції між наявним ресурсним потенціалом і рівнем його практичної реалізації.

Четвертий етап зорієнтований на розробку інноваційних підходів до експлуатації туристичних ресурсів. Основними напрямками виступають: розвиток спеціалізованих форм туризму (екологічного, гастрономічного, медичного, етнографічного тощо), формування кластерних моделей співпраці, впровадження цифрових технологій (наприклад, інтерактивні гіді, віртуальні тури, онлайн-просування).

Для п'ятого етапу розробки ефективної туристичної політики необхідно виявити основні фактори, що обмежують повноцінне використання потенціалу території. До таких чинників належать: недостатня інституційна підтримка, обмежене інвестування галузі, незадовільний стан транспортної інфраструктури, дефіцит кваліфікованих кадрів, наявність правових або адміністративних бар'єрів, зовнішньополітичні чи безпекові ризики.

Заключним етапом є розроблення комплексної моделі просторової організації туризму, що включає: формулювання стратегічних пріоритетів розвитку, визначення інструментів державної, регіональної та місцевої підтримки, формування механізмів міжсекторної співпраці, інтеграцію

принципів сталого розвитку з урахуванням екологічних, соціальних і економічних аспектів [21, 22].

Отже, туристичний потенціал розглядається як складне інтегроване утворення, що охоплює сукупність природних, культурно-історичних, соціально-економічних та інфраструктурних ресурсів, які можуть бути використані з метою забезпечення сталого соціально-економічного зростання та формування конкурентних переваг регіону або країни загалом. Його ефективна реалізація забезпечується завдяки управлінським рішенням, орієнтованим на раціональне використання ресурсної бази, розвиток внутрішнього і міжнародного туризму, а також підтримку локальних ініціатив, здатних інтегрувати територіальні громади в єдиний національний простір.

## **1.2 Особливості туристичного потенціалу України**

Опрацювавши та вивчивши глибше поняття туристичного потенціалу, нами було визначено, що це невід'ємний чинник, завдяки якому процвітає туристична дестинація та створюються турпродукти. Туристичний потенціал охоплює комплекс природних, історико-культурних, соціально-економічних і рекреаційних ресурсів, які, за умови ефективного використання та належного управління, здатні забезпечити стабільний розвиток туристичної галузі, підвищення інвестиційної привабливості територій та формування позитивного іміджу регіону чи країни на міжнародному туристичному ринку.

З наукової точки зору, туристично-ресурсний потенціал відображає здатність території забезпечувати створення конкурентоспроможного туристичного продукту, що задовольняє потреби внутрішніх і зовнішніх споживачів. Для його комплексної оцінки враховують не лише кількісні показники (площа природних об'єктів, кількість пам'яток, протяжність туристичних маршрутів), а й якісні характеристики, зокрема унікальність, доступність, екологічний стан та рівень туристичної інфраструктури (див. рис. 1.2.). Важливим аспектом є взаємозв'язок туристично-ресурсного потенціалу з іншими сферами регіонального розвитку: транспортною системою,

готельним та ресторанним господарством, сферою розваг і відпочинку. Чим більш гармонійно поєднуються ці елементи, тим вище ймовірність ефективного використання ресурсів для сталого розвитку туризму.

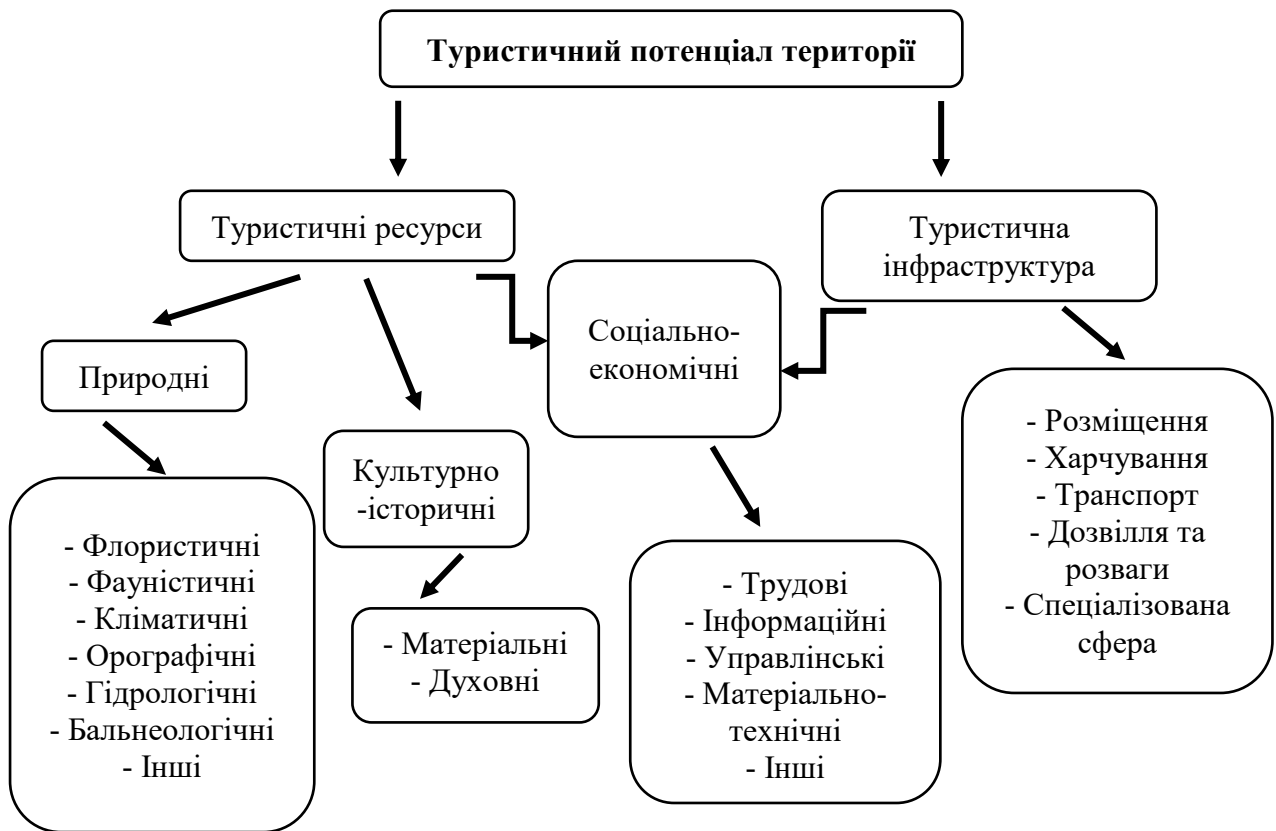


Рис. 1.2. Структура туристичного потенціалу країни

Джерело: [22]

За офіційними даними, внесок туристичної галузі у валовий внутрішній продукт України залишається відносно невисоким близько 3-4%, що істотно менше, ніж у більшості європейських країн, де туризм у середньому формує близько 10% ВВП, але протягом 2011-2021 років державна туристична політика України ґрунтувалася на принципах державно-приватного партнерства та кластерного підходу. Така модель сприяла залученню приватних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури. На кожен гривню бюджетного фінансування, спрямованого на розвиток інженерної та транспортної інфраструктури, припадало приблизно 0,7 гривні позабюджетних вкладень, які використовувалися для будівництва туристичних об'єктів. Комплексний підхід до розвитку та модернізації галузі

забезпечив формування локальних центрів зростання, стимулював регіональну економічну активність та сприяв розширенню міжрегіональних зв'язків, що, у свою чергу, позитивно вплинуло на розвиток малого та середнього підприємництва у сфері туризму (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2

### Туристичні ресурси та види туризму за регіонами України

Регіон	Основні туристичні ресурси та курортні зони	Приклади курортів	Основні види туризму
Чорноморське узбережжя (Миколаївська, Одеська, Херсонська обл.)	Морське узбережжя, пляжі, мінеральні води, лікувальні грязі	Очаків, Гопри, Скадовськ, Куяльник, Лермонтовський, Аркадія, Великий Фонтан, Кароліно-Бугаз, Затока, Лебедівка, Чорноморка	Пляжний, бальнеологічний, рекреаційний
Гірські та передгірні райони (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська обл.)	Карпатські гори, мінеральні води, природні парки	Свалява, Поляна, Синяк, Черче, Ворохта, Трускавець, Моршин, Немирів, Любінь Великий, Косів, Яремче	Гірськолижний, бальнеологічний, екотуризм, етнографічний
Курортні зони Вінницької, Київської, Полтавської, Харківської обл.	Мінеральні джерела, лісопаркові зони, санаторії	Пуца-Водиця, Хмільник	Бальнеологічний, культурно-пізнавальний, діловий туризм
Чернівецька обл.	Буковинські Карпати, монастирі, етнографічні комплекси	Вижниця, Хотин, Чернівці	Релігійний, культурний, етнографічний
Волинська, Рівненська обл.	Озерні комплекси, лісові масиви, історико-культурна спадщина	Шацькі озера, Пересопниця, Острог	Екотуризм, водний, культурно-пізнавальний
Чернігівська обл.	Річкові системи, історичні міста	Чернігів, Новгород-Сіверський	Культурно-пізнавальний, рибальський
Тернопільська, Хмельницька обл.	Замки, релігійні святині, історичні архітектурні комплекси	Кам'янець-Подільський, Збараж, Почаїв	Історичний, релігійний, культурний

Джерело: розроблено автором на основі: [27]

Туристичний потенціал України вирізняється значним різноманіттям та багатогранністю, що зумовлено як природно-географічними, так і соціокультурними передумовами. Територія країни охоплює широкий спектр рекреаційно-туристичних ресурсів від гірських масивів Карпат і Чорного моря до лісостепових ландшафтів та степових просторів. Унікальне поєднання природних багатств із багатовіковою історико-культурною спадщиною створює сприятливі умови для розвитку різних форм туризму: культурно-пізнавального, екологічного, рекреаційного, гастрономічного, подієвого, релігійного, медичного тощо.

В Україні зосереджено велику кількість туристичних об'єктів від відомих на весь світ пам'яток до маловідомих, але не менш привабливих місць.

Це і старовинні, затишні вулички Львова, і промислова архітектура, і мальовничі пейзажі південних регіонів, що вражають своєю різноманітністю. Світова тенденція останніх років свідчить, що країни, які розвиваються, дедалі частіше стають привабливими напрямками для туристів. Україна має багатий набір історико-культурних об'єктів та рекреаційних ресурсів, серед яких сім включено до переліку культурної спадщини ЮНЕСКО. Такий потенціал відкриває широкі можливості для активізації туристичної індустрії. Попри це, внесок туризму у національну економіку поки що невеликий близько 1,4% від ВВП. Проте потенціал для зростання значний. Так, лише у 2019 році Україну відвідало понад 14 мільйонів іноземних туристів, середні витрати кожного з яких становили близько 526 доларів США.

Важливим показником є й те, що з 2017 року Україна демонструє найвищі темпи зростання у рейтингу конкурентоспроможності подорожей та туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI) серед країн Євразійського субрегіону. За цей період країна піднялася на 10 позицій, посівши 78 місце у світі. Такий прогрес став можливим завдяки стабілізації економіки, покращенню умов ведення бізнесу (підйом з 124-го на 103-є місце), підвищенню рівня безпеки (з 127-го на 107-ме місце), зростанню відкритості

до міжнародних зв'язків (з 78-го на 55-те місце) та розвитку інфраструктури (з 79-го на 73-тє місце) [24].

Основою туристичного потенціалу є наявність відповідних ресурсів, серед яких ключову роль відіграють природні чинники: сприятливий клімат, ландшафтне різноманіття, мінеральні води, лікувальні грязі, природні комплекси, що сприяють оздоровленню та відпочинку. Природні туристичні ресурси виконують важливу відновлювальну функцію, забезпечуючи як фізичне, так і психологічне відновлення людини. Не менш важливими є історико-культурні надбання архітектурні пам'ятки, археологічні об'єкти, місця, пов'язані з видатними подіями та особистостями, а також збережена етнокультурна спадщина.

Україна володіє унікальним поєднанням рекреаційних ресурсів, здатних забезпечити розвиток усіх видів туризму: від лікувально-оздоровчого та культурно-пізнавального до активного й екстремального. Особливе місце займають бальнеологічні ресурси, представлені понад двома сотнями джерел і свердловин мінеральних вод, зосереджених переважно у Карпатському регіоні, а також у Поділлі та на південних територіях країни. Лікувальні грязі Бердянська, Євпаторії та інших курортів мають значний попит і перспективу міжнародного використання.

Кліматичні умови сприятливі для рекреаційної діяльності протягом усього року: тепле літо, помірно холодна зима зі сніговим покривом і різноманітні ландшафти створюють можливості для морського, гірськолижного, зеленого та інших видів туризму. До цінних природних об'єктів належать також пляжі Чорного та Азовського морів, печери Подільсько-Буковинського регіону та Карпат, природно-заповідний фонд національного значення.

Український культурно-історичний потенціал охоплює понад 70 тисяч пам'яток, серед яких замки, фортеці, храми, історичні центри міст, що мають європейське значення. Найбільш концентровані вони у західних областях та Києві, однак значущі об'єкти розташовані в усіх регіонах країни [25].

Збалансоване функціонування туристичної та курортно-рекреаційної сфер базується на трьох ключових імперативах: економічному, соціальному та екологічному. Економічний відображає рівень розвитку та господарський потенціал регіональної туристичної індустрії; соціальний спрямований на відновлення та розвиток життєвих сил населення; екологічний характеризує стан довкілля та рівень екологізації туристичної інфраструктури. Для оцінки потенціалу регіонів доцільно враховувати: наявні ресурси, потреби туристичної галузі та соціально-економічні можливості території. Згідно з підходами Всесвітньої туристичної організації, ресурсна база включає як пропозицію туристичного продукту (природні, енергетичні, інституційні, правові, адміністративні ресурси, товари, послуги, транспорт, обладнання), так і чинники попиту. Ресурсна база поділяється на природно-кліматичні, культурно-історичні та соціально-еколого-економічні ресурси. Україна має значні стратегічні переваги у розвитку туризму завдяки унікальним природним і географічним умовам та високому людському потенціалу. Водночас низький рівень використання цих ресурсів та наявні соціально-економічні диспропорції призводять до відтоку кваліфікованих кадрів за кордон, що негативно впливає на кадрове забезпечення галузі. Демографічні проблеми можуть у майбутньому зменшити внутрішній ринок та трудові ресурси (див. табл. 1.3, Додаток В).

З аналізу даної таблиці можна зробити висновок, що лісистість території та водні ресурси мають суттєвий вплив на туристично-рекреаційний потенціал регіонів України. Загальна лісистість країни становить 16,5%, однак цей показник значно варіюється в різних областях. Найвищим рівнем лісистості вирізняються Закарпатська (52,2%), Івано-Франківська (41,7%), Житомирська (34,1%) та Волинська (31,7%) області, що свідчить про їхні великі можливості для розвитку туризму, пов'язаного з природними ресурсами. Водночас такі регіони, як Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Дніпропетровська та Одеська області мають значно меншу лісистість (близько 4-6%), що обмежує потенціал розвитку природоорієнтованих видів туризму.

Щодо водних ресурсів, найбільший загальний поверхневий та підземний стік спостерігається у Закарпатській області (6,39 км<sup>3</sup> і 1,53 км<sup>3</sup> відповідно), що разом із високою лісистістю створює сприятливі умови для розвитку водного туризму та курортної справи. В Івано-Франківській, Львівській, Чернігівській і Житомирській областях також спостерігається високий рівень як водного стоку, так і лісистості, що підсилює їх туристично-рекреаційний потенціал. За питомими середніми місцевими ресурсами річкового стоку лідерами є Закарпатська (618,7 тис. м<sup>3</sup>/км<sup>2</sup>), Івано-Франківська (330,2 тис. м<sup>3</sup>/км<sup>2</sup>) та Львівська (225,7 тис. м<sup>3</sup>/км<sup>2</sup>) області, що підкреслює їхню важливість у контексті водних ресурсів для туризму. На одного жителя найбільший обсяг водних ресурсів припадає також у Закарпатській області 6,13 тис. м<sup>3</sup>, тоді як у таких регіонах, як Херсонська (0,11 тис. м<sup>3</sup>) та Дніпропетровська (0,23 тис. м<sup>3</sup>), цей показник є найнижчим. Це свідчить про нерівномірність розподілу водних ресурсів, що слід враховувати при плануванні розвитку туристичної інфраструктури.

Отже, регіони з високою лісистістю та значними водними ресурсами мають найбільший туристичний потенціал, особливо у сферах еко- та рекреаційного туризму, тоді як області з меншим покриттям лісами і обмеженими водними ресурсами потребують більшої уваги щодо розвитку штучної туристичної інфраструктури або спеціалізації на інших видах туризму. Такий аналіз дозволяє ефективно спрямовувати інвестиції та управлінські рішення для збалансованого розвитку туристичної сфери в Україні [26].

Туристична індустрія є важливою складовою економіки України, яка відчуває вплив як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. У різні періоди розвиток цієї сфери відбувався нерівномірно, що зумовлено економічними змінами, політичними подіями та глобальними викликами, зокрема пандемією та військовими конфліктами. Аналіз динаміки туристичних підприємств потоків дозволяє окреслити ключові тенденції та фактори, що впливають на розвиток туристичного сектору (див. рис. 1.3.)

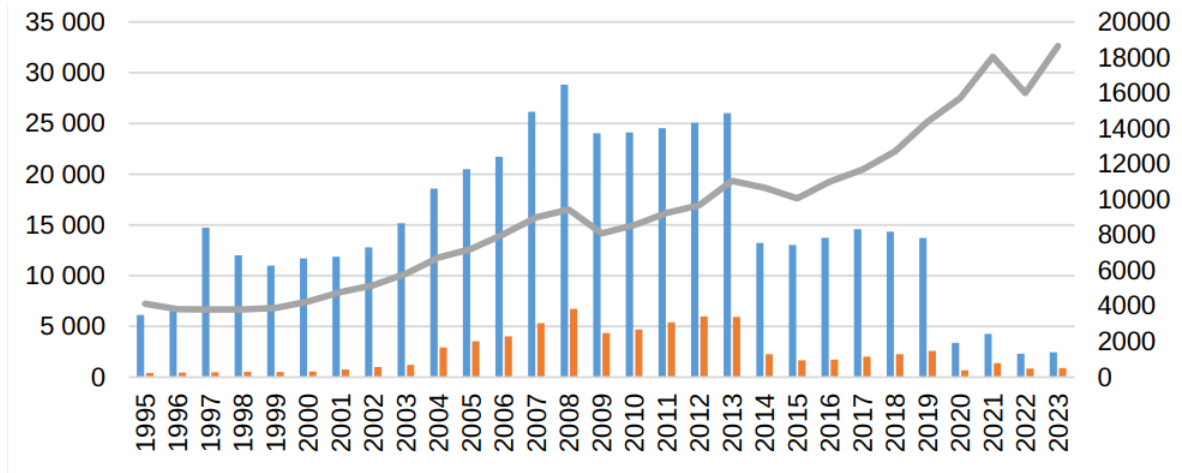


Рис. 1.3. Порівняльний аналіз туристичних потоків та економічного розвитку в Україні

*Джерело: [28]*

За дослідженнями Якубовський С. О. та Кириченко О. В. у 2019 році кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні досягла майже 70 тисяч, що було зумовлено поліпшенням економічної ситуації та зростанням попиту на туристичні послуги. Однак уже у 2022 році галузь зазнала значного спаду через пандемію COVID-19 та воєнні дії між Росією та Україною, що призвело до зменшення числа активних підприємств. Зниження кількості компаній також відображає процеси консолідації ринку, в результаті яких дрібніші гравці залишають його або об'єднуються з більшими структурами задля збереження бізнесу. Водночас, кількість індивідуальних підприємців залишалася стабільною на високому рівні, демонструючи їхню здатність швидко адаптуватися до нових викликів. Саме індивідуальні підприємці відіграють важливу роль у підтримці економіки, впроваджуючи інновації і цифрові технології, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектору України на світовій арені.

За період з 1995 по 2023 роки спостерігаються важливі тенденції: з 2001 по 2008 роки кількість іноземних туристів стабільно зростала, досягаючи піку приблизно у 2012 році, що було пов'язано з підготовкою до чемпіонату Євро-2012 та зростанням інтересу до країни. Проте після 2014 року туристичні потоки різко скоротилися через військовий конфлікт на сході України і

анексію Криму. Найнижчий рівень туристичної активності зафіксовано у 2022 році, пов'язаний із воєнними подіями, проте 2023 рік відзначився початком поступового відновлення.

Внутрішні витрати туристів залишалися відносно стабільними, хоча і піддавалися коливанням у кризові періоди. Показник ВВП на душу населення зазнав значного падіння після 2014 року, однак з 2016 року відбулося поступове економічне відновлення, яке у 2023 році набуло більш помітних масштабів. Це свідчить про здатність економіки адаптуватися та долати наслідки криз. Цифровізація виступає одним із ключових факторів підтримки та розвитку туристичного сектора в умовах сучасних викликів, адже вона дозволяє більш ефективно реагувати на зміни ринку та підвищувати якість послуг. Враховуючи вразливість туризму до зовнішніх криз, позитивні сигнали щодо відновлення економіки є важливими для перспектив подальшого розвитку галузі [28].

Формування туристичного потенціалу країни розподілено за трьома основними рівнями управління: державним, регіональним та місцевим. Така структура свідчить про складність та багатогранність процесу управління туристичною галуззю, а також про необхідність координації дій на різних рівнях влади для забезпечення ефективного розвитку туристичного сектору (див. рис. 1.4.).



Рис. 1.4. Механізм формування та розвитку туристичного потенціалу України

Джерело: [27]

На державному рівні основними суб'єктами є Кабінет Міністрів України, Верховна Рада та Президент. Вони виконують функції стратегічного керівництва та регулювання, забезпечуючи формування політик і законодавчих норм у сфері туризму. Зокрема, Міністерство культури та інформаційної політики, Державне агентство розвитку туризму та відповідні парламентські комітети відповідають за планування, координацію і впровадження державних програм, що спрямовані на розширення туристичного потенціалу країни.

Регіональний рівень включає обласні державні адміністрації, обласні ради, а також структурні підрозділи, такі як департаменти, управління та відділи, які спеціалізуються на питаннях туризму та культури. Регіональні органи влади виконують важливу функцію адаптації державної політики до специфіки місцевих умов, координують діяльність місцевих органів самоврядування, а також забезпечують реалізацію регіональних стратегій розвитку туризму. Особливе значення має підкомітет з питань туризму та культури, який координує взаємодію між обласними структурами.

На місцевому рівні функції управління покладено на сільські, селищні та міські ради, які займаються безпосередньою реалізацією туристичних проектів, розвитком інфраструктури та промоцією локальних туристичних ресурсів. Вони відіграють ключову роль у створенні сприятливих умов для залучення туристів та стимулюванні місцевої економіки через розвиток туристичної діяльності.

За останні десять років туристична галузь зазнала суттєвих трансформацій, що віддзеркалюють складні соціально-економічні та політичні зміни в країні. Туризм поступово перетворюється на привабливу сферу підприємницької діяльності. На даному етапі в Україні туристичний бізнес перебуває у стані глибокої структурної перебудови, а також процесів інституційного становлення, що супроводжується формуванням нових внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних і зовнішньоекономічних взаємозв'язків. Паралельно вдосконалюється

туристична інфраструктура, активізується формування спеціалізованого сегмента ринку праці, а також створюється сучасна система державного регулювання туристичної діяльності. В умовах таких змін розробка і впровадження ефективної державної політики у сфері туризму стає пріоритетним завданням національного значення.

Водночас у туристичній сфері зберігається низка проблем, які гальмують повноцінне використання потенціалу країни. Серед них можна виділити:

- ✓ Невідповідність темпів оновлення транспортної та інженерної інфраструктури окремих регіонів зростаючому попиту туристів, що ускладнює яскраво вираженою сезонністю;

- ✓ Обмежена активність внутрішніх туристів, викликана низькою ціною доступністю послуг та транспортними труднощами, особливо у віддалених районах, а також карантинними обмеженнями останніх років;

- ✓ Недостатній рівень впізнаваності туристичних брендів і недосконалість механізмів їх просування;

- ✓ Відсутність достовірної, актуальної інформації щодо можливостей самостійного формування туристичних продуктів у різних регіонах країни;

- ✓ Недорозвиненість сервісного супроводу туристичного продукту, зокрема на етапі прийняття рішення про купівлю;

- ✓ Невідповідність якості туристичних послуг до очікувань споживачів, що часто пов'язано з недостатньою кваліфікацією персоналу об'єктів туристичної інфраструктури;

- ✓ Проблеми з транспортною доступністю та забезпеченням безпеки туристичних дестинацій;

- ✓ Переважання самодіяльного туризму серед внутрішніх мандрівників;

- ✓ Незадовільний технічний стан туристичних об'єктів, зокрема пам'яток архітектурної спадщини;

- ✓ Відсутність комплексної системної підтримки з боку держави для розвитку туристичної галузі;

✓ Високий рівень туристичного сектору в регіонах та нецільове використання надходжень від туристичного збору на місцевому рівні [29].

Отже, динаміка розвитку туристичної галузі України останніми роками демонструє значний вплив економічних та політичних чинників на функціонування цього сектору. Незважаючи на серйозні виклики, пов'язані з пандемією та військовими конфліктами, туристична індустрія проявляє високу ступінь адаптивності. Зусилля окремих підприємців, а також активне впровадження цифрових технологій сприяють поступовому відновленню та сталому зростанню галузі. Проте повноцінне розкриття туристичного потенціалу України потребує подальшого розвитку інфраструктури, удосконалення якості послуг і системної підтримки з боку держави.

### **1.3. Методичні підходи щодо оцінки туристичного потенціалу країни**

На підставі проведеного аналізу можна стверджувати, що туристичний потенціал є вагомим чинником розвитку як окремого регіону, так і країни загалом, але його ефективна реалізація значною мірою залежить від обґрунтованих та науково сформованих методичних підходів до оцінювання цього потенціалу.

Оцінювання туристичного потенціалу галузі країни та її регіонів передбачає визначення ефективності використання наявних ресурсів, здатності конкурувати на ринку через пропозицію туристичних продуктів, а також аналіз попиту на ці пропозиції. Незважаючи на наявність багатих природно-кліматичних і культурно-історичних ресурсів, рівень попиту може залишатися низьким, що свідчить про недостатньо визначену стратегію розвитку туризму або відсутність пріоритетності галузі в регіоні.

Конкурентоспроможність туристичного сектора регіонів залежить від таких чинників, як попит на туристичні послуги, сезонність, поява конкурентів у інших регіонах, різниця в стратегічних підходах, а також рівень кваліфікації персоналу. Аналіз наукових джерел дозволяє виділити ключові фактори, що формують туристичну привабливість українських регіонів:

- ✓ Екологічний аспект включає загальний екологічний стан регіону, який оцінюється за наявністю природних ресурсів, кліматичними умовами, рівнем забруднення води та повітря, а також ризиками природних катастроф;
- ✓ Політичний фактор відображає правове регулювання туристичної діяльності, безпекову ситуацію та рівень криміногенної обстановки;
- ✓ Економічний чинник характеризується показниками інфляції, безробіття, рівнем доходів і цін на туристичні послуги, інвестиційною активністю та внеском туризму у макроекономіку;
- ✓ Інфраструктура оцінюється за станом транспортних мереж, готельних та ресторанних закладів, а також доступністю сучасних технологій і засобів зв'язку;
- ✓ Соціальний аспект включає демографічні показники, структуру населення за віком і зайнятістю, наявність субкультурних груп;
- ✓ Культурний фактор визначається кількістю освітніх установ, бібліотек, культурних закладів та можливостями для організації дозвілля.

Наявність і рівень розвитку цих факторів обумовлюють необхідність системного оцінювання туристичної привабливості регіонів України з метою визначення найбільш перспективних напрямів розвитку туристичної галузі та формування державної політики підтримки і стимулювання туризму [30].

Кількісне оцінювання туристичної привабливості є важливим інструментом для виявлення регіонів із найбільшим потенціалом для економічного зростання, що дозволяє розробляти обґрунтовані стратегії розвитку. При цьому слід враховувати як внутрішні (ендогенні), так і зовнішні (екзогенні) фактори, які впливають на перспективи туристичного сектору (див. табл. 1.4, Додаток Г).

Комплексний підхід до оцінки туристичного потенціалу дозволяє глибше зрозуміти сучасний стан галузі в Україні та її регіонах, забезпечує всебічний збір та аналіз інформації, що необхідно для інтегрованого планування розвитку туризму як важливої складової соціально-економічного життя (див. табл. 1.5).

Таблиця 1.5

## Інтегрована комплексна модель оцінки туристичного потенціалу

Етап	Характеристика
Системний підхід до оцінки ресурсів	<p>Природні ресурси – дослідження природних умов, кліматичних характеристик, екологічної ситуації, наявності рекреаційних зон та заповідних територій.</p> <p>Культурно-історичні ресурси – аналіз об'єктів культурної спадщини, музеїв, історичних пам'яток, архітектурних ансамблів і культурних заходів.</p> <p>Соціально-економічні ресурси – оцінювання рівня життя населення та його готовності підтримувати розвиток туризму, доступності та якості інфраструктури (транспорт, зв'язок, готельний фонд).</p> <p>Маркетингові та інформаційні ресурси – рівень розвитку інформаційної підтримки, ефективність маркетингових стратегій, наявність туристично-інформаційних центрів та онлайн-ресурсів.</p>
Інтеграція SWOT-аналізу	Визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для розвитку туризму в регіоні.
Багатофакторний аналіз	<p>Економічний аналіз – визначення економічної вигоди туризму, його впливу на місцевий бізнес, створення робочих місць, рівень доходності галузі.</p> <p>Соціокультурний аналіз – оцінка готовності громади приймати туристів, врахування потреб населення, розвиток культури гостинності.</p>
	<p>Інфраструктурний аналіз – аналіз стану та якості туристичної інфраструктури: готелів, транспорту, закладів харчування, систем безпеки.</p> <p>Екологічний аналіз – визначення екологічної ситуації та ризиків від туризму, застосування екологічно безпечних технологій.</p>
Використання індексів та показників	<p>Індекс туристичної привабливості – багатокритеріальна оцінка (природа, культура, інфраструктура, доступність).</p> <p>Індекс задоволеності туристів – показники на основі опитувань щодо якості сервісу, безпеки та загальних вражень.</p> <p>Індекс сталого розвитку – рівень збереження природного та культурного середовища при залученні туристів.</p>
Моделювання сценаріїв розвитку	<p>Аналіз сценаріїв – розробка варіантів розвитку туризму (масовий, екотуризм, культурний туризм) з урахуванням ресурсів, інфраструктури та впливу на довкілля.</p> <p>Прогнозування впливу – оцінка можливих економічних, соціальних та екологічних наслідків кожного сценарію.</p>
Комплексна оцінка результатів і рекомендації	Формування стратегії розвитку туризму на основі комплексного аналізу; пропозиції щодо інвестицій у слабкі сегменти (транспорт, екологічні проекти); підтримка розвитку подієвого та сезонного туризму з урахуванням локальної специфіки.

*Джерело: розроблено автором на основі [30,32,33]*

Отже, аналіз наведених у таблиці показників свідчить, що ефективний розвиток туристично-рекреаційної діяльності значною мірою залежить від рівня інформаційного забезпечення галузі. Наявність сучасної законодавчої

бази, розвинених медіа, високих технологічних можливостей та спеціалізованих інформаційних продуктів створює сприятливі умови для формування позитивного іміджу дестинацій, підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів і забезпечення якісної взаємодії між учасниками ринку та споживачами послуг.

Оцінювання туристичних ресурсів доцільно здійснювати як багатоступеневий процес, що передбачає логічну послідовність взаємопов'язаних етапів (див. рис. 1.5.).



Рис. 1.5. Етапи оцінки туристичних ресурсів

*Джерело: [33]*

Перший етап полягає у чіткому визначенні мети оцінки, яка може охоплювати попереднє дослідження територій, стратегічне планування, розробку програм і моделей розвитку туризму, удосконалення регіональної туристичної інфраструктури, виявлення інвестиційно привабливих зон, складання кадастрів рекреаційних ресурсів або оцінювання придатності територій для туристичного використання.

Другий етап передбачає ідентифікацію об'єкта дослідження та встановлення його просторових меж. У регіональних географічних дослідженнях такими об'єктами найчастіше є геосистеми, які поділяються на операційні територіальні одиниці з урахуванням цілей аналізу та просторової неоднорідності. У працях економічного спрямування переважно оцінюють окремі адміністративно-територіальні одиниці.

Третій етап зосереджується на визначенні суб'єкта оцінювання сторони, з позицій якої здійснюється аналіз. Це можуть бути регіони як економічні

системи, організатори туристично-рекреаційної діяльності, певні категорії туристів або типи рекреаційних занять.

Четвертий етап включає формування переліку показників, за якими здійснюється оцінка, з урахуванням поставленої мети. Ці показники визначаються на основі попереднього аналізу проблематики та професійного досвіду дослідника.

П'ятий етап присвячений збору фактичної інформації, необхідної для оцінювання.

Шостий етап передбачає приведення зібраних даних до єдиної системи вимірювання шляхом використання шкал, нормування, ранжування та інших статистичних методів.

На сьомому етапі здійснюється інтеграція показників у часткові або узагальнені індекси, що дозволяє сформулювати підсумкові результати оцінки.

Восьмий етап передбачає перевірку отриманих результатів і, за потреби, їх коригування.

Заключний, дев'ятий етап полягає в інтерпретації результатів, формуванні висновків та рекомендацій щодо подальшого розвитку туризму.

Методологічні напрацювання у цій сфері були суттєво розширені завдяки роботам професора О. О. Бейдика, який здійснив комплексну інтегральну оцінку природних та антропогенних ресурсів України та сформував на цій основі рейтинг регіонів. Його підходи стали основою для проекту Стратегії сталого розвитку туризму і курортів, розробленої під керівництвом професора Я. Б. Олійника. Запропонована система відзначається логічною структурою, прозорістю процедур та високим потенціалом практичного застосування в умовах стратегічного управління туристично-рекреаційним розвитком [33].

Оцінка привабливості розвитку туристичної сфери України є важливим етапом формування стратегій її подальшого зростання. У сучасних умовах економічної нестабільності, воєнних загроз та глобальних викликів туризм виступає як перспективна галузь, здатна впливати на соціально-економічний

розвиток держави та формування її міжнародного іміджу. Для отримання об'єктивних результатів аналізу необхідно враховувати комплекс ключових чинників, які визначають рівень конкурентоспроможності галузі.

На основі визначення цих чинників доцільно проводити дослідження із застосуванням методу експертного оцінювання. Даний метод є доцільним з огляду на специфіку латентних (якісних) показників. Цей метод є виправданим, оскільки дозволяє адекватно врахувати специфіку латентних (якісних) показників. Оцінювання здійснюється за п'ятибальною шкалою: 5 балів відповідає високому рівню прояву чинника, 3-4 бали – середньому, 1-2 бали – низькому [34, 35].

Інтегральна оцінка привабливості розвитку туристичної сфери України проводиться за спеціальною методикою, що базується на порівнянні досліджуваних характеристик із еталонним, а не з фактичним минулорічним станом. Стандартні значення показників визначаються як відношення фактичних даних до еталонних за формулою:

$$Z_{ij} = x_{ij} / x_{\max}, \quad (1.1)$$

де  $Z_{ij}$  - нормоване значення показника;

$x_{ij}$  – значення показника, що характеризує індекс інтегральної оцінки;

$x_{\max}$  – еталонне значення показника, що характеризує інтегральну оцінку.

Розрахунок індексу інтегральної оцінки ключових чинників за групами для кожної складової проводиться за формулою:

$$I_{kij} = \frac{1}{n} \sum Z_{ij} \quad (1.2)$$

де  $I_{kij}$  – це агреговані індекси окремих компонентів інтегральної оцінки за групами для кожної складової нормованого значення показника;

$n$  – загальна кількість показників індексу.

Розрахунок інтегрального індексу привабливості розвитку туристичної сфери України здійснюється за такою формулою:

$$I_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n I_{kij} \quad (1.3)$$

де  $I_i$  – інтегральний індекс оцінки привабливості розвитку туристичної сфери України;

$n$  – кількість складових, що характеризують інтегральний індекс [36].

Для комплексної оцінки привабливості розвитку туристичної сфери України в контексті інтеграції до європейського туристичного ринку використовується методика інтегрального оцінювання факторів, що визначають потенціал галузі. Вона дозволяє врахувати як природно-ресурсний та культурно-історичний потенціал регіонів, так і економічні, безпекові, екологічні, технологічні та іміджеві фактори, що впливають на туристичну привабливість. У таблиці 1.6 представлені оцінки окремих факторів розвитку туризму в Україні за 2023-2024 роки та стандартизовані значення, що дозволяють порівнювати їх відносну значущість і визначати підсумкові інтегральні індекси за різними компонентами туристичної привабливості. Такий підхід дає змогу всебічно оцінити стан туристичної сфери та визначити ключові напрямки її подальшого розвитку (див. табл. 1.6, Додаток Д).

У 2023-2024 рр. інтегральна оцінка привабливості розвитку туристичної сфери України засвідчила суттєві структурні зміни у співвідношенні ключових факторів. Найвищі стандартизовані значення протягом обох років зберігають чинники, пов'язані з історико-культурною спадщиною та природними ресурсами, що свідчить про стабільний потенціал культурного та екологічного туризму навіть за умов воєнного стану. Водночас простежується різке погіршення показників, що визначають матеріально-технічну базу туризму, рівень цінової доступності та якості послуг, а також розвиток транспортної інфраструктури й стан комунальних послуг. Наприклад, оцінка розвитку транспортної інфраструктури знизилася з 0,8 у 2023 р. до 0,2 у 2024 р., тоді як

якість туристичних послуг скоротилася з 0,4 до 0,2. Такі зміни є прямим наслідком руйнування інфраструктури, обмежень у логістиці та зниження інвестиційної активності в умовах воєнних дій.

Економічні чинники також демонструють спад: інтегральний індекс зменшився з 0,52 до 0,32, що зумовлено скороченням використання сучасних маркетингових інструментів і погіршенням співвідношення ціни та якості туристичних послуг. Особливо вразливими виявилися фактори безпеки, індекс яких знизився з 0,6 до 0,3 через підвищені ризики, відсутність належних гарантій захисту туристів та збереження загрози воєнних дій.

Певне погіршення спостерігається й у сфері екологічних факторів: зниження з 0,80 до 0,47 пов'язане з недостатнім доглядом за територіями та зменшенням ефективності системи екологічного моніторингу. Аналогічно, технологічні чинники скоротилися з 0,73 до 0,33, що відображає проблеми у сфері комунальних послуг і транспортного забезпечення. Єдиним показником, що продемонстрував зростання, став іміджевий фактор, який підвищився з 0,6 у 2023 р. до 1,0 у 2024 р. Це пояснюється посиленням міжнародної уваги до України, формуванням позитивного бренду країни на світовому рівні та зростанням інтересу до неї як потенційної туристичної дестинації у післявоєнний період.

У підсумку інтегральний індекс привабливості розвитку туризму знизився з 0,684 у 2023 р. до 0,537 у 2024 р., що свідчить про переважання негативних впливів воєнних і економічних факторів над стабільними культурними та природними перевагами. Це зумовлює необхідність розробки довгострокової стратегії відновлення туристичної інфраструктури та сервісів із врахуванням сильних сторін країни та перспектив зростання міжнародного інтересу після завершення конфлікту.

Отже, сучасні методичні підходи до оцінки туристичного потенціалу мають ґрунтуватися на багатофакторному аналізі, поєднанні кількісних і якісних критеріїв, а також урахуванні специфіки зовнішніх та внутрішніх викликів, що впливають на розвиток туристичної індустрії.

У першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи нами було опрацьовано та вивчено теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу регіону. Ми визначили, що туристичний потенціал регіону є багатокомпонентною системою, що об'єднує природні, культурно-історичні, соціально-економічні та інфраструктурні ресурси, здатні забезпечити сталий розвиток і формування конкурентних переваг на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Його повноцінна реалізація можлива лише за умови науково обґрунтованого управління, раціонального використання ресурсів і адаптації до сучасних глобальних та локальних викликів.

Аналіз динаміки розвитку туристичної галузі України свідчить, що вона є вразливою до впливу економічних, політичних та безпекових факторів, однак демонструє високий рівень адаптивності. Впровадження цифрових технологій, ініціативи бізнесу та зростання міжнародної уваги до країни створюють передумови для її подальшого відновлення та зростання після завершення кризових явищ.

Аналіз методичних підходів до оцінки туристичного потенціалу країни свідчить, що комплексне визначення рівня розвитку туристичної сфери потребує системного врахування природних, культурно-історичних, економічних, інфраструктурних, екологічних, безпекових та іміджевих чинників. Використання інтегральних індексів і стандартизованих показників дає змогу об'єктивно порівнювати результати у часовій динаміці, а також ідентифікувати сильні та слабкі сторони туристичної дестинації.

Методологічна цінність інтегральної оцінки полягає у можливості узагальнити вплив різних груп факторів на загальний рівень туристичної привабливості, що дозволяє формувати обґрунтовані управлінські рішення та пріоритети розвитку галузі. Такий підхід забезпечує не лише діагностику поточного стану туристичної сфери, але й слугує інструментом прогнозування її перспектив у коротко- та довгостроковому періодах.

Отже, туристичний потенціал варто розглядати не лише як сукупність ресурсів, а й як стратегічний інструмент регіонального та національного розвитку, ефективність якого залежить від комплексного підходу до планування, інноваційних рішень та інтеграції в європейський і світовий туристичний простір.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

#### 2.1. Туристичний потенціал Чернігівщини

Туристична індустрія України надзвичайно велика та багатогранна, кожен регіон наділений своєю історією, культурою, пам'ятками, визначними подіями та традиціями. Незважаючи на різні події за останні роки, український туризм все ще розвивається та набирає обертів. Це зумовлено, з одного боку, наявністю значного природного, культурного й історичного потенціалу, а з іншого зростаючим інтересом суспільства до внутрішніх подорожей як альтернативи закордонним виїздам. Особливого значення набуває тенденція переорієнтації національного туристичного ринку на внутрішнього споживача, що стимулює розвиток регіональних дестинацій та формування нових туристичних продуктів. У цьому контексті важливим завданням є збереження культурної спадщини, модернізація інфраструктури й забезпечення безпеки туристів, адже саме ці фактори визначатимуть конкурентоспроможність України на міжнародній арені після завершення воєнних дій.

Темою нашого дослідження є регіон Чернігівщина – це особливе місце, де поєднується далека історія та сучасність. Регіон виступає одним із найдавніших культурних осередків України, адже саме тут зосереджені унікальні пам'ятки архітектури часів Київської Русі, що формують неповторний духовний та культурний простір. У той же час сучасна Чернігівщина демонструє прагнення до відновлення та розвитку туристичної інфраструктури, що відкриває нові можливості для популяризації регіону як перспективної туристичної дестинації. Поєднання історико-культурної спадщини та природно-рекреаційних ресурсів створює сприятливі передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, орієнтованого як на внутрішній, так і на міжнародний ринок.

Чернігівщина посідає особливе місце в туристичній карті України завдяки поєднанню унікальних природних ресурсів, багатой історико-культурної спадщини та вигідного географічного розташування. Регіон характеризується значним різноманіттям природних ландшафтів від мальовничих долин Десни до заповідних територій і заказників, що створює передумови для розвитку екологічного, рекреаційного та сільського зеленого туризму. Значну цінність для формування туристичного іміджу мають Чернігів та Новгород-Сіверський міста, які є своєрідними центрами духовної та культурної спадщини. Тут зосереджені музеї, заповідники та історичні ансамблі, що приваблюють як вітчизняних, так і зарубіжних відвідувачів. Додатковою перевагою області є сприятливі умови для активних видів туризму водних подорожей по Десні, велосипедних та пішохідних маршрутів, а також організації етнографічних та гастрономічних турів.

Чернігів є адміністративним, економічним та культурним центром однойменної області, розташованим на правому березі річки Десни. Завдяки вигідному географічному положенню місто здавна відіграло важливу роль у транспортних і торговельних зв'язках, будучи вузлом залізничних та автомобільних шляхів, а також річковим портом.

Археологічні знахідки свідчать, що територія Чернігова була заселена ще в добу бронзи. Уже в VIII–IX ст. тут існували слов'янські поселення сіверян, які згодом стали основою для формування міста. Перша писемна згадка про Чернігів датована 907 роком у договорі київського князя Олега з Візантією. Упродовж X–XII ст. місто перетворилося на один із провідних політичних та економічних центрів Київської Русі, а згодом стало столицею могутнього Чернігівського князівства. Про значення давнього Чернігова свідчать численні археологічні пам'ятки, зокрема кургани князів та дружинників IX–X ст., серед яких особливу цінність має Чорна Могила. Місто було не лише військовим та адміністративним центром, а й осередком ремесел, торгівлі та духовного життя. Чернігівські майстри досягли високого рівня

розвитку у ювелірному, зброярському та гончарному виробництві, а його храми й монастирі стали визначними пам'ятками давньоруської архітектури.

Серед архітектурних надбань особливе місце займають християнські святині, що збереглися до нашого часу. Їхнє історико-культурне значення формує основу сучасного туристичного потенціалу міста. Чернігів це не лише адміністративний центр області, але й потужний історико-культурний осередок, що поєднує археологічні знахідки, унікальні архітектурні пам'ятки та багату історичну спадщину, яка має важливе значення для розвитку внутрішнього і міжнародного туризму [38].

Чернігівська область розташована на півночі України та займає площу 31,9 тис. км<sup>2</sup> із населенням близько 1,15 млн осіб. Обласний центр – місто Чернігів, що знаходиться на правому березі Десни за 150 км від Києва, є найбільшим населеним пунктом регіону та важливим адміністративним, економічним і культурним осередком (див. рис. 2.1.).



Рис. 2.1. Географічна карта Чернігівської області

*Джерело: [40]*

Природно-географічні умови області відзначаються значним різноманіттям. Значна частина території належить до зони Полісся з переважанням рівнинних і заболочених ландшафтів, тоді як південні райони мають риси лісостепу з більш розчленованим рельєфом. Важливе місце займає річкова система: протяжність річкової мережі становить понад 7 тис. км. Провідними водними артеріями виступають Дніпро та Десна з численними притоками, а також численні озера та стариці, які створюють значний рекреаційний потенціал. Клімат Чернігівщини є помірно-континентальним, з теплим літом і відносно м'якою зимою. Такі умови сприяють розвитку різних форм відпочинку протягом року. Близько п'ятої частини території займають ліси, серед яких поширені сосна, дуб, береза, ялина. Це забезпечує сприятливі передумови для екологічного, зеленого та спортивного туризму [39].

Демографічна ситуація є одним із ключових чинників, що визначають соціально-економічний розвиток регіону. Динаміка чисельності населення, співвідношення показників народжуваності й смертності, а також міграційні процеси відображають не лише стан суспільного добробуту, а й перспективи подальшого відтворення трудових ресурсів. Для прикордонних областей України, зокрема Чернігівщини, ці питання мають особливе значення, оскільки поєднують у собі вплив загальнонаціональних тенденцій із регіональними особливостями. Останні десятиліття характеризуються стійким зниженням чисельності населення області та її адміністративного центру міста Чернігів. На цей процес впливають як природні чинники, зокрема дисбаланс між кількістю народжених і померлих, так і соціально-економічні та міграційні зміни. Додаткового навантаження демографічній системі регіону завдали пандемія COVID-19 та воєнні події останніх років, що спричинили суттєве зростання смертності й відтік населення. Водночас Чернігів виконує важливу функцію у прийомі внутрішньо переміщених осіб, що частково компенсує негативні демографічні тенденції.

Дослідження сучасного стану населення Чернігівщини та аналіз його відтворювальних процесів дозволяє оцінити масштаби викликів і сформулювати науково обґрунтовані висновки щодо подальших перспектив розвитку регіону.

За даними міського реєстру, станом на 1 січня 2022 року у Чернігові проживало 282,7 тис. осіб, що становить близько 45 % міського населення області. Однак у подальші роки спостерігається стійка тенденція до скорочення чисельності. Станом на 1 січня 2024 року зареєстроване населення міста становило 275,1 тис. осіб (див. табл. 2.1) [41].

*Таблиця 2.1*

**Динаміка чисельності населення м. Чернігів 2014–2023 рр., тис. осіб**

<b>Рік</b>	<b>Чисельність населення (тис.)</b>	<b>Внутрішньо переміщені особи (осіб)</b>
<b>2014</b>	294,7	-
<b>2015</b>	294,1	-
<b>2016</b>	291,6	-
<b>2017</b>	289,4	-
<b>2018</b>	288,3	-
<b>2019</b>	286,9	-
<b>2020</b>	285,2	-
<b>2021</b>	282,7	1 830
<b>2022</b>	276,0	7 898
<b>2023</b>	275,1	10 977

*Джерело: розроблено автором на основі [41]*

За даними таблиці можемо прослідкувати, що за десятиріччя чисельність населення скоротилася майже на 20 тис. осіб. Додатковим чинником є міграційні процеси, зокрема зростання кількості внутрішньо переміщених осіб, кількість яких у 2023 р. перевищила 10 тис.

Важливим показником демографічного розвитку є співвідношення народжуваності та смертності. У м. Чернігів протягом 2014-2023 рр. спостерігається стійке перевищення кількості померлих над кількістю народжених, що зумовлює від'ємний природний приріст (див. табл. 2.2) [41].

Аналіз статистичних даних свідчить про стійке поглиблення демографічної кризи в Чернігові протягом останнього десятиріччя. У 2014-2015 роках природне скорочення населення становило близько 950 осіб щорічно, що вже тоді вказувало на негативні тенденції. Починаючи з 2016

року, темпи зниження зростають: рівень природного скорочення перевищив 1 тис. осіб, а у 2019 році сягнув 1 774 осіб.

Таблиця 2.2

**Динаміка основних показників природного руху населення м. Чернігів  
2014–2023 рр.**

<b>Рік</b>	<b>Народжено, осіб</b>	<b>Померло, осіб</b>	<b>Природний приріст (+), скорочення (-)</b>
<b>2014</b>	2 684	3 655	-971
<b>2015</b>	2 517	3 467	-950
<b>2016</b>	2 474	3 545	-1 071
<b>2017</b>	2 251	3 501	-1 250
<b>2018</b>	2 147	3 615	-1 468
<b>2019</b>	1 900	3 674	-1 774
<b>2020</b>	1 846	4 066	-2 220
<b>2021</b>	2 162	4 647	-2 485
<b>2022</b>	1 080	4 336	-3 256
<b>2023</b>	1 225	3 692	-2 467

*Джерело: розроблено автором на основі [41]*

Найбільш критичним періодом став 2020-2022 роки. У цей час спостерігається різке падіння показників народжуваності та одночасне зростання смертності. Так, у 2020 році кількість померлих перевищила кількість народжених на 2 220 осіб, у 2021 році на 2 485 осіб, а у 2022 році розрив сягнув максимальних значень –3 256 осіб.

Попередні дані за 2023 рік засвідчують певне зниження темпів природного скорочення населення (-2 467 осіб), однак показник залишається критичним. Це свідчить, що навіть за умов часткової стабілізації негативні демографічні процеси продовжують визначати загальну тенденцію розвитку регіону. Природне відтворення населення Чернігова має виразно депопуляційний характер, що зумовлює подальше зменшення чисельності жителів та посилює демографічні ризики для соціально-економічного розвитку регіону.

Сприятливі природно-кліматичні умови, розвинена гідрографічна мережа, наявність лікувальних і столових мінеральних вод, соснових лісів, багаті біотичні ресурси та мальовничі ландшафти, а також значний природно-

заповідний фонд і історико-культурна спадщина створюють передумови для розвитку різноманітних форм туризму та рекреаційної діяльності. Додатково, ефективне використання туристичного потенціалу Чернігівської області підтримується розгалуженою мережею транспортних коридорів, близькістю до столиці, а також можливістю залучення різних видів транспорту автомобільного, залізничного та водного що сприяє підвищенню доступності регіону для туристів.

Для туристичного потенціалу регіону не менш важливим показником є природні ресурси, що створюють основу для розвитку рекреаційної та туристичної діяльності. Особливістю території Чернігівщини є переважання долинних ландшафтів із луками, сосновими масивами та численними озерами, що формує характерний природний фон регіону. М'який клімат, значні лісові території, річки та водойми, мальовничі пейзажі забезпечують багатство природних рекреаційно-туристських ресурсів. Вздовж Десни та її приток виявлено родовища лікувальних грязей і джерела мінеральних вод, що підвищує потенціал для оздоровчого туризму. Існуючий природно-рекреаційний комплекс є перспективним не лише для розвитку туристичної галузі міста Чернігова, а й регіону в цілому. Чернігів характеризується зеленим та гармонійно спланованим міським середовищем, мальовничими панорамами Десни та луків Полісся. До його рекреаційних ресурсів належать акваторії та заплавні території річок Десни, Стрижня і Білоуса з прибережними смугами, парки та сквери, лісопарки, луки на лівобережжі, а також великий лісовий масив у районі селища Новий Білоус. Загальна площа рекреаційних територій міста, придатних для короткочасного відпочинку, за перспективними оцінками може досягати 1,8 тис. га. Природоохоронний фонд Чернігова представлений природно-заповідними територіями та об'єктами місцевого значення, які є унікальними та привабливими для туристів. Загальна площа цих територій становить 171,44 га, що відповідає 2,41% території міста, і забезпечує охорону природних ресурсів при одночасному розвитку рекреаційного потенціалу [45] (див. рис. 2.2.).

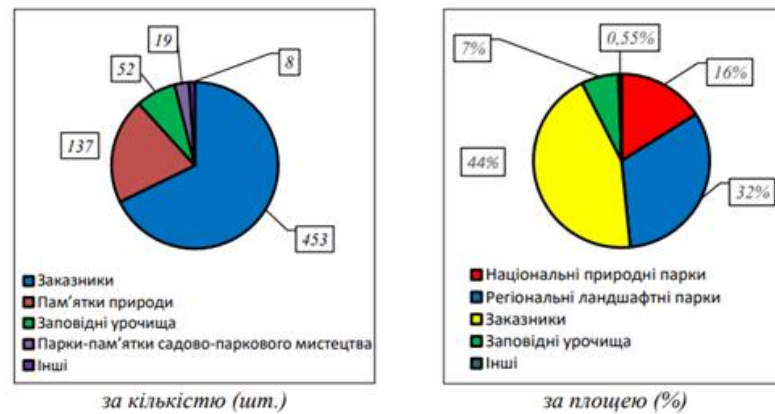


Рис. 2.2. Структура територій та об'єктів природно-заповідного фонду  
Чернігівської області

Джерело: [46]

Природний комплекс Чернігова та його приміських територій має значний потенціал для забезпечення рекреаційних потреб великої кількості туристів. Водночас необхідно враховувати, що використання цих ресурсів має відповідати пропускній спроможності міських екскурсійних та рекреаційних об'єктів, аби уникнути перевантаження і забезпечити збереження природного середовища. Рациональне планування туристичних маршрутів і регулювання кількості відвідувачів сприяє одночасно ефективному використанню рекреаційних ресурсів та охороні природних і культурних цінностей (див. табл. 2.3).

Місто має значний культурно-історичний потенціал, що відображається у збереженні 445 об'єктів культурної спадщини, серед яких 96 археологічних пам'яток, 67 архітектурних об'єктів, 272 історичні пам'ятки, 9 пам'яток монументального мистецтва та 1 ландшафтна пам'ятка мистецтва. Наявність такого різноманітного спектра культурних і природних ресурсів, а також функціонування туристично-інформаційних центрів і спеціалізованих освітніх закладів, створює сприятливі умови для розвитку культурного та туристичного секторів. Крім того, це відкриває можливості для реалізації освітніх, рекреаційних та просвітницьких програм, що сприяють підвищенню привабливості міста для відвідувачів і мешканців [42].

Таблиця 2.3

**Рекреаційне навантаження на ландшафт зон короткочасного  
відпочинку**

Склад	Площа (га)	Норма навантаження (чол./га)	Допустиме навантаження (чоловік)
<i>Гідрологічні пам'ятки природи</i>			
озера Глушець,	40	10	400
<i>Продовження таблиці 2.3</i>			
озеро Магістрацьке	63	10	630
<i>Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва</i>			
„Міський сад”	11,2	17	190
“Болдина гора”	6	17	102
<i>Заповідні урочища</i>			
“Святе”	44	3,5	153
<i>Лісопарки</i>			
„Яліщина”	110 (т.ч. заказник – 6,2)	9	960
„Кордіка”	250,0	9	2250
в р-ні селища Н.Білоус	350,0	9	3150
<i>Лугопарки</i>			
Деснянський	500	26	13000
<b>Разом</b>			<b>20835</b>

*Джерело: розроблено автором на основі [47]*

Щороку на території Чернігівської області організовується понад 200 різноманітних культурних та туристичних заходів, що відображають історичну, етнокультурну та мистецьку специфіку регіону. Серед найпопулярніших подій варто відзначити Міжнародний молодіжний фестиваль «Свято купальської традиції «Івана Купала на Голубих озерах», фестиваль історичної реконструкції «Батурин Фест «Шабля», а також Історичний фестиваль «Спис на Вістрі», який проходить на території Парку природи «Беремицьке». Значне культурне значення мають також літературно-мистецьке свято «Нетлінне «Слово...» у місті Новгород-Сіверський та мистецький проект «Зелена сцена», що щомісяця відбувається у вихідні дні у центрі міста Чернігова.

Проведення таких заходів сприяє підвищенню туристичної привабливості регіону, залученню внутрішніх і міжнародних відвідувачів, а

також розвитку культурного середовища та збереженню історико-культурної спадщини Чернігівщини. Масштабні фестивалі та регулярні мистецькі події створюють умови для популяризації місцевих традицій і ремесел, розвитку гастрономічного та етнотуризму, а також сприяють формуванню стійкого культурно-туристичного іміджу області [43].

Ефективне використання туристичного потенціалу Чернігівської області значно покращується завдяки розгалуженій мережі транспортних коридорів, що забезпечує зручне сполучення як всередині регіону, так і з іншими територіями країни. Близькість до столиці України підвищує привабливість регіону для туристів та інвесторів, відкриваючи додаткові можливості для розвитку різних видів туризму. Наявність багатoproфільного транспортного потенціалу автомобільного, залізничного та водного сполучення дозволяє забезпечити гнучкий та ефективний доступ до туристичних об'єктів, включаючи історико-культурні пам'ятки, природні резервати та рекреаційні зони. Це створює передумови для інтеграції туристичних маршрутів різного масштабу, розвитку внутрішнього туризму та формування комплексних туристичних продуктів, здатних задовольнити потреби широкого спектру відвідувачів [44].

Інфраструктурні ресурси міста Чернігова та його приміської зони охоплюють як елементи соціальної, так і виробничої інфраструктури, що можуть застосовуватися для надання основних і додаткових послуг у сфері туризму. Значну роль у цьому процесі відіграють об'єкти соціальної інфраструктури, які обслуговують не лише місцеве населення, а й туристів. Водночас найефективніше задовольнити потреби відвідувачів можливо завдяки системі готельних підприємств, які володіють належною матеріальною базою та кваліфікованим персоналом. За даними Головного управління статистики у Чернігівській області, діяльність підприємств готельного господарства у 2020-2024 рр. демонструвала помітні коливання, зумовлені впливом пандемії COVID-19, економічними викликами та військовими діями. У цей період відбулися структурні зміни у сфері

розміщення туристів: частина закладів тимчасово призупиняла діяльність, водночас відбувалося оновлення матеріальної бази та зростання попиту на невеликі готелі й апарт-готелі (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Основні показники діяльності готельного господарства  
м. Чернігова у 2020-2024 рр.**

<b>Рік</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Кількість одиниць готелів</b>	9	8	7	8	10
<b>Номерів</b>	420	405	388	415	450
<b>Місць</b>	780	745	710	760	820
<b>Обслуговано приїжджих, осіб</b>	25 300	18 600	12 400	21 800	27 500
<b>Вітчизняні туристи</b>	23 100	16 900	11 300	19 600	24 000
<b>Іноземні туристи</b>	2 200	1 700	1 100	2 200	3 500
<b>Частка у загальній кількості (%)</b>	8,7	9,1	8,9	10,1	12,7
<b>Надано послуг, чоловіко-днів</b>	52 300	39 400	28 700	46 800	61 200
<b>Вітчизняні туристи</b>	46 000	34 200	24 900	40 000	52 000
<b>Іноземні туристи</b>	6 300	5 200	3 800	6 800	9 200
<b>Частка у загальній кількості (%)</b>	12,0	13,2	13,2	14,5	15,0
<b>Доходи від експлуатації, тис. грн</b>	12 850	9 430	7 210	14 600	19 300
<b>Обслуговування іноземців, тис. грн</b>	1 000	580	400	1 350	2 330
<b>Частка доходу від іноземців, %</b>	7,8	6,2	5,5	9,3	12,1

*Джерело: розроблено автором на основі [48, 49]*

Найбільша концентрація підприємств готельного господарства спостерігається у місті Чернігові та Чернігівському районі, де функціонує 15 закладів розміщення, що становить близько 26,3% від їх загальної кількості в області. Значна частка припадає також на Козелецький та Прилуцький райони по 7 об'єктів у кожному (по 12,3%). Меншою, але все ж помітною є присутність готельної інфраструктури у місті Батурині, Бахмачі та Ічнянському районі по 3 заклади, що дорівнює 5,3% у структурі. На решті території області підприємства готельного господарства розподілені більш рівномірно та представлені 1–2 об'єктами в окремих районах (див. рис. 2.3.).



Рис. 2.3. Територіальна структура закладів розміщення Чернігівської області  
Джерело: розроблено автором на основі [48, 49]

Варто зазначити, що така просторово-територіальна диспропорція пояснюється низкою чинників: концентрацією транспортних шляхів у центральній частині області, наявністю адміністративних, культурних та ділових центрів, а також туристично-рекреаційним потенціалом територій. Зокрема, м. Чернігів як обласний центр приваблює найбільшу кількість відвідувачів, що зумовлює розвиток готельної мережі. Козелецький район вирізняється завдяки вигідному розташуванню поблизу міжнародної траси Київ–Чернігів, а Прилуки завдяки статусу промислового та культурного центру південної частини області. Натомість Батурин та Ічнянський район розвивають свої заклади розміщення переважно завдяки історико-культурним пам'яткам та природним ресурсам.

Станом на 2024 рік найбільша кількість об'єктів сільського зеленого туризму та баз відпочинку зосереджена у Ріпкинському районі – 13 об'єктів (20,9% від загальної кількості), у Козелецькому – 12 (19,4%), Куликівському – 8 (12,9%), Коропському – 6 (9,7%) та Ічнянському – 4 (6,5%). В інших районах їх кількість коливається від 1 до 3 (див. рис. 2.4.).

Отже, аналіз туристичного потенціалу Чернігівської області показав, що його структура визначається поєднанням природно-рекреаційних, історико-культурних та інфраструктурних ресурсів. У регіоні наявні унікальні архітектурні та археологічні пам'ятки, значні ландшафтні комплекси й

рекреаційні зони, що формують передумови для розвитку культурно-пізнавального та екологічного туризму.



Рис. 2.4. Територіальна структура садиб сільського туризму в Чернігівській області

Водночас рівень їх використання залишається нижчим від потенційно можливого через обмежене інвестиційне забезпечення, недостатню туристичну інфраструктуру та слабку інформаційно-маркетингову підтримку. Це свідчить про наявність дисбалансу між наявними ресурсами й фактичним рівнем туристичного розвитку області, що потребує цілеспрямованої стратегії їх ефективного залучення.

## 2.2. Культурно-історичний потенціал Чернігівської області

Культурно-історичний потенціал Чернігівщини формувався впродовж багатьох століть і є невід'ємною складовою її туристичної привабливості. Регіон належить до найдавніших історико-етнографічних територій України, де збереглися численні пам'ятки архітектури, археології, сакрального та містобудівного мистецтва. Чернігів, як колишній центр одного з найбільших князівств Київської Русі, має унікальне історичне середовище, що відображає різні етапи розвитку української державності та культури.

Чернігівська область, у складі якої центр регіону місто Чернігів, займає одне з провідних місць в Україні за кількістю архітектурно-містобудівних пам'яток. Значний архітектурно-історичний потенціал Чернігова виступає

ключовим чинником розвитку туризму як у місті, так і в області загалом. Чернігів є одним із найдавніших українських міст. У I тисячолітті н.е. на його території існували кілька слов'янських поселень сіверян, розташованих у центральній частині сучасного міста на Валу, Слеських та Болдиних висотах. Виникнення Чернігова пов'язують із VIII–IX ст., а перша письмова згадка про місто датується 907 роком. На початку X ст. Чернігів був центром князівства та одним із найбільших міст Київської Русі. Місто складалося з чотирьох укріплених частин, серед яких центральну адміністративну роль відігравав Дитинець місце розташування князівського двору, головних соборів і боярських дворів.

Архітектурне обличчя міста XIX ст. формувалося під впливом класицизму та народних декоративних традицій. Значну цінність становлять дерев'яні житлові будинки з характерним різьбленням, що унікально поєднували функціональність і декоративність. Під час Другої світової війни Чернігів зазнав масштабних руйнувань: понад 4000 будівель і споруд були знищені, включно з підприємствами, мостами та пам'ятками архітектури. Місто було визначено одним із пріоритетних для відбудови в Україні.

Сьогодні Чернігів поряд із Києвом та Новгородом вважається скарбницею давньоруської архітектури XI–XIII ст. та української архітектури XVII–XIX ст. На невеликій території збереглися унікальні архітектурно-археологічні комплекси, кургани IX–X ст., численні пам'ятки Давньої Русі, комплекси XVII–XVIII ст. та XIX–поч. XX ст., підземні споруди печери, а також меморіальні місця, пов'язані з життям і діяльністю видатних українських діячів [51].

Особливе значення для формування культурного образу області мають давньоруські храми та монастирські комплекси, які не лише становлять архітектурну спадщину національного та світового значення, а й виконують роль осередків духовності та культурної пам'яті. Значний науковий та освітній інтерес становлять також археологічні пам'ятки, що засвідчують культурних традицій на цих землях. Унікальність культурно-історичного потенціалу

Чернігівщини полягає у гармонійному поєднанні давніх традицій із сучасними проявами культурного життя від проведення фестивалів та мистецьких заходів до діяльності музеїв та театрів. Це створює передумови для розвитку різних напрямів туризму: культурно-пізнавального, паломницького, подієвого та освітнього.

Чернігівська область посідає одне з провідних місць в Україні за рівнем збереження та концентрації пам'яток культурної спадщини. На її території офіційно зареєстровано близько 9 тисяч об'єктів історії та культури, серед яких понад 1900 мають статус національного значення. Така кількість і різноманітність пам'яток формує потужний культурно-історичний ресурс, який є важливою основою для розвитку туристичної галузі (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### Пам'ятки містобудування і архітектури Чернігівщини

Найменування пам'ятки	Датування
Спасо-Преображенський собор (мур.)	1036р.
Борисоглібський собор (мур.)	1120-1123 рр.
Колегіум (мур.)	к. 16 ст.- 1702 р
Будинок полкової канцелярії (мур.)	к. 17 ст.
П'ятницька церква (мур.)	к. 12 ст.
Катерининська церква (мур.)	1715 р.
<b>Єлецький монастир (мур.)</b>	11-17 ст.
Успенський собор (мур.)	12- 17 ст.
Дзвіниця (мур.)	к. 17 ст.
Північні келії (мур.)	16-17 ст.
Східні келії (мур.)	17 ст.
Південно-західні келії (мур.)	17 ст.
Мури і брами (мур.)	17 ст.
Будинок Феодосія (дер.)	1688р.
<b>Комплекс споруд Іллінського монастиря (мур.):</b>	11-18 ст.
Іллінська церква (мур.)	1069р.
Дзвіниця (зміш.)	1910 р.
Печери, підземні церкви та інші підземні споруди (мур.)	11-18 ст.
<b>Комплекс споруд Троїцького монастиря (мур.):</b>	17- 18ст.
Троїцький собор (мур.)	1679-1695 рр.
Дзвіниця (мур.)	1774-1775 рр.
Введенська церква (мур.)	1677р.
Північно-східні келії та пекарня (мур.)	1670-і р.р.- 1780-і рр.

## Продовження таблиці 2.5

Південні келії (мур.)	с.18ст.
Південно-західні келії (мур.)	70-і рр. 18ст.
Будинок архієрея (мур.)	1750р.
Іллінська брама (мур.)	п.18ст.
Мури з брамами і баштами (мур.)	к.17ст.- 18ст.
Будинок губернатора (мур.)	1821 р.
Будинок архієпископа (мур.)	1780 р.
Воскресенська церква (мур.)	1772-1799 р.
Дзвіниця Воскресенської церкви (мур.)	1772- 1799рр.

*Джерело: розроблено автором на основі [50, 51]*

Особливу цінність становлять архітектурні шедеври домонгольського періоду, що належать до найвизначніших здобутків світової архітектури та мистецтва. До них належать Спасо-Преображенський та Борисоглібський собори, Успенський собор Єлецького монастиря, Іллінська церква разом з Антонієвими печерами, П'ятницька церква в Чернігові, Спасо-Преображенський собор у Новгороді-Сіверському, Юр'єва божниця в Острі. До пізнішого періоду належать монастирські комплекси Чернігова (Єлецький і Троїцько-Іллінський), Густинський монастир біля Прилук, Собор Різдва Богородиці в Козельці та Георгіївська церква в Седневі. Важливою складовою культурної спадщини регіону є палацово-паркові ансамблі XVIII–XIX століть, серед яких найвідомішими є садиба Тарновського в Качанівці, маєток Галаганів у Сокиринцях, палац Румянцева-Задунайського у Вишеньках, а також резиденція останнього гетьмана України Кирила Розумовського у Батурині. Вони поєднують архітектурну цінність з історичним значенням, репрезентуючи культурні та мистецькі традиції української еліти.

Суттєвою ознакою культурного багатства Чернігівщини є наявність 14 історичних населених пунктів, внесених до відповідного державного реєстру. Серед них Чернігів, Новгород-Сіверський, Батурин, Ніжин, Прилуки, Козелець, Остер та Седнів. Ці міста та містечка виступають ключовими туристичними центрами області, концентруючи на своїй території архітектурні й історичні пам'ятки різних епох [51].

Територія області зберегла значну кількість пам'яток архітектури, містобудування та культури, які відображають різні етапи розвитку

української державності й духовності. Унікальність Чернігівщини полягає в гармонійному поєднанні природного середовища та історичних ансамблів, що створює сприятливі умови для формування різних видів туризму. Найвизначніші об'єкти культурної спадщини регіону репрезентують не лише історію місцевого розвитку, але й мають загальноукраїнське та світове значення. Вони є важливими маркерами ідентичності Чернігівщини, підкреслюють її роль у становленні Київської Русі та подальших історичних процесах. Ознайомимося з найвагомішими туристично-культурними об'єктами області, які становлять основу для розбудови туристичної інфраструктури та підвищення привабливості регіону в сучасних умовах.

Першим і найбільш відомим туристичним осередком Чернігівщини є Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній», створений з метою збереження та популяризації унікальних пам'яток давньої архітектури та культури. Заповідник охоплює територію історичного центру міста Дитинець (Вал), а також низку архітектурних пам'яток XI–XIX ст. До складу цілісного майнового комплексу заповідника включено 26 архітектурних пам'яток, що мають статус національного значення, а також три споруди та два об'єкти монументального мистецтва пам'ятники гетьману Івану Мазепі та князю Ігорю Чернігівському.

Чернігівський дитинець був центральною частиною давнього міста. Тут розташовувалися княжий двір, військова залога, боярські садиби та храми, що робило його політичним, адміністративним і духовним центром. Від решти міста дитинець відділяли потужні укріплення вали, рови та дерев'яні стіни. Його виникнення пов'язане ще з періодом ранніх поселень у гирлі Стрижня та Десни, що підтверджується археологічними знахідками. У X ст. тут формується центр Чернігова, а з XI ст., після заснування Спаського собору та княжого двору Мстиславом Володимировичем, територія значно розширюється. У XII–XIII ст. зводяться нові храми, брами та оборонні споруди, загальна площа укріплень сягала 16 га. Після монгольської навали дитинець утратив значну частину своєї величі, проте залишався стратегічним

і культурним осередком, за який точилася боротьба між Литвою, Польщею та Московією. У XVII ст., під час визвольної війни, Чернігів знову відроджується, а на території дитинця постають визначні споруди Катерининська церква, колегіум, нові монастирські комплекси. До кінця XVIII ст. фортеця втратила військове значення і поступово перетворилася на адміністративно-освітній центр міста. Сьогодні дитинець Чернігова - це унікальна пам'ятка історії та архітектури, що зберегла свідчення славетного минулого княжої доби та козацької епохи [53].

Основу заповідника становлять Спасо-Преображенський собор, побудований у XI ст. і вважається першим кам'яним храмом Київської Русі на Лівобережжі та Борисоглібський собор XII ст., який уособлює архітектурний розвиток доби розквіту Чернігівського князівства. Окрім цих храмів, на території заповідника збереглися: колегіум, будинок полкової канцелярії, де зберігаються фонди Історичного музею, резиденція архієпископа, у якій розташований обласний архів, будівля Чернігівської жіночої гімназії, що сьогодні функціонує як Художній музей, а також Будинок губернатора, де нині діє історичний музей ім. Тарновського. Серед визначних пам'яток варто згадати й старовинні гармати, що збереглися від бастіонів Чернігівської фортеці [50].

Поблизу Чернігівського Дитинця, на території давнього Третяка, височіє Катерининська церква, де нині розміщено музей народного декоративного мистецтва Чернігівщини. Катерининська церква (XVIII ст.), розташована на Валі в історичному центрі Чернігова, є однією з найпомітніших архітектурних доміант міста. Вона першою постає перед мандрівниками, які прибувають із київського напрямку, створюючи яскраве «перше враження» та підсилюючи туристичну привабливість DESTINATION. Зведена у стилі козацького бароко, церква не лише виконує сакральну функцію, а й активно інтегрована у туристичний простір. Вона є важливою частиною екскурсійних маршрутів, популярною фотолокацією та часто використовується як символ Чернігова у рекламних і туристичних кампаніях. Її залучення до культурних заходів,

фестивалів, виставок, історичних реконструкцій робить храм центром культурного життя та водночас підкреслює статус міста як осередку з глибокою історичною спадщиною.

П'ятницька церква, зведена наприкінці XII – на початку XIII століття на честь святої Параскеви П'ятниці, покровительки торгівлі, символічно відображає роль Чернігова як важливого торговельного центру давньоруського періоду. Завдяки своїй унікальній архітектурі церква є цінним об'єктом для туристів, дослідників та шанувальників старожитностей. Після руйнувань у Другу світову війну споруду відновили у первісному вигляді в 1962 році за проектом архітекторів П. Барановського та М. Холостенка. Церква відтворює один із найвищих етапів розвитку архітектури Київської Русі та зберігає значне історико-культурне значення для сучасного туристичного середовища [54].

Наступним туристичним об'єктом є Єлецький Успенський монастир розташований на підвищеному правому березі річки Десна, між давнім чернігівським Дитинцем та Троїцько-Іллінським монастирем, формуючи разом із сусідніми пам'ятками архітектури важливу історичну панораму міста.

Його заснування, за легендою, пов'язують із появою ікони Божої Матері в середині XI століття, що датується 3 лютого 1060 року. У монастирі також деякий час перебував Антоній Печерський, один із засновників чернецтва на Русі. Історія монастиря насичена руйнуваннями та відновленнями. У XII столітті на місці появи святині споруджено Успенський собор храм висотою 25 м, який зберігся до сьогодні та домінує над деснянською заплавою. Протягом XVII–XVIII століть у монастирі зводяться муровані келії, трапезна Петропавлівська церква та надбрамна дзвіниця. Під монастирем розташовані підземні галереї та камери, що поєднують Успенський собор із Петропавлівською церквою. Сьогодні архітектурний ансамбль включає Успенський собор XII століття, надбрамну дзвіницю XVII ст., Петропавлівську церкву, келії та муровану огорожу, що разом відображають багатовікову історію Чернігова та духовну спадщину міста.

Троїцько-Іллінський монастир розташований на терасах Болдиних гір і об'єднує два колишні комплекси Іллінський та Троїцький у єдиний архітектурно-ландшафтний ансамбль. У 1069 р. Антоній Печерський заклав основу системи підземних печер, які стали ядром майбутнього монастиря. До основних споруд комплексу належать Троїцький собор, барокова дзвіниця, трапезна з Введенською церквою, будинок архімандрита та інші будівлі.

Антонієві печери в Чернігові це видатна пам'ятка підземної культової архітектури XI–XIX ст., заснована у 1069 р. князем Святославом Ярославичем та преподобним Антонієм Печерським, уродженцем Любеча на Чернігівщині. Першочергово монастир мав назву Богородичний (монастир Божої Матері). Заснування печерного монастиря пов'язане із суперництвом між Києвом та Черніговом: прагнучи створити власний духовний центр, князь Святослав разом з Антонієм сформував на Болдиних горах аналог Києво-Печерського монастиря. Протягом XVII ст. монастир зазнав часткової реконструкції, а найбільш масштабна відбудова розпочалася в 1649 р. за ініціативою чернігівського полковника і тривала з перервами до кінця XIX ст., що надало печерам сучасного вигляду.

Сучасний комплекс складається з підземних галерей і приміщень загальною довжиною близько 350 м, розташованих у товщі Болдиних гір на глибині від 2 до 12 м. Печери мають два основних рівні. Нижній ярус, довжиною близько 100 м, зберігся у ґрунтовому вигляді й використовувався як житловий район або підземний некрополь. Верхній рівень включає галереї між церквами Феодосія Тотемського та Миколи Святоші, серед яких знайдено давньоруську підземну церкву. Широка галерея на південь від неї, висотою до 3 м, ймовірно, слугувала головним входом до комплексу. У XVIII–XIX ст. значна частина печер була перебудована, з'явилися три підземні храми. Найбільш значущим є храм Феодосія Тотемського головна підземна церква Лівобережної України, висота нартексу 8,5 м, довжина 15,5 м, з хорами за цегляним склепінням. Інші підземні храми святого Антонія Печерського і святого Миколи Святоші відзначаються простішою архітектурою. Через

підвищену вологість у печерах не використовували дерев'яні іконостаси: їх замінили муровані стіни з металевими іконами. Святинями комплексу залишаються келія Антонія Печерського та гробниця з останками ченців, загиблих у 1239 р. під час монголо-татарського нападу. У 1967 р. Антонієві печери були включені до складу Чернігівського архітектурно-історичного заповідника [54].

На території Чернігівської області функціонує значна кількість музеїв та заповідних об'єктів. Серед них 33 музеї комунальної форми власності, три національні заповідники: «Чернігів стародавній», «Гетьманська столиця» та «Качанівка», меморіальний комплекс «Пам'яті героїв Крут», а також численні приватні виставкові зали.

Особливу туристичну цінність мають об'єкти, що відображають історичну, культурну та природну спадщину регіону. Серед них виділяються:

- ✓ Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», який демонструє культурну спадщину козацької доби;
- ✓ Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній», що охоплює пам'ятки XI–XIX століть і відображає розвиток давньоруської архітектури;
- ✓ Природні комплекси «Беремицьке» та Міжрічинський регіональний ландшафтний парк, які поєднують природоохоронні території та туристичні маршрути;
- ✓ Національний історико-культурний заповідник «Качанівка», відомий як резиденція української аристократії та центр культурного життя XIX століття;
- ✓ Новгород-Сіверський історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім», присвячений літописній та літературній спадщині давньої Русі.

Дані об'єкти виступають ключовими «туристичними магнітами» Чернігівщини, формуючи її історико-культурний та природний потенціал і сприяючи розвитку культурного, освітнього та екологічного туризму [55].

Отже, Чернігівщина володіє значним культурно-історичним потенціалом, що формує основу для розвитку туристичної сфери. Чернігів як одне з найдавніших міст України відомий своїми легендами та унікальною історико-культурною спадщиною, яка відображає події різних епох. Саме наявність великої кількості пам'яток архітектури, історії та культури визначає специфіку туристичної діяльності регіону. Це створює передумови для активного розвитку культурно-пізнавального, екскурсійного, наукового й релігійного туризму. Таким чином, архітектурно-історичний потенціал Чернігова та області є провідним чинником у формуванні туристичної привабливості регіону та його стратегічного розвитку в цій сфері.

### **2.3. Дослідження впливу факторів на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області**

Чернігівщина посідає важливе місце серед регіонів України завдяки поєднанню потужного природно-рекреаційного та історико-культурного потенціалу. Територія області вирізняється вигідним геополітичним положенням, що сприяє розвитку туристичної діяльності та підвищує інвестиційну привабливість. Наявність розгалуженої транспортної мережі забезпечує доступність основних туристичних ресурсів, а багатство культурної спадщини, унікальні природні комплекси та рекреаційні зони формують основу для розвитку різних видів туризму від культурно-пізнавального й екскурсійного до екологічного та релігійного. Саме поєднання цих факторів робить Чернігівщину одним із перспективних туристичних центрів України, що має значні можливості для подальшої інтеграції у всеукраїнський та міжнародний туристичний простір.

Розглянемо основні види туризму, які зосереджені у Чернігівській області та мають найбільший попит серед туристів.

Рекреаційний туризм це вид туристичної діяльності, спрямований на відпочинок, відновлення фізичних і психоемоційних сил, а також гармонізацію життєвого ритму людини. Йому притаманна тривала тривалість

перебування на певній території, що дозволяє повною мірою реалізувати його оздоровчий та відновлювальний ефект. Розміщення основних рекреаційних об'єктів зазвичай відбувається у зоні впливу міст, адже саме вони забезпечують необхідну інфраструктуру: транспортні зв'язки, заклади розміщення, харчування та культурні послуги.

Сутність рекреаційного туризму полягає у використанні природних ресурсів сприятливого клімату, мінеральних вод, лікувальних грязей, мальовничих ландшафтів, водойм та лісів. Залежно від мети подорожі він поділяється на два основні підвиди: лікувальний і відпочинково-оздоровчий. Чернігівщина має значний потенціал для розвитку обох форм рекреаційного туризму. Річка Десна, численні озера, соснові ліси, а також наявність санаторно-курортних закладів створюють умови для реалізації як оздоровчих, так і лікувальних програм. Мальовничі природні ландшафти поєднуються з культурно-історичною спадщиною, що робить область привабливою як для тривалого відпочинку, так і для організації профілактично-лікувальних турів.

Діловий та конгресовий туризм охоплює короткострокові поїздки у службових цілях, що здійснюються без отримання додаткових доходів у місці перебування. До цього виду належить участь у конференціях, конгресах, форумах, симпозіумах, бізнес-зустрічах та ділових переговорах. Його розвиток пов'язаний із зростанням економічної активності територій, розширенням підприємницької діяльності та поглибленням інтеграційних зв'язків у різних сферах. Перспективи розвитку ділового туризму на Чернігівщині визначаються збалансованим розвитком промисловості, транспорту, будівництва, сільського господарства, а також динамічним становленням підприємств малого й середнього бізнесу. Регіон має вигідне географічне розташування та розвинуту транспортну інфраструктуру, що створює сприятливі умови для проведення ділових заходів на регіональному й міжрегіональному рівнях. Крім того, історико-культурний потенціал Чернігова й області у поєднанні з сучасними готельно-ресторанними

комплексами та закладами сфери послуг робить цей регіон привабливим для розвитку конгресового туризму [56].

Науковий туризм це відносно новий напрямок у міжнародному туризмі, розвиток якого тісно пов'язаний із зростанням міжнародної співпраці та активізацією контактів наукових кіл різних країн. Одним із факторів сприяння розвитку наукового туризму є вигідне економіко-географічне розташування регіону. Чернігівська область, завдяки своєму розташуванню на півночі України, має потенціал для організації спільних наукових проектів, обміну досвідом та проведення досліджень із закордонними колегами. Даний вид туризму передбачає участь у археологічних розкопках, дослідницьких роботах на базі історико-культурних пам'яток, музеїв та заповідників Чернігівщини, зокрема таких як Чернігівський історичний музей імені В. Тарновського, Музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім», стародавні монастирські комплекси та археологічні пам'ятки давньоруського періоду. Головною особливістю наукового туризму є орієнтація на здобуття нових знань та навичок, підвищення професійної кваліфікації дослідників, а також обмін науковим досвідом. Основні форми наукового туризму включають закордонні та внутрішні поїздки для: проведення експериментальних досліджень, збору матеріалів і зразків, відвідування науково значущих об'єктів участі, а також проходження навчальних програм у межах проектів, курсів, літніх та зимових шкіл і наукових таборів. Сучасні вчені часто проявляють інтерес до наукового туризму, адже він дає можливість працювати у провідних наукових центрах у сферах, відмінних від їхньої основної спеціалізації [57].

Культурно-пізнавальний туризм – це вид туристичних подорожей, основною метою яких є задоволення пізнавальних інтересів. На Чернігівщині збереглися велика кількість історико-культурних пам'яток, понад 200 з яких мають світове значення, що створює значний потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму. Туристичні ресурси області сконцентровані в окремих територіях, що сприяє формуванню маршрутів і комплексних туристичних програм. Об'єктами культурно-пізнавального

туризму є: пам'ятники культової та цивільної архітектури, ландшафтної архітектури, музеї, театри, виставкові зали, історичні міста, технічні комплекси та споруди, археологічні пам'ятки, автентичні сільські поселення, культові та релігійні споруди, етнографічні об'єкти, а також свята і фестивалі (музичні, фольклорні, книжкові тощо). Культурно-пізнавальний туризм є одним із найперспективніших напрямів туристичної діяльності, оскільки поєднує навчання, естетичне задоволення та ознайомлення з історико-культурною спадщиною регіону.

Спортивний туризм охоплює авто-, мото-, велотуризм, кінний, екстремальний туризм та інші активні види подорожей. Майже вся територія Чернігівської області є перспективною для розвитку спортивного туризму. Особливо придатні для кінного, велосипедного та лижного туризму прилеглі райони міст та лісові масиви, а річка Десна створює сприятливі умови для водноспортивних заходів, прогулянок на човнах, змагань на байдарках, вітрильниках та плотах. За даними Всесвітньої туристичної організації, екстремальні та активні види туризму мають найбільш сприятливі перспективи для розвитку, що підтверджує важливість Чернігівщини як регіону для спортивних подорожей [58].

Сільський туризм – це вид туризму, що передбачає відпочинок і подорожі в сільській місцевості з метою ознайомлення з природою, місцевою культурою та традиціями, участі у сільських заходах і проживання у сільських будинках або гостьових садибах. Він сприяє розвитку індивідуальних активних видів відпочинку, створює додаткові джерела доходу для сільських громад та підтримує розвиток малого й середнього бізнесу у приміських та віддалених селах Чернігівської області. Базується на використанні як наявного житлового фонду, так і спеціально облаштованих рекреаційних об'єктів, а також природних та природно-антропогенних територій. На Чернігівщині значна кількість незадіяного житла у сільській місцевості, зумовлена демографічними проблемами та відтоком населення, а також близькість до

урбанізованих районів Київщини та Чернігова, є стимулюючим фактором для розвитку цього виду туризму.

Розвиток сільського туризму передбачає поліпшення екологічної ситуації та формування сприятливого рекреаційного середовища, що стимулює виробництво екологічно чистої продукції. Впровадження нетрадиційних форм обслуговування туристів мисливство, рибальство, водний та кінний туризм створює конкурентні переваги для туристичного бізнесу порівняно з традиційними пансіонатами та будинками відпочинку [59].

Екологічний туризм сучасний та популярний напрямок туристичної діяльності в Україні, що поєднує активний відпочинок із пізнанням природного середовища. На відміну від традиційних видів туризму, екологічний акцентує увагу на взаємозв'язках між природою та соціальним середовищем, сприяє відновленню психофізичної енергії людини та формує практичні навички екологічної культури, закладеної у сучасних методах природокористування. Запозичуючи європейський досвід в Україні виникають нові форми екотуризму: природні парки, еко-курорти, еко-котеджі, екостежки та інші еко-комплекси. Еталонний еко-комплекс передбачає професійний персонал та гідів, розташування на незайманих територіях, значне екологічне значення та програми охорони природи. Еко-курорти зазвичай розміщуються біля водних об'єктів і орієнтовані на оздоровчі та розважальні послуги, такі як природні спа-центри чи заняття йогою. Еко-котеджі та кемпінги – це невеликі будиночки або кемпінги в природних районах з мальовничими краєвидами, що адаптовані для проживання туристів.

Екологічний вид туризм має основні характеристики:

1. Відвідування природоохоронних об'єктів (національні парки, заповідники, заказники) поза межами населених пунктів із одночасним ознайомленням із соціокультурними об'єктами рекреаційної привабливості.

2. Мінімізація впливу на довкілля шляхом обмеження кількості туристів, контролю їх поведінки та відмови від моторизованого транспорту в межах природоохоронних зон.

3. Поширення екологічної інформації серед туристів та місцевого населення за допомогою кваліфікованих гідів та освітніх програм.

На Чернігівщині екологічний туризм розвивається переважно у напрямку виїздів із Чернігова до Мезинського та Ічнянського національних природних парків, Тростянецького дендропарку, Качанівського та Сокиринського парків – пам'яток садово-паркового мистецтва. У межах міста популярними рекреаційними зонами є парки «Болдина гора», «Пролетарський Гай», «Ялівщина», «Магістрацький парк», «Закрутина Десни» та лісопарк навколо озера Глушець.

Агротуризм форма туризму, що поєднує відпочинок у сільській місцевості з ознайомленням із сільським господарством та участю у сільськогосподарських роботах, садівництві й городництві. На території Чернігівщини існує близько 18 тис. колективних садівницьких і городницьких товариств, що створює базу для організації агротуристичних поїздок. Перспективи агротуризму пов'язані із розвитком мисливського господарства на промисловій основі, включно з розведенням дичини у вольєрах та її випуском у мисливські угіддя. Подібна практика успішно застосовується в Канаді, Австрії та інших країнах, і її адаптація до Чернігівщини може стати додатковим напрямком туристичного розвитку регіону [60].

Туристична діяльність у сучасних умовах дедалі більше розглядається як інструмент культурного, духовного та соціального розвитку регіонів. Чернігівщина, маючи значний історико-культурний і духовний потенціал, виступає одним із важливих центрів паломницького та соціального туризму. Однією з провідних форм розвитку туризму в регіоні є релігійний туризм, що пов'язаний із відвідуванням святих місць. Популярність паломництва на Чернігівщині зростає завдяки духовній цінності храмів, монастирів та історико-культурних об'єктів, які мають всеукраїнське та міжнародне

значення. Паралельно з цим, перспективним напрямом виступає розвиток соціального та молодіжного туризму, який враховує потреби окремих груп населення. Зокрема, передбачається запровадження системи пільг і спеціальних програм для дітей та молоді, а також для соціально вразливих верств населення (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.6

### Категорії соціально орієнтованого туризму Чернігівщини

Категорія туризму	Цільова аудиторія	Основний зміст та особливості	Джерела реалізації
Дитячий та молодіжний туризм	Учні, студенти, молодь	Організація пізнавальних і рекреаційних поїздок; вирішення проблеми системи пільг	Державні та місцеві бюджети, батьківські кошти
Соціальний туризм	Діти-сироти, багатодітні сім'ї, пенсіонери, люди похилого віку	Оздоровлення й відпочинок соціально вразливих груп	Фінансування за рахунок місцевих бюджетів, благодійні програми
Релігійний туризм	Паломники з України та інших країн	Відвідування святинь, монастирів, духовних центрів	Власні витрати туристів, паломницькі організації
Культурно-освітня анімація	Туристи різного віку	Експерсії в музеї та галереї, участь у виставках, театральних заходах, ярмарках, літературних вечорах	Культурні установи, туристичні комплекси, громади
Пригодницько-розважальні програми	Молодіжні групи, сімейні туристи	Проведення нічних походів, тематичних пікніків, змагань, риболовлі, екскурсій у печери, відтворення народних легенд	Туристичні агенції, приватні ініціативи
Творчі заходи	Діти та молодь, творчі колективи	Конкурси малюнків і фотографій, вокальні та інструментальні виступи, майстер-класи	Освітні заклади, мистецькі організації
Масові видовищні заходи	Широке коло відпочивальників	Фестивалі, святкові ярмарки, концерти, театралізовані дійства	Органи влади, спонсори, бізнес-структури

Джерело: розроблено автором на основі [43]

Туристичний потік у місті Чернігові характеризується чітко вираженою сезонною динамікою та структурною різноманітністю за категоріями відвідувачів. Відповідно до сучасних тенденцій туристичного попиту, визначених на основі даних туристичного барометра України, встановлено певні пропорції розподілу потоків. Зокрема, період високого сезону, який охоплює квітень–вересень, забезпечує близько 65 % загального туристичного потоку. Водночас низький сезон, що триває з жовтня по березень, формує приблизно 35 % річного обсягу туристів. У структурі відвідувачів виокремлюють дві основні групи за тривалістю перебування: одноденні туристи, які приїжджають переважно з екскурсійною метою без розміщення в готельних підприємствах, становлять близько 30%; тоді як туристи, які залишаються у місті в середньому на три доби, формують більшу частку приблизно 70%. Саме на основі зазначених співвідношень здійснюється подальший розподіл туристичних потоків за видами туризму та сезонним циклом їх функціонування (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7

#### Розподіл туристичних потоків у Чернігівській області 2023-2024 рр.

Тип туризму	Річний потік	Високий сезон	Низький сезон
Діловий	60	40	20
Наукові	40	25	15
Культурно-пізнавальні	350	225	125
Рекреаційні	50	30	20
Спортивні	20	15	5
Релігійні	30	20	10
Сільський	30	15	15
Екологічні	10	10	0
Агротуризм	60	40	20
<b>Усього</b>	<b>650</b>	<b>420</b>	<b>230</b>

*Джерело: розроблено автором на основі [49]*

У вище наведеній таблиці прослідковується, що високий сезон переважає у більшості категорій, особливо у культурно-пізнавальному та діловому туризмі, тоді як низький сезон більш рівномірно розподіляє туристичні потоки серед сільського, рекреаційного та агротуризму. Така сезонна структура відвідуваності важлива для планування роботи туристичних об'єктів, розробки анімаційних програм та оптимізації ресурсів.

Туризм є важливою складовою економіки Чернігівської області, що сприяє розвитку інфраструктури, створенню робочих місць та збереженню культурної спадщини. У період з 2020 по 2024 рік туристична галузь регіону зазнала значних змін через пандемію COVID-19 та збройний конфлікт в Україні. Однак завдяки зусиллям місцевих органів влади та підприємців спостерігається поступове відновлення туристичної активності (див. табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Динаміка туристичних надходжень Чернігівської області у 2020-2024 рр.**

Рік	Кількість туристів, тис. осіб	Надходження, тис. грн	Темп зміни, % до попереднього року	Середні витрати на 1 туриста, грн
2020	200	50 000	–	250
2021	250	70 000	40,0	280
2022	150	30 000	57,1	200
2023	220	60 000	100,0	273
2024	300	80 000	33,3	267

*Джерело: розроблено автором на основі [49]*

У 2020 році надходження від туристичної діяльності в Чернігівській області становили близько 50 тис. грн. Через пандемію COVID-19 обсяг скоротився приблизно на третину порівняно з докризовими показниками. У 2021 році спостерігалось відновлення попиту 40 %, а середні витрати туриста підвищилися до 280 грн. У 2022 році суттєвим падінням доходів 57,1 %, спричиненим воєнними діями. У 2023 році надходження подвоїлися відносно 2022-го і склали близько 60 тис. грн. На 2024 рік прогнозується подальше зростання обсягів до 80 тис. грн, що пояснюється стабілізацією внутрішнього

туризму, зростанням попиту на культурно-пізнавальні маршрути та розвитком агротуризму.

Проаналізувавши та вивчивши усі туристичні компоненти Чернігівської області нами було складено SWOT-аналіз у якому подано інтегрований аналіз сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз, із рекомендаціями щодо пріоритетних кроків. Оцінка потенціалу має враховувати не лише наявні ресурси, а й інституційні, інфраструктурні й соціально-економічні чинники, які визначають можливість перетворити ресурси на конкурентоспроможний туристичний продукт (див. табл. 2.9).

Таблиця 2.9

### SWOT-аналіз туристичного потенціалу Чернігівської області

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Багата культурно-історична спадщина (Дитинець, Спасо-Преображенський собор, Антонієві печери).</li> <li>- Розвинена мережа музеїв та заповідників</li> <li>- Наявність природних ресурсів</li> <li>- Зручне транспортне сполучення з Києвом та іншими регіонами.</li> <li>- Потенціал для розвитку зеленого, активного та водного туризму.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостатня інфраструктура розміщення та харчування у сільській місцевості</li> <li>- Нерівномірний розподіл туристичних об'єктів по території області.</li> <li>- Слабка промоція та недостатня кількість сучасних туристично-інформаційних центрів.</li> <li>- Низький рівень сервісу в частині об'єктів прийому туристів.</li> <li>- Обмеженість фінансування на модернізацію об'єктів туристичної інфраструктури.</li> </ul>
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток еко- та агротуризму, популяризація подієвих маршрутів</li> <li>- Використання грантових програм для модернізації інфраструктури.</li> <li>- Розширення міжнародної співпраці та залучення інвестицій у туристичні проекти. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Впровадження цифрових технологій для просування туристичних продуктів (онлайн-бронювання, віртуальні тури).</li> </ul> </li> <li>- Розробка нових маршрутів: водних, велосипедних, етнографічних та гастрономічних.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Погіршення екологічного стану річки Десна та лісових зон через нераціональне використання ресурсів.</li> <li>- Конкуренція з іншими регіонами України з подібними туристичними продуктами. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Нестабільна економічна та безпекова ситуація в країні.</li> </ul> </li> <li>- Міграція молодого населення та зменшення трудового потенціалу для обслуговування туристів.</li> <li>- Низька платоспроможність частини внутрішніх туристів.</li> </ul>

Джерело: розроблено автором на основі [42, 51, 55, 61]

Туристичний потенціал Чернігівської області ґрунтується на поєднанні культурно-історичних та природних ресурсів, що створює передумови для розвитку різних видів туризму. На території регіону зосереджено значну кількість пам'яток архітектури та археології, серед яких храми часів Київської Русі, Антонієві печери, старовинні дерев'яні церкви, комплекси заповідних зон і музеїв. Річка Десна, лісові масиви, ландшафтні парки та заказники формують основу для активного, водного та екологічного відпочинку. Близькість до Києва та наявність автомобільного й залізничного сполучення забезпечують зручний доступ до туристичних локацій, що сприяє зростанню внутрішнього потоку відвідувачів. Разом з тим у регіоні існують обмеження, які уповільнюють використання цього потенціалу. Туристична інфраструктура розвинена нерівномірно: у сільській місцевості відчувається нестача сучасних готельних та гастрономічних закладів, а частина культурних об'єктів потребує реставрації. Рекламно-інформаційна діяльність залишається недостатньо активною, що зменшує впізнаваність області на туристичній мапі країни. Якість сервісу на окремих об'єктах не завжди відповідає сучасним стандартам, що вимагає інвестицій у підготовку кадрів та вдосконалення обслуговування.

Серед перспектив розвитку варто відзначити попит на сільський, екологічний та культурно-подієвий туризм. Розвиток зелених садиб, створення гастрономічних маршрутів, еко-стежок та історичних реконструкцій здатні підвищити привабливість регіону. Можливості відкриває залучення інвестицій і грантових коштів для модернізації об'єктів спадщини, поліпшення транспортної та сервісної інфраструктури, а також для впровадження цифрових технологій просування від онлайн-бронювання до віртуальних турів. Співпраця з міжнародними партнерами та сусідніми громадами може сприяти формуванню спільних культурних та рекреаційних проектів. На розвиток туризму впливають зовнішні ризики. Серед них загрози довкіллю, що виникають через неконтрольовану експлуатацію природних ресурсів, конкуренція з іншими регіонами, які пропонують подібні продукти,

а також вплив економічної та безпекової ситуації в державі. Важливим викликом є відтік молоді, що зменшує кадровий потенціал сфери послуг. Крім того, обмежена платоспроможність частини населення зумовлює потребу в розробці багаторівневих туристичних пропозицій, орієнтованих на різні цільові групи. Збалансоване використання сильних сторін області, подолання наявних бар'єрів і своєчасне реагування на зовнішні загрози дасть змогу підвищити конкурентоспроможність туристичної галузі Чернігівщини та інтегрувати її в національний і міжнародний туристичний простір.

Розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області залежить від поєднання сприятливих можливостей та низки проблем, що стримують ефективне використання ресурсів. З одного боку, регіон має значний природний та історико-культурний потенціал, достатньо вигідне географічне розташування та зростаючий попит на подорожі всередині країни. Ці чинники формують передумови для активного розвитку туристичної інфраструктури та створення нових продуктів, орієнтованих на різні цільові групи відвідувачів.

З іншого боку, зберігаються проблеми організаційного та матеріально-технічного характеру: недосконалість системи управління туризмом, недостатність інвестицій, нерозвинена інформаційна інфраструктура та слабка рекламно-маркетингова підтримка. Наявність таких бар'єрів уповільнює темпи модернізації галузі та знижує конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку. Вивчивши дане питання, нами було проаналізовано основні позитивні та негативні фактори впливу на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області (див. табл. 10).

Аналіз поданих у таблиці факторів свідчить, що туристична сфера Чернігівщини має значний резерв для зростання, проте її розвиток обмежують суттєві системні проблеми. Позитивні чинники зосереджені переважно у площині природних та культурно-історичних ресурсів, а також у можливостях внутрішнього туризму та локальних ініціатив. Це створює міцне підґрунтя для формування конкурентного туристичного продукту, здатного приваблювати як національних, так і іноземних відвідувачів.

Таблиця 2.10

**Вплив факторів на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області**

	<b>Фактор впливу</b>	<b>Характеристика</b>
<b>Позитивні фактори</b>	Природні ресурси та ландшафти	Чернігівська область має багаті природні ландшафти, лісові масиви, річки та озера, які створюють потенціал для розвитку еко- та рекреаційного туризму.
	Культурна та історична спадщина	Велика кількість історико-культурних пам'яток, музеїв, заповідників і архітектурних об'єктів сприяє розвитку культурно-пізнавального туризму.
	Транспортна доступність	Розвинена мережа автомобільних та залізничних сполучень забезпечує легкий доступ до ключових туристичних локацій області.
	Зростаючий попит на внутрішній туризм	Підвищення інтересу українців до подорожей всередині країни створює економічну основу для розвитку туристичної галузі.
	Наявність місцевих туристичних ініціатив	Організація фестивалів, ярмарок та культурних заходів стимулює розвиток туристичного потенціалу та популяризацію регіону.
	Відсутність цілісної системи державного управління туризмом	Це ускладнює координацію заходів розвитку галузі, ефективне планування та реалізацію стратегій на рівні області.
	Підпорядкованість закладів різним організаціям	Різноманітність підпорядкування ускладнює уніфіковане управління туристичною інфраструктурою та стандартизацію послуг.
	Нечітке законодавче визначення підприємств готельного господарства	Відсутність правового визначення створює проблеми в класифікації, регулюванні та підтримці

<b>Негативні фактори</b>		підприємств туристичної сфери.
	Недосконалість нормативно-правової бази	Слабка законодавча підтримка гальмує розвиток інвестиційних та інноваційних проєктів у туризмі.
	Недостатня державна підтримка та методичне забезпечення	Брак організаційної, інформаційної та фінансової допомоги стримує активність підприємців туристичної галузі.
	Незначні інвестиції в матеріальну базу туризму	Відсутність капіталовкладень уповільнює модернізацію готельної та рекреаційної інфраструктури.
	Невідповідність міжнародним стандартам	Більшість закладів не відповідає світовим стандартам сервісу, що обмежує привабливість для іноземних туристів.
	Тенденція скорочення підприємств готельного господарства	Зменшення кількості об'єктів розміщення створює дефіцит туристичних послуг та знижує конкурентоспроможність регіону.
	Незадовільна стан туристичної інфраструктури	Поганий стан доріг, сервісних та інформаційних об'єктів негативно впливає на комфорт туристів.
	Відсутність інноваційних проєктів і наукових досліджень	Недостатнє використання сучасних технологій та досліджень гальмує розвиток нових видів туризму.

*Джерело: розроблено автором на основі [42, 51, 55]*

Водночас негативні фактори мають переважно управлінський, організаційний та інфраструктурний характер. Відсутність цілісної стратегії та належної координації дій між державними і приватними структурами ускладнює реалізацію комплексних проєктів. Низький рівень інвестицій, застаріла матеріально-технічна база та невідповідність міжнародним стандартам обмежують якість туристичних послуг. Додатковими бар'єрами

залишаються недостатня підготовка кадрів, слабка рекламно-інформаційна підтримка та відсутність інноваційних проєктів, орієнтованих на сучасні запити мандрівників.

Розвиток туризму в Чернігівській області потребує системного підходу, що поєднує адміністративні, інвестиційні, освітні та екологічні інструменти. Запропоновані заходи дозволяють розкрити потенціал регіону на основі наявних переваг: природних ресурсів, історико-культурної спадщини та зростаючого попиту на подорожі (див. табл. 2.11).

Таблиця 2.11

### Пропозиції для сталого розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області

№	Напрямок удосконалення	Конкретні заходи	Очікуваний результат
1	<b>Реформування системи управління туризмом</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Створити єдиний координаційний орган на обласному рівні, відповідальний за стратегічне планування й моніторинг галузі;</li> <li>- Розробити регіональну стратегію розвитку туризму з чіткими показниками ефективності.</li> </ul>	Поліпшення координації дій усіх учасників ринку, зростання ефективності реалізації програм і проєктів.
2	<b>Інвестиційна підтримка та модернізація інфраструктури</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запровадити пільгові умови для інвесторів (податкові знижки, державно-приватне партнерство);</li> <li>- Оновити матеріально-технічну базу закладів розміщення, харчування та дозвілля;</li> <li>- Поліпшити стан доріг, сервісних зон і туристичної навігації.</li> </ul>	Створення сучасної інфраструктури, підвищення комфортності перебування Туристів, зростання кількості відвідувачів.
3	<b>Інвестиційна підтримка та модернізація інфраструктури</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запровадити пільгові умови для інвесторів (податкові знижки, державно-приватне партнерство);</li> <li>- Оновити матеріально-технічну базу закладів розміщення, харчування та дозвілля;</li> <li>- Поліпшити стан доріг, сервісних зон і туристичної навігації.</li> </ul>	Створення сучасної інфраструктури, підвищення комфортності перебування туристів, зростання кількості відвідувачів.

## Продовження таблиці 2.11

4	<b>Маркетинг та просування регіонального туристичного продукту</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробити єдиний туристичний бренд Чернігівщини;</li> <li>- Активно використовувати соціальні мережі, Організувати інформаційні тури для журналістів, блогерів і туроператорів.</li> </ul>	Збільшення популярності регіону, формування позитивного іміджу та зростання попиту на туристичні послуги.
5	<b>Підготовка та підвищення кваліфікації кадрів</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробити освітні програми та курси для менеджерів, гідів, працівників готельної та ресторанної сфери;</li> <li>- Запровадити стажування для студентів у провідних закладах туризму України та за кордоном;</li> <li>- Підтримувати розвиток професійних асоціацій та обмін досвідом.</li> </ul>	Зростання якості сервісу, формування професійної спільноти, здатної працювати за міжнародними стандартами.
6	<b>Інновації та наукові дослідження у сфері туризму</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стимулювати створення інноваційних маршрутів (еко-, гастро-, подієвих, медитативних);- Підтримувати наукові дослідження з вивчення потреб туристів та оцінки впливу туризму на довкілля;- Використовувати цифрові технології (VR/AR, інтерактивні карти, онлайн-гід).</li> </ul>	Поява нових туристичних продуктів, підвищення конкурентоспроможності, адаптація до сучасних трендів ринку.
7	<b>Удосконалення інформаційної інфраструктури</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Створити інтегровану базу даних туристичних об'єктів;- Розробити онлайн-платформи для бронювання, планування подорожей і купівлі квитків;</li> <li>- Забезпечити доступ до інформаційних стендів і навігаційних табличок у ключових туристичних зонах.</li> </ul>	Спрощення доступу до інформації для відвідувачів, підвищення рівня сервісу, розвиток цифрової культури у сфері туризму.
8	<b>Екологічна орієнтація та сталий розвиток</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запроваджувати практики «зеленого» туризму (зменшення використання пластику, сортування відходів, екологічні стандарти у закладах розміщення);-</li> <li>Проводити кампанії з екопросвіти серед туристів і місцевого населення;-</li> </ul>	Збереження природних ресурсів, формування привабливого іміджу регіону як еко-дестинації, підвищення відповідальності бізнесу та туристів.

Джерело: розроблено автором

Реформування управлінських механізмів і розбудова сучасної інфраструктури мають стати базою для залучення інвесторів та створення конкурентного середовища. Паралельно важливо активізувати маркетингові ініціативи, розширити присутність регіону у цифровому просторі та забезпечити підготовку кваліфікованих кадрів. Особливої уваги заслуговує впровадження інноваційних підходів та наукових досліджень, здатних забезпечити адаптацію туристичних продуктів до сучасних тенденцій і запитів споживачів. Водночас сталий розвиток неможливий без екологічної відповідальності, збереження природної спадщини та впровадження «зелених» практик у всіх сегментах туристичного ринку.

Реалізація зазначених напрямів дозволить перетворити конкурентні переваги Чернігівської області на реальні інструменти економічного зростання, створити привабливе середовище для туристів і забезпечити довгострокову стабільність галузі.

Отже, проведене дослідження впливу чинників на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області засвідчило, що регіон має значні можливості для розширення туристичної діяльності, проте реалізація цього потенціалу стримується низкою організаційних, інфраструктурних та інвестиційних бар'єрів. Позитивними передумовами виступають унікальні природно-ландшафтні ресурси, багата історико-культурна спадщина, вигідне географічне розташування та зростаючий інтерес до внутрішніх подорожей. Водночас розвиток галузі ускладнюють відсутність цілісної системи управління туризмом, недостатнє фінансування, застаріла матеріально-технічна база та слабкий рівень рекламно-інформаційного забезпечення. Додатковими стримувальними факторами є невідповідність значної частини туристичних послуг міжнародним стандартам, обмежені можливості професійної підготовки кадрів та недостатнє впровадження інновацій

У другому розділі магістерської кваліфікаційної роботи було проаналізовано туристичний потенціал Чернігівської області та визначено, що

регіон має значні передумови для формування конкурентоспроможної туристичної дестинації в Україні.

Чернігівська область володіє значним культурно-історичним потенціалом, який виступає ключовою основою для розвитку туристичної сфери. Чернігів, як одне з найдавніших міст України, вирізняється багатством легенд та унікальною історико-культурною спадщиною, що відображає події різних історичних епох. Висока концентрація пам'яток архітектури, історії та культури визначає специфіку туристичної діяльності регіону та створює сприятливі умови для розвитку культурно-пізнавального, екскурсійного, наукового й релігійного туризму. Таким чином, архітектурно-історичний потенціал Чернігова та області є одним із провідних чинників формування туристичної привабливості регіону та визначає його стратегічні перспективи у сфері туризму.

Аналіз туристичного потенціалу Чернігівської області показав, що його структура формується на основі поєднання природно-рекреаційних, історико-культурних та інфраструктурних ресурсів. Регіон володіє унікальними архітектурними та археологічними пам'ятками, значними ландшафтними комплексами та рекреаційними зонами, що створюють сприятливі умови для розвитку культурно-пізнавального та екологічного туризму. Водночас використання наявних ресурсів відбувається на рівні, нижчому за потенційно можливий, через недостатнє інвестиційне забезпечення, обмежену туристичну інфраструктуру та слабку інформаційно-маркетингову підтримку. Це вказує на існування дисбалансу між наявними ресурсами та фактичним розвитком туристичної сфери, що потребує розробки цілеспрямованої стратегії для ефективного залучення потенціалу регіону.

Досліджено вплив чинників на розвиток туристичного потенціалу. Виявлено, що поруч із потужними перевагами, такими як вигідне географічне розташування, розвинена мережа транспортного сполучення та зростаючий попит на внутрішні подорожі, існує низка стримувальних обставин: недосконалість управлінських механізмів, застаріла матеріально-технічна

база, обмежене фінансування, слабка рекламно-інформаційна підтримка та недостатній рівень підготовки кадрів. Отримані результати свідчать про необхідність комплексного підходу до розвитку туристичного сектору. Його основою мають стати: удосконалення нормативно-правового регулювання та системи управління галуззю, модернізація інфраструктури, активізація інвестиційної політики, розширення маркетингової діяльності, підготовка висококваліфікованих фахівців і впровадження сучасних технологій. Реалізація зазначених напрямів дозволить ефективно використати конкурентні переваги регіону, підвищити якість туристичних послуг і забезпечити довготривалий та стабільний розвиток туристичного потенціалу Чернігівщини.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

#### 3.1. Розробка авторського інноваційного туру Чернігівщиною

Протягом написання магістерської кваліфікаційної роботи, нами було створено два інноваційні тури. Вони створені не просто як турпродукт, а як туристична програма під час якої Ви повністю занурюєтеся в сучасну та стародавню Чернігівщину. Кожен тур поєднує в собі культурно-історичні, духовні та природні складові від відвідування старовинних монастирів та храмів до участі у локальних фестивалях, майстер-класах з народних ремесел та тематичних подіях, що відтворюють історичні епохи.

Під час навчання, ми як майбутні кваліфіковані спеціалісти проходили виробничу практику на туристичному підприємстві, заключним завданням практики було створити туристичний продукт, а саме створити авторський автобусний тур Чернігівщиною. Даний тур для тих, хто хоче за два дні відчувати подих української старовини, прогулятися місцями сили Чернігова, зануритися в XI століття через Антонієві печери, доторкнутися до аристократичного життя в маєтках графів та меценатів, а також відпочити серед природи, скуштувавши місцеву кухню.

Другий тур поєднує в собі таємність, духовність, історію та культуру. Паломництво завжди було важливою складовою духовного життя людини. Воно поєднує релігійні практики, самопізнання, фізичну активність і знайомство з культурною спадщиною. Один із найвідоміших маршрутів світу Camino de Santiago в Іспанії надихає мільйони людей на подорожі, які поєднують духовне та туристичне. Україна, зокрема Чернігівська область, багата на старовинні монастирі, церкви та історичні пам'ятки, розташовані серед мальовничих ландшафтів. Саме тут, ми вирішили створити національний паломницький шлях, що поєднує духовні практики та культурний туризм, маршрут «Camino Chernihivense».

Розпочнемо ознайомлення з першим івент-автобусним туром Чернігівщиною. У турі ми поєднали: найцікавіші історичні місця Чернігова, замські перлини Лівобережжя, смачну українську кухню, комфортний відпочинок в еко-готелі, занурення у глибини культури. Це кільцевий автобусний тур, який розпочинається та завершується у Києві. Комфортабельний автобус вирушає зі столиці вранці першого дня та повертається ввечері наступного дня.

У подорожі беруть участь до 20 осіб це камерна група, яка дозволяє створити дружню атмосферу та зручно подорожувати. Проживання передбачене у затишному готелі або садибі зеленого туризму, де на гостей чекає комфортний відпочинок після насиченого дня. Харчування включає сніданок і вечерю, а також дегустації локальних продуктів. Протягом туру вас супроводжуватиме досвідчений гід, який розповість найцікавіші факти про регіон, та організатор туру, що забезпечить комфорт і координацію на всіх етапах подорожі.

Тур «Скарби старовинної Чернігівщини» складається з двох туристичних днів, розглянемо детальніше карту та схему маршруту між основними пунктами проїзду (рис. 3.1., 3.2.).

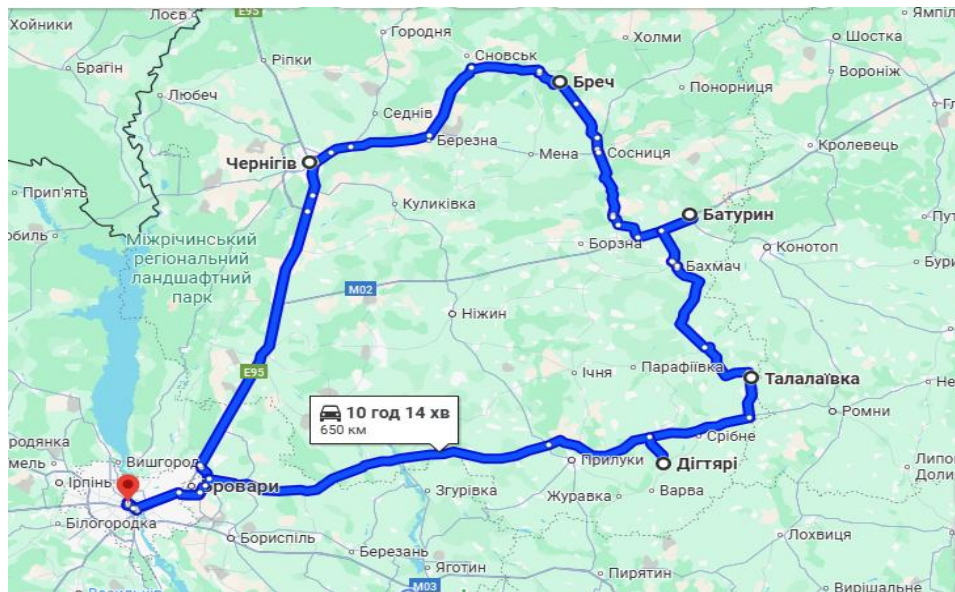


Рис. 3.1. Карта туристичного маршруту «Скарби старовинної Чернігівщини»

*Джерело: розроблено маршрут у Google Maps*

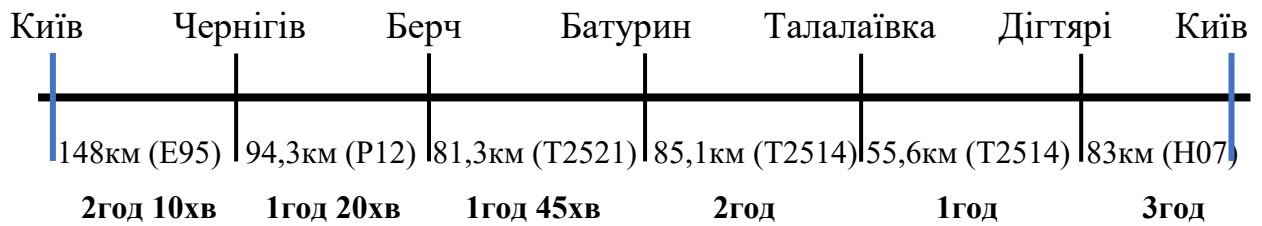


Рис. 3.2. Схема туристичного маршруту «Скарби старовинної Чернігівщини»

#### Програма туру «Скарби старовинної Чернігівщини»

- ✓ Тривалість: 2 дні / 1 ніч (Додаток Б)
- ✓ Формат: автобусний кільцевий тур (Київ – Чернігів – Берч – Батурин – Талалаївка – Дігтярі – Київ)
- ✓ Проживання: Еко-готель «Бреч», котеджі з видом на озеро
- ✓ Харчування: сніданок, вечеря + дегустації
- ✓ Супровід: гід та тур-координатор
- ✓ Автобус: Mercedes Sprinter

#### День 1

06:30 год. – Збір групи біля ст. м. «Лісова»

06:45 год. – Виїзд з Києва (автобус Mercedes Sprinter black)

09:00 год. – Технічна зупинка: АЗК «WOG»,

10:00–11:30 год. – Чернігівський історичний музей ім. В. Тарновського

Чернігівський історичний музей імені В. В. Тарновського один із найдавніших та найвідоміших музеїв України. Його фонди нараховують понад 200 тисяч експонатів, які відображають матеріальну й духовну культуру українського народу. Історія музею розпочалася 14 листопада 1896 року, коли була створена Чернігівська губернська вчена архівна комісія з історичним музеєм. У 1902 році на базі колекції Василя Тарновського-молодшого відкрився Музей українських старожитностей. У 1923 році п'ять музеїв Чернігова об'єдналися в єдиний Чернігівський державний музей, який згодом отримав свою сучасну назву [62].

11:30–12:30 год. – Прогулянка по Валу (Чернігівський дитинець)

Це найстаріша частина Чернігова, яку часто називають просто Вал. У часи Київської Русі терміном «дитинець» позначали головну укріплену частину міста, де розміщувалися князівські палати, оселі бояр, духовенство та дружина. Решта мешканців проживали за межами фортеці у передмісті. Чернігівський дитинець був захищений потужними ровами та високим земляним валом з укріпленнями, звідки й походить його нинішня назва — Вал або Дитинець. Сьогодні це мальовниче місце стало популярною локацією для прогулянок як для місцевих жителів, так і для туристів [63].

12:30–13:00 год. – Чернігівська обласна філармонія

Будівля, у якій нині розташована Чернігівська обласна філармонія, є архітектурною пам'яткою та має неабияке історичне значення. Зведена у 1911–1912 роках як приміщення Миколаївського Єпархіального братства, вона вирізняється своєю неординарною архітектурою, що відрізняється від традиційних рис слов'янського стилю XIX століття. Сьогодні ця історична будівля не лише прикрашає місто, а й є важливим культурним осередком [64].

13:00–14:00 год. – Обід (ознайомлення з місцевою кухнею)

14:15–15:30 год. – Антонієві печери

Для одних Антонієві печери це святе місце, пов'язане з іменем преподобного Антонія Печерського, для інших унікальний приклад середньовічної підземної архітектури, а для когось загадковий простір, оповитий легендами та містичними історіями. Сьогодні печери являють собою розгалужений підземний комплекс, що включає храми святого Антонія, святого Феодосія Тотемського, святителя Миколая), келії, поховальну каплицю, давній цвинтар та численні галереї, які з'єднують всі ці об'єкти в єдину систему. Тут поєднуються духовність, історія та містика кожен відвідувач знаходить у цьому місці щось своє [65].

16:00–17:15 год. – Екскурсія на Чернігівську броварню AB InBev Efes

Під час туру на вас чекає захоплива екскурсія на пивоварню AB InBev Efes Україна, одного з лідерів пивоварного ринку нашої країни. Компанія є результатом співпраці двох потужних гравців світового масштабу: Anheuser-

Busch InBev — найбільшої пивоварної корпорації у світі, та Anadolu Efes — провідної пивоварної компанії Туреччини.

Учасники екскурсії зможуть:

- ✓ дізнатися про історію компанії та особливості виробництва пива;
- ✓ побачити на власні очі весь процес від підбору інгредієнтів до розливу продукції;
- ✓ відвідати сучасні виробничі цехи, оснащені новітнім технологічним обладнанням;
- ✓ ознайомитися з екологічними ініціативами підприємства та принципами сталого розвитку;
- ✓ взяти участь у дегустації продукції (для осіб 18+).

Це унікальна нагода зазирнути за лаштунки одного з найбільших виробництв у Чернігівській області, отримати яскраві враження та нові знання про улюблений напій мільйонів [13].

17:30–18:00 год. – вільний час для фотосесії та покупку сувенірів

18:00 год. – Виїзд до с. Бреч

19:30 год. – Заселення до еко-готелю «Бреч»

Еко-готель «Бреч» — це найкраще місце для завершення першого дня туру: комфортні номери, ексклюзивне архітектурне вирішення, відмінний ресторан, SPA і розваги на будь-який настрій. Тут ви зможете відпочити та зарядитися атмосферою на наступний день культурних відкриттів і аристократичних маєтків [66].

19:45–20:30 год. – Вечеря в ресторані готелю

21:00 год. – Вечірня програма (на вибір):

– SPA-зона: чан, сауна

– Прогулянка лісом/кінна прогулянка

## День 2

08:00 год. – Сніданок у ресторані готелю

09:00 год. – Виїзд до Батурина

10:00–11:30 год. – Екскурсія до палацу гетьмана Кирила Розумовського

Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» є справжньою перлиною та духовним джерелом України. Центральною архітектурною окрасою комплексу є палац гетьмана Кирила Розумовського унікальна пам'ятка доби класицизму, яка має національне значення. Зведений у 1799–1803 роках за проектом шотландського архітектора Чарльза Камерона, він був складовою палацово-паркового ансамблю.

Після смерті гетьмана будівля перейшла у власність його сина Андрія Розумовського, а згодом розпочався майже двохсотлітній період занепаду та відновлення цієї історичної пам'ятки [67].

11:30–12:30 год. – Переїзд до с. Дігтярі

12:30–13:45 год. – Садиба Галаганів

Садиба Галаганів розташована в селі Сокиринці Чернігівської області. Це видатна пам'ятка архітектури та садово-паркового мистецтва, зведена у стилі ампір у першій половині XIX століття. Комплекс вирізняється розкішним палацом, англійським ландшафтним парком і оригінальним готичним мостом [68].

13:45–14:45 год. – Обід

Альтернатива: пікнік на природі з пледами (за погодженням)

14:45–15:30 год. – Переїзд до Талалаївки

15:30–16:00 год. – Успенська церква, архітектура українського бароко

Успенська церква в селі Стара Талалаївка (Чернігівська область) унікальна дерев'яна пам'ятка архітектури XVIII століття, зведена у 1775 році як родинна усипальниця сім'ї Мазаракі. Розташована на пагорбі біля озера, вона вирізняється восьмикупольною конструкцією, двома восьмигранними вежами, автентичним іконостасом XVIII–XIX ст. та збереженими настінними розписами початку XX століття. Церква є цінним зразком традиційного храмового зодчества Чернігівщини [69].

16:00–16:30 год. – Зупинка (вільний час)

16:30 год. – Виїзд до Києва

18:30 год. – Гастрозупинка у Прилуках

21:00 год. – Прибуття до Києва, ст. м. «Лісова»

Кожен туристичний продукт має супроводжуватися технологічною картою. Її застосування дозволяє зробити маршрут подорожі зручним, добре структурованим та цікавим для туристів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### Технологічна карта туру «Скарби старовинної Чернігівщини»

Маршрут	Київ – Чернігів – Берч – Батурин – Талалаївка – Дігтярі – Київ
Тип маршруту	Кільцевий
Кілометраж	547, 3 км
Кілометраж між пунктами	Київ – Чернігів ( 148км) Чернігів – Берч ( 94,3 км) Берч – Батурин (81,3 км) Батурин – Талалаївка (85,1 км) Талалаївка – Дігтярі (55,6 км) Дігтярі – Київ (83 км)
Схема	<pre> graph LR     K[Київ] --&gt; C[Чернігів]     C --&gt; B[Берч]     B --&gt; Ba[Батурин]     Ba --&gt; T[Талалаївка]     T --&gt; D[Дігтярі]     D --&gt; K           </pre>
Кількість туристичних груп	1
Кількість осіб у групі	10
Тип туру	Автобусний
Вид туру	Івент-тур
Тривалість туру :	2 днів 1 ночей

Джерело: розроблено автором

Також у процесі дослідження було здійснено економічне обґрунтування створеного туристичного продукту. Зокрема, проведено розрахунок вартості туру на одну особу з урахуванням усіх складових витрат (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

### Калькуляція вартості туристичної подорожі (на 1 людину)

Вид послуг	Вартість
Трансфер автобусом (2 дні, включно з пальним)	750
Вхідні квитки + екскурсії (музеї, печери, палаци)	530
Гід / супровід (2 дні)	300
Проживання в еко-готелі «Бреч» (1 ніч, 2-місн. номер)	950

Харчування (2 обіди + вечеря + сніданок )	820
Організаційний збір, страхування, бронювання	170
<b>Загальна вартість туру</b>	<b>3 520 грн</b>

*Джерело: розроблено автором*

Проведена калькуляція туристичного туру дала змогу визначити загальну собівартість послуги, розмір прибутку та кінцеву ціну туру для споживача. Загальна вартість туру включає витрати на транспорт, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування, страховку та організаційні витрати. При цьому до собівартості було додано плановий прибуток, що забезпечує рентабельність туристичного продукту.

Отже, розрахунок вартості туру засвідчив його економічну доцільність та конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг. Тур має потенціал для просування як приваблива пропозиція для обраної цільової аудиторії.

Другий туристичний продукт є по-справжньому унікальним, адже сьогодні, в епоху стрімкого технічного прогресу та інформаційного перенасичення, людство дедалі частіше втрачає зв'язок із собою та власним внутрішнім голосом. Маршрут «Camino Chernihivense» — це не просто туристичний шлях, а своєрідна духовно-культурна подорож, під час якої мандрівник занурюється у власну й місцеву історію, наче крокує водночас у минуле й теперішнє. Він відкриває для себе багат шаровий світ стародавніх храмів, тихих монастирських дворів, мальовничих природних ландшафтів та сучасних культурних подій, які органічно вплітаються в канву маршруту. Такий досвід дозволяє не лише пізнати регіон, а й віднайти гармонію між зовнішнім простором і внутрішнім станом, що робить подорож особливою й неповторною для кожного туриста.

«Camino Chernihivense» – це пішохідний або велосипедний шлях протяжністю близько 370 км, який охоплює ключові святині Чернігівщини, історичні містечка та природні ландшафти регіону. Кожен етап маршруту продуманий так, щоб паломник мав змогу зануритися в духовну атмосферу, відновити внутрішню гармонію та пізнати історію рідного краю. Розробка

такого маршруту сприяє не лише розвитку релігійного туризму, але й популяризації культурної спадщини, формуванню спільнот активних мандрівників і зміцненню туристичного потенціалу Чернігівщини (див. табл. 3.3 та рис. 3.2).

Таблиця 3.3

### Паспорт туристичного маршруту «Camino Chernihivense»

Параметр	Характеристика
Назва	Camino Chernihivense («Духовний шлях Чернігова»)
Регіон	Чернігівська область
Довжина	367 км
Тривалість	днів (для кожного туриста індивідуально)
Рівень складності	Середній (щодня 18–28 км пішки або 35–45 км на велосипеді)
Транспорт	Пішки, велосипед
Тематика	Паломництво, духовне відновлення, культурно-історична спадщина
Цільова аудиторія	Паломники, туристи-любители духовних подорожей, шукачі тиші

Джерело: розроблено автором

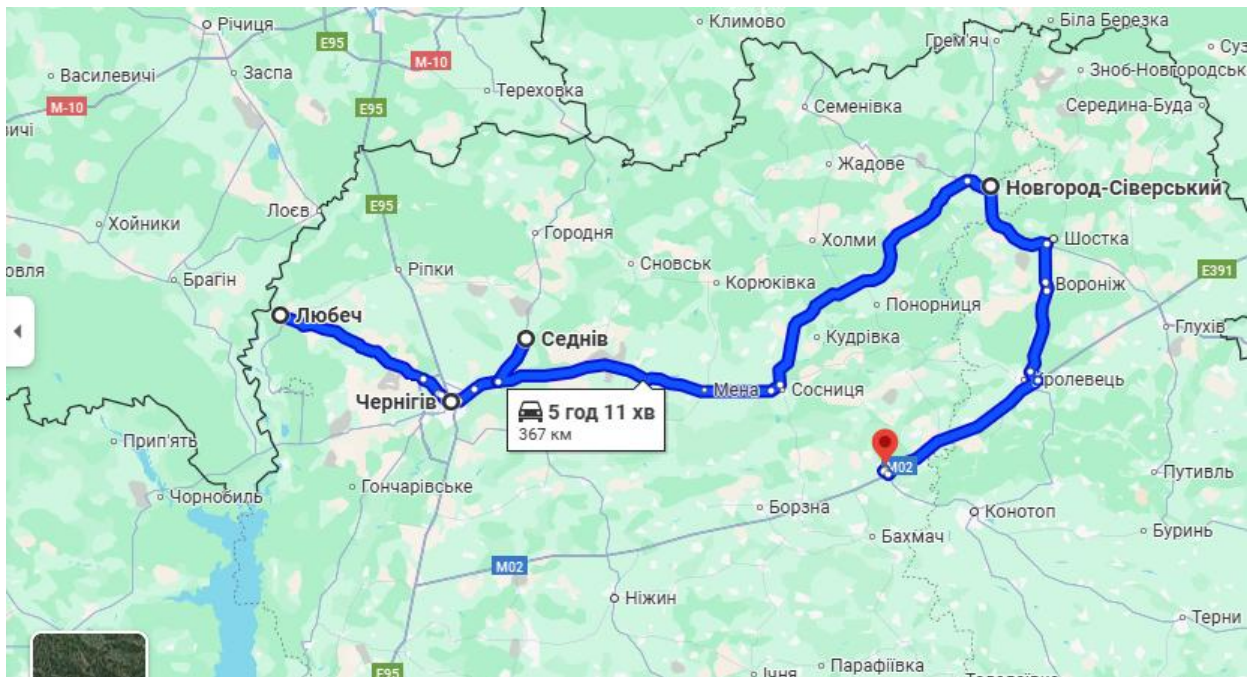


Рис. 3.2. Карта туристичного маршруту «Camino Chernihivense»

Джерело: розроблено маршрут у Google Maps

Основна ідея маршруту полягає в поєднанні духовної та пізнавальної складових, що створює неповторний досвід для подорожнього. Шлях об'єднує давні монастирі, церкви, печерні комплекси, старовинні містечка та мальовничі природні ландшафти Чернігівщини, формуючи єдину тематичну

лінію. Подорож організована як шлях духовного очищення й внутрішнього відновлення. Кожен етап завершується у святині, де можна зупинитися для молитви, медитації чи щирого спілкування з місцевими ченцями або громадами (див. табл. 3.4).

Таблиця 3.4

### Етапи проходження маршруту «Camino Chernihivense»

Етап	Маршрут
1. Любеч – початок шляху	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Антоніїв монастир</li> <li>• Пам'ятник святому Антонію Печерському</li> <li>• Прогулянка старовинними вулицями Любеча, огляд мальовничих краєвидів Десни.\</li> </ul> <p>(Ночівля у садибі зеленого туризму)</p>
2. Любеч → Чернігів (52 км)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Перехід вздовж Десни через лісові масиви.</li> <li>• Спасо-Преображенський собор (XI ст.)</li> <li>• Борисоглібський собор</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Антонієві печери та Іллінська церква</li> <li>• Катерининська церква</li> </ul> <p>(Ночівля в гостьовому будинку при монастирі або хостелі в центрі міста)</p>
3. Чернігів → Седнів (20 км)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Прогулянка мальовничими луками та лісами.</li> <li>• Георгіївська церква</li> <li>• Садиба Лизогубів</li> <li>• Старий млин над річкою Снов</li> </ul> <p>(Ночівля у садибі зеленого туризму)</p>
4. Седнів → Новгород-Сіверський (частково трансфер / ≈ 25 км пішки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спасо-Преображенський монастир (XI–XII ст.)</li> <li>• Музей «Слово о полку Ігоревім»</li> </ul> <p>(Ночівля у монастирському корпусі або місцевому готелі)</p>
5. Новгород-Сіверський → Батурин (частково трансфер / ≈ 30-35 км пішки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Маршрут уздовж мальовничих берегів Сейму, зупинка біля скиту.</li> <li>• Крупицько-Батуринський Микола-Крупицький монастир</li> <li>• Цитадель гетьманів</li> </ul> <p>(Ночівля у готелі або садибі зеленого туризму)</p>

*Джерело: розроблено автором*

Туристичний продукт доцільно доповнювати технологічною картою, адже її використання забезпечує чітку структуру маршруту, робить подорож більш зручною для організації та привабливою для учасників (див. табл. 3.5).

Таблиця 3.5

## Технологічна карта маршруту «Camino Chernihivense»

Маршрут	Любеч – Чернігів – Берч – Седнів – Новгород-Сіверський – Батурич
Тип маршруту	Лінійний
Кілометраж	367 км
Кілометраж між пунктами	Любеч – Чернігів ( 52 км) Чернігів – Седнів ( 20 км) Седнів – Новгород-Сіверський (175 км) Новгород-Сіверський – Батурич (112 км)
Схема	<pre> graph LR     A(Любеч) --&gt; B(Чернігів)     B --&gt; C(Седнів)     C --&gt; D(Новгород-Сіверський)     D --&gt; E(Батурич) </pre>
Тип туру	Пішохідний, велотур
Вид туру	Івент-тур
Тривалість туру : днів ночей	Індивідуально для туристів

Джерело: розроблено автором

Калькуляція вартості туристичної подорожі «Camino Chernihivense» має індивідуальний характер, оскільки даний маршрут орієнтований на персоналізований підхід до кожного мандрівника. На відміну від масових групових турів, цей продукт передбачає свободу вибору темпу, формату проживання та рівня супроводу, що безпосередньо впливає на остаточну вартість. Формування ціни відбувається на основі таких ключових чинників:

- ✓ Тривалість подорожі та кількість етапів, які турист планує пройти.
- ✓ Тип розміщення, можливе проживання в монастирських готелях, хостелах, гостьових будинках, садибах зеленого туризму чи комфортабельних готелях підвищеного рівня.
- ✓ Харчування, що може варіюватися від простих паломницьких трапез до розширеного пакету з дегустаціями локальної кухні.
- ✓ Супровід та трансфер надається за бажанням мандрівник може користуватися послугами досвідченого гіда, організованим транспортом між

ділянками маршруту чи самостійно планувати пересування.

✓ Участь в івент-активностях, таких як майстер-класи з традиційних ремесел, духовні бесіди з ченцями, тематичні концерти або театралізовані екскурсії.

✓ Додаткові витрати, пов'язані з обов'язковим страхуванням, організаційно-адміністративним супроводом та оформленням «паломницького паспорта», де учасник збирає штампи після проходження кожного етапу.

Для ілюстрації наведемо орієнтовний приклад вартості подорожі з розрахунку на одну особу, без урахування індивідуальних запитів (див. табл. 3.6).

Таблиця 3.6

### Калькуляція вартості туристичної подорожі (на 1 людину)

Вид послуг	Вартість (грн)
Оренда велосипеда на 8 днів	1 600
Вхідні квитки, екскурсійне обслуговування, майстер-класи, духовні бесіди	1 200
Послуги гіда-супроводжувача (8 днів)	2 400
Проживання (8 ночей: монастирські готелі, хостели, садиби зеленого туризму)	6 400
Харчування (сніданок, обід, вечеря – орієнтовно)	5 600
Організаційний збір, страхування, оформлення «паломницького паспорта»	900
<b>Загальна орієнтовна вартість туру</b>	<b>18 100 грн</b>

*Джерело: розроблено автором*

У таблиці 3.6 представлено орієнтовний приклад калькуляції витрат для короткотривалого етапу подорожі маршрутом «Camino Chernihivense». Подані показники мають виключно орієнтовний характер і можуть коригуватися залежно від сезону, рівня запитуваних послуг, індивідуальних потреб туриста, а також від тривалості, складності та конфігурації обраного маршруту. Запропонована форма подання витрат дає змогу гнучко планувати бюджет мандрівки, адаптуючи його під різні варіанти організації подорожі: від базового пакета до розширених програм, що передбачають додаткові елементи комфорту, культурно-пізнавальні заходи чи розширену гастрономічну

складову. Такий підхід забезпечує індивідуалізацію туристичного продукту, що є визначальною характеристикою маршруту «Camino Chernihivense», а також сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та сталому попиту з боку різних цільових груп споживачів, орієнтованих на поєднання рекреаційної, культурної та освітньо-пізнавальної складових.

Символічне наповнення та інформаційний супровід маршруту «Camino Chernihivense» є важливою складовою його ідентичності та підвищення привабливості для учасників. Основним знаком маршруту визначено стилізовану мушлю та герб міста Чернігова. Такий графічний символ не лише відсилає до класичних традицій паломницьких шляхів, а й інтегрує локальну культурну спадщину, створюючи впізнаваний візуальний код, що поєднує духовний зміст із регіональною специфікою (див. рис. 3.3.).



Рис. 3.3. Основний знак маршруту «Camino Chernihivense»

*Джерело: розроблено автором*

Для полегшення орієнтування учасників уздовж маршруту передбачено встановлення спеціальних маршрутних стовпчиків із нанесеною символікою та базовими вказівками щодо напрямку руху. Їх розташування на ключових ділянках дозволяє підтримувати чітку навігацію, забезпечуючи комфортне пересування навіть для осіб, які вперше подорожують даним шляхом. Додатково впроваджуються інтерактивні елементи – QR-коди, закріплені на стовпчиках або біля об'єктів культурно-історичної цінності. Сканування таких кодів надає мандрівникам доступ до електронних карт, розширених історичних довідок, аудіо- чи відеоекскурсій, що сприяє глибшому залученню

до контексту маршруту та посиленню освітньо-пізнавального ефекту подорожі.

Найбільш унікальним та значущим елементом є «Паспорт паломника» це індивідуальна брошура, яка виконує роль особистого щоденника подорожі. У ній розміщено детальну карту маршруту, короткі описи ключових святинь та спеціально відведені сторінки для проставлення штампів у кожній відвіданій локації. Така форма документування дозволяє туристам фіксувати власний прогрес, водночас створюючи матеріальний символ духовного та культурного досвіду, здобутого під час проходження етапів шляху. Наявність штампів у паспорті стимулює мандрівників до завершення маршруту, формує емоційну цінність подорожі та підтримує традицію, характерну для провідних європейських паломницьких шляхів. Паломник, який пройшов погоджені етапи та зібрав штампи у «Паспорті пілігрима», отримує сертифікат «Compostela Chernihivensis» як офіційне підтвердження проходження шляху (див. рис. 3.4, Додаток Б).



Рис. 3.4. Паспорт пілігрима

*Джерело: розроблено автором*

Комплексне поєднання символіки, навігаційних засобів і системи персонального супроводу забезпечує не лише зручність користування маршрутом, але й формує унікальний простір взаємодії туриста з культурно-духовною спадщиною регіону. Завдяки цьому «Camino Chernihivense» отримує власну впізнавану ідентичність, що посилює його комунікаційний

потенціал та створює додаткову цінність як для індивідуальних відвідувачів, так і для організованих груп.

Отже, у межах дослідження нами було створено два авторські івент-тури «Скарби старовинної Чернігівщини» та паломницький маршрут «Camino Chernihivense». Аналіз результатів довів, що розроблення таких програм є потужним інструментом активізації туристичного потенціалу регіону. Обидва маршрути не лише гармонійно поєднують історико-культурні ресурси, духовні практики та сучасні елементи сервісу, а й відкривають новий формат мандрів, орієнтований на особистісний досвід і залучення емоційної складової. Запропоновані продукти демонструють ефективність індивідуального підходу до створення турів, що синтезують культурно-пізнавальні, освітні, рекреаційні та духовні аспекти, сприяючи водночас зростанню привабливості внутрішнього туризму й утвердженню Чернігівщини як перспективної дестинації подієвого та паломницького туризму.

### **3.2. Комплекс заходів із просування інноваційного туру на туристичному ринку**

У сучасних умовах активного розвитку туристичної галузі, що характеризується високим рівнем конкуренції, розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій набуває особливої ваги. Туризм стає не лише способом рекреації чи ознайомлення з культурними надбаннями, а й потужним чинником соціально-економічного зростання територій, засобом формування позитивного іміджу регіону та механізмом підвищення його інвестиційної привабливості. Для досягнення цих цілей важливим є створення унікальних туристичних продуктів, здатних задовольнити запити сучасних мандрівників, які прагнуть поєднати пізнавальний, емоційний та особистісний досвід. У цьому контексті особливе місце займає розробка авторських івент-турів, орієнтованих на залучення до історико-культурної спадщини та духовних практик, що є одним із перспективних напрямів розвитку внутрішнього туризму України.

Дослідження підтверджують, що подієвий та паломницький туризм здатні формувати новий тип подорожей, де акцент робиться не лише на відвідуванні локацій, а й на інтерактивному залученні учасників, створенні унікальних емоційних вражень та можливості глибокого пізнання культурного середовища. Розроблені в межах магістерської роботи авторські маршрути івент-автобусний тур «Скарби старовинної Чернігівщини» та паломницький шлях «Camino Chernihivense» є прикладом поєднання інноваційних сервісних рішень із багатством місцевих ресурсів. Перший тур орієнтований на тих, хто прагне за короткий час відкрити для себе старовинну архітектуру, атмосферу маєтків української шляхти, а також відчутти енергію «місць сили» регіону. Другий маршрут, натхненний світовим досвідом Camino de Santiago, інтегрує духовну практику, культурно-історичну спадщину та елементи активного відпочинку, перетворюючи подорож на шлях внутрішнього збагачення. Для забезпечення їхньої конкурентоспроможності та сталого розвитку необхідно впровадити комплекс заходів із просування на туристичному ринку. Стратегія маркетингових комунікацій має враховувати особливості кожного туру, специфіку цільової аудиторії, а також сучасні тенденції у сфері цифрових технологій і культурного менеджменту. У науковій літературі підкреслюється, що ефективно просування туристичних продуктів передбачає поєднання традиційних та інноваційних інструментів, побудову партнерських мереж, формування позитивного інформаційного середовища й залучення клієнтів через емоційні механізми впливу (див. табл. 3.7).

Таблиця 3.7

### Ключові елементи маркетингової стратегії у туризмі

Напрямок маркетингу	Характеристика	Основна мета	Інструменти, приклади та очікуваний ефект
Дослідження потреб клієнтів	Вивчення цільової аудиторії через кількісні та якісні методи	Визначити мотиви та уподобання клієнтів	Демографія, психографія, опитування, фокус-групи, аналіз соцмереж.

## Продовження таблиці 3.7

<b>Веб-сайт з емпіричним підходом</b>	Створення інтерактивного сайту, що демонструє сервіс	Зацікавлення користувача, підвищення довіри	Адаптивний дизайн, швидкість завантаження, конструктори сайтів, аутсорсинг. Збільшення відвідуваності.
<b>Мобільні пристрої</b>	Оптимізація сайту та додатків для смартфонів	Забезпечити комфорт користування та доступність	Мобільні сайти, push-сповіщення, персоналізовані додатки. Зростання кількості онлайн-бронювань, підвищення лояльності
<b>Соцмережі</b>	Використання платформ для підвищення впізнаваності	Залучення нових клієнтів та взаємодія з існуючими	Instagram, Facebook, таргетована реклама тощо. Підвищення впізнаваності бренду, збільшення залученості
<b>Відеомаркетинг</b>	Використання відео для демонстрації продукту та досвіду	Формування довіри та емоційного зв'язку	Туристичні відео, монтажі. Підвищення конверсії, швидше прийняття рішення клієнтами
<b>Email-маркетинг</b>	Персоналізовані листи для клієнтів	Клієнта поступово ведуть від початкового ознайомлення з товаром чи послугою до прийняття рішення про придбання, проходячи послідовні етапи.	Автоматизація, сегментація, пропозиції. Збільшення повторних бронювань.
<b>Ведення блогу</b>	Регулярне створення експертного контенту	Освіта аудиторії та позиціонування себе як експерта	Статті для різних сегментів клієнтів, заклики до дії. Підвищення довіри, SEO-оптимізація, залучення нових клієнтів
<b>Онлайн-бронювання</b>	Надання можливості бронювати безпосередньо через сайт	Зручність та швидке отримання лідів	Інтегровані системи бронювання. Зростання прямого продажу, скорочення часу прийняття рішення
<b>SEO та пошуковий маркетинг</b>	Оптимізація контенту для органічного та платного пошуку	Збільшити видимість у пошукових системах	SEO, Google Ads, локальне SEO, Google. довіра користувачів, довгострокова впізнаваність
<b>Інфлюенсер-маркетинг</b>	Співпраця з макро- та мікроінфлюенсерами	Привернення уваги та підвищення охоплення	Instagram, YouTube, блогери. Збільшення охоплення, залучення нової аудиторії

<b>VR та AR маркетинг</b>	Використання доповненої та віртуальної реальності	Демонстрація туристичних напрямків та активностей	Віртуальні тури, AR-додатки. Підвищення емоційного залучення, конкурентна перевага
<b>Туризм вражень</b>	Прпозиція персоналізованих активностей	Створення емоційного зв'язку та унікального досвіду	Майстер-класи, активний відпочинок, нестандартні маршрути. Підвищення задоволеності клієнтів, формування лояльності
<b>Аналітика</b>	Вимірювання ефективності маркетингових каналів	Оптимізація витрат	Конверсії, когортний аналіз, атрибуційне моделювання. Точне відстеження результатів, підвищення ефективності маркетингу
<b>Партнерський маркетинг</b>	Співпраця з іншими компаніями для крос-просування	Розширення охоплення при зменшенні витрат	Готелі, транспорт, розважальні послуги. Зростання кількості клієнтів, економія бюджету, взаємна реклама

*Джерело: розроблено автором на основі [71]*

Першим кроком є поглиблене дослідження ринку та цільових сегментів. Необхідно виокремити групи потенційних споживачів, враховуючи їх вікові, культурні та мотиваційні характеристики, а також вивчити конкурентне середовище, визначити сильні та слабкі сторони аналогічних пропозицій. Це дозволяє сформувати профілі клієнтів, які стануть основою для побудови персоналізованої комунікаційної стратегії. На основі зібраних даних доцільно розробити чітке позиціонування кожного туру: «Скарби старовинної Чернігівщини» може бути представлений як культурно-пізнавальний продукт із виразним подієвим складником, тоді як «Camino Chernihivense» як духовно-паломницький маршрут, що пропонує учасникам особистісне переосмислення й занурення в автентичну атмосферу регіону.

Брендинг посідає провідне місце в просуванні цих турів. Створення впізнаваних символів та укладання брендбуку забезпечують єдність візуальної комунікації. Додатково важливим є формування стилістики контенту: фотографії й відео мають передавати емоційну насиченість подорожі, красу

природного та історичного ландшафту, автентичність місцевих громад. Сучасний етап розвитку туризму неможливий без активної діджиталізації. Рекомендується створити спеціалізований веб-сайт для кожного маршруту, оптимізований для мобільних пристроїв та пошукових систем. На сторінках слід розмістити інтерактивну карту маршруту, опис етапів, фотогалереї, календар виїздів, форму бронювання та блок відгуків учасників. Паралельно варто використовувати соціальні мережі як платформу для регулярного поширення інформаційних і розважальних матеріалів: відеооглядів, коротких історій про місця маршруту, прямих ефірів із подій. Такі інструменти створюють ефект залученості та формують у потенційних клієнтів відчуття причетності до подорожі ще до її початку.

Просування авторських турів передбачає використання рекламних кампаній у цифрових каналах. Реклама в соціальних мережах, контекстна реклама в пошукових системах, співпраця з тревел-блогерами й лідерами думок здатні значно розширити охоплення аудиторії. Ефективним є залучення мікроінфлюенсерів, які працюють з нішевими спільнотами: поціновувачами історії, прихильниками духовних практик, аматорами активних мандрівок. Запрошення таких осіб на ознайомчі тури сприятиме створенню автентичного контенту й формуванню позитивного іміджу маршрутів. Важливою складовою комплексу заходів є налагодження партнерських зв'язків. Співпраця з місцевими турагентствами, музеями, монастирями, еко-садибами та закладами гостинності дозволить сформувати мережу каналів розповсюдження продукту. Участь у регіональних фестивалях і культурно-просвітницьких проєктах сприятиме інтеграції турів у соціокультурний простір області. Варто також розглянути можливість розміщення інформації про маршрути на міжнародних онлайн-платформах, що спеціалізуються на подорожах і рекреаційних практиках.

Створення емоційного досвіду є одним із найефективніших інструментів просування. Проведення інтерактивних подій під час туру, нічні екскурсії, духовні бесіди чи майстер-класи з народних ремесел поглиблюють враження

учасників і стимулюють рекомендації «з вуст у вуста». Доцільно впровадити оригінальні рішення, зокрема віртуальні прев'ю маршруту у форматі 360° або VR, що дозволять потенційним клієнтам «приміряти» подорож до моменту її бронювання. Окрему увагу варто приділити розробленню «паломницьких викликів» або колекційних штампів, які створюють додаткову мотивацію для завершення всіх етапів шляху. Цінова політика має бути гнучкою та прозорою: пропонуються пільги для ранніх бронювань, групові знижки, спеціальні пакети з включенням додаткових послуг дегустацій місцевої кухні, сувенірів, трансферів. Така стратегія дозволяє залучати ширші категорії споживачів і підвищувати середній рівень задоволеності клієнтів. Для оцінки ефективності комплексу заходів доцільно визначити ключові показники: кількість бронювань, конверсію сайту, охоплення рекламних кампаній, рівень повторних продажів. Збір відгуків учасників після завершення туру сприятиме подальшій оптимізації маршруту та якості сервісу [71].

Для успішного запуску івент-автобусного туру Чернігівщиною розроблено комплексний план просування, що охоплює ключові напрямки роботи з цільовою аудиторією та використання ефективних рекламних інструментів (див. табл. 3.8).

Таблиця 3.8

### План заходів просування автобусного туру «Скарби старовинної Чернігівщини»

№	Напрямок діяльності	Заходи	Термін реалізації	Очікуваний результат
1	Аналіз цільової аудиторії	Визначення цільових груп, їхніх інтересів та поведінкових моделей	За 30 днів до туру	Ефективне планування реклами
2	Соціальні мережі (Instagram, Facebook)	Створення сторінки туру, афіш, дописів, історій	28–3 днів до туру	Активне залучення аудиторії
3	Реклама	Запуск платної реклами за інтересами та локацією	25–5 днів до туру	Максимальне охоплення потенційних клієнтів
4	Сайт компанії	Опис туру, умови участі	25–1 день до туру	Зручність, збільшення конверсій

## Продовження таблиці 3.8

5	Партнерство з блогерами	Реклама через сторіс, огляди, участь блогера в турі	За 20 днів до туру	Довіра до продукту, нові підписники
6	Telegram-канали та форуми	Розміщення постів у тревел-каналах	За 15–10 днів до туру	Додаткове охоплення
7	Дизайн рекламних матеріалів	Афіші, банери, відео, шаблони для соцмереж	За 20–10 днів до туру	Яскрава візуальна презентація туру
8	Реклама в університетах і молодіжних центрах	Презентації, афіші, домовленості з профкомами	За 14–7 днів до туру	Підключення активної молоді

*Джерело: розроблено автором*

Розроблений план просування івент-автобусного туру Чернігівщиною є комплексним і враховує ключові інструменти маркетингу для залучення цільової аудиторії. Використання соціальних мереж, реклами, співпраці з блогерами та активної роботи з молодіжними спільнотами забезпечить ефективне інформування потенційних клієнтів. Завдяки цьому плану туристичне підприємство зможе підвищити популярність туру, збільшити кількість бронювань та закріпити свою конкурентну позицію на ринку. Постійне пост-просування після проведення туру сприятиме формуванню лояльної аудиторії та стимулюватиме повторні продажі.

Для ефективного старту паломницького маршруту «Camino Chernihivense» необхідно впровадити багатоступеневу систему промоційних заходів, здатну охопити різні сегменти цільової аудиторії та забезпечити впізнаваність бренду на туристичному ринку. Просування продукту має ґрунтуватися на поєднанні традиційних і сучасних маркетингових інструментів, що дозволить сформувати емоційно насичений імідж маршрутів і забезпечити стабільний попит (див. табл. 3.9).

Таблиця 3.9

## План заходів просування маршруту «Camino Chernihivense»

№	Заходи	Термін реалізації	Очікуваний результат	Заходи
1	Аналіз цільової аудиторії	Дослідження демографічних, психографічних та поведінкових характеристик	За 30 днів до старту туру	Чітке визначення сегментів ринку.

## Продовження таблиці 3.9

		потенційних учасників; сегментація за рівнем духовних інтересів, фізичної підготовки та мотивацій (паломництво, культурний туризм, рекреація)		
2	Соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok)	Створення офіційних сторінок маршруту, підготовка серії постів, сторіс, рілсів; використання гейміфікаційних елементів (наприклад, «збери всі печатки Camino Chernihivense»)	28–3 дні до початку туру	Активне залучення аудиторії, підвищення впізнаваності бренду маршруту
3	Рекламні кампанії в інтернеті	Запуск платної реклами за географією та інтересами; використання ремаркетингу для осіб, які взаємодіяли зі сторінками туру	25–5 днів до старту	Максимальне охоплення потенційних клієнтів, формування попиту
4	Сайт організатора	Створення спеціального розділу з повним описом маршруту, умовами участі, калькуляцією та можливістю онлайн-бронювання	25–1 день до старту	Зручний доступ до інформації, зростання конверсій
5	Партнерство з лідерами думок	Залучення тревел-блогерів, журналістів, популярних авторів духовних блогів для участі в турі та створення контенту «зсередини»	За 20 днів до старту	Підвищення довіри до продукту, залучення нових підписників
6	Інформаційна підтримка в медіа та месенджерах	Публікація постів у тревел-каналах Telegram, на профільних форумах, у регіональних ЗМІ; підготовка пресрелізів для онлайн-видань	15–10 днів до туру	Розширення охоплення, залучення локальної та національної аудиторії
7	Дизайн рекламних матеріалів	Розробка айдентики туру (логотип, кольорова палітра, шрифт), створення афіш, банерів, коротких відеороликів, адаптація матеріалів для друку й соцмереж	20–10 днів до туру	Яскрава, цілісна візуальна презентація маршруту
8	Робота з молодіжною аудиторією та навчальними закладами	Проведення презентацій у вишах, коворкінгах та молодіжних центрах; співпраця з профкомаами для організації групових подорожей	14–7 днів до туру	Підключення активної молоді та формування довгострокової зацікавленості

*Джерело: розроблено автором*

Комплекс заходів із просування маршруту «Camino Chernihivense» та стратегія включає багаторівневий підхід від ґрунтового аналізу мотивацій і поведінкових моделей потенційних учасників до побудови якісної

комунікаційної мережі в соціальних медіа та офлайн-середовищі. Особлива увага приділяється візуальній ідентичності маршруту, що має підкреслювати його духовно-культурну сутність та водночас відповідати сучасним трендам маркетингу подієвого й паломницького туризму. Створення яскравої айдентики, системи QR-кодів для навігації, інтерактивних завдань підсилює емоційну складову подорожі та робить продукт більш конкурентоспроможним.

Реалізація даного плану дозволить сформувати чіткий бренд «Camino Chernihivense», підвищити рівень довіри серед потенційних мандрівників і забезпечити сталий розвиток маршруту як унікальної пропозиції на ринку культурно-паломницького туризму України.

Отже, системне поєднання дослідження ринку, брендингу, цифрових інструментів, партнерських програм і створення унікального емоційного контенту утворює цілісний механізм просування авторських турів «Скарби старовинної Чернігівщини» та «Camino Chernihivense». Такий підхід відповідає сучасним тенденціям розвитку туризму, підвищує привабливість регіонального продукту, сприяє розвитку внутрішнього та паломницького туризму, а також зміцнює імідж Чернігівщини як перспективної дестинації культурно-духовного спрямування.

У третьому розділі магістерської кваліфікаційної роботи нами було розроблено два туристичні продукти в сфері івент-туризму та запропоновані заходи їх просування на міжнародний ринок. Проведене дослідження та розроблення авторських маршрутів засвідчили, що сучасний івент-туризм вимагає від організаторів не лише формального створення туристичного пакета, а й глибокого занурення у культурно-історичний контекст території, уважного ставлення до духовних потреб та очікувань подорожуючих. Запропоновані програми «Скарби старовинної Чернігівщини» та паломницький маршрут «Camino Chernihivense» продемонстрували потенціал регіону як осередку подієвого та духовного туризму, що здатний конкурувати не лише на внутрішньому, а й на міжнародному ринку.

Розробка турів охопила комплексну роботу: від ґрунтового аналізу ресурсної бази й вивчення потреб цільової аудиторії до формування маршруту з урахуванням емоційної складової мандрівки, логістики, сервісного супроводу та заходів просування. Особлива увага приділялася інтеграції культурних, рекреаційних та духовних елементів у єдиний туристичний продукт. У випадку з маршрутом «Скарби старовинної Чернігівщини» акцент зроблено на синтезі історичних об'єктів, мистецьких активностей і гастрономічних практик, що формують повноцінний культурно-дослідницький досвід. Паломницький шлях «Camino Chernihivense» натомість поєднує релігійно-духовну складову з історико-культурними локаціями, стимулюючи розвиток внутрішнього туризму та популяризуючи багатющу спадщину регіону серед міжнародної аудиторії.

Застосування інноваційних підходів до промоції маршрутів, зокрема використання цифрових платформ, партнерств з лідерами думок, таргетованої реклами та колаборацій із закладами освіти й культурними інституціями, дозволило розширити канали комунікації з клієнтами та сформувати позитивний імідж турів ще на етапі підготовки. Це підкреслює, що якісний туристичний продукт потребує не лише креативної концепції, а й продуманої маркетингової стратегії, здатної адаптуватися до викликів сучасного ринку.

Отже, результати роботи довели, що івент- та паломницькі маршрути, побудовані на принципах автентичності, інтерактивності й персоналізації, здатні стати каталізатором зростання регіональної туристичної індустрії. Вони сприяють збереженню й популяризації культурної спадщини, стимулюють розвиток малого бізнесу та сервісної інфраструктури, водночас забезпечуючи туристам глибокий емоційний досвід і можливість особистісного збагачення. Чернігівщина отримує реальний шанс утвердитися як унікальна дестинація подієвого й духовного туризму, що приваблює відвідувачів різних вікових груп та країн, а створені маршрути можуть стати основою для подальшого розширення пропозицій у форматі тематичних подорожей, фестивалів, освітніх програм і міжрегіональних туристичних ініціатив.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В ході виконання магістерської кваліфікаційної роботи була досягнута її мета, а саме розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області. Для досягнення мети роботи, було виконано наступні завдання:

- проведено аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності туристичного потенціалу та туристичних ресурсів регіону;
- розкрито особливості туристичного потенціалу України;
- визначено методичні підходи щодо оцінки туристичного потенціалу країни;
- проведено моніторинг розвитку туризму в Україні, зазначити позитивні та негативні сторони;
- здійснено оцінку обсягу туристичних потоків Чернігівської області;
- досліджено вплив факторів на розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області;
- запропоновано напрями розвитку туристичного потенціалу Чернігівської області;
- створено інноваційний тур Чернігівщиною;
- обґрунтовано запропоновані заходи.

В результаті роботи були зроблені наступні висновки:

У першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи нами було опрацьовано та вивчено теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу регіону. Ми визначили, що туристичний потенціал регіону є багатокомпонентною системою, що об'єднує природні, культурно-історичні, соціально-економічні та інфраструктурні ресурси, здатні забезпечити сталий розвиток і формування конкурентних переваг на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Його повноцінна реалізація можлива лише за умови науково обґрунтованого управління, раціонального

використання ресурсів і адаптації до сучасних глобальних та локальних викликів.

Аналіз динаміки розвитку туристичної галузі України свідчить, що вона є вразливою до впливу економічних, політичних та безпекових факторів, однак демонструє високий рівень адаптивності. Впровадження цифрових технологій, ініціативи бізнесу та зростання міжнародної уваги до країни створюють передумови для її подальшого відновлення та зростання після завершення кризових явищ.

Аналіз методичних підходів до оцінки туристичного потенціалу країни свідчить, що комплексне визначення рівня розвитку туристичної сфери потребує системного врахування природних, культурно-історичних, економічних, інфраструктурних, екологічних, безпекових та іміджевих чинників. Використання інтегральних індексів і стандартизованих показників дає змогу об'єктивно порівнювати результати у часовій динаміці, а також ідентифікувати сильні та слабкі сторони туристичної дестинації.

Методологічна значущість інтегральної оцінки полягає у здатності систематизувати вплив різних груп чинників на загальний рівень туристичної привабливості, що створює підґрунтя для прийняття зважених управлінських рішень і визначення пріоритетів подальшого розвитку галузі. Такий підхід не лише дозволяє об'єктивно оцінити поточний стан туристичної сфери, а й виступає дієвим інструментом прогнозування її динаміки як у коротко-, так і в довгостроковій перспективі.

Отже, туристичний потенціал доцільно розглядати не просто як сукупність природних, культурних чи інфраструктурних ресурсів, а як стратегічний чинник регіонального та національного зростання, результативність якого залежить від комплексного планування, запровадження інноваційних підходів і гармонійної інтеграції у європейський та світовий туристичний простір.

У другому розділі магістерської кваліфікаційної роботи було проаналізовано туристичний потенціал Чернігівської області та визначено, що

регіон має значні передумови для формування конкурентоспроможної туристичної дестинації в Україні. Чернігівщина є територією з винятковим культурно-історичним багатством, що формує міцний фундамент для подальшого розвитку туристичної галузі. Чернігів, як одне з найдавніших міст України, вирізняється неповторною архітектурною та духовною спадщиною, яка відображає етапи становлення держави та різні культурні впливи. Велика кількість пам'яток архітектури, стародавніх храмів, монастирів і археологічних об'єктів визначає специфіку туристичної діяльності області, створюючи широкий спектр можливостей для реалізації культурно-пізнавальних, екскурсійних, наукових, релігійних і навіть подієвих програм. Архітектурно-історичний потенціал міста та регіону виступає одним із ключових чинників, що формують туристичну привабливість Чернігівщини та визначають її стратегічні орієнтири у сфері туризму.

Аналіз туристичних можливостей області довів, що їхня структура ґрунтується на взаємодії природно-рекреаційних, історико-культурних та інфраструктурних ресурсів. Чернігівщина володіє рідкісними архітектурними ансамблями, археологічними об'єктами, мальовничими ландшафтами й зонами відпочинку, що створюють сприятливі умови для розвитку культурно-пізнавального, екологічного та релігійного туризму. Однак рівень їх практичного використання залишається нижчим за можливий потенціал. Серед основних стримувальних чинників виокремлюються недостатній обсяг інвестицій, обмеженість сучасної інфраструктури, низька якість інформаційно-маркетингового супроводу та потреба в оновленні матеріально-технічної бази. Проведене дослідження також підкреслило вплив низки факторів на перспективи туристичного розвитку регіону. Поряд із очевидними перевагами, такими як вигідне розташування, розвинена транспортна мережа та зростання інтересу до внутрішніх подорожей, актуальними залишаються проблеми управління, обмежені фінансові ресурси, нестача професійних кадрів та недостатня популяризація місцевих об'єктів. Усе це свідчить про потребу у комплексній стратегії, що охоплюватиме модернізацію туристичної

інфраструктури, вдосконалення системи управління, стимулювання інвестицій, посилення рекламно-інформаційної діяльності та підготовку фахівців нового покоління. Реалізація таких заходів дасть змогу максимально використати унікальні конкурентні переваги Чернігівщини, підвищити рівень туристичних послуг, зміцнити імідж регіону на внутрішньому та міжнародному ринках і забезпечити довготривалий, стабільний розвиток його туристичного потенціалу.

У третьому розділі магістерської кваліфікаційної роботи нами було розроблено два туристичні продукти та запропоновані заходи їх просування на міжнародний ринок. Проведене дослідження та розроблення авторських маршрутів засвідчили, що інноваційний туризм вимагає від організаторів не лише формального створення туристичного пакета, а й глибокого занурення у культурно-історичний контекст території, уважного ставлення до духовних потреб та очікувань подорожуючих. Запропоновані тури «Скарби старовинної Чернігівщини» та паломницький маршрут «Camino Chernihivense» продемонстрували потенціал регіону як осередку подієвого та духовного туризму, що здатний конкурувати не лише на внутрішньому, а й на міжнародному ринку.

У процесі створення туристичних маршрутів була проведена багатопланова робота, що охопила ретельне дослідження ресурсного потенціалу, визначення потреб і мотивацій майбутніх відвідувачів, а також проектування програми з урахуванням емоційного наповнення подорожі, логістичних аспектів, рівня сервісу та стратегії популяризації. Важливим завданням стало органічне поєднання історико-культурних, рекреаційних та духовних компонентів у цілісний туристичний продукт. Тур «Скарби старовинної Чернігівщини» акцентують увагу на гармонійному поєднанні архітектурних пам'яток, мистецьких активностей та гастрономічних відкриттів, що формують повноцінний культурно-пізнавальний досвід. Натомість паломницький маршрут «Camino Chernihivense» інтегрує релігійно-духовний аспект із відвідуванням знакових історичних локацій, створюючи

умови для розвитку внутрішнього туризму та підвищення міжнародної впізнаваності регіону. Просування туристичних продуктів ґрунтується на впровадженні сучасних комунікаційних рішень: активному використанні соціальних мереж, співпраці з відомими мандрівниками й експертами, проведенні цільових рекламних кампаній, а також залученні освітніх і культурних інституцій до промоційних заходів. Такий підхід довів, що конкурентоспроможний туристичний продукт вимагає не лише оригінальної концепції, а й детально вибудованої стратегії маркетингу, яка здатна гнучко реагувати на виклики глобального ринку.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що запропоновані тури, засновані на принципах автентичності, інтерактивної взаємодії та орієнтації на особистий досвід, стають потужним драйвером розвитку туристичної сфери Чернігівщини. Вони сприяють збереженню культурної спадщини, підтримці місцевого бізнесу, розширенню інфраструктури й водночас дарують мандрівникам можливість глибокого емоційного залучення та духовного збагачення. Завдяки таким ініціативам регіон має перспективу утвердитися як яскравий центр подієвого та духовного туризму, здатний приваблювати туристів із різних куточків світу, а розроблені маршрути можуть стати платформою для створення нових тематичних подорожей, культурних форумів та міжрегіональних туристичних проєктів.

Отже, розвиток туристичного потенціалу Чернігівщини ґрунтується на поєднанні її природних, історико-культурних та духовних ресурсів із сучасними підходами до організації подорожей. Комплексне використання унікальної спадщини, створення авторських турів, удосконалення інфраструктури та впровадження інноваційних маркетингових стратегій забезпечують формування привабливого туристичного середовища. Такий підхід сприяє не лише зростанню відвідуваності регіону, а й збереженню його автентичності, активізації малого бізнесу та зміцненню іміджу Чернігівщини як конкурентоспроможної дестинації культурно-пізнавального, подієвого й духовного туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко В. Розвиток туристичного потенціалу Чернігівської області: від руїн до відродження. Збірнику тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти». Київ – 2025. С. 7-8
2. Бабікова К. О. Методичні аспекти оцінювання ресурсного потенціалу рекреаційного туризму в контексті євроінтеграції України. Агросвіт. 2021. № 13–14.
3. Бейдик О.О. Довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії – К. : Вид-во "Палітра", С. 2019 – 130
4. Божук Т. Г. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2020. С. – 328
5. Гордієнко К.Д. Економічний тлумачний словник. – К. : Вид-во КНТ, С. 2020. – 360
6. Двайєр, Л., Кім, Ч. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій: чинники та індикатори. Актуальні питання туризму. 2020. С. 369–414.
7. Коваль П. Ф. та ін. В'їзний туризм : навчальний посібник. Ніжин: Лук'яненко В.В., 2010. С. 304
8. Кудінова І.П., Голованьова Т.А. Подієвий туризм в Україні як складова індустрії гостинності // Науковий вісник НУБіП України. Вип. 284.– К., 2018 – С. 258-264.
9. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2020. С. 436
10. Навіцкас, В., Малакаускайте, А. Можливості ідентифікації та оцінювання чинників конкурентоспроможності туристичного сектора. Інженерна економіка. 2019. С. 37–44.
11. Огієнко А. В., Огієнко М. М. Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу, 2016. – №2 – С. 122–126.

12. Сільський зелений туризм для підвищення кваліфікації фахівців сфери сільського зеленого туризму. Навч. посіб. / Т.П. Кальна-Дубінюк, О.А. Локутова, І. П. Кудінова, Л.Х. Рибак, В.В. Самсонова, Л.М. Сокол, М.В. Бесчастна, О.Ю.Панасюк, В.П.Васильєв, Ю.В. Зінько, М.Й. Рутинський, В.В. Триліс, П.А. Горішевський, П.А., О.О. Волошинський. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2016. – 642 с.
13. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник – К.: Вид-во "Грамота", С. 2019. – 264
14. Ткаченко Т. І., Соколова К. О. Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств. 2011. Вип.1. С. 107–112.
15. Антоненко І. Я., Харенко В. С Розвиток туристичного потенціалу Чернігівського регіону URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/2\\_2020/6.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2020/6.pdf) (дата звернення 10.12.2024)
16. Бездухов О. А. Особливості динаміки, сучасного стану та структури природно-заповідного фонду Чернігівської області URL: [https://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/117\\_2021/39.pdf](https://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/117_2021/39.pdf) (дата звернення 10.12.2024)
17. Герасименко В. Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону. Монографія. Одеса 2019. С. 41 URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5474/1/%D0%9E%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%83%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%83.pdf>(дата звернення 10.12.2024)
18. Гладкий О. Розробка інноваційного культурно-пізнавального туристичного продукту Чернігівської області в Україні URL: <https://tppcs.com.ua/journals/vol-2-no-1-2023/design-of-innovative-cultural-and-cognitive-tourism-product-of-chernigiv-region-in-ukraine> (дата звернення 05.01.2025)

19. Долинська О. О., Гуцал Л. А., Гільберг Т. Г. Сільський туризм в Україні: сучасні тенденції та перспективи розвитку URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4250/4175> (дата звернення 05.01.2025)
20. Жаліло Я. А., Ковалівська С. В., Филипенко А. О. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf> (дата звернення 06.01.2025)
21. Забаштанська Т.В Маркетингові дослідження впливу транспортної інфраструктури на позиціонування бренду міста URL: [https://bses.in.ua/journals/2018/28\\_2\\_2018/41.pdf](https://bses.in.ua/journals/2018/28_2_2018/41.pdf) (дата звернення 10.01.2025)
22. Зеленська О., Алешугіна Н., Зеленський В. SWOT- аналіз туристичної інфраструктури Чернігівщини та фінансове забезпечення її розвитку за рахунок місцевих бюджетів URL: [https://www.researchgate.net/publication/361237591\\_SWOTANALYSIS\\_OF\\_THE\\_TOURIST\\_INFRASTRUCTURE\\_OF\\_CHERNIHIV\\_REGION\\_AND\\_FINANCIAL\\_SUPPORT\\_OF\\_ITS\\_DEVELOPMENT\\_AT\\_THE\\_EXPENSE\\_OF\\_LOCAL\\_BUDGETS/fulltext/64f411d448c07f3da3d32896/SWOT-ANALYSIS-OF-THE-TOURIST-INFRASTRUCTURE-OF-CHERNIHIV-REGION-ANDFINANCIAL-SUPPORT-OF-ITS-DEVELOPMENT-AT-THE-EXPENSE-OF-LOCAL-BUDGETS.pdf?origin=scientificContributions](https://www.researchgate.net/publication/361237591_SWOTANALYSIS_OF_THE_TOURIST_INFRASTRUCTURE_OF_CHERNIHIV_REGION_AND_FINANCIAL_SUPPORT_OF_ITS_DEVELOPMENT_AT_THE_EXPENSE_OF_LOCAL_BUDGETS/fulltext/64f411d448c07f3da3d32896/SWOT-ANALYSIS-OF-THE-TOURIST-INFRASTRUCTURE-OF-CHERNIHIV-REGION-ANDFINANCIAL-SUPPORT-OF-ITS-DEVELOPMENT-AT-THE-EXPENSE-OF-LOCAL-BUDGETS.pdf?origin=scientificContributions) (дата звернення 10.01.2025)
23. Ковальчук Ю., Фурман І., Гуменюк Г. Потенціал та можливості розвитку туризму в Україні URL: [https://www.researchgate.net/publication/365974407\\_Potential\\_and\\_Opportunities\\_for\\_Development\\_of\\_Tourism\\_in\\_Ukraine](https://www.researchgate.net/publication/365974407_Potential_and_Opportunities_for_Development_of_Tourism_in_Ukraine) (дата звернення 10.01.2025)
24. Кривенкова Р. Ю. Поняття та сутність туристичного потенціалу: державно-управлінський аспект URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/9\\_2019/72.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/72.pdf) (дата звернення 10.01.2025)
25. Лазаренко Н. І., Коломієць А. М., Громов Є. В. Науковий туризм як інструмент професійного розвитку для дорослих URL: <https://www.adult->

- [education-journal.com.ua/index.php/aej/article/view/90/53](http://education-journal.com.ua/index.php/aej/article/view/90/53) (дата звернення 15.01.2025)
26. Лук'яненко Ю.І. Історичний потенціал Чернігова як фактор розвитку туризму URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/lukjanenko2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/lukjanenko2.htm) (дата звернення 15.01.2025)
27. Мальська М., Паньків Н. Теоретично-ресурсний потенціал території, Київ. 2022. С. 9-11 URL: [http://elibrary.collegesnau.com/wp-content/uploads/2023/11/MalskaPankiv%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%96%D1%97\\_2022.pdf](http://elibrary.collegesnau.com/wp-content/uploads/2023/11/MalskaPankiv%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%96%D1%97_2022.pdf) (дата звернення 15.01.2025)
28. Михайліченко Г. І. Туристичний потенціал: методи оцінювання та інноваційний розвиток. Проблеми економіки. 2013. № 1. URL: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2013-1\\_0-pages115\\_123.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2013-1_0-pages115_123.pdf) (дата звернення 20.01.2025)
29. Міжгородська, А. О. Аналіз і оцінка туристичного потенціалу Чернігівської області URL: <https://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/22715;jsessionid=397D676BE4DCB19AA75177A16601885C> (дата звернення 20.01.2025)
30. Огієнко А.В. Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу URL: [http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/journal/1\\_75\\_1\\_2020\\_ukr/7.pdf](http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/journal/1_75_1_2020_ukr/7.pdf) (дата звернення 01.02.2025)
31. Озява О., Стецький В. Сучасний стан і тенденції розвитку історико-культурного туризму Чернігівської області URL: [http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/29184/1/Oziava\\_Stetskyi.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/29184/1/Oziava_Stetskyi.pdf) (дата звернення 01.02.2025)
32. Погуда Н. В, Чухіна О. В. Стратегічні напрями розвитку туризму у Чернігові URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/1\\_2019/18.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/1_2019/18.pdf) (дата звернення 01.02.2025)

33. Роїк О. Р. Оцінка привабливості туристичної сфери України в контексті адаптації до системи європейського туристичного ринку URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2023/nov/31826/vse20232-61-73.pdf> (дата звернення 07.02.2025)
34. Скупський Р. М., Завгородній А. В., Долинська О. О. Туристичний потенціал України: посткризові аспекти розвитку та державного регулювання URL: <http://ujae.org.ua/turystychnyj-potentsial-ukrayiny-postkryzovi-aspekty-rozvytku-ta-derzhavnogo-regulyuvannya/> (дата звернення 07.02.2025)
35. Табенська О. І., Прилуцький А. М. Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2494/2413> (дата звернення 07.02.2025)
36. Транченко Л., Петренко Н. В., Яворська В. Оцінка потенціалу туристичної галузі України на засадах сталості URL: [https://www.researchgate.net/publication/375356238\\_Assessment\\_of\\_the\\_potential\\_of\\_the\\_tourism\\_industry\\_of\\_Ukraine\\_on\\_the\\_basis\\_of\\_sustainability](https://www.researchgate.net/publication/375356238_Assessment_of_the_potential_of_the_tourism_industry_of_Ukraine_on_the_basis_of_sustainability) (дата звернення 07.02.2025)
37. Юхновська Ю. О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів URL: [https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30\\_69\\_4/30\\_69\\_4\\_2/11.pdf](https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_4/30_69_4_2/11.pdf) (дата звернення 18.02.2025)
38. Якубовський С. О., Кириченко О. В. Стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні в умовах глобальних викликів URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0e85b93d-76c4-463a-84d3-339196b14a7f/content> (дата звернення 18.02.2025)
39. Антонієві печери URL: <https://oldchernihiv.com/antoniyevi-pechery/> (дата звернення 18.02.2025)
40. Географія основних видів туризму URL: [https://pidru4niki.com/1633082643762/turizm/geografiya\\_osnovnih\\_vidiv\\_turizm](https://pidru4niki.com/1633082643762/turizm/geografiya_osnovnih_vidiv_turizm) (дата звернення 03.03.2025)

41. Головне управління статистики у Чернігівській області URL: <https://www.chernigivstat.gov.ua/statdani/Demog/> (дата звернення 03.03.2025)
42. Департамент культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної державної адміністрації URL: <https://cg.gov.ua/index.php?id=28229&tp=0> (дата звернення 03.03.2025)
43. Еко-готель «Бреч» URL: <https://map.fishergo.com.ua/chernigovskaya-oblast/1124-otdykh-i-rybalka-eko-otel-brech-v-chernigovskoj-oblasti.html> (дата звернення 13.03.2025)
44. Закон України "Про туризм" URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 13.03.2025)
45. Історія виникнення та заселення Чернігова URL: <https://ukrskr.com.ua/chernig/istoriya-viniknennya-chernigova> (дата звернення 13.03.2025)
46. Історія Чернігова URL: <https://chernihiv.travel/ua/istoriya-chernigova> (дата звернення 27.03.2025)
47. Концепція туризму URL: <https://geographicbook.com/concept-of-tourism/> (дата звернення 27.03.2025)
48. Концепція туристичного продукту URL: <https://www.tourismbeast.com/tourism-product-concept/> (дата звернення 27.03.2025)
49. Національна система туристичної статистики України URL: [https://nto.ua/nsts\\_analytics\\_ua.html](https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html) (дата звернення 02.04.2025)
50. Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» URL: <https://baturin-capital.gov.ua/> (дата звернення 02.04.2025)
51. Національні природні парки та заповідники Чернігівської області URL: <https://www.nationalparks.in.ua/pryrodni-parky/chernigiv/> (дата звернення 02.04.2025)
52. Офіційний сайт «UkraineInvest» туризм URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/industries/tourism/> (дата звернення 07.04.2025)

53. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення 07.04.2025)
54. Офіційний сайт ЮНВТО Всесвітня туристична організація URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення 07.04.2025)
55. Переліки об'єктів культурної спадщини URL: <https://dkult.cg.gov.ua/index.php?id=37904&tp=1&pg=> (дата звернення 16.04.2025)
56. Проект організації території регіонального ландшафтного парку «Ялівщина», охорони, відтворення та рекреаційного використання його природних комплексів та об'єктів URL: <https://cg.gov.ua/docs/1/2023/09/2900945.pdf> (дата звернення 16.04.2025)
57. Рис. 2.1. Географічна карта Чернігівської області URL: [https://studfile.net/html/2706/1038/html\\_\\_frbkbcTJ\\_EuGx/htmlconvd\\_sF1sc\\_html\\_\\_56bafb30836f0641.jpg](https://studfile.net/html/2706/1038/html__frbkbcTJ_EuGx/htmlconvd_sF1sc_html__56bafb30836f0641.jpg) (дата звернення 16.04.2025)
58. Садиба Галаганів URL: <https://vandrivka.com.ua/sokyrynskyj-palats-s-sokyryntsi/> (дата звернення 25.04.2025)
59. Свято-Успенська церква, Стара Талалаївка URL: <https://travels.in.ua/uk-UA/object/2730/svyato-uspenska-tserkva> (дата звернення 25.04.2025)
60. Стратегії туристичного маркетингу URL: <https://profiletree.com/tourism-marketing-strategies/> (дата звернення 17.05.2025)
61. Транспорт Чернігівщини URL: <https://cg.gov.ua/index.php?id=1732&tp=1>
62. Туризм в Україні URL: [https://vue.gov.ua/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC\\_%D0%B2\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96#.D0.9A.D1.83.D0.BB.D1.8C.D1.82.D1.83.D1.80.D0.BD.D0.BE.D0.BF.D1.96.D0.B7.D0.BD.D0.B0.D0.B2.D0.B0.D0.BB.D1.8C.D0.BD.D0.B8.D0.B9\\_.D1.82.D1.83.D1.80.D0.B8.D0.B7.D0.BC](https://vue.gov.ua/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96#.D0.9A.D1.83.D0.BB.D1.8C.D1.82.D1.83.D1.80.D0.BD.D0.BE.D0.BF.D1.96.D0.B7.D0.BD.D0.B0.D0.B2.D0.B0.D0.BB.D1.8C.D0.BD.D0.B8.D0.B9_.D1.82.D1.83.D1.80.D0.B8.D0.B7.D0.BC) (дата звернення 17.05.2025)
63. Туристичний продукт URL: [https://pidru4niki.com/10561127/turizm/turistichniy\\_produkt](https://pidru4niki.com/10561127/turizm/turistichniy_produkt) (дата звернення 17.05.2025)

64. Туристичними шляхами Чернігова URL: [https://old.libkor.com.ua/php/editions\\_files/Turystychnymy\\_shliahamy\\_Chernigova.pdf](https://old.libkor.com.ua/php/editions_files/Turystychnymy_shliahamy_Chernigova.pdf) (дата звернення 01.06.2025)
65. Туристські ресурси України: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання. Харків: НУЦЗУ, 2020. С. 209 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2641/2559> (дата звернення 01.06.2025)
66. Фізико-географічні характеристики Чернігівської області URL: <https://studfile.net/preview/9967451/page:3/> (дата звернення 11.06.2025)
67. Чернігів стародавній URL: <https://oldchernihiv.com/> (дата звернення 11.06.2025)
68. Чернігівська броварня AB InBev Efes URL: <https://abinbevefes.com.ua/> (дата звернення 11.06.2025)
69. Чернігівська міська територіальна громада URL: <https://chernihiv.travel/ua> (дата звернення 19.06.2025)
70. Чернігівська обласна філармонія URL: <https://www.nota.net.ua/> (дата звернення 19.06.2025)
71. Чернігівський Дитинець (Вал) URL: <https://chernihiv.travel/ua/place/dytynets-val> (дата звернення 19.06.2025)
72. Чернігівський дитинець (Вал) URL: <https://oldchernihiv.com/chernigivskiy-ditinets-val/> (дата звернення 08.08.2025)
73. Чернігівський обласний історичний музей ім. В. Тарновського URL: [https://museum-portal.com/ua/muzeyi/69\\_chernigivskiy-oblasniy-istorichniy-muzei-im--v--tarnovskogo](https://museum-portal.com/ua/muzeyi/69_chernigivskiy-oblasniy-istorichniy-muzei-im--v--tarnovskogo) (дата звернення 08.08.2025)

ДОДАТКИ

## Додаток А

**СЕКЦІЯ 1. ТЕНДЕНЦІ ГЛОБАЛЬНОГО, НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТ ІННІОСІ: ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, БЕЗПЕКА ТА СТРАХУВАННЯ, ЛОГІСТИКА**

УДК 338.48(477.51)

**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ВІД РУІН ДО ВІДРОДЖЕННЯ**

**Владислав Авраменко,**

*здобувач ОС Магістр,*

*ОП «Міжнародний туристичний бізнес»*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Ірина Кудінова*

Чернігівська область, сповнена історичних та культурних скарбів, завжди мала всі передумови для того, щоб стати одним з провідних туристичних напрямків України. Проте, жорстока реальність воєнних дій внесла свої корективи, залишивши глибокі рани на туристичній інфраструктурі та в серцях місцевих жителів. Але саме в такі часи, коли здається, що все втрачено, особливо важливо не опускати руки, а шукати шляхи для відродження та розвитку.

Туристичний потенціал Чернігівщини – це не лише стародавні храми та монастирі, а й мальовничі річки та ліси, автентичні села та гостинні люди. Це земля, де кожен камінь дихає історією, а кожна стежка веде до нових відкриттів.

Проте, війна безжалюно зруйнувала багато туристичних об'єктів, залишивши по собі руїни та спустошення. Але саме ці руїни можуть стати символом незламності українського духу та початком нового етапу в розвитку туризму.

Відновлення туристичної інфраструктури – це першочергове завдання. Необхідно не лише відбудувати зруйновані готелі та ресторани, а й створити сучасні туристичні комплекси, які б відповідали міжнародним стандартам. Важливо також подбати про розвиток транспортної інфраструктури, щоб зробити регіон доступним для туристів з різних куточків України та світу [1].

Паралельно з відновленням інфраструктури необхідно активно працювати над промоцією туристичних можливостей Чернігівщини. Важливо створити сучасний туристичний бренд регіону, який би відображав його унікальність та привабливість. Необхідно використовувати всі доступні канали комунікації, включаючи соціальні мережі, онлайн-платформи та міжнародні туристичні виставки, для того, щоб розповісти світу про Чернігівщину.

Особливу увагу слід приділити розвитку культурно-історичного туризму. Чернігівщина має безліч історичних пам'яток, які можуть зацікавити туристів з усього світу. Важливо не лише зберегти ці пам'ятки, а й створити інтерактивні

музеї та екскурсійні маршрути, які б розповідали про історію регіону в цікавій та доступній формі. Наприклад, можна розробити екскурсії, присвячені історії Чернігівського князівства, періоду козацтва або подіям Другої світової війни [2].

Екологічний туризм також має великий потенціал для розвитку в Чернігівській області. Регіон має багато мальовничих природних об'єктів, які можуть стати основою для розвитку екотуризму. Важливо створити екологічні маршрути, які б дозволили туристам насолоджуватися красою природи, не завдаючи їй шкоди.

Сільський туризм – це ще один перспективний напрямок розвитку туризму в Чернігівській області. Регіон має багато автентичних сіл, де туристи можуть познайомитися з традиційною українською культурою та побутом.

Важливо створити мережу сільських садиб, які б пропонували туристам комфортне проживання та різноманітні розваги. Наприклад, можна організувати майстер-класи з народних ремесел, дегустації місцевих страв, кінні прогулянки та риболовлю.

Для успішного розвитку туризму в Чернігівській області необхідно об'єднати зусилля органів влади, бізнесу та громадськості. Важливо створити сприятливий інвестиційний клімат, який би залучав інвесторів у туристичну галузь. Необхідно також підтримувати місцевий бізнес, який працює в сфері туризму. Наприклад, можна організувати тренінги та семінари для підприємців, надати їм пільгові кредити та гранти [3,4].

Чернігівська область має всі шанси стати одним з провідних туристичних центрів України. Але для цього необхідно не лише відновити зруйноване, а й створити щось нове, щось унікальне, що б приваблювало туристів з усього світу. Важливо пам'ятати, що туризм – це не лише джерело доходу, а й можливість розповісти світу про Україну, її історію та культуру [5].

Список використаних джерел

1. Чернігівська обласна державна адміністрація. URL: <https://cg.gov.ua/index.php?tp=main>
2. Міжгородська, А. О. Аналіз і оцінка туристичного потенціалу Чернігівської області: дипломна робота. - Чернігів, 2021.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.31.2025).
4. Антоненко І. Я., Харенко В. С. Розвиток туристичного потенціалу Чернігівського регіону // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 2. – С. 24-28.
5. Офіційний сайт Департаменту культури і туризму Чернігівської ОДА. URL: <https://dkult.cg.gov.ua/> (дата звернення: 14.03.2025).



## Додаток Б

### Паспорт пілігрима



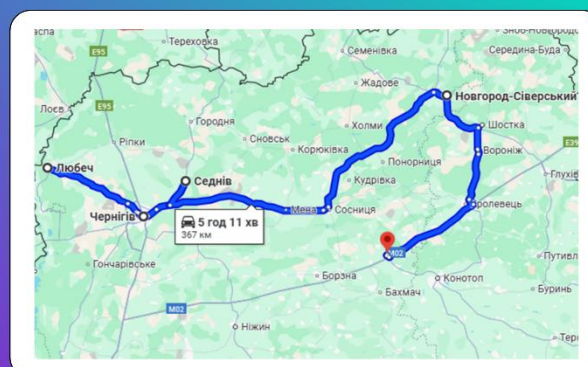
Маршрут: "Camino Chernihivense" — «Духовний шлях Чернігова»

Власник паспорта: \_\_\_\_\_

Дата початку паломництва: \_\_\_\_\_

Дата завершення: \_\_\_\_\_

Паспорт засвідчує участь власника в паломницькому маршруті «Camino Chernihivense». На кожній зупинці подорожній отримує штамп як підтвердження проходження етапу.



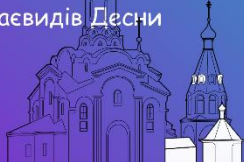
#### Етап 1. Любеч - початок шляху

GPS: 51.70017163195732, 30.659283092437864

- Антоніїв монастир
- Пам'ятник святому Антонію Печерському
- Прогулянка старовинними вулицями Любеча, огляд краєвидів Десни



Штамп



#### Етап 2. Любеч → Чернігів (52 км)

GPS: 51.49780192228677, 31.27198413893263

- Перехід вздовж Десни через лісові масиви
- Спасо-Преображенський собор (XI ст.)
- Борисоглібський собор
- Антонієві печери та Іллінська церква
- Катерининська церква



Штамп

**Етап 3. Чернігів → Седнів (20 км)**

GPS: 51.646818569669385, 31.561804893364425

- Прогулянка луками та лісами
- Георгіївська церква
- Садиба Лизогубів
- Старий млин над річкою Снов



Штамп

**Етап 4. Седнів → Новгород-Сіверський (частково трансфер / ≈25 км пішки)**

GPS: 51.99724462169596, 33.26163313223338

- Спасо-Преображенський монастир (XI-XII ст.)
- Музей «Слово о полку Ігоревім»



Штамп

**Етап 5. Новгород-Сіверський → Батурин (≈30-35 км)**

GPS: 51.34181430470567, 32.877433476454414

- Прогулянка вздовж мальовничих берегів Сейму, зупинка біля скиту
- Крупицько-Батуринський Микола-Крупицький монастир
- Цитадель гетьманів



Штамп

Паломник, який пройшов усі етапи, отримує сертифікат «Compostela Chernihivensis» як підтвердження подолання Шляху Чернігівських святинь.



## Додаток В

Таблиця 1.3

**Природно-географічні характеристики ресурсної бази збалансованого сталого розвитку потенціалу туристичної та курортно-рекреаційної сфери регіонів України**

Регіони	Площа території, тис. км <sup>2</sup>	Частка у площі України, %	Площа, вкрита лісовою рослинністю, тис. га	Лісистість території, %	Поверхневий стік, км <sup>3</sup>	Підземний стік, км <sup>3</sup>	Питомі середні місцеві ресурси річкового стоку, тис. м <sup>3</sup> /км <sup>2</sup>	На 1 особу, тис. м <sup>3</sup>
Україна	603,6	100	9573,9	16,5	39,4	13,0	86,8	1,04
Вінницька обл.	26,513	4,39	346,5	13,3	2,20	0,25	93,2	1,34
Волинська обл.	20,144	3,34	624,6	31,7	1,58	0,60	107,9	2,04
Дніпропетровська обл.	31,974	5,30	179,2	5,9	0,71	0,16	27,3	0,23
Донецька обл.	26,517	4,39	184,1	7,1	1,01	0,24	38,5	0,20
Житомирська обл.	29,832	4,94	1001,6	34,1	2,50	0,67	105,4	2,17
Закарпатська обл.	12,777	2,12	656,7	52,2	6,39	1,53	618,7	6,13
Запорізька обл.	27,180	4,50	101,0	4,0	0,48	0,15	22,8	0,30
Івано-Франківська обл.	13,928	2,31	571,0	41,7	3,33	1,26	330,2	3,14
Київська обл.	28,131	4,66	624,1	23,7	1,45	0,59	70,6	0,45
Кіровоградська обл.	24,588	4,07	164,5	6,9	0,80	0,15	11,0	0,22
Львівська обл.	26,081	3,62	621,2	29,0	3,27	1,65	225,7	1,80
Миколаївська обл.	24,598	4,08	98,2	4,2	0,52	0,06	23,2	0,43
Одеська обл.	33,310	5,52	203,9	6,5	0,27	0,08	10,5	0,14
Полтавська обл.	28,748	4,76	247,4	9,1	1,44	0,50	67,4	1,14
Рівненська обл.	20,047	3,32	729,3	37,2	1,56	0,77	115,9	1,96
Сумська обл.	23,834	3,95	425,0	18,1	1,79	0,66	102,9	1,88
Тернопільська обл.	13,823	2,29	183,2	13,4	1,01	0,80	131,2	1,55
Харківська обл.	31,415	5,20	378,3	12,3	1,28	0,38	52,9	0,55
Херсонська обл.	28,461	4,71	116,3	4,8	0,11	0,04	4,9	0,11
Хмельницька обл.	20,645	3,42	265,1	13,1	1,58	0,56	103,9	1,44
Черкаська обл.	20,900	3,46	315,1	16,1	0,72	0,29	48,3	0,68
Чернівецька обл.	8,097	1,34	236,7	29,9	0,93	0,30	151,8	1,31

*Продовження таблиці 1.3*

Чернігівська обл.	31,865	5,28	665,7	21,3	2,73	0,78	108,2	2,61
м. Київ	0,839	0,14	31,3	40,7	–	–	–	–

*Джерело: розроблено автором на основі [26].*

## Додаток Г

Таблиця 1.4

## Групи факторів для оцінювання потенціалу туристичної галузі регіону

Група	Фактори
Історико-культурна спадщина	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Насиченість території історико-культурними пам'ятками;</li> <li>– рівень значущості історико-культурних пам'яток (світове, національне, державне надбання);</li> <li>– кількість необхідного та достатнього часу для огляду цінностей, що розраховується задля порівняння різних територій для розвитку історико-культурного туризму;</li> <li>– історична, культурна, інша цінність пам'яток;</li> <li>– сучасний стан та рівень збереженості історико-культурних ресурсів</li> </ul>
Природно-рекреаційні умови та ресурси	Рельєфні особливості, водні ресурси, природні ландшафти та територіальне зонування, ґрунтовий покрив, гідромінеральні запаси, сільськогосподарські землі, мінерально-сировинні ресурси, лісові масиви, кліматичні та біокліматичні умови тощо.
Інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Забезпеченість території засобами розміщення для різних категорій туристів та рекреантів;</li> <li>– кількість місць у засобах розміщення;</li> <li>– коефіцієнт завантаження засобів розміщення;</li> <li>– прибуток із розрахунку на 1 місце у закладах розміщення;</li> <li>– кількість працівників означеної галузі;</li> <li>– середня площа засобів розміщення в розрахунку на 1 місце, м<sup>2</sup>;</li> <li>– кількість підприємств ресторанного господарства;</li> <li>– кількість посадочних місць у підприємствах ресторанного господарства в розрахунку на тисячу жителів регіону;</li> </ul>
Інформація	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Нормативно-правове забезпечення у сфері розвитку та використання засобів масової інформації;</li> <li>– стан розвитку медіа, інформаційних систем і технологій;</li> <li>– технічний потенціал застосування інформаційних систем і технологій учасниками туристично-рекреаційної діяльності;</li> <li>– забезпеченість галузі туристично-рекреаційної діяльності спеціалізованими інформаційними продуктами.</li> </ul>
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обсяг державної підтримки туризму та рекреації;</li> <li>– витрати споживачів на туристично-рекреаційні послуги;</li> <li>– інвестиції підприємств у розробку та впровадження новітніх технологій використання туристичних ресурсів;</li> <li>– фінансування заходів, спрямованих на підвищення якості обслуговування та рівня туристичних послуг.</li> </ul>
Інвестиції	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обсяг внутрішніх та зовнішніх інвестицій у сферу туризму та рекреації;</li> <li>– частка реальних та портфельних інвестицій у галузі;</li> <li>– кількість укладених інвестиційних угод;</li> <li>– фінансування з боку інвесторів будівництва, реконструкції та модернізації туристично-рекреаційних об'єктів;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– інвестиції у створення та розвиток інфраструктурних об'єктів туризму та рекреації;</li> <li>– кількість новостворених підприємств завдяки інвестиційним проектам.</li> </ul>
Управління	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наявність нормативно-правових актів, що регламентують діяльність туристично-рекреаційної галузі;</li> <li>– показники ефективності управлінських процесів;</li> <li>– рівень оперативності роботи управлінських органів;</li> <li>– надійність функціонування системи управління;</li> <li>– стабільність управлінської структури.</li> </ul>
Соціальні умови	<ul style="list-style-type: none"> <li>– кількість працівників, задіяних у туристично-рекреаційній галузі;</li> <li>– кількість навчальних закладів, що здійснюють підготовку фахівців туристичного спрямування;</li> <li>– ліцензійний обсяг підготовки кадрів у навчальних закладах відповідного профілю.</li> </ul>
Кадрове забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наявність ринку праці для забезпечення туристично-рекреаційних підприємств персоналом;</li> <li>– діяльність фахівців і консалтингових компаній з підбору кадрів;</li> <li>– навчальні заклади різних рівнів, що готують спеціалістів у сфері туризму та рекреації;</li> <li>– освітні установи, які здійснюють підготовку фахівців економічного та юридичного профілю для галузі.</li> </ul>
Екологічні умови	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рівень забруднення атмосферного повітря, поверхневих та підземних вод, стан ґрунтів;</li> <li>– наявність електромагнітного випромінювання, шумового та радіаційного забруднення.</li> </ul>
Архітектурно-естетичні умови	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наявність природних заповідників;</li> <li>– об'єкти архітектурної та містобудівної спадщини;</li> <li>– пам'ятки археології та історії.</li> </ul>

Джерело: [30]

## Додаток Д

Таблиця 1.6

**Інтегральна оцінка привабливості розвитку туристичної сфери України  
в контексті адаптації до системи європейського туристичного ринку**

Характеристика факторів	Назва факторів	Оцінка факторів		Стандартизовані значення	
		2021	2022	2021	2022
Фактори привабливості	Історико -культурна спадщина регіону, унікальні пам'ятки культури та історії	5	5	1	1
	Природні ресурси та заповідники	5	5	1	1
	Матеріальна база туризму та рекреації	2	1	0,4	0,2
	Туристично-географічне розташування регіону	5	5	1	1
<i>Зведений інтегральний індекс компонентів</i>				0,85	0,8
Економічні фактори	Співвідношення ціни та якості туристичних та рекреаційних послуг	2	1	0,4	0,2
	Якість туристичних та рекреаційних послуг	2	1	0,4	0,2
	Рівень цін на послуги відпочинку	4	2	0,4	0,8
	Розвиток каналів збуту туристичних та рекреаційних послуг	2	2	0,4	0,4
<i>Зведений інтегральний індекс компонентів</i>	Використання сучасних маркетингових інструментів підприємствами туристичної галузі	3	2	0,6	0,4
				0,52	0,32
Фактори безпеки	Гарантія безпеки	3	2	0,6	0,4
	Загроза міжетнічних та внутрішніх конфліктів, ступінь небезпеки для туристів	3	1	0,6	0,2
<i>Зведений інтегральний індекс компонентів</i>				0,6	0,3
	Екологічна чистота туристичних територій	5	4	1	0,8

<i>Продовження таблиці 1.6</i>					
Фактори навколишнього середовища	Доглянутість території	4	1	0,8	0,2
	Система екологічного моніторингу	3	2	0,8	0,4
<i>Зведений інтегральний індекс компонентів</i>				<i>0,80</i>	<i>0,47</i>
Технологічні фактори	Розвиток транспортної інфраструктури	4	1	0,8	0,2
	Стан комунальних послуг	3	1	0,6	0,2
	Система життєзабезпечення	4	3	0,8	0,6
<i>Зведений інтегральний індекс компонентів</i>				<i>0,73</i>	<i>0,33</i>
Фактори іміджу	Сила впливу України як туристичного центру ринок туристичних послуг	3	5	0,6	0,1
<i>Зведений інтегральний індекс компонентів</i>				<i>0,6</i>	<i>0,1</i>
<b><i>Інтегральний індекс для оцінки привабливості розвитку туризму в Україні</i></b>				<b><i>0,684</i></b>	<b><i>0,537</i></b>

*Джерело: [36]*