

Т. В. Зубехіна,
к. пед. н. доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Луцький національний технічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9929-4405>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.9.88

РЕГІОНАЛЬНА ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

Т. Zubekhina,
PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Catering Industry,
Lutsk National Technical University, Ukraine

REGIONAL ASSESSMENT OF DEVELOPMENT TRENDS OF CULTURAL TOURISM ENTITIES

Стаття присвячена комплексному дослідженню актуальних тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму на регіональному рівні, що є ключовим аспектом ефективного використання багатого історико-культурного потенціалу України. Обґрунтовано критичну важливість регіональної оцінки тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму, що дозволяє ідентифікувати ключових учасників ринку, їхні сильні та слабкі сторони, а також визначити динаміку розвитку галузі, існуючі можливості та потенційні загрози. На основі отриманих даних стає можливим розробка більш ефективних та адаптованих до регіональних особливостей стратегій розвитку культурного туризму. Водночас, окреслено ключові проблеми, що стримують розвиток суб'єктів культурного туризму, включаючи безпекові виклики, обмежене фінансування, недостатню інфраструктуру, відтік кваліфікованих кадрів, нерозвинену систему маркетингу та високу конкуренцію між регіонами. Для подолання зазначених проблем та підвищення ефективності діяльності суб'єктів культурного туризму запропоновано комплекс практичних рекомендацій, згрупованих за такими категоріями: персоналізація та покращення досвіду відвідувачів, активне використання цифрових технологій, розвиток партнерства та співпраці, підвищення якості та автентичності пропозиції, сталий розвиток та відповідальний туризм, а також управління якістю та професійний розвиток.

The article is devoted to a comprehensive study of current trends in the development of cultural tourism entities at the regional level, which is a key aspect of the effective use of the rich historical and cultural potential of Ukraine. In the context of the growing role of cultural tourism as an important factor in socio-economic development, special attention is paid to the need for a deep understanding of the specifics of the functioning and prospects for the development of key players in the industry within individual regions.

The critical importance of regional assessment of trends in the development of cultural tourism entities is substantiated, which allows identifying key market participants, their strengths and weaknesses, as well as determining the dynamics of the industry's development, existing opportunities and potential threats. Based on the data obtained, it becomes possible to develop more effective and adapted to regional specifics strategies for the development of cultural tourism. An overview of the main methods for regional assessment of trends in the development of cultural

tourism entities is also presented, including statistical analysis, surveys and interviews with key stakeholders, secondary data analysis, SWOT analysis to identify strategic advantages and disadvantages, as well as mapping of entities to visualize their location and relationships.

Based on the analysis of statistical data for 2023–2024, in particular on tourist revenue and types of tourism, the current state and dynamics of the development of cultural tourism in Ukraine under martial law are reflected. The growth of domestic tourism, the popularity of urban tourism and excursions to historical monuments, as well as the adaptability of the industry to new realities are identified. At the same time, key problems that hinder the development of cultural tourism entities are outlined, including security challenges, limited funding, insufficient infrastructure, the outflow of qualified personnel, an underdeveloped marketing system, and high competition between regions.

To overcome these problems and increase the efficiency of cultural tourism entities, a set of practical recommendations has been proposed, grouped into the following categories: personalization and improvement of visitor experience, active use of digital technologies, development of partnerships and cooperation, improvement of the quality and authenticity of the offer, sustainable development and responsible tourism, as well as quality management and professional development.

Ключові слова: суб'єкти туризму, індустрія гостинності, збалансований розвиток, війна, регіональний туризм, підприємництво.

Key words: tourism actors, hospitality industry, balanced development, war, regional tourism, entrepreneurship.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Із розвитком ринкових механізмів в економіці України туристична галузь набула статусу однієї з найпривабливіших для вітчизняного підприємництва. Це зумовлено характерними рисами й широкими можливостями, які притаманні туризму. Сфера туризму є однією з найбільш перспективних для України, оскільки вона здатна задовольнити стабільно зростаючий попит населення на якісний відпочинок як у межах країни, так і за кордоном, а також демонструє стійку тенденцію до розширення. Розвиток внутрішнього туристичного ринку створює базу для формування міжнародної активності, визначаючи спеціалізацію країни у глобальному туристичному просторі. Відтак методика дослідження національного ринку туризму має комплексно охоплювати всі аспекти його функціонування, враховуючи як внутрішній, так і зовнішній сегменти.

Аналіз економічних параметрів розвитку туристичної галузі дозволяє оцінити економічний потенціал регіонів, визначити рівень національного доходу в розрахунку на одну особу, а також проаналізувати стан розвитку ключових секторів економіки. Водночас важливо вивчати державну політику щодо підтримки туризму: чи створюються стимули для розвитку галузі, чи здійснюється фінансування інфраструктурних проєктів та наскільки активною є регіональна політика у цій сфері. Вирішення цих завдань має стратегічне значення для закріплення позицій України на міжнародній туристичній арені та формування міцної інфраструктури внутрішнього туризму.

У цьому контексті особливої актуальності набуває дослідження регіональних особливостей розвитку туризму, адже саме на рівні регіонів формується основа національного туристичного потенціалу. Ефективна регіональна політика у сфері туризму вимагає глибокого аналізу сучасних тенденцій, стану інфраструктури, діяльності суб'єктів туристичного ринку та рівня культурної пропозиції. Тому важливим напрямом подальших досліджень є регіональна оцінка тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму, яка дозволить виявити перспективи зростання, окреслити актуальні виклики та визначити напрями підвищення конкурентоспроможності регіонів на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках.

Культурний туризм, що базується на залученні туристів до культурної спадщини, традицій та сучасного мистецтва певного регіону, набуває все більшого значення як важливий фактор соціально-економічного розвитку. В Україні, з її багатим історико-культурним надбанням, потенціал культурного туризму є надзвичайно високим. Проте, ефективне використання цього потенціалу вимагає глибокого розуміння тенденцій розвитку суб'єктів, які безпосередньо формують культурну туристичну пропозицію на регіональному рівні.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій періодиці висвітлено сучасні підходи до визначення поняття культурного туризму та загальні тенденції його розвитку. Зокрема, Паньків Н., Сагайдак В. у своїй статті аналізують історію виникнення культурно-пізнавального туризму, його розвиток в Україні, зокрема у Львівській області, та надає рекомендації щодо збе-

реження і використання культурної спадщини. Окрему увагу приділено руйнуванням українських пам'яток внаслідок агресії росії й необхідності захисту національної ідентичності через збереження культурної спадщини [1].

Охріменко А.Г., Старовойт В.В. розглядають взаємозв'язок між розвитком людського капіталу та цифровізацією у сфері туристичного та готельного бізнесу, обґрунтовуючи необхідність стратегічного управління людським капіталом для адаптації до цифрових змін, підвищення конкурентоздатності та оптимізації бізнес-процесів. У дослідженні виокремлено ключові чинники та компетентності персоналу в умовах цифровізації, а також запропоновано стратегічні напрями розвитку людського капіталу для успішного функціонування підприємств галузі [2].

У статті Осієвського В. досліджено культурний туризм Кіровоградщини як важливий чинник збереження й розвитку культурної спадщини регіону, із акцентом на його співпрацю з екотуризмом та впровадження інноваційних підходів через цифровий маркетинг і туристські нарративи. Робота базується на синергетичному та культурологічному підходах і вперше комплексно аналізує структуру й потенціал культурного туризму області [3].

Сидорук С., Матвійчук Л., Лепкий М. досліджують особливості та проблеми функціонування сфери HoReCa в Україні у воєнний період, аналізуючи її сучасний стан, фактори розвитку та пропонуючи можливі шляхи подальшого зростання. Основна мета їх дослідження полягає у визначенні стратегічної діагностики галузі в умовах війни, виявляючи її переваги, недоліки та перспективи для учасників ринку та споживачів [4].

Наукове дослідження Графської О.І., Головчук Ю.О., Четирбук О.Р. присвячене дослідженню теоретико-методологічних засад інноваційного розвитку туристичної інфраструктури в контексті регіональних економічних та туризмонавчих досліджень, аналізуючи різні підходи до визначення поняття "туристична інфраструктура" та її роль у формуванні туристичних регіонів і підвищенні якості обслуговування. Основний акцент зроблено на розумінні туристичної інфраструктури як галузі економіки з власною внутрішньою структурою, що потребує постійного розвитку та модернізації для сприяння туристичній спеціалізації територій [5].

Однак, аналіз опублікованих наукових праць виявив певну невисвітленість проблем розвитку культурного туризму, що визначає рівень їх актуальності.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета полягає у здійсненні регіонального аналізу тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму в Україні, виявленні ключових проблем і можливостей для подальшого зростання галузі. До завдань відносимо вивчити теоретичні засади функціонування суб'єктів культурного туризму, проаналізувати статистичні дані щодо розвитку культурного туризму в регіонах України, визначити ключові тенденції та проблеми галузі та запропонувати практичні рекомендації для підвищення ефективності діяльності суб'єктів культурного туризму.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Культурний туризм є одним із провідних напрямів сучасної туристичної індустрії, що сприяє не лише еко-

номічному зростанню, а й збереженню національної культурної спадщини. В умовах глобалізації та регіоналізації особливого значення набуває вивчення розвитку суб'єктів культурного туризму на регіональному рівні. Це дозволяє виявити специфіку, тенденції та перспективи розвитку туристичної діяльності з урахуванням історико-культурних особливостей кожного регіону. Суб'єкти культурного туризму включають як державні, так і приватні організації, що займаються створенням, популяризацією та реалізацією культурно-туристичних продуктів. До них належать музеї, театри, культурні центри, туристичні оператори, що спеціалізуються на культурних маршрутах.

Дослідження та оцінка тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму на регіональному рівні є критично важливими з кількох причин. По-перше, це дозволяє виявити ключових гравців та їхні особливості, сильні та слабкі сторони. По-друге, допомагає зрозуміти динаміку розвитку галузі в конкретному регіоні, визначити існуючі можливості та загрози. По-третє, на основі отриманих даних можна розробляти більш ефективні стратегії розвитку культурного туризму, враховуючи специфіку кожного регіону.

До основних суб'єктів культурного туризму належать:

— Заклади культури (музеї, театри, галереї, бібліотеки, концертні зали).

Спостерігається тенденція до їхньої модернізації, впровадження інтерактивних технологій, розширення спектру послуг (освітні програми, майстер-класи), активнішої комунікації з аудиторією через онлайн-платформи. Зростає розуміння необхідності адаптації контенту та форматів до потреб різних вікових груп та інтересів туристів.

— Органи охорони культурної спадщини (заповідники, історико-культурні комплекси).

Основні тенденції включають посилення заходів з консервації та реставрації об'єктів, розвиток інфраструктури для відвідувачів (інформаційні центри, навігація), створення привабливих туристичних маршрутів та програм, спрямованих на популяризацію історичної та культурної цінності об'єктів.

— Туристичні оператори та агенції.

Вони відіграють ключову роль у формуванні та просуванні культурних турів. Спостерігається тенденція до розширення пропозиції тематичних турів (історичні, гастрономічні, мистецькі), розробки індивідуальних та нішевих продуктів, активного використання цифрових каналів продажів та маркетингу, налагодження партнерських відносин з місцевими культурними інституціями.

— Заклади розміщення та харчування з культурною складовою (етно-готелі, ресторани з національною кухнею, ремісничі майстерні).

Тут простежується зростання інтересу до автентичності та локальності. Туристи все більше цінують можливість зануритися в місцеву культуру через проживання в унікальних місцях, дегустацію традиційних страв та знайомство з народними промислами.

— Органи місцевого самоврядування.

Їхня роль полягає у створенні сприятливого середовища для розвитку культурного туризму через роз-

робку місцевих програм, підтримку культурних ініціатив, покращення туристичної інфраструктури, просування регіону як культурно привабливої дестинації. Спостерігається тенденція до активнішої співпраці з представниками туристичного бізнесу та культурних інституцій.

— Неурядові організації та культурні ініціативи.

Вони часто виступають рушійною силою розвитку культурного туризму, реалізуючи інноваційні проекти, організовуючи фестивалі, мистецькі акції, освітні програми, сприяючи залученню місцевих громад до туристичної діяльності.

Для проведення ефективної регіональної оцінки тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму можуть бути використані різноманітні методи, включаючи: статистичний аналіз, опитування та інтерв'ю, аналіз вторинних даних, SWOT-аналіз, картування суб'єктів (рис. 1).

Регіональна оцінка тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму є важливим інструментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та розробки ефективних стратегій розвитку галузі. Виявлені тенденції свідчать про зростаючу увагу до якості туристичної пропозиції, автентичності, використання сучасних технологій та активної співпраці між різними зацікавленими сторонами. Подальші дослідження в цій сфері повинні бути спрямовані на більш глибокий аналіз впливу зовнішніх факторів (економічних, політичних, соціальних) на розвиток культурного туризму в регіонах України та розробку практичних рекомендацій для підвищення його конкурентоздатності та сталого розвитку. Таким чином, для ефективного планування розвитку культурного туризму важливо враховувати не лише загальні тенденції, а й актуальні зміни в туристичній поведінці населення. Відповідно до результатів опитування проведеного ДАРТ, після 24 лютого 2022 року понад 45,3% учасників дослідження здійснювали туристичні подорожі Україною. Водночас 54,7% респондентів з початку повномасштабного вторгнення жодного разу не мандрували країною з туристичною метою [6].

Серед тих, хто подорожував Україною протягом останніх півтора року:

— 26% відвідали інші регіони 1—2 рази;

— 12% здійснили 3—5 подорожей;

— 7,3% подорожували більше ніж 5 разів.

Щодо уподобань у видах туризму, результати виглядають наступним чином:

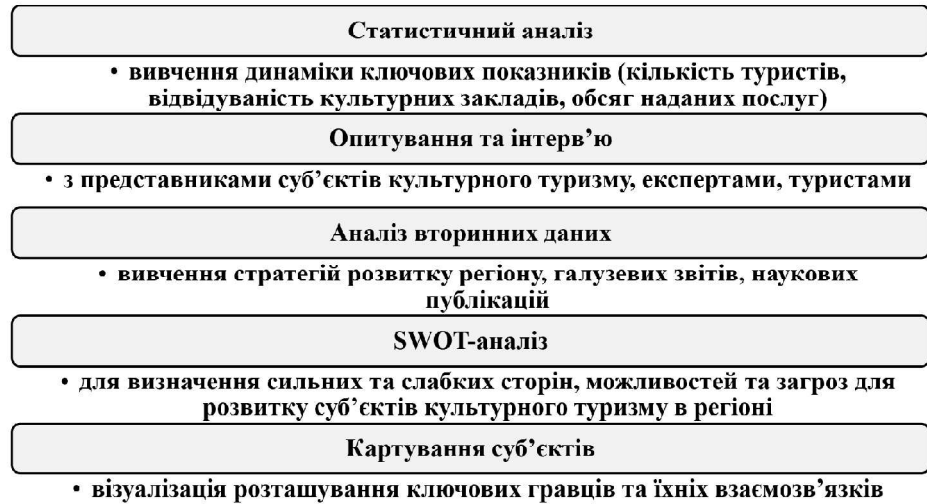


Рис. 1. Основні методи регіональної оцінки тенденцій розвитку суб'єктів культурного туризму

Джерело: розроблено автором.

— 54% надають перевагу міському туризму та пішим прогулянкам;

— 28,4% обирають екскурсії до історичних пам'яток та музеїв;

— 23,1% відпочивають на пляжах;

— 22,8% беруть участь у фестивалях та різноманітних заходах;

— 21,8% захоплюються гастрономічними турами;

— 16% надають перевагу активному відпочинку;

— 11% обирають екотуризм;

— близько 9% займаються рекреаційним туризмом (рис. 2).

Згідно з результатами опитування, у 23,4% українців ставлення до подорожей із початком повномасштабної війни не змінилося. Водночас 23,2% відмовилися від подорожей через фінансові труднощі. 21,1% респондентів вважають, що мандруючи, вони підтримують економіку України. Ще 20,7% утримуються від поїздок через загрозу безпеці, а 11,7% вважають подорожі під час війни недоречними [6].



Рис. 2. Результати опитування, щодо вибору виду туризму

Джерело: сформовано на основі [6, 7].

Таблиця 1. Аналіз статистичних даних щодо розвитку культурного туризму в регіонах України станом на 2024 рік

Регіон	Туристичний збір 2024 (грн)	Динаміка в порівнянні 2023 року	Особливості
Київ	34,4 млн	+62%	Часткове відновлення після падіння 2022 року
Львівська область	майже 33 млн	+42% до 2021 року	Висока активність завдяки культурній спадщині
Івано-Франківська область	22,7 млн	+120% до 2021 року	Сильний приріст завдяки внутрішньому туризму
Закарпатська область	майже 16 млн	+33% до 2021 року	Стійкий розвиток завдяки природним ресурсам
Київська область	10,7 млн	+50% до 2023 року	Часткове відновлення
Дніпропетровська область	10,8 млн	+18%	Активізація внутрішнього туризму
Луганська область	34 тис.	- (значне падіння)	Військові дії, мінімальна туристична активність
Херсонська, Харківська, Донецька області	-	Значне падіння	Бойові дії, окупація

Джерело: розроблено автором на основі [7].

Найактивніше українці подорожують улітку — про це свідчать відповіді 47,6% опитаних. Навесні мандрують лише 4,3%, восени — 2,8%, а взимку — 2,2%. При цьому для 43,2% опитаних сезон року не має значення для вибору часу поїздки. Щодо чинників, які впливають на планування подорожей: 56% українців орієнтуються на час відпустки або канікул, для 22% вирішальним є вартість подорожі, ще для 22% важливими є погодні умови. Опитування було проведено в період із 18 по 28 серпня 2023 року серед 5525 осіб віком від 14 до 34 років [6].

За перші три квартали 2024 року місцеві бюджети громад отримали близько 173 мільйонів гривень туристичного збору. Це на 21% більше порівняно з аналогічним періодом 2023 року, коли було зібрано трохи понад 143 мільйони гривень. Водночас ця сума на 30% менша, ніж за січень-вересень 2021 року, коли до повномасштабної війни туризм приніс громадам приблизно 244 мільйони гривень [7].

Таблиця 2. Основні тенденції, що впливають на розвиток культурного туризму в регіональному вимірі

Основні тенденції	Характеристика
Зростання внутрішнього туризму	Через обмеження на виїзд та безпекові ризики українці більше подорожують країною
Популяризація локальної культурної спадщини	Зростання інтересу до історичних пам'яток, ремесел, народних свят та гастрономічних традицій
Розвиток культурно-подієвого туризму	Організація фестивалів, культурних заходів і реконструкцій стимулює приїзд туристів
Інтеграція цифрових технологій	Активне використання аудіогідів, віртуальних турів та мобільних додатків для туристів
Акцент на безпечні маршрути	Створення безпечних маршрутів і туристичних продуктів у стабільних регіонах
Залучення міжнародних проєктів та грантів	Підтримка європейських і міжнародних організацій для розвитку та збереження культурної спадщини

Джерело: розроблено автором.

За даними Державного агентства розвитку туризму загалом більшість регіонів України демонструють приріст туристичного збору, попри значні втрати в областях, найбільш постраждалих від бойових дій — Херсонській, Харківській, Донецькій та Луганській. Особливо помітне зростання туристичних надходжень зафіксоване в північних регіонах — на 56% у порівнянні з минулим роком. У південних областях приріст склав 41%, у західних — 17%, а в центральних — 10%. До п'ятірки регіонів-лідерів за обсягами туристичного збору увійшли Київ і кілька областей. Столиця отримала 34,4 мільйона гривень, що суттєво більше порівняно з минулим роком (21,2 мільйона гривень), однак у порівнянні з 2021 роком сума впала майже удвічі (було близько 68 мільйонів гривень) [7].

Деякі регіони змогли перевищити довоєнні показники. Так, Львівщина за дев'ять місяців 2024 року збрала майже 33 мільйони гривень туристичного збору, що на 42% більше, ніж у 2021 році. Івано-Франківська область показала ще вищі темпи зростання — на 120%, зібравши 22,7 мільйона гривень (у 2021 році — 10,3 мільйона гривень). У Закарпатській області надходження склали майже 16 мільйонів гривень, що трохи більше минулорічного результату (14,9 мільйона гривень) і на третину вище показника 2021 року (11,7 мільйона гривень). Бюджет Київської області отримав 10,7 мільйона гривень туристичного збору за дев'ять місяців 2024 року — це на третину менше за 2021 рік, однак на 50% більше, ніж у 2023-му. Дніпропетровська область завершує перелік лідерів, отримавши 10,8 мільйона гривень — практично стільки ж, скільки у 2021 році (10,7 мільйона гривень), і на 18% більше, ніж торік (9,2 мільйона гривень) [7].

Бачимо, що українська туристична сфера, незважаючи на війну, демонструє стійкість і здатність адаптуватися до нових реалій, підтримуючи місцеві бюджети та економіку країни. За період з січня по вересень 2024 року бюджети громад отримали близько 173 мільйонів гривень від туристичного збору, що на 21% більше порівняно з аналогічним періодом 2023 року.

Туризм та гостинність, як одна з ключових галузей світової економіки, сьогодні переживає період стрімких трансформацій під впливом технологічного прогресу, зростаючої уваги до сталого розвитку та мінливих очікувань споживачів. Від персоналізованого сервісу до інтеграції штучного інтелекту, від прагнення до екологічності до пошуку автентичного локального досвіду — сучасна індустрія гостинності демонструє складну палітру ключових тенденцій. Водночас, галузь стикається з низкою серйозних викликів, серед яких дефіцит кваліфікованих кадрів, зростання операційних витрат та жорстка конкуренція з нетрадиційними формами розміщення.

Суб'єкти культурного туризму в Україні демонструють адаптивність і здатність розвиватися навіть в умовах воєнного стану. Однією з провідних тенденцій стало активне зростання внутрішнього туризму: українці відкривають для себе культурні надбан-

ня рідної країни. Помітною є популяризація локальної культурної спадщини, адже зростає інтерес до історичних пам'яток, народних традицій і ремесел. Важливу роль у підтримці туристичної активності відіграють культурно-подієві заходи, які стимулюють потік відвідувачів. Також посилюється інтеграція цифрових технологій, що допомагає популяризувати культурні об'єкти через аудіогіди, віртуальні тури та мобільні додатки. Суб'єкти туризму особливо зосереджуються на створенні безпечних маршрутів, враховуючи реалії війни, а залучення міжнародних проєктів і грантів дозволяє підтримувати збереження і розвиток культурної спадщини.

Попри позитивні тенденції у розвитку культурного туризму, які свідчать про стійкість галузі навіть в умовах війни, суб'єкти туристичного ринку зіштовхуються з низкою серйозних викликів. Ці проблеми суттєво впливають на темпи зростання, якість туристичних послуг та здатність галузі повною мірою реалізувати свій потенціал. Нижче розглянуто основні труднощі, які наразі стримують розвиток культурного туризму в Україні.

Усвідомлення зазначених проблем, що стримують повноцінний розвиток суб'єктів культурного туризму, є

Таблиця 3. Проблеми, що стримують розвиток суб'єктів культурного туризму

Проблема	Характеристика
Безпечові виклики через військові дії	Постійна загроза обстрілів і нестабільність обмежують туристичну активність у регіонах
Обмежене фінансування	Нестача коштів на реставрацію пам'яток, підтримку музеїв і організацію культурних подій
Недостатня інфраструктура	Погана якість доріг, нестача сучасних готелів та інформаційних центрів для туристів
Відтік кадрів	Міграція працівників туризму та культури через війну та економічну нестабільність
Нерозвинена система маркетингу культурного продукту	Брак якісної реклами, промоційних кампаній і комунікації між туристичними суб'єктами
Висока конкуренція серед регіонів	Необхідність чітко виокремлювати унікальні риси для привернення туристичної уваги

Джерело: розроблено автором.

першим кроком до пошуку ефективних шляхів їх подолання. Для того, щоб розкрити весь потенціал культурної спадщини та забезпечити стаке зростання туристичної привабливості регіону, необхідно впроваджувати комплексні та системні заходи. Наступні практичні рекомендації спрямовані на підвищення ефективності діяльності ключових гравців галузі, оптимізацію їхньої роботи та покращення досвіду відвідувачів, що в кінце-

Таблиця 4. Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності регіональних суб'єктів культурного туризму

Категорії	Практичні рекомендації
Персоналізація та досвід відвідувачів	Вивчення та сегментація аудиторії.
	Створення індивідуальних пропозицій (тури, програми, пакети).
	Впровадження інтерактивних елементів (VR/AR, квести, майстер-класи).
	Забезпечення зручної навігації та інформаційного забезпечення (буклети, аудіогіди, мобільні додатки).
	Збір зворотного зв'язку та реагування на нього.
Цифрові технології	Створення якісної онлайн-присутності (веб-сайт, соцмережі) та активний маркетинг.
	Впровадження систем онлайн-бронювання та продажу квитків.
	Розробка мобільних додатків з інформацією та інтерактивними функціями.
	Створення віртуальних турів та онлайн-екскурсій.
	Використання інструментів веб-аналітики та аналізу даних соцмереж.
Партнерство та співпраця	Налагодження партнерства між музеями, туроператорами, готелями, ресторанами, ремісниками
	Співпраця з органами місцевого самоврядування для розвитку інфраструктури та просування регіону.
	Залучення місцевих громад до надання туристичних послуг.
	Розвиток міжрегіональної та міжнародної співпраці.
Якість та автентичність пропозицій	Збереження, реставрація та популяризація культурної спадщини.
	Підтримка місцевих традицій та ремесел (майстер-класи, ярмарки, фестивалі).
	Розвиток гастрономічного туризму (автентична кухня, кулінарні майстер-класи, дегустації).
	Розробка тематичних туристичних маршрутів.
Сталий розвиток та відповідальність	Впровадження екологічно дружніх практик.
	Підтримка місцевих громад та збереження культурної ідентичності.
	Забезпечення доступності для людей з обмеженими можливостями.
	Інформування туристів про відповідальну поведінку.
Управління якістю та професійний розвиток	Впровадження стандартів якості та заохочення до сертифікації.
	Організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу (обслуговування, екскурсійний супровід, технології, знання місцевої культури).

Джерело: розроблено автором.

вому підсумку сприятиме зростанню конкурентоздатності культурного туризму в регіон.

Підсумовуючи, підвищення ефективності діяльності суб'єктів культурного туризму в регіоні вимагає комплексного підходу, що охоплює персоналізацію досвіду відвідувачів, активне використання цифрових технологій, налагодження ефективної співпраці, збереження та популяризацію автентичної культурної спадщини, впровадження принципів сталого розвитку та постійне підвищення якості послуг і професійного рівня персоналу. Системне впровадження цих практичних рекомендацій дозволить не лише оптимізувати роботу кожного окремого суб'єкта, але й створити синергетичний ефект, що сприятиме зростанню туристичної привабливості регіону, залученню нових відвідувачів та забезпеченню сталого розвитку культурного туризму як важливої складової соціально-економічного розвитку.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження підтвердило важливість культурного туризму як вагомого чинника економічного зростання та збереження національної культурної спадщини, особливо в контексті регіонального розвитку. Аналіз діяльності суб'єктів культурного туризму виявив ключові тенденції, серед яких зростання внутрішнього туризму, популяризація локальної спадщини, розвиток культурно-подієвого туризму, інтеграція цифрових технологій та акцент на безпечних маршрутах. Попри позитивну динаміку та адаптивність галузі до умов воєнного стану, існують значні проблеми, що стримують її повноцінний розвиток, включаючи безпекові виклики, обмежене фінансування, недостатню інфраструктуру, відтік кадрів та нерозвинену систему маркетингу.

Для подолання цих проблем та підвищення конкурентоздатності регіональних суб'єктів культурного туризму запропоновано комплекс практичних рекомендацій, що охоплюють персоналізацію досвіду відвідувачів, активне використання цифрових інструментів, налагодження ефективної співпраці між усіма зацікавленими сторонами, пріоритетність збереження та популяризації автентичної культурної спадщини, впровадження принципів сталого та відповідального туризму, а також постійне підвищення якості послуг та професійного рівня персоналу. Системна реалізація цих рекомендацій сприятиме не лише оптимізації діяльності окремих суб'єктів, але й формуванню синергетичного ефекту, що забезпечить стале зростання туристичної привабливості регіону, залучення нових туристичних потоків та зміцнення позицій культурного туризму як важливої складової соціально-економічного розвитку України.

Подальші дослідження будуть спрямовані на поглиблений аналіз впливу зовнішніх факторів та розробку конкретних механізмів впровадження запропонованих рекомендацій на регіональному рівні.

Література:

1. Паньків Н., Сагайдак В. Організація культурно-пізнавального туризму. Сучасний стан та тенденції розвитку в Україні. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2022. Том. 310 № 5 (1),

С. 58—71. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-10](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-10)

2. Охріменко А.Г., Старовойт, В.В. Стратегічний підхід до управління людським капіталом в туристичному та готельному бізнесі у період цифровізації. Трансформаційна економіка. 2025. № 1 (10), С. 69—74. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-10-11>.

3. Осієвський В. Культурний туризм як фактор збереження та розвитку культурної спадщини Кіровоградщини. Fine Art and Culture Studies. 2023. № 4, С. 184—190. DOI: <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-25>.

4. Сидорук С., Матвійчук Л., Лепкий, М. Особливості стратегічної діагностики сфери HORECA у військовий період. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2023. № 2 (8), С. 5—11. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8).2023.1)

5. Графська О.І., Головчук Ю.О., Четирбук О.Р. Теоретичні засади дослідження туристичної інфраструктури як інноваційної основи регіонального розвитку туризму. Інфраструктура ринку. 2022. № 66. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-26>

6. Внутрішній туризм та зацікавленість молоді в ньому. Режим доступу: <https://ukraine.ureport.in/story/1515/>. (дата звернення: 25.04.2025).

7. Державне агентство розвитку туризму. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-podatkov-nadhodzhennya-vid-turgaluzi-po-regionah>. (дата звернення: 25.04.2025).

References:

1. Pankiv, N., and Sagaydak, V. (2022), "Organization of cultural and cognitive tourism. current state and development trends in Ukraine", Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, vol. 310, no. 5 (1), pp. 58—71. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-10](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-10)

2. Okhrimenko, A., and Starivoit, V. (2025), "Strategic approach to human capital management in tourism and hotel business in the period of digitalization", Transformational Economy, vol. 1 (10), pp. 69—74. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-10-11>

3. Osievsky, B. (2023), "Cultural tourism as a factor in saving and developing of the Kirovohrad region cultural heritage", Fine Art and Culture Studies, vol. 4, pp. 184—190. <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-25>

4. Sydoruk, S., Matviichuk, L. and Lepkyi, M. (2023), "Features of strategic diagnostics of the HORECA sphere during the military period", Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry, vol. 2 (8), pp. 5—11. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8).2023.1)

5. Hrafka, O.I., Holovchuk, Yu.O. and Chetyrbuk, O.R. (2022), "Theoretical fundamentals of research in tourism infrastructure as an innovative basis of regional tourism development", Market infrastructure, vol. 66. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-26>

6. U-Report (2025), "Domestic tourism and youth interest in it", Available at: <https://ukraine.ureport.in/story/1515/> (Accessed Accessed: 25 Apr 2025).

7. State Tourism Development Agency (2025), Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-podatkov-nadhodzhennya-vid-turgaluzi-po-regionah> (Accessed 25 Apr 2025).

Стаття надійшла до редакції 28.04.2025 р.