

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТМЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТМЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему:

**СТВОРЕННЯ КУЛЬТУРНИХ МАРШРУТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ**

Виконала:

здобувачка IV курсу

бакалаврату

групи БКД-11-22/1

спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»

Буланова Дар'я Віталіївна

Науковий керівник:

кандидатка економічних наук, доцентка,
доцентка кафедри артменеджменту та
інформаційних технологій

Воробйова Наталія Петрівна

Рецензент:

кандидатка філологічних наук,
доцентка кафедри гуманітарних
дисциплін НАКККіМ

Бугайова Оксана Іванівна

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри

№__ від__ травня 2026 року

завідувачка кафедри артменеджменту

та інформаційних технологій

_____ Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА

АНОТАЦІЯ

Буланова Д.В. Створення культурних маршрутів як інструмент розвитку туризму та збереження культурної спадщини. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Об'єктом дослідження: культурні маршрути як форма соціокультурної діяльності.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні підходи щодо створення та управління культурними маршрутами як інструментом розвитку туризму та збереження культурної спадщини.

Метою дипломної роботи є обґрунтування та розробка культурного маршруту як інструменту розвитку туризму та збереження культурної спадщини на прикладі території Бакота.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні основи культурного туризму та культурних маршрутів як інструментів збереження й популяризації культурної спадщини. Розкрито сутність культурного маршруту, його структуру, функції та значення для розвитку територій. Проаналізовано міжнародний досвід створення та функціонування культурних маршрутів, а також особливості їх використання у сфері культурного туризму. Здійснено комплексний аналіз історико-культурного та туристичного потенціалу Бакоти. Висвітлено історію розвитку території, охарактеризовано її культурні, природні та духовні ресурси, що становлять основу для формування культурного маршруту. Досліджено сучасний стан туристичної інфраструктури, туристичні потоки та основні види туризму, поширені на території Бакоти. У межах дослідження розроблено концепцію культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили», визначено його основні об'єкти, тематичне наповнення та цільову аудиторію. Запропоновано комплекс маркетингових заходів щодо просування маршруту, зокрема використання цифрових комунікацій, соціальних мереж, туристичних онлайн-платформ, брендингу території та сучасних інструментів туристичного маркетингу. Обґрунтовано перспективи

розвитку культурного маршруту як засобу популяризації культурної спадщини Бакоти та підвищення туристичної привабливості регіону.

Ключові слова: культурний туризм, культурний маршрут, Бакота, культурна спадщина, туристичний потенціал, брендинг території, туристичний продукт, культурно-пізнавальний туризм.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	7
1.1. Культурна спадщини та туризм: зміст понять.....	7
1.2. Культурні маршрути як засіб популяризації культурної спадщини....	9
1.3. Міжнародний досвід та співробітництво у сфері культурних маршрутів.....	13
Висновки до розділу 1.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ТЕРИТОРІЇ БАКОТИ.....	18
2.1. Аналіз культурно-туристичного потенціалу.....	18
2.2. Дослідження туристичного ринку та цільової аудиторії.....	26
2.3. Проблеми та перспективи розвитку культурного туризму.....	35
Висновки до розділу 2.....	38
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КУЛЬТУРНОГО МАРШРУТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ БАКОТИ.....	40
3.1. Розробка концепції культурного маршруту.....	40
3.2. Організаційно-управлінські засади реалізації.....	48
3.3. Маркетинг та просування культурного маршруту.....	52
Висновки до розділу 3	59
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ДОДАТКИ.....	67

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі культурного туризму в сучасному суспільстві та необхідністю пошуку ефективних інструментів збереження і популяризації культурної спадщини. В умовах глобалізації та активного розвитку туристичної індустрії особливого значення набуває створення культурних маршрутів як інтегрованого соціокультурного продукту, що поєднує історичні, природні та нематеріальні ресурси територій.

Такі маршрути сприяють не лише розвитку туристичної привабливості регіонів, а й формуванню культурної ідентичності, підвищенню рівня обізнаності населення та залученню місцевих громад до процесів збереження спадщини.

Особливої актуальності це набуває для маловідомих територій із високим, але недостатньо реалізованим культурним потенціалом. Однією з таких територій є Бакота, яка поєднує природні ландшафти Дністровського каньйону, історико-культурні об'єкти та елементи нематеріальної спадщини. Незважаючи на унікальність, ця територія залишається недостатньо інтегрованою у сучасний туристичний простір, що підкреслює необхідність розробки нових підходів до її розвитку та популяризації.

Метою дослідження є обґрунтування та розробка культурного маршруту як інструменту розвитку туризму та збереження культурної спадщини на прикладі території Бакота.

Завдання дослідження:

- розглянути теорію понять культурної спадщини та культурного туризму;
- означити сутність і типологію культурних маршрутів;
- проаналізувати міжнародний досвід створення культурних маршрутів;
- оцінити культурно-туристичний потенціал досліджуваної території Бакота;
- дослідити особливості туристичного ринку та цільової аудиторії;

- означити проблеми та перспективи розвитку культурного туризму;
- розробити концепцію культурного маршруту;
- означити організаційно-управлінські засади його реалізації;
- запропонувати маркетингові шляхи його просування.

Об'єкт дослідження — культурні маршрути як форма соціокультурної діяльності.

Предмет дослідження — теоретичні та практичні підходи щодо створення та управління культурними маршрутами як інструментом розвитку туризму та збереження культурної спадщини.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання розробленого культурного маршруту для популяризації території Бакота, підвищення її туристичної привабливості, а також у діяльності органів місцевого самоврядування, туристичних організацій та закладів культури. Запропоновані підходи можуть бути використані для розвитку інших маловідомих територій України.

Основні положення та результати дослідження були представлені у вигляді доповіді на навчальних заняттях та обговорені в межах освітнього процесу. Окремі положення роботи можуть бути використані при розробці соціокультурних проєктів та туристичних продуктів.

Апробація результатів дослідження. Апробацію здійснено шляхом оприлюднення досягнутих результатів на II Всеукраїнській науково-практичній конференції «КУЛЬТУРА, ІНФОРМАЦІЯ, КОМУНІКАЦІЯ: МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ДІАЛОГ» 9-10 квітня 2026 р. Тема: «Створення культурних маршрутів як інструмент розвитку туризму та збереження культурної спадщини»

Структура роботи обумовлена логікою розкриття теми, метою та завданнями дослідження. Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Список використаних джерел охоплює 25 позицій.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Культурна спадщини та туризм: зміст понять

Культурна спадщина та туризм тісно пов'язані між собою, адже саме історичні пам'ятки, традиції, народне мистецтво й культурні звичаї приваблюють туристів з різних країн світу. Подорожуючи, люди знайомляться з історією та культурою інших народів, відвідують музеї, замки, храми й культурні фестивалі. Туризм не лише популяризує культурну спадщину, а й допомагає зберігати її завдяки коштам, які спрямовуються на реставрацію та підтримку пам'яток.

«Культурна спадщина складається з минулого, сучасного і майбутнього. Досягнення суспільства в минулому (матеріальні та нематеріальні результати людської діяльності), що набули цінності, зберігаються і передаються наступним поколінням» [1, с. 31]. Вона є однією з ключових складових розвитку суспільства, що відображає історичний досвід, традиції, цінності та ідентичність народу.

Згідно з підходами UNESCO, культурна спадщина поділяється на:

- *матеріальну* (архітектурні пам'ятки, історичні будівлі, археологічні об'єкти);
- *нематеріальну* (традиції, звичаї, мова, обряди, фольклор);
- *природну* (ландшафти, природні об'єкти, що мають культурне значення).

У сучасному суспільстві культурна спадщина виконує низку важливих функцій:

- формування національної та локальної ідентичності;
- забезпечення культурної спадкоємності поколінь;
- розвиток туристичної привабливості територій;

- сприяння соціальній згуртованості та культурному діалогу.

«На сучасному етапі розвитку науки загальновизнаним є те, що культурна спадщина виконує в суспільстві низку функцій, забезпечуючи цим самим збалансований його розвиток. Так, цей феномен несе пізнавальне, виховне, наукове й естетичне навантаження, допомагає осмислити сучасне життя та історичне минуле українського народу. Наслідком неврахування можливостей культурної спадщини є закріплення у свідомості громадян зневажливого ставлення до неї, що призводить до руйнування зв'язків між поколіннями, породжує зневажливе ставлення до природних і культурних цінностей нашої країни, а також інших суб'єктів світового співтовариства. Так, найдавніші пам'ятки людства, вік окремих із яких сягає глибин антропогенезу, є унікальними свідками минулого, важливим джерелом досвіду для наступних поколінь» [2, с. 68].

Особливого значення набуває інтеграція культурної спадщини в економічні та соціокультурні процеси, зокрема через туризм, що дозволяє не лише зберігати її, а й активно використовувати як ресурс розвитку територій.

Туризм у сучасному світі розглядається не лише як економічна діяльність, але й як важливий соціокультурний феномен. Він сприяє міжкультурній комунікації, обміну досвідом, формуванню світогляду та розширенню культурного кругозору.

Культурний туризм є одним із найдинамічніших напрямів туристичної діяльності, який орієнтований на ознайомлення з культурною спадщиною, традиціями, мистецтвом та способом життя різних народів. Його основними характеристиками є:

- пізнавальна спрямованість;
- орієнтація на культурні цінності;
- взаємодія з локальними громадами;
- інтеграція культурних і туристичних ресурсів.

«Надзвичайно важливим і завжди своєчасним є розвиток культурного, культурно-пізнавального туризму, який користується широкою популярністю у

світі, охоплюючи всі аспекти подорожей та екскурсій. Важливою складовою культурно-пізнавального туризму є етнографічна, яка приваблює мандрівника своєрідністю, неповторністю, нерідко – екзотикою. Тому збереження, розвиток та збагачення етноресурсів є важливою передумовою розвитку етнографічного туризму як перспективної галузі економіки країни, шляхом оптимізації процесів розвитку території, створення робочих місць та фактором збереження культурної спадщини» [3, с. 2].

Важливою особливістю сучасного туризму є перехід від пасивного споживання до досвід-орієнтованого туризму, де турист виступає активним учасником культурного процесу. Саме тому виникає потреба у створенні нових форматів туристичних продуктів, таких як культурні маршрути, інтерактивні екскурсії та подієвий туризм.

Отже, культурна спадщина є важливим ресурсом розвитку культурного туризму, що створює передумови для формування культурних маршрутів як сучасного інструменту популяризації маловідомих територій.

1.2. Культурні маршрути як засіб популяризації культурної спадщини

Культурні маршрути є сучасною формою організації туристичної діяльності, яка передбачає об'єднання різних об'єктів культурної спадщини в єдину тематичну систему. Вони дозволяють створити цілісний культурний продукт, що має чітку концепцію, логіку та сценарій.

«Культурні маршрути, що спочатку формувались як місцеві чи регіональні ініціативи, з 1980-х років починають виходити на більш високий рівень. Ці спеціально розроблені тематичні шляхи – зосереджуються на якомусь одному змістовному напрямку та присвячені конкретній тематиці чи групі споріднених тем, що органічно komponуються з відповідним географічним простором, історією краю, культурними пам'ятками та туристичними дестинаціями» [4, с. 27].

Згідно з підходами Council of Europe, культурний маршрут — це не просто шлях між об'єктами, а комплексна система, що відображає спільні культурні цінності, історичні процеси та ідеї.

Культурні маршрути можна класифікувати за різними ознаками:

За тематикою:

- історичні;
- етнографічні;
- релігійні;
- мистецькі;
- природно-культурні.

За форматом:

- пішохідні;
- велосипедні;
- автомобільні;
- водні;
- комбіновані.

За рівнем організації:

- локальні;
- регіональні;
- національні;
- міжнародні.

«Таким чином, культурні маршрути виступають ефективним інструментом поєднання туризму та культурної діяльності. Значущість національних культурних туристичних маршрутів важко переоцінити, адже культурна спадщина сприяє формуванню та реалізації національної туристичної концепції, особливо в контексті вдосконалення самобутніх туристичних дестинацій. Національні культурні туристичні маршрути в гуманітарному значенні є своєрідним засобом трансляції культури країни та можуть використовуватися для розвитку як самої особистості, так і самобутніх

туристичних дестинацій, які, акумулюючи національну культуру, сприяють культурному поступу цивілізації» [5, с. 223].

У сучасній соціокультурній діяльності дедалі більшого значення набуває розуміння культурного маршруту не лише як способу організації пересування між об'єктами, а як повноцінного культурного продукту, що має власну концепцію, структуру, цінність і механізми просування.

Культурний продукт — це результат діяльності у сфері культури, який має змістове наповнення, орієнтований на певну аудиторію та задовольняє її культурні, пізнавальні й емоційні потреби. У цьому контексті культурний маршрут виступає комплексним продуктом, що поєднує матеріальні та нематеріальні елементи культурної спадщини, туристичні послуги та інтерпретацію культурного змісту.

«Життєвий цикл будь-якого продукту, в тому числі і культурного, складається з чотирьох часових етапів: виведення на ринок, зростання, зрілість, занепад. Деякі споживачі неохоче перестають користуватися будь-яким продуктом, інші завжди готові спробувати щось нове. Культурні продукти часто виглядають досить складними, оскільки сприйняття їх включає естетичні уявлення, тобто суб'єктивний елемент, що не підлягає кількісному визначенню і пов'язаний зі смаками та вихованням споживача» [6, с. 78].

На відміну від традиційного туристичного маршруту, культурний маршрут як продукт має низку специфічних характеристик:

- *цілісність* — всі елементи маршруту об'єднані єдиною ідеєю або тематикою;
- *орієнтація на досвід* — акцент робиться не лише на об'єктах, а на враженнях і емоціях туриста;
- *інтерактивність* — залучення учасників до активної взаємодії (майстер-класи, події, реконструкції);
- *інтерпретація змісту* — важливу роль відіграє подача інформації (storytelling, гіді, цифрові рішення);

- *унікальність* — продукт повинен мати власну ідентичність і відрізнятися від інших.

Структура культурного маршруту як продукту включає:

- *концепцію* (ідея, тема, ціннісне наповнення);
- *цільову аудиторію* (хто є споживачем продукту);
- *контент* (об'єкти, історії, події, легенди);
- *формат реалізації* (екскурсія, інтерактив, подієвий формат);
- *сервісну складову* (інфраструктура, супровід, комфорт);
- *маркетингову складову* (брендинг, просування, комунікація).

Особливого значення набуває використання підходів культурного менеджменту, які передбачають планування, організацію, просування та оцінку ефективності культурного продукту. У цьому процесі важливо враховувати потреби цільової аудиторії, сучасні тенденції туризму, а також потенціал території.

Культурний маршрут як продукт також виконує низку функцій:

- *пізнавальну* — знайомить з історією та культурою;
- *комунікативну* — сприяє взаємодії між культурами;
- *економічну* — генерує доходи від туризму;
- *соціальну* — залучає місцеві громади;
- *збережувальну* — сприяє охороні культурної спадщини.

Таким чином, розгляд культурного маршруту як культурного продукту дозволяє перейти від простого опису об'єктів до створення конкурентоспроможного, цілісного та орієнтованого на споживача соціокультурного проєкту.

1.3. Міжнародний досвід та співробітництво у сфері культурних маршрутів

Міжнародна практика свідчить про високу ефективність культурних маршрутів як інструменту розвитку туризму та збереження культурної спадщини. Одним із найвідоміших прикладів є програма культурних маршрутів Council of Europe, яка об'єднує десятки маршрутів, присвячених спільній європейській історії та культурі.

До найвідоміших культурних маршрутів належать:

- Шлях святого Якова (Іспанія та інші країни Європи);
- Винні маршрути Європи;
- Ремісничі та гастрономічні маршрути.

«У роботі «Сільський туризм і цілі сталого розвитку. Дослідження змінних, які найбільше впливають на поведінку туриста» авторів Лопес-Санс Х.М. та ін., на прикладі іспанської провінції Сорія показано, що розвиток локальних маршрутів сприяє підвищенню якості туристичного досвіду, зміцненню локального бренду та зростанню задоволеності відвідувачів.

Водночас автори зосереджуються переважно на поведінкових аспектах споживачів, тоді як управлінський вимір участі громад залишається поза детальним аналізом. Аналогічні тенденції простежуються в дослідженні S. Cruz та ін., де автомобільний туризм розглядається як чинник активізації віддалених територій, але підкреслюється ризик зростання екологічного навантаження й потреба балансування між транспортною доступністю та екологічними критеріями.

Аналізуючи приклад веломаршруту EuroVelo 6 у Сербії, Р. Војовіć та ін. демонструють те, як поєднання природоохоронних і соціально-економічних завдань може сприяти сталому розвитку місцевих територій. Методологія дослідження, що включає польові спостереження, опитування та геопросторовий аналіз, є показовою для комплексного оцінювання впливу маршрутів. У межах проєкту TExTOUR учені D. Ottaviani та ін. Підкреслюють

важливість участі громад у створенні культурних маршрутів і в управлінні ресурсами, що посилює соціальну згуртованість, проте порушує питання масштабованості таких ініціатив» [7, с. 4].

Також значну роль у збереженні культурної спадщини відіграє діяльність UNESCO, яка сприяє охороні об'єктів світової спадщини та їх популяризації через туризм.

Міжнародний досвід показує, що успішні культурні маршрути базуються на:

- чіткій концепції;
- активній участі місцевих громад;
- ефективному менеджменті;
- використанні сучасних технологій;
- маркетинговому просуванні.

«Міжнародне співробітництво й обмін досвідом у сфері культурного туризму набувають в останні роки значного розвитку, оскільки під час подібних відносин відбуваються:

– *обмін культурними програмами й ініціативами.* Міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму передбачає обмін культурними програмами й ініціативами між різними країнами. Це можуть бути культурні фестивалі, виставки, концерти, мистецькі резиденції та інші події, що сприяють взаємному розумінню та взаємодії між культурними спільнотами;

– *обмін культурною інформацією і досвідом.* Країни можуть обмінюватися культурною інформацією і досвідом у сфері культурного туризму через організацію семінарів, конференцій, робочих груп і тренінгів. Це дозволяє кожній стороні вивчати кращі практики й інновації в галузі культурного туризму та впроваджувати їх у власній практиці;

– *розвиток міжнародних туристичних маршрутів.* Країни можуть співпрацювати у створенні й розвитку міжнародних туристичних маршрутів, що об'єднують культурні об'єкти й атракції кількох країн. Це сприяє залученню уваги туристів та збільшенню потоку туристів у регіон, що має

позитивний вплив на розвиток туристичної індустрії й економіки країн-учасниць;

– *захист та збереження культурної спадщини.* Міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму сприяє захисту та збереженню культурної спадщини шляхом спільних проєктів програм. Це може включати в себе реставрацію та консервацію історичних об'єктів, розроблення стратегій управління культурними ресурсами й інші заходи, спрямовані на збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь;

– *стимулювання культурного туризму через міжнародні проєкти.* Міжнародні проєкти та програми у сфері культурного туризму можуть сприяти розвитку нових туристичних напрямків, створенню інноваційних продуктів і послуг для туристів, а також підвищенню міжнародної впізнаваності культурних об'єктів та подій.

Тож міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму відіграє важливу роль у збереженні та просуванні культурної спадщини, розвитку туристичної індустрії й взаєморозумінні між різними культурними спільнотами» [8, с. 38].

Такими чином, міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму не лише допомагає збереженню культурної спадщини та розвитку туристичної галузі, але й потребує ефективної організації та координації культурних проєктів і маршрутів. Саме тому важливого значення набуває діяльність менеджера соціокультурної діяльності, який забезпечує створення, реалізацію та популяризацію культурного продукту як на міжнародному, так і на національному рівні.

Менеджер соціокультурної діяльності — це фахівець, який планує, координує, контролює, організовує та управляє проєктами в галузі культури, мистецтва, дозвілля та туризму. Це може проявлятися через організацію мистецьких виставок, фестивалів та освітніх програм.

«Менеджери соціокультурної діяльності вкладають свій внесок у розвиток культурного середовища і мистецтва через організацію й

адміністрування установ культури та втілення творчих проєктів, спрямованих на збереження й популяризацію мистецької спадщини. Також вони працюють у дозвіллевій сфері, де займаються підготовкою та проведенням заходів розважального спрямування, фестивалів, концертних програм, виставок, які задовольняють потреби суспільства у відпочинку та культурному розвитку. У туристичній індустрії, вони займаються створенням екскурсійних маршрутів і програм подорожей » [9, с. 1].

Менеджер соціокультурної діяльності відіграє ключову роль у процесі створення та реалізації культурних маршрутів. Його діяльність охоплює планування, організацію, координацію та просування культурного продукту.

Основними функціями менеджера є:

- аналіз культурного потенціалу території;
- розробка концепції маршруту;
- формування команди та партнерств;
- організація ресурсного забезпечення;
- просування та маркетинг;
- оцінка ефективності проєкту.

Сучасний менеджер повинен володіти навичками:

- стратегічного мислення;
- комунікації;
- проєктного менеджменту;
- креативного підходу;
- роботи з аудиторією.

Таким чином, створення культурних маршрутів є складним багаторівневим процесом, який потребує комплексного підходу та професійного управління. Міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму не лише сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку туристичної галузі, а й потребує ефективної організації та координації культурних проєктів та маршрутів.

Висновки до розділу 1

У результаті теоретичного дослідження було розглянуто сутність культурної спадщини, її значення для сучасного суспільства та роль культурних маршрутів у розвитку туризму і соціокультурної діяльності. Встановлено, що культурна спадщина є важливим чинником збереження історичної пам'яті, формування національної ідентичності та передачі культурних цінностей між поколіннями. У сучасних умовах вона активно інтегрується у туристичну сферу та соціокультурні процеси.

Дослідження туризму як соціокультурного феномену показало, що він виконує не лише економічну, а й культурно-комунікативну функцію, сприяючи міжкультурній взаємодії та пізнанню культурних традицій. Особливого значення набуває культурний туризм, орієнтований на отримання культурного досвіду та ознайомлення з об'єктами спадщини.

У ході аналізу визначено, що культурні маршрути є ефективною формою популяризації культурної спадщини та організації туристичної діяльності. Вони об'єднують культурні об'єкти в єдину тематичну систему та створюють цілісний культурний продукт, який поєднує туристичні послуги, культурний контент і емоційний досвід споживача. Ефективність культурних маршрутів залежить від чіткої концепції, орієнтації на аудиторію, сучасних методів управління та використання інтерактивних форм взаємодії.

Аналіз міжнародного досвіду показав, що культурні маршрути є важливим інструментом розвитку туризму та збереження культурної спадщини. Успішна реалізація таких проєктів базується на системному підході, міжнародному співробітництві, участі місцевих громад та використанні інноваційних технологій.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ТЕРИТОРІЇ БАКОТИ

2.1. Аналіз культурно-туристичного потенціалу

Бакота є унікальною територією, розташованою в межах Дністровського каньйону, що адміністративно належить до Хмельницької області. Сьогодні ця місцевість входить до складу природоохоронної території Національного природного парку «Подільські Товтри», який є одним із найбільших природних комплексів України.

«Історично Бакота була важливим поселенням ще з часів Київської Русі, виконуючи функції торговельного, адміністративного та культурного центру. Тривалий час інформацію про давньоруську Бакоту дослідники черпали лише з писемних джерел та глухих переказів жителів однойменного села. Місто згадується у Галицько-Волинському літописі при описі подій 1241, 1242 й 1252 років » [10, с. 169]. Однак у 1980-х роках унаслідок будівництва Дністровського водосховища більша частина території була затоплена, що призвело до зникнення населеного пункту як адміністративної одиниці. Ця подія суттєво вплинула на подальший розвиток території, сформувавши її сучасний образ як “втраченого місця”, що має глибоке символічне та культурне значення.

Сучасна Бакота характеризується унікальним поєднанням природних і культурних ландшафтів. Територія відзначається сприятливим мікрокліматом, значною кількістю сонячних днів, а також різноманітністю природних форм рельєфу, включаючи скельні утворення, схили та водні простори. Особливу роль відіграє Дністровський каньйон, який формує природну домінанту території та створює високий рекреаційний потенціал.

Водночас географічне положення Бакоти визначає її певну віддаленість від великих міст і транспортних вузлів, що впливає на рівень доступності для туристів. Проте саме ця віддаленість сприяє збереженню природної

автентичності та створює передумови для розвитку сталого туризму, орієнтованого на екологічну рівновагу та збереження культурної спадщини.

Таким чином, Бакота є перспективною територією для розвитку культурно-туристичних ініціатив, що поєднують природний, історичний і соціокультурний потенціал.

Територія Бакота характеризується значним і різноманітним культурним потенціалом, який формується завдяки поєднанню матеріальних і нематеріальних ресурсів. Їх детальний аналіз дозволяє не лише оцінити туристичну привабливість території, а й визначити можливості для створення конкурентоспроможного культурного маршруту.

«Незважаючи на значний обсяг проведених досліджень, існують аспекти, які залишаються недостатньо вивченими:

1. Інтеграція археологічних даних.
2. Роль Бакоти в регіональній історії.
3. Збереження та консервація пам'яток.
4. Туристичний потенціал.

Таким чином, подальші дослідження зосереджуватимуться на інтеграції археологічних даних, вивченні ролі Бакоти в регіональній історії, розробці стратегій збереження пам'яток та розвитку сталого туризму » [11, с. 117].

За даними туристичних ресурсів Хмельниччини, Бакота є однією з найпопулярніших туристичних локацій регіону. У 2023 році територію відвідало близько 100 тисяч туристів, що приблизно на 20 % більше порівняно з попереднім роком. Зростання туристичного потоку пов'язане з активним розвитком внутрішнього туризму, популяризацією Бакоти у соціальних мережах та підвищенням інтересу до природних і культурно-історичних локацій України.

Серед найбільш поширених видів туризму на території Бакоти варто виділити культурно-пізнавальний, екологічний, духовний, водний та активний туризм. Значну популярність мають екскурсії до Бакотського скельного монастиря, відпочинок на березі Дністра, водні прогулянки, риболовля, SUP-

серфінг, каякінг, кемпінг та етнокультурні маршрути. Особливу туристичну привабливість території формують унікальні природні ландшафти та історія затопленого міста Бакота.

Сучасна туристична інфраструктура Бакоти поступово розвивається та включає оглядові майданчики, туристично-інформаційний центр, облаштовані екостежки, кемпінги, садиби зеленого туризму, водні атракції, прокат SUP-дошок і каяків, аудіогіди та туристичні маршрути. На території функціонують оглядові платформи, підвісна дерев'яна доріжка, тактильна мапа для людей із порушеннями зору та спеціально облаштовані зони для відпочинку туристів.

Матеріальні культурні ресурси

«Матеріальні ресурси позначають також поняттями «об'єкти культурної спадщини» відносять визначні місця, споруди (витвори), комплекси (ансамблі) та їхні частини, пов'язані з ними рухомі предмети, а також території чи водні об'єкти (об'єкти підводної культурної та археологічної спадщини), інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність» [12, с. 2-3].

Матеріальні ресурси Бакоти охоплюють як історико-архітектурні об'єкти, так і природно-культурні ландшафти, що мають високу естетичну та символічну цінність.

1. Історико-архітектурні об'єкти

Ключовим об'єктом є Бакотський скельний монастир (XI–XIII ст.), який є унікальним прикладом печерної сакральної архітектури. Він включає:

- печерні келії;
- культові приміщення;
- залишки настінного живопису;
- природні тераси для огляду.

Його цінність полягає не лише в історичному значенні, а й у сильному емоційному впливі на відвідувача.

До цієї групи також належать:

- археологічні залишки давнього міста Бакота (частково затоплені);
- місця колишньої забудови, що збереглися у вигляді рельєфних змін;
- окремі знахідки та артефакти, виявлені під час досліджень.

2. Ландшафтно-культурні ресурси

Особливу роль відіграє природне середовище, яке має культурне значення:

- Дністровський каньйон — один із найбільших каньйонів Європи;
- скельні утворення та тераси;
- панорамні оглядові майданчики;
- водосховище, яке стало частиною культурного ландшафту;
- унікальний мікроклімат (іноді називають “українською субтропічною зоною”).

Ці ресурси формують візуальну ідентичність території, що є критично важливим для туризму.

3. Сакральні об’єкти та місця сили

Бакота має значний духовний потенціал:

- скельний монастир як центр паломництва;
- джерела з “цілющою водою” (за віруваннями);
- місця для медитації та усамітнення;
- території, які сприймаються як “енергетично сильні”.

4. Сучасна туристична матеріальна база

Хоч і обмежена, але вона теж є ресурсом:

- туристичні стежки;
- кемпінгові зони;
- неофіційні точки відпочинку;
- елементи навігації;
- фотолокації (які вже сформувалися стихійно).

Нематеріальні культурні ресурси

«У різних регіонах України та світу люди дещо по-різному сприймають природу, побут та соціум, що призводить до утворення різної філософської, усної, гастрономічної культури, традицій та звичаїв, які складають нематеріальну культурну спадщину» [13, с. 55]. Саме ці ресурси є ключовою конкурентною перевагою Бакоти, оскільки саме вони формують унікальний досвід.

1. Легенди та міфологія території

Бакота має потужний міфологічний пласт:

- легенди про затоплене місто;
- історії про “зниклу цивілізацію”;
- містичні інтерпретації подій;
- перекази про духовну силу місця.

2. Історична пам’ять і колективна свідомість

- спогади переселенців після затоплення;
- локальні історії родин;
- усні перекази про життя до затоплення;
- культурна травма втрати території.

3. Духовні практики та паломництво

- регулярні відвідування монастиря;
- релігійні обряди;
- індивідуальні духовні практики;
- сучасні неформальні духовні рухи.

4. Туристичні практики та поведінка відвідувачів

Це теж важливо як ресурс:

- фотографування (Instagram-туризм);
- кемпінг і “дикі” подорожі;
- пошук тиші та усамітнення;
- інтерес до “нетуристичних” місць.

5. Культурні наративи та образ території

Бакота має сильний символічний образ:

- “затоплена Атлантида України”;
- місце сили;
- простір тиші та перезавантаження;
- точка втечі від урбанізованого світу.

Узагальнена оцінка ресурсів

Проведений аналіз показує, що Бакота має:

- + надзвичайно багатий культурний потенціал;
- + сильну емоційну складову;
- + унікальне поєднання природи + історії + символіки.

Але при цьому:

- ресурси використовуються фрагментарно;
- відсутня системна інтерпретація;
- немає цілісного продукту.

Таким чином, культурні ресурси Бакоти характеризуються високим рівнем різноманітності та унікальності, що створює сприятливі передумови для розвитку культурного туризму. Особливу цінність становить поєднання матеріальних об’єктів із глибоким нематеріальним змістом, який формує емоційний зв’язок із відвідувачем. Це дозволяє розглядати територію як перспективну основу для створення культурного маршруту, орієнтованого на сучасні тенденції досвід-орієнтованого туризму.

«Серед численних інструментів стратегічного планування, SWOT-аналіз (аналіз сильних та слабких сторін, можливостей та загроз) займає особливе місце. Цей метод є фундаментальним інструментом, що дозволяє не тільки наглядно відобразити поточний стан справ у компанії, але й визначити перспективи та напрямки для майбутнього розвитку. Простота у використанні роблять його ідеальним вибором для організацій будь-якого розміру» [14, с. 2].

Для комплексної оцінки можливостей розвитку культурного маршруту на території Бакота доцільно застосувати SWOT-аналіз, який дозволяє визначити сильні та слабкі сторони території, а також зовнішні можливості та загрози її розвитку.

1. Сильні сторони (Strengths)

До ключових переваг Бакоти належать:

- унікальне географічне положення в межах Дністровського каньйону;
- високий рівень природної автентичності та ландшафтної унікальності;
- наявність історико-культурного об'єкта — Бакотського скельного монастиря;
- поєднання природного та культурного середовища в межах однієї території;
- емоційно сильний образ “затопленого міста”, що формує туристичну привабливість;
- зростаючий інтерес до екологічного та досвід-орієнтованого туризму.

Ці фактори створюють міцну основу для формування конкурентоспроможного культурного маршруту.

2. Слабкі сторони (Weaknesses)

Попри значний потенціал, територія має низку обмежень:

- недостатньо розвинена туристична інфраструктура;
- обмежена транспортна доступність;
- відсутність системного управління туристичними потоками;
- слабкий рівень інформаційного супроводу (навігація, інтерпретація);
- сезонність туристичної активності;
- недостатня кількість організованих сервісів і продуктів.

Ці фактори знижують рівень комфортності перебування туристів та ускладнюють масштабування туристичного потоку.

3. Можливості (Opportunities)

Зовнішнє середовище створює сприятливі умови для розвитку Бакоти:

- зростання попиту на внутрішній туризм в Україні;
- розвиток культурних маршрутів як сучасного туристичного продукту;
- можливість залучення грантових програм та міжнародних проєктів;
- розвиток цифрових технологій у сфері туризму (AR/VR, мобільні гіді);
- тренд на екотуризм і slow travel;
- потенціал інтеграції в регіональні та національні туристичні мережі.

Особливо важливою є можливість позиціонування Бакоти як *нової унікальної туристичної дестинації України*.

4. Загрози (Threats)

Серед основних зовнішніх ризиків можна виділити:

- ризик неконтрольованого зростання туристичного навантаження;
- екологічна деградація природних територій;
- комерціалізація та втрата автентичності;
- недостатнє фінансування розвитку інфраструктури;
- конкуренція з більш розвиненими туристичними регіонами;
- відсутність системної державної підтримки локальних ініціатив.

Ці загрози потребують врахування при формуванні концепції культурного маршруту.

Проведений SWOT-аналіз дозволяє зробити висновок, що Бакота має сильний внутрішній потенціал, однак потребує системного підходу до розвитку туристичної інфраструктури та управління культурними ресурсами. Наявні сильні сторони та можливості значно переважають слабкі сторони та загрози, що створює сприятливі умови для реалізації проєкту культурного маршруту.

Водночас успішна реалізація потребує врахування ризиків, пов'язаних із екологічною рівновагою та збереженням автентичності території.

Аналіз ресурсного потенціалу Бакоти свідчить про наявність передумов для розвитку саме культурно-пізнавального та емоційно-досвідного туризму. Унікальність території полягає не лише у природних ландшафтах, а й у символіці «втраченого місця», що може стати основою концепції культурного маршруту.

2.2. Дослідження туристичного ринку та цільової аудиторії

Дослідження туристичного ринку та цільової аудиторії є важливим етапом розвитку туристичної сфери. Воно допомагає визначити потреби туристів, їхні інтереси, фінансові можливості та популярні напрямки відпочинку. Аналіз туристичного ринку дає змогу оцінити рівень попиту, конкурентів, сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в певному регіоні.

Цільова аудиторія в туризмі може включати молодь, сім'ї з дітьми, любителів активного відпочинку, іноземних туристів або людей, які цікавляться культурною спадщиною та екотуризмом. Завдяки дослідженню аудиторії туристичні компанії можуть створювати більш привабливі туристичні пропозиції, покращувати сервіс і ефективніше рекламувати свої послуги.

«Культурні маршрути можуть стати потужним інструментом для просування та збереження спільних цінностей та культурної ідентичності міст та регіонів України» [15, с. 3].

Ефективність створення культурного маршруту значною мірою залежить від чіткого визначення та аналізу цільової аудиторії. У сучасних умовах розвитку туризму орієнтація на потреби, мотивації та поведінкові особливості відвідувачів є ключовим чинником формування конкурентоспроможного культурного продукту.

Важливо враховувати вікову структуру цільової аудиторії, її соціальний статус, а також можливі поведінкові та гендерні особливості, оскільки це дозволяє більш точно формувати зміст та формат культурного маршруту. Такий підхід забезпечує правильний вибір інструментів подачі інформації, зокрема інтерпретаційних методів, способів взаємодії з аудиторією та загальної логіки маршруту.

У результаті врахування зазначених характеристик підвищується ефективність організації культурного маршруту та рівень задоволеності його учасників.

Територія Бакота має специфічний характер, що зумовлює формування різномірної аудиторії з різними очікуваннями та моделями поведінки. У зв'язку з цим доцільним є сегментування потенційних відвідувачів за кількома критеріями: мотиваційним, демографічним та поведінковим.

1. Сегментація цільової аудиторії

1.1. За мотивацією подорожі

Культурно-пізнавальні

туристи

Ця група орієнтована на отримання нових знань, знайомство з історією та культурною спадщиною. Для них важливими є наявність екскурсійного супроводу, достовірна інформація та структурованість маршруту.

Духовно

орієнтовані

відвідувачі

(паломники)

Ця аудиторія відвідує територію з метою духовного розвитку та внутрішнього осмислення. Їх приваблюють сакральні об'єкти, атмосфера спокою і можливість усамітнення.

Еко-туристи

та

шукачі

природи

Для цієї групи основним фактором є природне середовище, тобто:

- мальовничі ландшафти;
- тиша та екологічність;
- активний відпочинок (пішохідні маршрути, кемпінг).

Туристи, орієнтовані на досвід (experience tourists)

Це сучасна категорія відвідувачів, які шукають емоції та враження, унікальні локації та автентичний досвід.

1.2. За віковими та соціальними характеристиками

Молодь (18–30 років)

Характеризується високою мобільністю та орієнтацією на візуальний контент:

- активне використання соціальних мереж;
- інтерес до нестандартних маршрутів;
- схильність до коротких подорожей.

Дорослі туристи (30–55 років)

Ця група має більш структуровані потреби, наприклад:

- комфорт;
- якісний сервіс;
- пізнавальна складова.

Сім'ї з дітьми

Для них важливими є безпечність маршруту, доступність інфраструктури і наявність інтерактивних елементів.

Старша вікова група (55+)

Орієнтується на спокійний темп подорожі, духовний зміст та екскурсійний супровід.

1.3. За географічним критерієм

Внутрішні туристи (Україна)

Складають основну частину відвідувачів. Для них важливі:

- доступність інформації українською мовою;
- прийнятна вартість;
- короткострокові маршрути.

Іноземні туристи

Мають потенціал зростання, особливо серед:

- туристів з Європи;
- поціновувачів природи та культури;

- мандрівників, що шукають “непопулярні” напрямки.

2. Поведінкові особливості аудиторії

Аналіз поведінки відвідувачів показує, що сучасний турист прагне не лише споглядати, а й активно взаємодіяти з простором. Для Бакоти характерні такі моделі поведінки:

- самостійне планування подорожей;
- використання цифрових ресурсів (карти, соціальні мережі);
- орієнтація на візуальні враження (фото, відео);
- прагнення до автентичності та “не туристичних” місць;
- інтерес до коротких, але насичених маршрутів.

Ці особливості необхідно враховувати при розробці культурного маршруту.

3. Потреби та очікування цільової аудиторії

На основі проведеного аналізу можна виділити ключові потреби відвідувачів:

- отримання нових знань і вражень;
- емоційний досвід;
- комфорт і безпека;
- доступність інформації;
- унікальність маршруту.

Водночас спостерігається розрив між очікуваннями туристів і реальними можливостями території, що свідчить про необхідність розвитку туристичної інфраструктури та створення цілісного культурного продукту.

Таким чином, аналіз цільової аудиторії показує, що територія Бакоти має потенціал для залучення різних категорій туристів, серед яких домінують культурно-пізнавальні, еко-туристи та відвідувачі, орієнтовані на отримання унікального досвіду. Різноманітність аудиторії потребує диференційованого підходу до формування культурного маршруту, що передбачає врахування різних мотивацій, потреб і поведінкових моделей.

Отримані результати є основою для подальшої розробки концепції культурного маршруту, орієнтованого на сучасного споживача та здатного забезпечити високий рівень туристичного досвіду.

«Туристичний ринок – це система взаємозв’язку, вона об’єднує велику кількість виробників туристичних продуктів з потенційними та наявними покупцями цього продукту. Також він характеризується масштабними рівнями відносин: туристичні фірми, туроператори, постачальники туристичних послуг, що є посередниками між споживачем та виробником туристичних послуг » [16, с. 73].

«Туристичний ринок вважається досить гнучким і таким, що швидко відновлюється після дії несприятливих чинників. Але незважаючи на це, він гостро реагує на будь-які зміни у суспільстві та на зовнішні чинники, які мають безпосередній вплив на нього. Саме ці зміни значною мірою визначають кон’юнктуру туристичного ринку – стан попиту і пропозиції на туристичний продукт на даній території за визначений проміжок часу. Відомо, що кон’юнктура туристичного ринку досить мінлива і залежить, зокрема, від політичних, економічних, соціальних та інших процесів » [17, с. 158].

Аналіз туристичного ринку є важливою складовою дослідження потенціалу території, оскільки дозволяє визначити рівень попиту, конкурентне середовище та можливості для позиціонування нового культурного продукту. У контексті розвитку території Бакота даний аналіз є особливо актуальним, оскільки регіон перебуває на етапі активного становлення як туристична дестинація.

1. Загальна характеристика туристичного ринку

Туристичний ринок України останніми роками демонструє зміщення попиту в бік внутрішнього туризму, що зумовлено як економічними факторами, так і обмеженнями міжнародних подорожей. Зростає інтерес до:

- природного туризму;
- культурно-пізнавальних маршрутів;
- маловідомих та “автентичних” локацій;

- коротких подорожей вихідного дня.

Бакота органічно вписується в ці тенденції, оскільки поєднує природні ландшафти, історико-культурні об'єкти та елемент “прихованої” туристичної локації.

У регіоні поступово розвивається туристична інфраструктура. Для туристів на сьогоднішній день доступні:

- оглядові майданчики;
- туристично-інформаційний центр;
- екологічні стежки;
- аудіогіди;
- кемпінги;
- прокат човнів, байдарок, каяків та сапів;
- садиби зеленого туризму.

На території Бакота зараз доступно багато різних туристичних пропозицій для активного та екологічного відпочинку. Найпопулярніші з них:

- Santa Bakota — організовує SUP-серфінг, каяк-тури, джип-тури, квадроцикли, гастро- та винні тури, а також кемпінги й водні прогулянки Дністром.
- Bakota Bay Winery — пропонує винні дегустації та гастротуризм у поєднанні з краєвидами Бакотської затоки.
- Ekskursovod Kam'yanets'-Podil's'kyi, Bakota, Khotyn, Kryvche - Valeriy Novorovs'kyu — проводить екскурсії Бакотою, Кам'янцем-Подільським і Хотиним.
- Ekskursiyi Ta Tury V Kam'yanets'-Podil's'kyu, Khotyn, Bakotu, Kryshtalevu Pecheru — організовує туристичні маршрути та групові поїздки по регіону.
- Bakota House, Teremky та Eko-Sadyba Bakota — надають послуги проживання, еко-відпочинку та кемпінгу.

Серед основних туристичних активностей у Бакоті є:

- прогулянки на SUP-дошках і каяках;
- джип-тури та квадротури;
- водні прогулянки Дністром;
- екскурсії до The remains of cave monastery Bakota;
- походи до оглядових майданчиків;
- гастро- та етнотури;
- фототури на заході сонця.

Основними туристичними локаціями залишаються Bakotska Bay, Bakota Kolodiyivka та територія Podliski Tovtry National Park.

Також важливим чинником розвитку є поява локальної крафтової продукції – сирів, меду, вина та трав'яних чаїв. Ці продукти позитивно стимулюють розвиток не тільки місцевого бізнесу, а й гастротуризму.

Але, на жаль, попри активний розвиток, туристичний ринок Бакоти має певні проблеми:

- сезонність туристичних потоків;
- недостатній рівень транспортної інфраструктури;
- обмежена кількість місць розміщення туристів;
- екологічне навантаження на природні території;
- недостатній рівень сервісу в окремих туристичних об'єктах.

Незважаючи на проблеми, у розвитку туристичного ринку Бакоти є багато перспективних напрямів, такі як:

- розвиток сталого туризму;
- створення міжнародних туристичних маршрутів;
- розвиток рекреаційного туризму;
- цифровізація туристичних послуг;
- популяризація локальної культури та гастрономії;
- залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру.

Отже, туристичний ринок Бакоти має великий потенціал для подальшого розвитку. Завдяки унікальному природньому середовищу, культурній спадщині

та зростанню попиту на екологічний відпочинок, на мою думку Бакота поступово перетворюється на один із провідних туристичних центрів України.

2. Основні тенденції туристичного попиту

«Подальші наукові дослідження у галузі регулювання та прогнозування туристичного попиту мають великий потенціал, особливо у контексті сталого розвитку туризму. Головними напрямками для дослідження можуть стати економічні, соціально-психологічні, екологічні аспекти регулювання туристичного попиту; розроблення інноваційних технологій для регулювання туристичного попиту, зокрема із використанням штучного інтелекту, розвиток методів кількісного та якісного аналізу для визначення закономірностей і тенденцій розвитку туристичного попиту; удосконалення політики сталого туризму та дослідження ефективності різних стратегій і програм, спрямованих на стимулювання сталого туризму; вивчення впливу глобальних викликів (зміни клімату, пандемії, війни тощо) на туристичний попит і можливості його регулювання» [18, с. 22].

Сучасний туристичний попит характеризується такими ключовими тенденціями:

- *досвід-орієнтований туризм* (experience-based tourism) — пріоритет отримання емоцій та вражень;
- *екологізація туризму* — зростання попиту на природні території та еко-маршрути;
- *індивідуалізація подорожей* — зменшення ролі стандартних екскурсій;
- *цифровізація* — активне використання онлайн-карт, соціальних мереж, блогів;
- *пошук унікальності* — інтерес до нестандартних і “не розкритих” місць.

Ці тенденції формують сприятливе середовище для розвитку культурного маршруту на базі Бакоти.

3. Конку rentне середовище

Конку rentне середовище Бакоти формується як на регіональному, так і на національному рівнях. До основних конку rentів можна віднести туристичні дестинації, що пропонують подібний тип досвіду:

3.1. Природні туристичні конку rentи

- Карпатський регіон (Яремче, Славське, Верховина);
- Шацькі озера;
- Дністровський каньйон (інші ділянки).

Ці території мають розвинену інфраструктуру та сильний бренд, що створює високу конкуренцію.

3.2. Культурно-історичні конку rentи

- Кам'янець-Подільський;
- Хотинська фортеця;
- Львів як культурний центр.

Ці об'єкти мають високий рівень впізнаваності та сформовані туристичні маршрути.

3.3. Нішеві альтернативи (альтернативний туризм)

- маловідомі природні локації Поділля;
- локальні еко-маршрути;
- приватні туристичні ініціативи та ретрит-локації.

Саме ця група є найбільш наближеною до Бакоти за характером продукту.

4. Конку rentні переваги Бакоти

Попри наявність конку rentів, Бакота має низку унікальних переваг:

- унікальне поєднання затопленої історії та природного ландшафту;
- сильний емоційний і символічний образ території;
- відсутність масової комерціалізації;
- можливість створення “нового туристичного продукту з нуля”;
- автентичність та природна цілісність середовища.

Особливо важливою є відсутність сформованого конкурентного бренду, що створює можливість зайняти вільну нішу на туристичному ринку.

Таким чином, аналіз туристичного ринку та конкурентного середовища показує, що територія Бакоти функціонує в умовах зростаючого попиту на природний, культурний та досвід-орієнтований туризм. Водночас конкурентне середовище є досить насиченим, однак переважно сформованим навколо вже розвинених туристичних центрів.

Це створює для Бакоти стратегічну можливість зайняти нішу унікального культурно-природного маршруту, який базується на автентичності, емоційному досвіді та поєднанні культурної спадщини з природним середовищем.

2.3. Проблеми та виклики розвитку культурного туризму

Розвиток культурного туризму супроводжується низкою проблем і викликів. Однією з головних є недостатнє фінансування для збереження та реставрації історичних пам'яток, через що багато культурних об'єктів поступово руйнуються. Також негативний вплив має надмірний потік туристів, який може пошкоджувати пам'ятки, забруднювати навколишнє середовище та порушувати місцеві традиції. Крім того, важливими проблемами залишаються слабка туристична інфраструктура, недостатня реклама культурних об'єктів і необхідність поєднання розвитку туризму зі збереженням культурної спадщини.

«Розвиток культурного туризму на території Бакота супроводжується низкою системних проблем та викликів, які впливають на ефективність використання її туристичного потенціалу. Попри значні природні та культурні ресурси, територія перебуває на етапі становлення як туристична дестинація, що зумовлює наявність як організаційних, так і інфраструктурних обмежень. Бакота має низку історико-символічних назв: затоплене місто, заповідник, природний парк, українська Атлантида, колиска історії тощо. Сьогодні міста немає на карті України, але його краса заводить» [19, с. 49].

1. Інфраструктурні проблеми

Однією з ключових проблем є недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури. На території спостерігається:

- обмежена транспортна доступність;
- відсутність розвиненої мережі громадського транспорту;
- недостатня кількість облаштованих зон відпочинку;
- слабкий розвиток сервісної інфраструктури (харчування, проживання, навігація).

Ці фактори знижують комфортність перебування туристів і обмежують можливість тривалого перебування на території.

2. Проблеми управління та організації туризму

Важливим викликом є відсутність єдиної системи управління туристичними потоками та культурними ресурсами. Серед основних проблем:

- фрагментарність туристичних ініціатив;
- відсутність єдиного бренду території;
- недостатня координація між місцевими громадами, бізнесом і владою;
- відсутність довгострокової стратегії розвитку культурного туризму.

Це призводить до того, що потенціал території використовується частково та не системно.

3. Інформаційні та комунікаційні виклики

Недостатній рівень інформаційного забезпечення є ще одним суттєвим обмеженням. Зокрема:

- слабка представленість території в цифровому просторі;
- відсутність якісних інформаційних платформ;
- недостатня кількість інтерпретаційних матеріалів (гіди, маршрути, навігація);
- обмежене використання сучасних технологій у туризмі.

У сучасних умовах це значно знижує конкурентоспроможність території на туристичному ринку.

4. Екологічні та соціальні виклики

Розвиток туризму на природних територіях, таких як Бакота, пов'язаний із ризиками екологічного навантаження. Основними викликами є:

- ризик деградації природних ландшафтів;
- засмічення територій через неконтрольований туризм;
- порушення екологічного балансу;
- конфлікт між збереженням природи та туристичною активністю.

Також важливо враховувати соціальний аспект — недостатню залученість місцевих громад у туристичні процеси, що обмежує ефект від розвитку туризму для місцевої економіки.

5. Виклики позиціонування на туристичному ринку

Бакота перебуває в умовах конкуренції з більш відомими туристичними DESTINATIONAMI України, які мають:

- сформований бренд;
- розвинену інфраструктуру;
- сталі туристичні потоки.

У той же час Бакота поки що не має чітко сформованого туристичного іміджу, що ускладнює її просування на ринку.

Таким чином, розвиток культурного туризму на території Бакоти супроводжується комплексом взаємопов'язаних проблем, які охоплюють інфраструктурні, управлінські, інформаційні, екологічні та ринкові аспекти. Водночас саме ці виклики формують основу для необхідності впровадження системного підходу до розвитку території.

Отже, подолання визначених проблем можливе лише за умови створення цілісного культурного маршруту, який поєднуватиме природні, історичні та соціокультурні ресурси в єдиний структурований туристичний продукт.

Висновки до розділу 2

Проведений аналіз соціокультурного та туристичного потенціалу території Бакоти дозволив визначити її як перспективну дестинацію для розвитку культурного туризму. Встановлено, що Бакота поєднує унікальні природні ландшафти Дністровського каньйону, історико-культурну спадщину та потужний символічний образ “втраченого міста”, сформований після затоплення території у XX столітті. Саме це забезпечує її високу туристичну та емоційну привабливість.

Аналіз культурних ресурсів показав наявність значного потенціалу як матеріальної, так і нематеріальної спадщини. До основних ресурсів належать Бакотський скельний монастир, археологічні залишки поселення та природні ландшафти. Водночас важливу роль відіграють легенди, історична пам'ять місцевих громад і духовні традиції, які формують унікальний культурний простір території.

Дослідження цільової аудиторії засвідчило, що Бакота є привабливою для культурно-пізнавальних та еко-туристів, а також для відвідувачів, які шукають автентичний і емоційний досвід. Це вимагає створення туристичного продукту, орієнтованого на різні групи споживачів.

Аналіз туристичного ринку показав, що сучасні тенденції розвитку внутрішнього та екологічного туризму створюють сприятливі умови для популяризації Бакоти. Водночас територія функціонує в умовах конкуренції з відомими туристичними центрами України, що потребує чіткого позиціонування та ефективного брендування.

SWOT-аналіз підтвердив, що сильними сторонами території є природна унікальність, історико-культурна цінність та високий туристичний потенціал. Основними проблемами залишаються недостатньо розвинена інфраструктура, слабка інформаційна підтримка та відсутність системного управління туристичним розвитком.

Отже, Бакота має значний, але недостатньо реалізований потенціал для розвитку культурного туризму. Створення культурного маршруту дозволить

об'єднати природні та культурні ресурси в єдину систему, сприятиме популяризації території, збереженню спадщини та сталому розвитку туристичної дестинації.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА КУЛЬТУРНОГО МАРШРУТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ БАКОТИ

3.1. Розробка концепції культурного маршруту

Розробка нового культурного маршруту як інструменту розвитку території передбачає врахування не лише соціокультурних, але й економічних чинників, зокрема інвестиційної складової. У науковій літературі підкреслюється, що:

«Розробка нового маршруту є перспективною і економічно вигідною. Особливого значення для створення сприятливого інвестиційного клімату набуває функціонування на території маршруту міжнародних транспортних коридорів. Регулювання інвестиційної діяльності здійснюється внаслідок взаємодії об'єктів та суб'єктів інвестиційного процесу через механізм створення та ліквідації мотиваційних передумов для здійснення інвестицій у пріоритетних сферах. Для розроблення ефективної стратегії регулювання інвестиційного процесу надзвичайно важливим є виділення пріоритетних сфер інвестування» [20, с. 270].

У цьому контексті розроблення ефективної стратегії розвитку культурного маршруту потребує визначення ключових напрямів інвестування, серед яких: розвиток туристичної інфраструктури, створення якісного культурного продукту, впровадження цифрових рішень та забезпечення інформаційного супроводу.

Розробка культурного маршруту передбачає формування цілісного соціокультурного продукту, що поєднує ресурси території, інтереси цільової аудиторії та сучасні підходи до організації туристичної діяльності. У контексті дослідження території Бакота концепція маршруту базується на ідеї інтеграції природної, історичної та символічної складових у єдиний досвід.

Назва мого запропонованого маршруту — **«Бакота: простір пам'яті та сили»** — відображає його змістову та ідеологічну спрямованість і акцентує увагу на поєднанні історичного, природного та символічного вимірів території. Обрана назва виконує не лише номінативну, але й комунікативну функцію, формуючи у потенційного відвідувача уявлення про унікальність досвіду, який пропонується в межах маршруту.

Концептуальна основа маршруту ґрунтується на розумінні Бакоти як складного соціокультурного феномену, що характеризується багат шаровістю змісту. У межах розробленої концепції виокремлюються три ключові взаємопов'язані виміри.

Перший — **історичний вимір**, який пов'язаний із функціонуванням Бакоти як важливого центру у період Київської Русі, а також із подіями, що визначили трансформацію території, зокрема її затоплення у XX столітті. Цей аспект формує основу для інтерпретації території як простору історичної пам'яті.

Другий — **природний вимір**, представлений унікальними ландшафтами Дністровського каньйону, які не лише виконують естетичну функцію, але й формують рекреаційний потенціал території. Природне середовище виступає невід'ємною складовою культурного досвіду та забезпечує емоційне сприйняття маршруту.

Третій — **символічний вимір**, який полягає у формуванні образу Бакоти як «затопленого міста» та «місця сили». Цей вимір базується на колективній пам'яті, локальних наративах та індивідуальних інтерпретаціях відвідувачів, що надає маршруту глибокого емоційного та екзистенційного змісту.

Ключовою ідеєю маршруту є створення не лише інформаційного, але й **досвід-орієнтованого продукту**, у межах якого турист виступає активним учасником взаємодії з простором. Це передбачає використання інтерпретаційних практик, елементів сторітелінгу, а також інтерактивних форм залучення аудиторії, що відповідає сучасним тенденціям розвитку культурного туризму.

Метою створення маршруту є розробка конкурентоспроможного культурного туристичного продукту, спрямованого на популяризацію території Бакота, збереження її культурної спадщини та формування передумов для розвитку сталого туризму.

Для досягнення поставленої мети визначено такі основні завдання: інтеграція культурних ресурсів у єдину логічно структуровану систему; формування унікального туристичного досвіду, орієнтованого на емоційне сприйняття; підвищення туристичної привабливості території; залучення місцевих громад до процесів створення та реалізації культурного продукту.

Таким чином, запропонована концепція культурного маршруту враховує специфіку досліджуваної території, відповідає сучасним підходам до організації культурного туризму та створює підґрунтя для подальшої розробки ефективного туристичного продукту.

Ефективність культурного маршруту значною мірою залежить від чіткого визначення цільової аудиторії та адаптації продукту до її потреб, мотивацій і поведінкових характеристик. У сучасних умовах розвитку туризму саме орієнтація на конкретного споживача визначає конкурентоспроможність туристичного продукту.

На основі проведеного аналізу (Розділ 2) встановлено, що територія Бакоти потенційно приваблює декілька сегментів аудиторії, серед яких: культурно-пізнавальні туристи, еко-туристи, молодіжна аудиторія та туристи, орієнтовані на отримання досвіду (experience tourists). Кожен із зазначених сегментів має власні особливості сприйняття простору та специфічні вимоги до організації маршруту.

Культурно-пізнавальні туристи орієнтовані на отримання достовірної інформації, структурованість маршруту та наявність екскурсійного супроводу. Еко-туристи приділяють основну увагу природному середовищу, екологічності та можливості активного відпочинку. Молодіжна аудиторія характеризується високою мобільністю, цифровою активністю та орієнтацією на візуальний

контент. Туристи, орієнтовані на досвід, шукають емоційне занурення, автентичність і нестандартні формати взаємодії з простором.

Однак, з урахуванням специфіки території Бакоти, найбільш доцільним є виділення пріоритетної цільової аудиторії, на яку буде орієнтовано концепцію маршруту.

У межах даного дослідження такою аудиторією визначено молодих дорослих туристів віком 20–35 років, орієнтованих на отримання унікального досвіду та емоційних вражень (experience-oriented audience).

Вибір саме цього сегмента обумовлений рядом факторів:

- високий рівень зацікавленості у нових, маловідомих туристичних локаціях;
- активне використання соціальних мереж, що сприяє популяризації території;
- орієнтація на короткотривалі подорожі (weekend-туризм);
- відкритість до інтерактивних і нестандартних форматів;
- готовність до помірного рівня комфорту заради унікального досвіду.

Для зазначеної аудиторії характерні такі ключові потреби:

- отримання емоційно насиченого досвіду;
- можливість самостійного дослідження території;
- наявність візуально привабливих локацій;
- доступність цифрових сервісів (карти, гіді, QR-коди);
- автентичність і “не туристичність” середовища;
- безпечність і базовий рівень інфраструктури.

Важливо зазначити, що орієнтація на дану цільову аудиторію не виключає можливості залучення інших сегментів, проте саме вона формує основу концепції маршруту та визначає його формат, стиль комунікації та інструменти реалізації.

Таким чином, визначення пріоритетної цільової аудиторії дозволяє перейти від універсального підходу до створення культурного маршруту до більш цілеспрямованого проєктування туристичного продукту, що відповідає сучасним тенденціям розвитку туризму та забезпечує його конкурентоспроможність.

Культурний маршрут: «Бакота: простір пам'яті та сили»

Мета маршруту:

Популяризація культурної та природної спадщини Бакоти через створення комплексного туристичного продукту, який поєднує пізнавальний, духовний, екологічний та емоційний досвід туристів.

Завдання маршруту:

- ознайомити учасників з історією Бакоти та її культурною спадщиною;
- популяризувати природні ресурси Дністровського каньйону;
- сформувати емоційний та духовний зв'язок туристів із територією;
- підтримати розвиток локального туризму та місцевого бізнесу;
- створити сучасний культурний туристичний продукт для внутрішнього туризму України.

Цільова аудиторія:

- молодь 18–35 років;
- туристи, зацікавлені в культурно-пізнавальному туризмі;
- прихильники еко-туризму та активного відпочинку;
- сімейні туристи;
- фотографи, блогери та творчі групи;
- люди, які шукають духовний та емоційний досвід.

Програма культурного маршруту (2 дні)

Маршрут розробленого культурного продукту представлений в Додатку А та в Додатку Б.

День 1 — «Історія втраченої Бакоти»

08:00–08:15

Збір групи у Кам'янець-Подільський.

Посадка в туристичний автобус, знайомство з програмою маршруту.

9:35

Переїзд до Бакота.

Оглядова інформація від гіда під час дороги.

9:45 – 10:15

Сніданок в кафе «Мотанка»

11:00–12:30

Екскурсія до Бакотський скельний монастир.

Огляд монастиря, історія затопленого міста Бакота, легенди та духовна спадщина території.

13:00–13:45

Відвідування Палац Токаржевських-Карашевичів.

Під час екскурсії туристи ознайомлюються:

- з історією палацового комплексу;
- архітектурними особливостями споруди;
- культурною спадщиною шляхетських родин Поділля;
- парковою територією та історичним середовищем.

13:45–14:45

Приїзд та оселення у садиби зеленого туризму поблизу Бакоти.

15:00–15:30

Обід у локальній садибі зеленого туризму:

- банош;
- юшка;
- домашній хліб;
- узвар;
- локальні сири та мед.

15:45–17:00

Водна екскурсія катером по Дністру.

Огляд затоплених територій, природних ландшафтів та скель.

17:00–18:00

Вільний час, фотосесія, відпочинок біля води.

18:30–19:30

Вечеря:

- печена риба;
- картопля по-домашньому;
- овочі гриль;
- трав'яний чай.

19:30–21:00

Вечірня культурна програма:

- легенди Бакоти;
- акустична музика;
- ватра та спілкування.

21:00

Ночівля.

День 2 — «Природа, культура та відновлення»

09:00–10:00

Сніданок у локальній садибі:

- домашні сирники зі сметаною та медом;
- омлет із зеленню та локальним сиром;
- сезонні овочі;
- домашнє варення;
- трав'яний чай або кава;

10:20

Посадка в автобус в Стару Ушицю

11:00–12:00

Відвідування

Стара

Ушиця.

Огляд історичного центру та місцевих краєвидів.

12:15–12:45

Обід у садибі:

- подільська кухня;
- локальні страви та напої.

13:00–14:30

Екскурсія

територією

Староушицький

заказник.

Маршрут передбачає:

- прогулянку природоохоронною територією;
- ознайомлення з флорою та фауною регіону;
- огляд панорамних точок Дністровського каньйону;
- фотозупинки та короткий відпочинок.

Під час екскурсії гід проводить інформаційний супровід щодо екологічної цінності заказника та необхідності збереження природної спадщини регіону.

14:30–15:30

Польова культурно-екологічна активність

- фотографія природи (композиція, світло, кадр);
- еко-освіта (визначення рослин, сліди тварин);
- storytelling від гіда (легенди + екологія);

16:00–16:40

Повернення в Бакоту та підбиття підсумків маршруту, вручення сувенірів.

17:30–19:00

Повернення до Кам'янець-Подільський.

Організація проживання

Туристи проживають у садибах зеленого туризму поблизу Бакоти:

- 2–3-місні номери;

- Wi-Fi;
- душ та санвузол;
- харчування;
- зони відпочинку.

3.2. Організаційно-управлінські засади реалізації

Організація культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» базується на комплексному підході до управління туристично-культурним продуктом та передбачає взаємодію різних суб'єктів туристичної, культурної та соціокультурної діяльності. Основною метою організаційно-управлінської моделі є забезпечення ефективної реалізації маршруту, координація всіх учасників проєкту, створення якісного туристичного продукту та забезпечення сталого розвитку території.

У процесі реалізації проєкту передбачається створення системи партнерської взаємодії між туристичними організаціями, представниками місцевого самоврядування, закладами харчування, власниками садиб зеленого туризму, транспортними компаніями, екскурсородами та місцевими громадами. Такий підхід дозволяє об'єднати культурні, природні та інфраструктурні ресурси території Бакоти в єдиний туристичний продукт.

«Менеджер СКД виступає координатором усіх процесів – від розробки концепції до реалізації заходу, забезпечуючи гармонійне поєднання культурного змісту з сучасними тенденціями. Основними функціями менеджера соціокультурної діяльності в організації виставок є:

- організаційна функція – полягає в розробці концепцій, визначенні тематики, формуванні програм та координації всіх етапів підготовки виставки;
- управління персоналом – підбір, навчання та координація роботи команди, залученої до реалізації виставкових проєктів;

- маркетингова функція – забезпечує інформаційний супровід виставки (розробку рекламних матеріалів, ведення соціальних мереж, організацію пресконференцій та інших PR-активностей);
- фінансова функція – складання бюджету, контроль витрат та пошук додаткових джерел фінансування для забезпечення рентабельності проєкту;
- залучення партнерів – налагодження співпраці з місцевими органами влади, культурними установами, бізнесом» [21, с. 2].

Організаційна структура проєкту передбачає розподіл функцій між учасниками:

- туристичний оператор відповідає за формування туристичних груп, бронювання та продаж туру;
- екскурсоводи забезпечують інформаційний та культурно-пізнавальний супровід;
- транспортні компанії здійснюють перевезення туристів;
- власники садиб зеленого туризму забезпечують проживання та харчування;
- представники місцевих громад і майстри народної творчості організовують майстер-класи, культурні заходи та презентацію локальної культури.

Важливим елементом управління проєктом є дотримання принципів сталого розвитку. Це передбачає раціональне використання природних ресурсів території, збереження культурної спадщини Бакоти, підтримку локального населення та мінімізацію негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Для ефективного функціонування маршруту планується використання сучасних методів управління та цифрових інструментів комунікації, зокрема онлайн-бронювання, соціальних мереж, електронних туристичних карт та інформаційного супроводу маршруту через цифрові платформи.

Таким чином, організаційно-управлінська модель культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» спрямована на формування конкурентоспроможного туристичного продукту, який забезпечить популяризацію культурної спадщини території та сприятиме розвитку локального туризму.

Фінансове планування проєкту є важливою складовою ефективної реалізації культурного маршруту та передбачає визначення джерел фінансування, розрахунок основних витрат і ресурсного забезпечення. Основною метою фінансового планування є забезпечення економічної доцільності маршруту та його стабільного функціонування.

«Туристичні підприємства як суб'єкти інвестування функціонують у різних організаційно-правових формах, що зумовлює специфіку їх інвестиційної діяльності. Сезонність попиту, висока залежність від зовнішніх чинників і значна роль нематеріальних активів впливають на фінансове планування та зумовлюють тривалі строки окупності інвестиційних проєктів. Ефективність інвестицій у туризмі значною мірою залежить від макроекономічної ситуації, туристичних потоків, валютних коливань, регуляторних змін і форс-мажорних обставин, що потребує обов'язкового врахування ризиків і застосування сценарного аналізу» [22, с. 4].

Фінансування проєкту може здійснюватися за рахунок:

- коштів туристичних операторів;
- оплати участі туристів;
- партнерської підтримки;
- грантових програм у сфері культури та туризму;
- підтримки місцевих органів влади;
- залучення спонсорських ресурсів.

Ресурсна база проєкту включає:

- природні ресурси території Бакоти та Дністровського каньйону;
- об'єкти історико-культурної спадщини;

- туристичну та транспортну інфраструктуру;
- кадрові ресурси (гіди, менеджери, екскурсоводи, майстри);
- інформаційні та рекламні ресурси;
- матеріально-технічне забезпечення.

Для реалізації культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» передбачено оренду туристичного автобуса для перевезення групи учасників маршруту протягом двох днів. Загальний кілометраж маршруту становить близько 260 км. Розраховано орієнтовний кошторис для туристичної групи у складі 15 осіб.

Стаття витрат	Вартість
Оренда транспорту	12 000 грн
Проживання у садибах зеленого туризму	9 000 грн
Харчування туристів	8 000 грн
Послуги екскурсовода та гіда	4 000 грн
Катерна екскурсія Дністром	6 000 грн
Рекламно-інформаційна продукція	3 000 грн
Організаційні та адміністративні витрати	2 000 грн

Загальна вартість проєкту: 44 000 грн.

Вартість участі для однієї особи: близько 3 000 грн.

У процесі реалізації проєкту можливе коригування кошторису залежно від сезонності, кількості туристів, рівня транспортних витрат та умов проживання. Для підвищення економічної ефективності маршруту доцільним є залучення партнерських програм, розвиток сувенірної продукції, розширення спектра туристичних послуг та активне використання цифрового маркетингу.

Отже, фінансове планування культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» спрямоване на забезпечення стабільного функціонування

проєкту, ефективне використання ресурсів та створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який сприятиме розвитку культурного туризму та популяризації території Бакоти.

3.3. Маркетинг та просування культурного маршруту

Маркетинг та просування культурного маршруту є важливою складовою розвитку туризму та популяризації культурної спадщини. Основною метою маркетингу є привернення уваги туристів до історичних пам'яток, традицій, музеїв, фестивалів та інших культурних об'єктів маршруту. Для цього використовують рекламу в соціальних мережах, туристичних сайтах, відеоролики, буклети, співпрацю з туристичними агентствами та організацію культурних заходів.

Ефективне просування допомагає збільшити кількість туристів, покращити впізнаваність регіону та підтримати місцеву економіку. Важливу роль також відіграє створення позитивного іміджу маршруту, якісний сервіс і використання сучасних цифрових технологій для комунікації з цільовою аудиторією.

«Маркетинг — це теорія і практика процесу прийняття управлінських рішень відносно ринково-продуктової стратегії суб'єктів господарювання на основі дослідження факторів зовнішнього макро- і мікроринкового середовища з метою реалізації економічних інтересів виробників і споживачів» [23, с. 6].

Ефективне маркетингове просування культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» є важливою складовою його успішної реалізації та забезпечення туристичної привабливості території. Основною метою маркетингової діяльності є формування позитивного іміджу маршруту, популяризація культурної спадщини Бакоти, залучення цільової аудиторії та створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Маркетингова стратегія проєкту базується на концепції емоційного та досвід-орієнтованого туризму. Основна увага приділяється створенню унікального образу Бакоти як простору пам'яті, духовності, природної гармонії та культурної автентичності. Саме поєднання природних ландшафтів, історичної спадщини та емоційного досвіду формує туристичну цінність маршруту.

Цільовою аудиторією маршруту є молодь, культурно-пізнавальні туристи, прихильники екологічного туризму, сімейні туристи, фотографи, блогери та особи, зацікавлені у духовному та емоційному відпочинку. Врахування особливостей різних категорій споживачів дозволяє адаптувати рекламні повідомлення та канали комунікації відповідно до потреб аудиторії.

«Процес суспільних перетворень проходить настільки швидко, що маркетингові концепції, стратегії, механізми й інструменти, які донедавна були ефективними, втрачають свою актуальність та стають непридатними для використання в сучасній економіці для просування товарів і послуг. Тому дослідження ключових вимог економічного середовища розпочнемо з визначення основних тенденцій, які прямо впливають на вибір маркетингових інструментів» [24, с. 4].

Для просування культурного маршруту передбачається використання комплексу сучасних маркетингових інструментів:

- створення офіційних сторінок маршруту у соціальних мережах;
- розробка візуального стилю та брендбуку маршруту;
- створення рекламних відео, фото- та інформаційних матеріалів;
- використання цифрового маркетингу та таргетованої реклами;
- співпраця з туристичними платформами та туристичними агентствами;
- залучення блогерів, тревел-фотографів та медіа;
- участь у туристичних виставках, форумах і культурних заходах;
- створення інформаційних буклетів, карт та сувенірної продукції.

Особливу роль у популяризації маршруту відіграють соціальні мережі, які дозволяють швидко поширювати інформацію, формувати емоційний зв'язок із потенційними туристами та забезпечувати інтерактивну комунікацію з аудиторією. Для ефективного просування культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» було розроблено комплекс практичних маркетингових заходів, спрямованих на формування туристичного бренду, збільшення туристичних потоків та популяризацію культурної спадщини Бакоти.

Насамперед передбачається створення офіційних сторінок культурного продукту в соціальних мережах Instagram, Facebook та TikTok. Основним контентом стануть короткі відео з панорами та природними ландшафтами Бакоти, цікавими історіями про затоплене село, різні міфи про скельний монастир, туристичний маршрут та атмосферу місцевості. Планується регулярне ведення сторінок: 3–4 публікації на тиждень, різноманітні stories із туристичних локацій, цікаві інтерактивні опитування та прямі ефіри під час проведення заходів.

Для Instagram передбачено використання візуального контенту, тобто: професійних фотографій заходів сонця, різні краєвиди на оглядових майданчиках, Дністровського каньйону, а також різноманітних активностей. Для їх просування можуть використовуватися такі основні хештеги: #Бакота, #Bakota, #BakotaTravel, #ПростірПам'ятіТаСили, #ПодорожуйУкраїною.

У TikTok планується публікація коротких атмосферних відео тривалістю до 30 секунд із популярними музичними трендами, що сприятиме залученню молодіжної аудиторії. Контент буде орієнтований на емоції, природу та унікальність Бакоти як місця сили й духовного відновлення.

Для популяризації маршруту також передбачається співпраця з українськими тревел-блогерами та фотографами. Планується організація прес-туру до Бакоти для створення авторського фото- та відеоконтенту з подальшим поширенням у соціальних мережах і туристичних медіа.

Важливим елементом просування стане створення офіційного сайту маршруту, де буде розміщено карту маршруту, інформацію про екскурсії,

проживання, сезонні події, фотогалерею та онлайн-реєстрацію для туристів. Для зручності відвідувачів також планується розробка QR-кодів на туристичних локаціях, через які туристи зможуть отримувати цікаву інформацію про об'єкти маршруту.

Для підвищення впізнаваності бренду маршруту передбачається виготовлення різної сувенірної продукції: екторбинок, шоперів з різноманітними дизайнами, листівок, магнітів, туристичних карт та брендovаних чашок із символікою Бакоти.

Окремим напрямом просування стане організація тематичних подій. Планується проведення:

- етнофестивалю «Бакота: простір пам'яті та сили»;
- фототурів для фотографів і блогерів;
- вечірніх екскурсій із легендами Бакоти;
- йога-турів та програм рекреаційного відпочинку;
- екологічних акцій із прибирання території.

Також передбачається співпраця з туристичними агенствами Кам'янця-Подільського та Хмельницької області для включення маршруту до регіональних туристичних програм.

Для ефективного просування культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» доцільно використовувати комплекс сучасних маркетингових інструментів.

Зокрема, пропонується:

- створення офіційного туристичного сайту маршруту;
- ведення сторінок у Instagram, Facebook та TikTok;
- публікація коротких відео та reels про туристичні локації Бакоти;
- співпраця з туристичними блогерами та тревел-інфлюенсерами;
- розробка брендovаної сувенірної продукції;
- створення інтерактивної карти маршруту;
- використання QR-кодів біля туристичних об'єктів;

- розробка мобільного аудіогіда;
- SEO-просування туристичного сайту;
- участь у туристичних виставках та культурних фестивалях.

Особливу роль у популяризації маршруту відіграють цифрові комунікації, оскільки саме соціальні мережі формують сучасний туристичний імідж території та впливають на вибір туристичних дестинацій молодіжною аудиторією.

Ефективність маркетингового просування планується оцінювати за кількістю туристів, охопленням у соціальних мережах, активністю аудиторії, кількістю бронювань екскурсій та відгуками туристів.

«На останньому етапі здійснюється оцінка ефективності проведеної рекламної кампанії, аналізуються відгуки цільової аудиторії, її активність. Результати вимірювань збираються протягом усієї кампанії та включають такі якісні та кількісні показники: рекламні повідомлення, зроблені блогером, кількість «лайків» під повідомленнями, кількість переглядів публікацій та ступінь залучення до них, кількість коментарів та відповідей блогера, кількість використаних промокодів, кількість нових клієнтів за порадою блогера. Найважливішим показником є ROMI (Return on Marketing Investment), який розраховуються за підсумками кожної рекламної кампанії та визначається як співвідношення результату та витрат, які вкладені для його досягнення» [25, с. 33].

Реалізація культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» матиме позитивний вплив не лише на розвиток туризму, а й на креативну економіку регіону. На відміну від традиційних екскурсійних пропозицій, маршрут передбачає активне залучення представників креативних індустрій до створення та просування туристичного продукту.

Унікальність маршруту полягає в тому, що він поєднує природну спадщину, історію затопленого міста, духовну культуру та сучасні інтерактивні форми культурного споживання. Це дозволяє формувати не лише туристичну послугу, а комплексний культурний продукт із високою доданою вартістю.

Проект може інтегрувати різні сектори креативних індустрій, зокрема дизайн, фотографію, відеовиробництво, сувенірне виробництво, народні художні промисли, гастрономію, організацію подій та цифровий контент. У межах маршруту можуть створюватися тематичні сувеніри, брендована продукція, аудіогіди, інтерактивні карти, мультимедійні матеріали та культурні події, присвячені історії Бакоти.

Фінансування проекту може здійснюватися за рахунок коштів місцевих бюджетів, грантових програм у сфері культури та туризму, програм підтримки креативних індустрій, конкурсів Українського культурного фонду, міжнародних грантів та партнерських програм із представниками туристичного бізнесу.

Реалізація маршруту сприятиме створенню додаткових робочих місць для екскурсоводів, майстрів народної творчості, дизайнерів, фотографів, організаторів культурних заходів та інших представників креативного сектору. Крім того, розвиток маршруту стимулюватиме попит на локальну продукцію та послуги, що позитивно впливатиме на економічний розвиток територіальної громади.

Маршрут створюватиме попит на продукцію та послуги локальних виробників, майстрів народної творчості, екскурсоводів, дизайнерів, фотографів, відеографів та організаторів культурних заходів. Це сприятиме появі нових можливостей для самозайнятості населення та розвитку малого підприємництва у сфері культури й туризму.

Таким чином, культурний маршрут «Бакота: простір пам'яті та сили» може стати не лише інструментом популяризації культурної спадщини, а й чинником розвитку креативної економіки та підвищення конкурентоспроможності регіону на туристичному ринку.

Отже, маркетинг та просування культурного маршруту «Бакота: простір пам'яті та сили» спрямовані на формування впізнаваного туристичного бренду, популяризацію культурної спадщини Бакоти та забезпечення сталого розвитку території через використання сучасних маркетингових технологій і комунікаційних інструментів.

Висновки до розділу 3

У результаті дослідження було розроблено культурний маршрут «Бакота: простір пам'яті та сили» як комплексний соціокультурний проєкт, спрямований на популяризацію культурної спадщини території та розвиток культурного туризму. Визначено, що концепція маршруту базується на поєднанні історичного, природного та символічного потенціалу Бакоти, що дозволяє сформувати цілісний туристичний продукт і створити унікальний емоційний досвід для відвідувачів.

У процесі роботи було визначено пріоритетну цільову аудиторію маршруту — молодих туристів віком 20–35 років, орієнтованих на емоційний, пізнавальний та інтерактивний формат подорожей. Врахування потреб аудиторії дозволило сформувати структуру маршруту відповідно до сучасних тенденцій розвитку культурного туризму та досвід-орієнтованого підходу.

Розроблений дводенний маршрут включає культурно-пізнавальні екскурсії, природно-рекреаційні локації, інтерактивні заходи, майстер-класи та елементи локальної культури.

У межах дослідження обґрунтовано організаційно-управлінську модель проєкту, яка передбачає співпрацю туристичних операторів, місцевих громад, закладів розміщення, екскурсоводів та представників культурної сфери. Визначено, що ключову роль у реалізації маршруту відіграє менеджер соціокультурної діяльності, який здійснює координацію процесів, організацію партнерської взаємодії та управління туристичним продуктом.

Фінансове планування проєкту дозволило визначити основні витрати, ресурси та джерела фінансування маршруту. Проведений кошторис підтвердив економічну доцільність реалізації проєкту та можливість його подальшого розвитку.

Отже, культурний маршрут «Бакота: простір пам'яті та сили» є перспективним соціокультурним проєктом, який сприятиме популяризації території, розвитку локального туризму, збереженню культурної спадщини та формуванню позитивного туристичного іміджу Бакоти.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломної роботи було здійснено комплексне дослідження теоретичних та практичних аспектів створення культурного маршруту як соціокультурного проєкту на прикладі території Бакоти. Узагальнено теоритичні підходи до розуміння культурної спадщини, культурного туризму та культурних маршрутів як важливих інструментів соціокультурної діяльності. Розкрито сутність культурної спадщини як чинника формування історичної пам'яті, національної ідентичності та культурного розвитку суспільства. А також здійснено розробку власного культурного туристичного продукту «Бакота: простір пам'яті та сили».

У першому розділі досліджено теоретичні основи культурних маршрутів та їх роль у сучасному соціокультурному просторі. Встановлено, що культурна спадщина є важливим чинником формування історичної пам'яті, національної ідентичності та культурного розвитку суспільства. Вона охоплює матеріальні й нематеріальні елементи, які формують культурний потенціал території та можуть бути інтегровані у туристичну діяльність.

Доведено, що туризм у сучасних умовах виступає не лише економічною сферою, але й важливим засобом міжкультурної комунікації, популяризації культурних цінностей та формування емоційного досвіду. Особливе значення має культурний туризм, який сприяє збереженню та актуалізації культурної спадщини через створення сучасних туристичних продуктів. У процесі дослідження визначено, що культурні маршрути є ефективною формою організації культурного туризму, оскільки дозволяють поєднувати різні об'єкти спадщини в єдину тематичну систему та створювати комплексний туристичний досвід.

Також було проаналізовано міжнародний досвід організації культурних маршрутів та встановлено, що їх ефективне функціонування залежить від системного підходу до управління, використання сучасних маркетингових інструментів, партнерської взаємодії та залучення місцевих громад. Визначено, що важливу роль у створенні та реалізації культурних маршрутів відіграє

менеджер соціокультурної діяльності, який здійснює координацію процесів, управління ресурсами, організацію комунікації та просування туристичного продукту.

У другому розділі здійснено аналіз соціокультурного та туристичного потенціалу території Бакоти. Встановлено, що Бакота є унікальною територією, яка поєднує природні ресурси, історико-культурну спадщину та потужний символічний зміст. Особливу туристичну привабливість території формує образ «затопленого міста», який створює емоційний та історичний контекст сприйняття простору.

У процесі дослідження проаналізовано матеріальні та нематеріальні культурні ресурси Бакоти, серед яких Бакотський скельний монастир, природні ландшафти Дністровського каньйону, локальні легенди, історична пам'ять та культурні наративи. Визначено, що саме поєднання природної, історичної та духовної складових створює основу для формування унікального культурного маршруту.

Аналіз цільової аудиторії показав, що територія має потенціал для залучення культурно-пізнавальних туристів, молоді, еко-туристів та осіб, орієнтованих на отримання автентичного й емоційного досвіду. Водночас дослідження туристичного ринку та конкурентного середовища засвідчило необхідність чіткого позиціонування Бакоти як окремої культурно-туристичної дестинації.

Проведений SWOT-аналіз дозволив визначити сильні сторони території, серед яких природна унікальність, історико-культурна цінність та високий емоційний потенціал. Водночас виявлено низку проблем, пов'язаних із недостатнім рівнем туристичної інфраструктури, інформаційної підтримки та системного управління туристичними потоками.

У третьому розділі було розроблено культурний маршрут «Бакота: простір пам'яті та сили» як комплексний соціокультурний проєкт. Концепція маршруту базується на інтеграції історичного, природного та символічного

потенціалу території й спрямована на створення досвід-орієнтованого туристичного продукту.

У межах роботи визначено мету, завдання та цільову аудиторію маршруту, розроблено дводенну туристичну програму, яка включає екскурсійну, культурно-пізнавальну, рекреаційну та інтерактивну складові. Маршрут поєднує відвідування історичних та природних об'єктів, локальну гастрономію, майстер-класи, елементи етнокультурної програми та інтерактивні форми взаємодії з простором.

Також обґрунтовано організаційно-управлінську модель проєкту, яка передбачає співпрацю туристичних операторів, місцевих громад, закладів розміщення, екскурсоводів і представників культурної сфери. Визначено основні функції менеджера соціокультурної діяльності та розроблено орієнтовний фінансовий кошторис маршруту.

Окрему увагу приділено маркетинговому просуванню культурного маршруту. Встановлено, що ефективна популяризація туристичного продукту потребує використання сучасних цифрових технологій, соціальних мереж, брендового позиціонування, співпраці з медіа та туристичними платформами. Формування позитивного іміджу Бакоти як простору пам'яті, духовності та природної гармонії сприятиме збільшенню туристичних потоків і розвитку внутрішнього туризму України.

Отже, результати проведеного дослідження підтверджують, що культурні маршрути є ефективним інструментом розвитку територій, популяризації культурної спадщини та активізації соціокультурної діяльності. Розроблений культурний маршрут «Бакота: простір пам'яті та сили» має практичний потенціал для реалізації та може стати основою для розвитку культурного туризму на території Бакоти. Реалізація проєкту сприятиме збереженню культурної спадщини, підтримці місцевих громад, формуванню позитивного туристичного іміджу регіону та розвитку сталого туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Степанов В. *Визначення поняття «культурна спадщина» в культурному просторі України.* URL: <https://ku-khsac.in.ua/article/view/59690> (дата звернення: 02.03.2026)
2. Чорна Н. *Культурна спадщина України: проблеми вивчення, збереження та використання.* URL: <https://dspace.vspu.edu.ua/items/538778b3-1cdd-463f-ba97-10434a5b1465> (дата звернення: 03.03.2026)
3. Мелько Л.Ф. *Етнографічний тузизм як складова культурно-пізнавального туризму.* Туризм у контексті сучасного виміру: Збірник наукових праць. 2013. 14 берез. С. 61–65. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/melko_0015.pdf (дата звернення: 07.03.2026)
4. Берест П.М. *Європейські культурні маршрути як чинник активізації розвитку туристичних дестинацій центральної України.* URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2991/1/fenomen_kultury_2021_ch1.pdf#page=27 (дата звернення: 12.03.2026)
5. Устименко Л. М., Крупа І. П. *Національні культурні маршрути як чинник розвитку самобутніх туристичних дестинацій.* URL: <https://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/236025/235618> (дата звернення: 15.03.2026)
6. Філіна Т.В. *Маркетингова складова популяризації культурного продукту. Питання культурології.* 2019 URL : <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/188788> (дата звернення: 19.03.2026)
7. Япринець Т., Єгорова О. *Локальні туристичні маршрути як ресурс сталого розвитку громад.* URL: <https://www.is-journal.com/is/article/view/368/191> (дата звернення: 24.03.2026)
8. В. Бурак та ін. *Роль культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу території й держави.* URL: <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/851/810> (дата звернення: 29.03.2026)

9. Сахно С. В. *Роль менеджера соціокультурної діяльності в розвитку культурного середовища.* URL: <https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11057/1/Роль%20менеджера%20соціокультурної%20діяльності%20в%20розвитку%20культурного%20середовища.pdf> (дата звернення: 04.04.2026)
10. Маярчак С. *Літописні Бакота і Пониззя.* URL: http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2006_1/30.pdf (дата звернення: 07.04.2026)
11. Палилюлько О., Завадська І. *Історико-археологічні дослідження Бакоти, туристичної перлини Поділля.* URL: https://www.hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/2_2025/19.pdf (дата звернення: 07.04.2026)
12. Войтенко О. *Потенціал сфери культурних послуг та його структурні елементи.* URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6079/6018> (дата звернення: 11.04.2026)
13. Гризовська Л., Гриндій О. *Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи.* URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/693e21cd-6403-4b37-8b70-324e4d2556de/content#page=113> (дата звернення: 14.04.2026)
14. Копчак Ю. С., Лобунець Т. В., Луковський Р. І. *SWOT-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу.* URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3868/3788> (дата звернення: 17.04.2026)
15. Виговський Д., Конарівська О., Яковишина М. *Перспективи інтеграції екскурсійного потенціалу міста Рівне у мережу культурних маршрутів Ради Європи.* URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6479/6419> (дата звернення: 19.04.2026)

16. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. *Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні*. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/30-2021/glubochenko.pdf> (дата звернення: 19.04.2026)
17. Січка І. *Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України*. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6dad4321-33a1-418c-b8b1-12f8893ec136/content> (дата звернення: 21.04.2026)
18. Миронов Ю. *Регулювання та прогнозування туристичного попиту в контексті сталого розвитку туризму*. URL: <https://www.journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1549/1460> (дата звернення: 25.04.2026)
19. Громова Д. П., Гуцал Л. А. *Паломницький туризм та його об'єкти історико-культурної спадщини на Хмельниччині*. URL: https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:hVMZBItrXV4J:scholar.google.com/+культурний+туризм+в+Бакоті&hl=ru&as_sdt=0,5 (дата звернення: 30.04.2026)
20. Мальська М.П. та ін. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід*. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/mater_turyzm-2016.pdf#page=268 (дата звернення: 01.05.2026)
21. Солдатенко О. І., Смаглюк К. Р. *Роль менеджера СКД в організації виставкової діяльності*. URL: <https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11054/1/Роль%20менеджера%20СКД%20в%20організації%20виставкової%20діяльності.pdf> (дата звернення: 02.05.2026)
22. О. І. Графська та ін. *Фінансове планування інвестиційної діяльності підприємств туристичної галузі України*. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/2733/2579> (дата звернення: 03.05.2026)
23. Старостіна А. О., Кравченко В. А. *Маркетинг*. URL: <http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4956/1/2018-Старостіна-Маркетинг.pdf> (дата звернення: 03.05.2026)

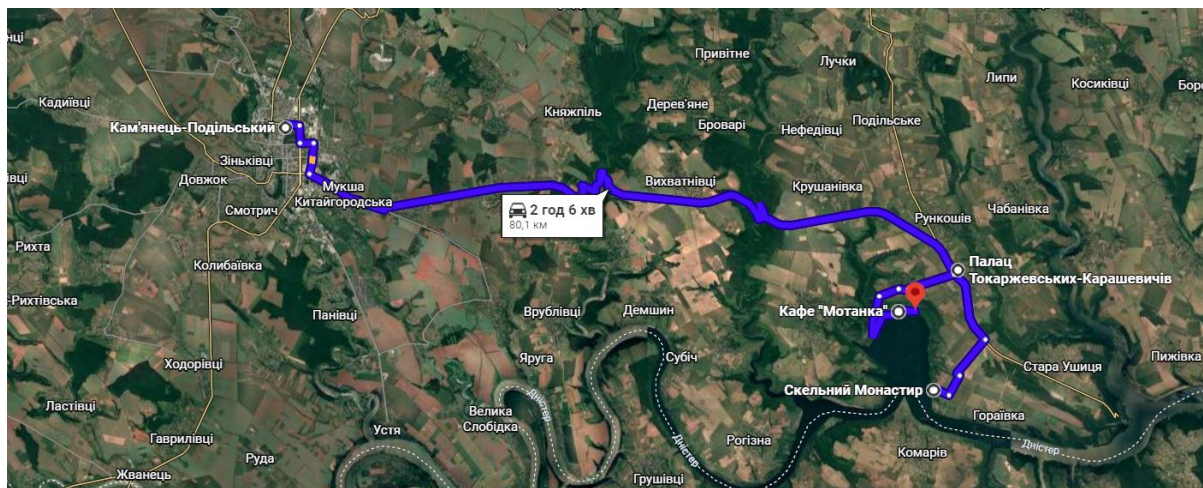
24. Лошенюк І. Р., Лошенюк (Зеленюк) О. В. *Сучасні маркетингові інструменти просування товарів і послуг*. URL: http://rps.chteiknteu.cv.ua:8585/jspui/bitstream/123456789/2505/1/losheniuk_modern%20marketing%20tools.pdf (дата звернення: 04.05.2026)

25. Журило В. *Маркетинг впливу як комунікаційний інструмент просевання товарів у соціальних інтернет-мережах*. URL: <https://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/282/276> (дата звернення: 04.05.2026)

ДОДАТКИ

Додаток А

Маршрут культурного продукту



Додаток Б

