

українських і європейських готелів доводять, що трансформація, орієнтована на нові покоління, дозволяє не лише утримати позиції на ринку, а й стати лідерами у своїх сегментах.

**Список використаних джерел:**

1. Черненко О. В. Ребрендинг у сфері послуг: сучасні тенденції : монографія. Київ : НАУ, 2020. 198 с.
2. Ribas Hotels Group. Огляд готельного ринку України 2025. Одеса, 2025. URL: <https://ribashotelsgroup.ua>

**Бортнік Н.В.**  
*викладач кафедри фундаментальних  
та спеціальних дисциплін,  
Нововолинський навчально-науковий  
інститут економіки та менеджменту  
Західноукраїнського національного університету,  
м. Нововолинськ, Україна*

**Вітковський Т.Л.,**  
*студент,  
Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль, Україна*

**Журавель Д.П.**  
*студент,  
Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИХ ТУРІВ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Сучасний етап розвитку туристичних підприємств України характеризується зростанням попиту на культурно-пізнавальні подорожі, що обумовлено посиленням інтересу внутрішніх та іноземних туристів до історико-культурної спадщини, національної ідентичності та унікальності регіональних культурних ресурсів. У таких умовах розробка конкурентоспроможних культурно-пізнавальних турів стає важливим напрямом адаптації туристичного бізнесу до викликів ринку та зміни поведінки споживачів.

Однією з ключових особливостей є переорієнтація турпродукту на безпеку, автентичність та інтелектуальну цінність. Туристичні підприємства мають інтегрувати у програми подорожей не лише традиційні історичні об'єкти, але й сучасні культурні ініціативи, музеї нового формату, арт-простори, ремісничі центри та інтерактивні експозиції, що забезпечують глибше залучення туриста

до культурного контексту. Зростає значення використання локальних культурних практик, гастрономічної спадщини та нематеріальних культурних ресурсів як інструментів підсилення унікальності туру.

Важливою тенденцією є цифровізація процесу розробки та реалізації турів. Віртуальні тури, мультимедійні гіді, мобільні додатки та AR-елементи підвищують якість комунікації з туристом і розширюють можливості подачі культурного контенту. Туристичні підприємства мають адаптувати свій продукт до очікувань покоління Z та цифрових кочівників, для яких інтерактивність та персоналізація є визначальними чинниками вибору [3, с.33].

Не менш значущим аспектом виступає необхідність міжсекторної співпраці між туристичними компаніями, органами влади, культурними установами, громадами та представниками креативних індустрій. Така взаємодія дозволяє формувати комплексні тури, що поєднують культурно-історичні, мистецькі та освітні елементи у рамках цілісного туристичного маршруту. Окремого значення набуває включення до турів подій культурного календаря, фестивалів, етнографічних свят та локальних традиційних практик.

Процес розробки культурно-пізнавальних турів вимагає врахування регіональної специфіки, диференціації цільових сегментів та формування різнорівневих маршрутів: від коротких екскурсійних програм до комплексних тематичних турів. Важливими залишаються економічна доступність, транспортна логістика, якість сервісу, професійна підготовка гідів-екскурсоводів та забезпечення інформаційної підтримки туристів.

Сучасна практика функціонування туристичних підприємств України демонструє зростання популярності культурно-пізнавальних турів, що спрямовані на поглиблене ознайомлення туристів з історико-культурною спадщиною, мистецькими надбаннями, локальною ідентичністю та соціокультурними практиками регіонів. Одним із найбільш поширених типів таких турів є історико-культурні маршрути містами з високою концентрацією об'єктів архітектурної, релігійної та урбаністичної спадщини. Наприклад, туристичні продукти, що включають відвідування Львова, Кам'янець-Подільського, Чернігова чи Одеси, поєднують оглядові екскурсії, тематичні маршрути та інтерактивні елементи музейної експозиції, забезпечуючи комплексне розкриття історичної динаміки розвитку міського середовища [1, с.292].

Поширеною практикою є формування турів, заснованих на об'єктах світової спадщини ЮНЕСКО, що користуються стабільно високим попитом з боку внутрішніх та іноземних туристів. Зокрема, культурно-пізнавальні тури до Софії Київської, Києво-Печерської лаври чи дерев'яних церков Карпатського регіону дозволяють туристам ознайомитися з унікальними зразками сакральної архітектури та традиційного будівництва, водночас сприяючи формуванню глибшого розуміння культурної ідентичності українського народу.

Своєрідною формою культурного пізнання виступають гастрономічні тури, що відображають регіональні кулінарні традиції та нематеріальну культурну спадщину. Такі тури, як подорожі винними регіонами Закарпаття чи ознайомлення з кавовими та шоколадними традиціями Львова, поєднують

degustaційні практики, демонстрацію технологій виробництва та майстер-класи, створюючи у туриста ефект занурення в культурне середовище [2, с.59]

Не менш значущими для системи культурно-пізнавального туризму є етнографічні та фольклорні маршрути, орієнтовані на ознайомлення з традиційними ремеслами, обрядами та локальними святами. Подорожі в Карпатський регіон, що включають спілкування з представниками місцевих громад, участь у традиційних гуцульських обрядах або ознайомлення з автентичними ремеслами, створюють можливості для формування індивідуального пізнавального досвіду та зміцнення культурної комунікації між туристом та місцевою громадою.

Окремий напрям становлять тури, пов'язані з сучасним мистецьким середовищем, арт-просторами, фестивалями та культурними подіями. Маршрути, що включають відвідування Мистецького арсеналу, PinchukArtCentre або сучасних арт-галерей Львова та Одеси, забезпечують доступ туристів до актуальних культурних процесів, сприяють популяризації креативних індустрій та розширюють змістовну складову традиційного тур продукту [2, с.60].

Таким чином, сучасні культурно-пізнавальні тури в Україні повинні поєднувати інноваційність, автентичність та багатовимірність культурного контенту, забезпечуючи туристам глибоке занурення у історико-культурний простір країни. Використання цифрових технологій, розвиток партнерств і переосмислення культурної спадщини як економічного ресурсу створюють передумови для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та формування нових можливостей для розвитку національного туристичного ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Паньків Н., Паздерська Л. Тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму на Заході України в умовах російсько-української війни на прикладі ТО «Відвідай». *Development Service Industry Management*. 2025. № (1). С. 291-306. [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9\(40\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9(40)).
2. Паньків Н., Сагайдак В. Організація культурно-пізнавального туризму. сучасний стан та тенденції розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 5, Том 1. С. 58 -71.
3. Снігур К.В. Культурно-пізнавальний туризм в Україні:сучасний стан ресурсної бази та перспективи розвитку. *Вісник ДонНУЕТ. Серія «Підприємництво, менеджмент, маркетинг»*. 2023. № 2(79). С. 32-43.