

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О. М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему: «Аналіз стану та перспектив розвитку етнографічного туризму в
Україні»

Виконала: здобувачка 4 курсу
спеціальності 242 «Туризм»
групи ТУР2022-1
Луговець К. Л.

Керівник: Влащенко Н. М.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: Островський І. А.
(прізвище та ініціали)

Харків – 2026 р.

Керівник роботи

(підпис)

«24» червня 2026 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувачка Луговець К. Л.
допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри ТiГГ
(назва)

канд. екон. наук, доц. Писарева І. В.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

«24» червня 2026 р.

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

Освітній рівень «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри ТiГГ
доц., канд. екон. наук Писарева І. В.

« 25 » травня 2026 р.

**З А В Д А Н Н Я
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Луговець Катерині Леонідівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Аналіз стану та перспектив розвитку етнографічного туризму в Україні»
керівник роботи Влащенко Н. М., доц., к. е. н.
затверджені наказом вищого навчального закладу від «19» травня 2026 р.
№ 428-03
2. Строк подання здобувачем роботи 24 червня 2026 р.
3. Вихідні дані до роботи:
Чинне законодавство, наукові статті у фахових виданнях, фінансово-економічні показники звітності підприємства, статистичні дані та ресурси Інтернет.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
 1. Концептуальні основи та ресурсний потенціал етнографічного туризму в Україні.
 2. Тематичний аналіз господарської діяльності ТОВ туроператора «N» м. Київ.
 3. Розробка етнографічних турів по Поліському туристському регіону.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
 1. Концептуальні підходи до визначення та типізації етнотуризму.
 2. Потенціал розвитку етнографічного туризму в Україні.

3. Сучасні тенденції та організаційні аспекти етнографічного туризму.
4. Тематичний аналіз господарської діяльності ТОВ туроператора «N» м. Київ.
5. Аналіз реалізації послуг за напрямком внутрішнього туризму.
6. Аналіз фінансових результатів діяльності турфірми та обґрунтування розробки та реалізації етнографічних турів.
7. Складання програми етнографічного туру та визначення факторів його унікальності.
8. Калькулювання вартості туру та основних економічних складників.
9. Створення альтернативного етнографічного туру та оцінка ефективності запропонованих варіантів.
10. Порівняння економічних показників розроблених турів.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультантів	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основна частина	Влащенко Н. М., доц.	25.05.26	24.06.26
Нормоконтроль	Покогодна М. М., доц.		

7. Дата видачі завдання 25.05.2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Збір і обробка первинної інформації</i>	25.05 – 27.05	
2.	<i>Робота над теоретичним розділом</i>	28.05 – 02.06	
3.	<i>Робота над аналітичним розділом</i>	03.06 – 10.06	
4.	<i>Робота над проєктним розділом</i>	11.06 – 18.06	
5.	<i>Розробка і оформлення графічного матеріалу</i>	19.06 – 20.06	
6.	<i>Оформлення пояснювальної записки</i>	21.06 – 22.06	
	<i>Перевірка на плагіат. Передзахист</i>	23.06 – 24.06	

Здобувач

_____ Луговець К. Л.
(підпис, прізвище, ініціали)

Керівник роботи

_____ Влащенко Н. М.
(підпис, прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ТА РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	9
1.1. Концептуальні підходи до визначення та типізації етнотуризму	9
1.2. Потенціал розвитку етнографічного туризму в Україні.....	14
1.3. Сучасні тенденції та організаційні аспекти етнографічного туризму.....	22
РОЗДІЛ 2. ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ТУРОПЕРАТОРА «N» м. КИЇВ.....	32
2.1. Характеристика підприємства.....	34
2.2. Аналіз виробничої програми туристського оператора	
2.3. Аналіз доходів.....	41
2.4. Аналіз фінансових результатів діяльності турфірми та обґрунтування розробки та реалізації етнографічних турів.....	45
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЕТНОГРАФІЧНИХ ТУРІВ ПО ПОЛІСЬКОМУ ТУРИСТСЬКОМУ РЕГІОНУ.....	55
3.1. Складання програми етнографічного туру та визначення факторів його унікальності.....	55
3.2. Калькулювання вартості туру та основних економічних складників.....	61
3.3. Формування вартості туру та оцінка економічних результатів його реалізації.....	65
3.4. Створення альтернативного етнографічного туру та оцінка ефективності запропонованих варіантів.....	72
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Туризм у сучасному світі виступає важливим чинником соціально-економічного розвитку держави, сприяючи формуванню її позитивного іміджу, зміцненню культурних зв'язків та збереженню історико-культурної спадщини. Одним із перспективних напрямів туристичної діяльності є етнографічний туризм, який орієнтований на пізнання традицій, звичаїв, обрядів, народного мистецтва та способу життя різних етнічних груп. Україна, володіючи значним етнокультурним різноманіттям, унікальними традиціями та автентичними регіонами, має вагомі передумови для розвитку етнографічного туризму як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичному ринку.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням інтересу до культурної спадщини, національної ідентичності та локальних традицій в умовах глобалізації, а також необхідністю ефективного використання етнокультурного потенціалу України для розвитку туризму. В умовах сучасних викликів, зокрема воєнного стану, етнографічний туризм може стати важливим інструментом підтримки регіональної економіки, розвитку сільських територій, збереження нематеріальної культурної спадщини та активізації діяльності місцевих громад.

Додаткової актуальності дослідженню надає необхідність інтеграції етнографічного туризму у сучасні моделі сталого розвитку, що передбачають збалансоване поєднання економічних, соціальних і культурних інтересів. В умовах зростання конкуренції на туристичному ринку особливого значення набуває формування унікальних туристичних продуктів, заснованих на автентичності та локальній самобутності регіонів.

Теоретичні засади дослідження туризму та його етнокультурних аспектів сформовані у працях відомих зарубіжних і вітчизняних учених. Зокрема, Дін МакКаннелл у своїй праці «Турист: нова теорія дозвільного класу» розглядає туризм як соціокультурний феномен та аналізує мотивацію

туристів у контексті пошуку автентичності. Ерік Коен досліджує соціологічні підходи до туризму, акцентуючи увагу на типології туристичного досвіду. Вален Л. Сміт у колективній монографії «Господарі та гості» аналізує взаємодію між туристами та місцевими громадами. Роберт Е. Вуд розглядає взаємозв'язок культури та туризму в умовах глобалізаційних процесів.

Серед українських науковців вагомий внесок у розвиток теорії та практики туризму здійснили Ольга Любіцева, яка досліджувала геопросторові аспекти туристичного ринку, Іван Смаль, Василь Федорченко, Наталія Кудла, а також Марія Мальська та Володимир Цибух, які розглядали організаційно-економічні аспекти функціонування туристичного бізнесу. Окрему увагу етнографічному туризму приділено у працях Наталії Дністрянської, в яких він визначається як важливий резерв соціально-економічного розвитку регіонів, зокрема Українських Карпат.

Попри значну кількість наукових досліджень, низка аспектів розвитку етнографічного туризму в Україні залишається недостатньо вивченою. Зокрема, потребують уточнення підходи до трактування сутності етнографічного туризму, удосконалення механізмів його організації та управління, а також визначення ефективних напрямів розвитку в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій.

Метою кваліфікаційної роботи є комплексний аналіз стану та перспектив розвитку етнографічного туризму в Україні, а також обґрунтування напрямів його подальшого розвитку та вдосконалення.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- дослідити концептуальні підходи до визначення та типізації етнографічного туризму;
- проаналізувати потенціал розвитку етнографічного туризму в Україні;
- визначити сучасні тенденції та організаційні аспекти етнографічного туризму;
- виконати тематичний аналіз діяльності туристського оператора по внутрішньому туризму ТОВ «N» м. Київ;

– розробити етнографічні тури по Україні та визначити доцільність їх реалізації.

Об’єктом дослідження є етнографічний туризм в Україні, предметом – сучасний стан, проблеми та перспективи його розвитку.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, статистичні матеріали, нормативно-правові акти у сфері туризму, аналітичні звіти, а також електронні ресурси та результати власних досліджень.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для вдосконалення державної політики у сфері туризму, розвитку регіональних туристичних програм, а також у діяльності туристичних підприємств з метою формування конкурентоспроможних етнографічних туристичних продуктів і підвищення привабливості України як туристичного напрямку.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Повний обсяг роботи – 88 сторінки, у тому числі основного тексту – 81 сторінок. Робота містить: 28 таблиць, 18 рисунків, 5 формул, список використаних джерел (43 найменувань, викладених на 6 сторінках), 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ТА РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Концептуальні підходи до визначення та типізації етнотуризму

Етнографічний (етнічний) туризм у сучасній науковій літературі розглядається як один із різновидів культурно-пізнавального туризму, що передбачає ознайомлення з традиціями, способом життя, звичаями та культурною спадщиною різних народів. У межах цього виду туризму відбувається безпосередній контакт туриста з етнокультурним середовищем, що сприяє глибшому розумінню культурної різноманітності світу.

Значний внесок у формування теоретичних засад етнотуризму зробили зарубіжні дослідники. Так, Д. МакКаннел розглядає етнічний туризм крізь призму прагнення туристів до автентичності, підкреслюючи їх інтерес до «справжнього» життя інших народів [37]. У свою чергу, Е. Коен [36] акцентує увагу на різноманітності туристичного досвіду, який може варіюватися від поверхневого ознайомлення з культурою до глибокого занурення в неї.

В. Л. Сміт [38] визначає етнічний туризм як подорожі до традиційних спільнот із метою спостереження за їхнім способом життя та участі у культурних практиках, що підкреслює його антропологічний характер.

Р. Е. Вуд [41– 42], своєю чергою, розглядає етнотуризм як форму міжкультурної взаємодії, у якій етнічна ідентичність виступає об'єктом демонстрації та споживання.

У вітчизняній науковій думці етнічний туризм також отримав різнопланове трактування. Зокрема, О. О. Любіцева [17– 18] розглядає його як складову культурно-пізнавального туризму, акцентуючи на ролі етнокультурних ресурсів у формуванні туристичного продукту. І. М. Смаль [27] підкреслює його значення як спеціалізованого напрямку туристичної діяльності, спрямованого на пізнання культурної різноманітності народів.

В. К. Федорченко [32] обґрунтовує етнічний туризм як важливу складову культурного туризму, що сприяє збереженню та популяризації етнічної спадщини. Н. І. Кудла [15] розглядає його з позиції ефективного використання етнокультурних ресурсів території для задоволення пізнавальних потреб туристів. Водночас М. П. Мальська [21] акцентує увагу на його ролі як елемента культурно-пізнавального туризму, орієнтованого на вивчення традицій, звичаїв та способу життя етносів.

Отже, аналіз наукових підходів свідчить про багатогранність трактувань поняття «етнічний (етнографічний) туризм», що зумовлено міждисциплінарним характером даного явища. Узагальнення цих підходів наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «етнографічний туризм»

Науковці	Підходи до визначення
1	2
Д. МакКаннел [37]	Розглядає етнічний туризм як форму туристичної діяльності, пов'язану з пошуком автентичного досвіду, де турист прагне пізнати «справжнє» життя та культуру інших народів
Е. Коен [36]	Трактує етнічний туризм як різновид туристичного досвіду, що передбачає взаємодію з іншими культурами та може варіюватися від поверхневого ознайомлення до глибокого культурного занурення
В. Л. Сміт [38]	Визначає етнічний туризм як подорожі до традиційних спільнот з метою спостереження за їх способом життя, культурою та участі у звичаях і ритуалах
Р. Е. Вуд [41– 42]	Розглядає етнічний туризм як форму міжкультурної комунікації, що базується на демонстрації та споживанні етнічної ідентичності
О. О. Любіцева [17– 18]	Включає етнічний туризм до структури культурно-пізнавального туризму, підкреслюючи значення етнокультурних ресурсів у формуванні туристичного продукту
І. М. Смаль [27]	Розглядає етнічний туризм як спеціалізований напрям туристичної діяльності, спрямований на пізнання культурної різноманітності та традицій народів

Продовж. табл. 1.1

1	2
В. К. Федорченко [32]	Обґрунтовує етнічний туризм як складову культурного туризму, що сприяє збереженню та популяризації етнічної спадщини
Н. І. Кудла [15]	Визначає етнічний туризм як форму використання етнокультурних ресурсів території для задоволення пізнавальних потреб туристів
М. П. Мальська [21]	Розглядає етнічний туризм як складову культурно-пізнавального туризму, орієнтовану на ознайомлення з традиціями, звичаями та способом життя етносів

Опрацювання наукових підходів, представлених у таблиці 1.1, засвідчує, що поняття етнічного (етнографічного) туризму інтерпретується дослідниками з різних позицій, що зумовлено його міждисциплінарною природою. Узагальнюючи спільні риси, можна відзначити, що більшість авторів розглядають етнотуризм як форму туристичної діяльності, пов'язану з пізнанням культурних особливостей, традицій та способу життя різних народів, а також як важливий інструмент збереження й популяризації етнокультурної спадщини. Водночас наголошується на значенні безпосереднього контакту туриста з етнічним середовищем, що сприяє формуванню міжкультурного діалогу та розширенню світогляду.

Разом з тим простежуються певні відмінності у трактуваннях. Зокрема, зарубіжні науковці акцентують увагу на мотиваційних аспектах туристичної діяльності, зокрема прагненні до автентичності, глибинного культурного досвіду та міжкультурної взаємодії. Натомість вітчизняні дослідники здебільшого розглядають етнічний туризм у контексті використання ресурсного потенціалу територій, розвитку культурно-пізнавального туризму та збереження національної спадщини.

Таким чином, різноманіття підходів до визначення етнічного туризму відображає складність і багатовимірність цього явища, що поєднує культурні, соціальні та економічні аспекти туристичної діяльності.

Разом із тим, окрім різниці в акцентах на мотиваційних або ресурсних аспектах, дослідники виділяють і різноманітні форми та способи організації етнографічних подорожей. Саме з метою систематизації цих підходів до практичної організації туризму формується класифікація, що дозволяє виокремити ключові ознаки та типи етнотуристичних подорожей.

Класифікаційні ознаки організації етнографічних подорожей систематизовані на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Класифікаційні ознаки організації етнографічних подорожей

Класифікація етнографічного туризму, представлена на рисунку, дозволяє систематизувати його різноманітні форми відповідно до ключових організаційних, мотиваційних, територіальних, тематичних та часових ознак.

Першою ознакою є форма організації туристичних послуг, яка поділяє етнотуризм на індивідуальний та груповий. Індивідуальний туризм передбачає самостійні подорожі окремих туристів або невеликих сімейних груп, де програма формуються гнучко під запити учасників. Груповий туризм передбачає організовані тури з чіткою програмою екскурсій, майстер-класів та участю у традиційних обрядах, що забезпечує стандартизоване занурення в культурний простір відвідуваних етнічних спільнот [32].

Другою ознакою є територіальна спрямованість, яка розділяє етнотуризм на внутрішній та зовнішній. Внутрішній охоплює поїздки всередині країни для знайомства з локальними етнічними групами, їхніми традиціями та побутом, тоді як зовнішній або ностальгічний туризм орієнтований на відвідування історичної батьківщини, місць проживання або народження предків, часто включає повернення до регіонів колишнього проживання туристів.

Третьою ознакою виступає мотивація туристів, що визначає напрям та глибину культурного занурення. Етнографічні поїздки можуть здійснюватися з метою пізнавальної діяльності, отримання нових знань про побут, культуру та традиції етнічних спільнот, або з метою рекреації та відпочинку, коли туристи прагнуть культурного збагачення, зміни соціального середовища та емоційного задоволення [32].

Четвертою ознакою є тематика або зміст програми, що відображає основні напрями занурення туристів. До них належать відвідування культурних, історичних або релігійних об'єктів, участь у традиційних ремісничих і кулінарних практиках, знайомство з місцевим побутом та святкуваннями.

П'ятою ознакою є тривалість та сезонність подорожей, що дозволяє поділити тури на короткотривалі, середньострокові та довгострокові або

сезонні. Короткотривалі тури охоплюють поїздки тривалістю від кількох годин до 1–2 днів і передбачають швидке ознайомлення з побутом та культурою. Середньострокові тури (3–7 днів) включають проживання в сільських оселях та активну участь у традиційних заходах, тоді як довгострокові або сезонні тури забезпечують повне занурення у життя етнічних спільнот, включно з участю у сезонних роботах та ритуалах.

Класифікація етнографічного туризму за п'ятьма основними ознаками – за територіальним охопленням, тематичною спрямованістю, мотивацією туристів, тривалістю подорожі та формою організації туристичних послуг – дозволяє комплексно оцінити різноманітність його проявів та визначити можливості практичної реалізації. В Україні, завдяки багатому етнокультурному ландшафту, історичним традиціям та локальним етнічним спільнотам, створюється сприятливе середовище для організації як внутрішніх, так і зовнішніх етнографічних подорожей.

1.2. Потенціал розвитку етнографічного туризму в Україні

Україна володіє значним потенціалом для розвитку етнографічного туризму завдяки своєму багатому етнокультурному різноманіттю та історико-культурній спадщині. Кожен регіон характеризується унікальними традиціями, ремеслами, фольклором, побутовими звичаями, локальними святами та обрядами, що можуть стати основою для організації автентичних туристичних маршрутів. Внутрішні етнографічні подорожі надають можливість туристам ознайомитися з культурою українських етнічних груп без виїзду за кордон, що особливо актуально для розвитку сільських територій і популяризації локальної культури.

Регіональний потенціал розвитку етнографічного туризму в Україні характеризується значним різноманіттям культурних, історичних та побутових ресурсів, що відображають унікальні традиції окремих територій. Так, Карпати (Закарпаття, Івано-Франківська та Львівська області)

вирізняються гуцульськими та бойківськими звичаями, народними ремеслами та автентичними обрядовими практиками; Поділля та Полісся відзначаються традиційною народною архітектурою, ремеслами та календарними обрядовими святами; Дніпровський регіон – козацькими традиціями, історичними поселеннями та фольклорними фестивалями; південні регіони мають багатонаціональну етнічну спадщину (українці, болгари, гагаузи, молдавани, румуни, греки, караїми), традиційні ремесла, обрядові свята та етногастрономічні особливості.

Систематизоване зображення регіонального потенціалу етнографічного туризму подано на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Регіональний потенціал етнографічного туризму в Україні

Український етнографічний простір вирізняється значною регіональною різноманітністю, що обумовлює високу культурну привабливість для туристів з різними мотиваціями – від культурно-пізнавальної до ностальгійної. Кожний регіон формує власний комплекс етнокультурних ресурсів у вигляді традиційних обрядів, ремесел, свят, гастрономії та історико-етнографічних об'єктів, які можуть бути інтегровані у туристичні маршрути різної тривалості та складності.

Перш за все слід виокремити Карпатський регіон, до якого належать Закарпатська, Івано-Франківська та частково Львівська області. Тут етнографічний потенціал має яскраво виражену локальну ідентичність, сформовану через гуцульські, бойківські та марійські культурні традиції. Важливими елементами цього потенціалу є етнографічні комплекси та музеї, зокрема Музей народної архітектури та побуту ім. Климентія Шептицького у Львівській області, Етнографічний музей у Коломиї та скансени у Косові й Рогатині, які зберігають зразки традиційних житлових і господарських споруд. Значну туристичну привабливість мають традиційні фестивалі, зокрема «Гуцульська бриндзя», що поєднує демонстрацію ремесел, дегустації сирів, мистецькі вистави та майстер-класи народних умільців. Автентичні обрядові дійства, такі як святкування Івана Купала чи Великодні практики в окремих селах, забезпечують глибоке занурення туристів у культурний контекст Карпат [9].

Переміщуючись на північ, етнографічний потенціал Поділля та Полісся формується навколо традиційної народної архітектури та календарних обрядових свят. Тут варто відзначити Подільський етнографічний комплекс у Кам'янці-Подільському, де реконструйовано історичні садиби та ремісничі майстерні, а також Музей народної архітектури та побуту в Пирогові, що представляє зразки поліських хат, кузні та ремісничих майстерень. Систематично проводяться культурні заходи, наприклад фестиваль «Подільська писанка» (Хмельницька область), під час якого туристи можуть долучитися до традиційного писанкарства, брати участь у майстер-класах та

переглядах тематичних виставок. У поліських селах, таких як Олешня (Чернігівщина), відтворюються веснянкові хороводи, обряди закликання природи й весняні гуляння, що представляють інтерес для наукових груп і туристів, орієнтованих на глибоке культурне пізнання [12].

У Дніпровському регіоні етнографічний потенціал тісно пов'язаний із козацькою спадщиною, яка відіграє значну роль у формуванні національної ідентичності. Заповідник «Хортиця» (Запорізька область) виступає ключовим об'єктом, де відтворюються козацькі курені, демонструються традиційні ремесла й озброєння, проводяться реконструкції побуту та боїв. Тут відбуваються тематичні заходи, як-от фестивалі «Дніпровські козацькі забави» та святкування Івана Купала на о. Хортиця, що поєднують фольклорні виступи, народні ігри та майстер-класи. Важливою складовою є також регіональні музеї, які презентують козацькі традиції та побут у контексті локальної історії, зокрема через виставки військового спорядження, костюму та ремесел.

Що стосується південного регіону України, слід зазначити, що на сучасному етапі його етнографічний потенціал найбільш яскраво представлений на території Одещини. Регіон вирізняється багатонаціональною культурною спадщиною, сформованою під впливом численних етнічних спільнот, серед яких українці, болгари, гагаузи, румуни, молдавани, греки та караїми. Етнокультурна мозаїка створює широкі можливості для розвитку етнографічного туризму, поєднуючи традиції, ремесла, обряди та гастрономічні особливості різних груп.

Одещина пропонує туристам унікальні об'єкти, традиції та події, що дозволяють глибше зануритися в історико-культурний контекст регіону. Серед ключових елементів етнографічного потенціалу варто виділити комплекс етнокультурних об'єктів у місті Болграді та Болградському районі, де збереглися традиції болгарської діаспори, етнографічні музеї та культурні центри, а також регулярні фестивалі болгарської культури з демонстрацією народних танців, хорового співу та кулінарних майстер-класів.

Іншим важливим центром етнографічного туризму є селище Сарата, в якому відтворено традиції української та молдавсько-румунської спільнот, збережено автентичні сільські садиби та народні ремесла, а також проводяться сезонні обрядові святкування. Не менш цікавим є етнографічний комплекс «Українське село» у Киселівці, де туристи можуть долучитися до ремісничих практик, таких як гончарство, лозоплетіння та випікання хліба, відчуючи автентичний побут регіональних громад.

Крім того, культурні заходи, фестивалі, етногастрономічні ярмарки та фольклорні вечори сприяють популяризації регіону як туристичного напрямку та забезпечують збереження культурної спадщини. Гастрономічні традиції, що представлені болгарськими, гагаузькими та іншими етнічними групами, органічно включаються до тематичних гастротурів, створюючи повноцінний туристичний продукт.

Характеристика регіонального потенціалу розвитку етнографічного туризму в Україні наведена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Характеристика регіонального потенціалу розвитку етнографічного туризму в Україні [1, 8, 9, 12]

Регіон	Ключові етнічні групи / традиції	Основні об'єкти	Важливі події та фестивалі
1	2	3	4
Карпати (Закарпаття, Івано-Франківська, Львівська обл.)	Гуцули, Бойки, Марійці	Музей народної архітектури та побуту ім. К. Шептицького (Львів), скансени у Косові та Рогатині, Етнографічний музей у Коломиї	Фестиваль «Гуцульська бриндзя», святкування Івана Купала, Великдень
Поділля та Полісся	Етнічні громади ремісників	Подільський етнографічний комплекс (Кам'янець-Подільський), Музей у Пирогові	Фестиваль «Подільська писанка», веснянкові хороводи, обряди закликання природи

Продовж. табл. 1.2

1	2	3	4
Дніпровський регіон	Козацькі громади (спадщина та обряди козацтва)	Заповідник «Хортиця» (Запорізька обл.), регіональні музеї	Фестиваль «Дніпровські козацькі забави», Івана Купала
Південь (Одещина)	Українці, болгари, гагаузи, румуни, молдавани, греки, караїми	Комплекс етнокультурних об'єктів у Болграді, етнографічний комплекс «Українське село» (Киселівка), селище Сарата	Фестивалі болгарської та молдавської культури, обрядові святкування

Регіональний потенціал етнографічного туризму в Україні формує основу для розвитку різноманітних туристичних продуктів, поєднуючи унікальні традиції, ремесла, обряди, гастрономію та культурні практики окремих територій. Карпати, Поділля, Полісся, Дніпровський регіон та Одещина надають туристам можливість зануритися у локальні культурні контексти, відвідати музеї, етнографічні комплекси, а також брати участь у фольклорних та обрядових заходах. Проте регіональна специфіка – лише один із аспектів потенціалу; ефективна організація етнографічних подорожей передбачає також урахування подійного, ремісничого, стаціонарного та інтеграційного компонентів, що забезпечує комплексний туристичний досвід.

Подієвий потенціал охоплює календарні та сезонні обряди, народні свята та фестивалі, які формують основу для тематичних маршрутів. Веснянки, купальські обряди, Різдво, Масляна, локальні етнокультурні та гастрономічні фестивалі сприяють не лише ознайомленню туристів із традиціями, а й забезпечують їх активну участь у культурному житті громад. Сезонність та циклічність обрядових практик дозволяє планувати маршрути різної тривалості та спрямованості, від коротких культурно-пізнавальних подорожей до масштабних етнографічних експедицій.

Ремісничий та культурний потенціал формують традиційні практики, майстерність народних умільців, кулінарні традиції, музичні й театральні виступи. Гончарство, ткацтво, різьбярство, лозоплетіння, приготування регіональних страв, народні танці та театралізовані дійства забезпечують глибоке занурення у побутові та духовні практики українських етнічних спільнот. Цей компонент особливо важливий для інтерактивних форматів туризму, коли туристи беруть безпосередню участь у ремісничих чи кулінарних майстер-класах.

Стаціонарний потенціал представлений музеями просто неба, етнографічними комплексами, туристичними садибами та сільськими комплексами, що дозволяють проживати та долучатися до повсякденного життя місцевих громад. Такі об'єкти, як Музей народної архітектури та побуту у Львові та Пирогові, етнографічні музеї в Коломиї та Косові, а також освітні центри ремесел, створюють можливості для навчання, демонстрації традицій та інтерактивного занурення в культурну практику регіону.

І нарешті, потенціал етнографічного туризму інтегрується з іншими напрямками туристичної діяльності. Поєднання з еко-туризмом дозволяє подорожувати у сільські та природні території, культурно-пізнавальний туризм дає змогу брати участь у лекціях і майстер-класах, гастрономічний – дегустувати традиційні страви та напої. Такий комплексний підхід забезпечує не лише різноманіття туристичних продуктів, а й сприяє збереженню та популяризації української етнокультурної спадщини.

Систематизоване представлення потенціалу етнографічного туризму за зазначеними групами відображено на рис. 1.3, що демонструє його багатовимірну структуру та взаємозв'язки між регіональним, подієвим, ремісничим, стаціонарним та інтеграційним аспектами. Передумови для ефективного формування туристичних маршрутів і комплексних продуктів створюють умови, що відповідають різним мотиваціям туристів – від культурно-пізнавальної та ностальгічної до активної участі у традиційних практиках.

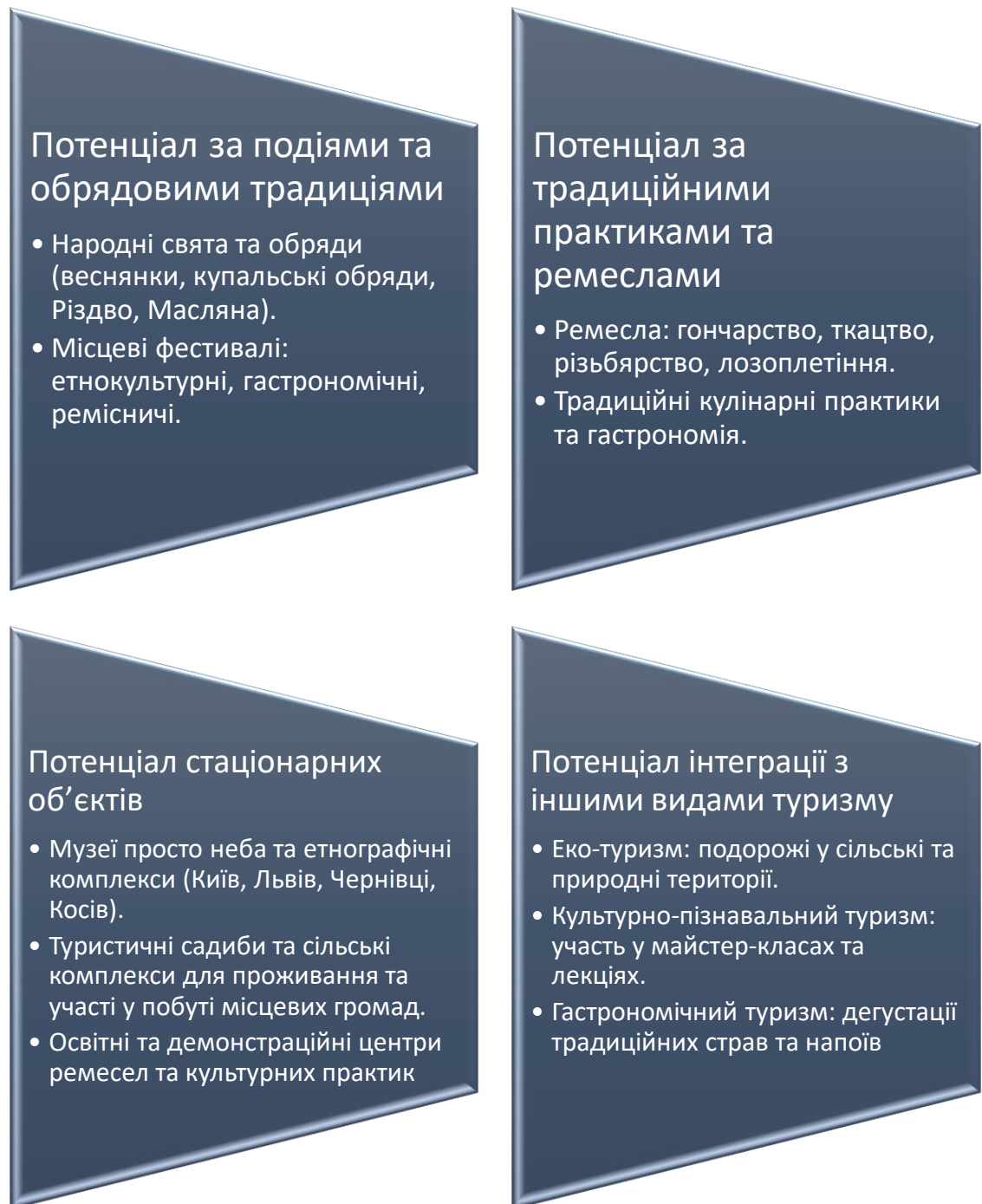


Рис. 1.3. Види потенціалів для розвитку етнографічного туризму

Розвиток етнографічного туризму в Україні стикається з низкою системних проблем та обмежень, які впливають на ефективність його організації та популяризації. По-перше, недостатня інфраструктура та інформаційна підтримка залишається однією з ключових перешкод. Багато етнографічно привабливих регіонів розташовані у віддалених сільських або природних зонах, де обмежена транспортна доступність, відсутні сучасні

готельні й ресторанні послуги, недостатньо інформаційних центрів та туристичних вказівників. Відсутність якісних електронних ресурсів, інтерактивних мап і промоційних матеріалів ускладнює просування локальних культурних об'єктів та обмежує залучення туристів із різних регіонів та країн.

По-друге, значним викликом є локальна обізнаність та підготовка кадрів у сфері етнотуризму. Часто співробітники музеїв, етнографічних комплексів та туристичних садиб мають обмежені знання з організації туристичних маршрутів, маркетингу та сучасних форм інтерактивної роботи з відвідувачами. Брак професійних гідів, менеджерів культурних проєктів та спеціалістів з організації майстер-класів і подій обмежує якість туристичного продукту та його конкурентоспроможність.

Третім фактором є вплив зовнішніх чинників, зокрема економічної ситуації, проблем безпеки та глобальних криз, таких як пандемії. Економічна нестабільність може знижувати фінансову доступність подорожей, зменшувати інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури та культурних проєктів. Питання безпеки, особливо у прикордонних та деяких південних регіонах, також стримують розвиток туристичних потоків. Крім того, пандемії та обмеження на пересування створюють додаткові ризики для організації групових заходів, фестивалів та сезонних свят, що є ключовими елементами етнографічного туризму.

Таким чином, для ефективного розвитку етнографічного туризму необхідно посилювати інфраструктурну та інформаційну підтримку, вдосконалювати підготовку кадрів і враховувати вплив зовнішніх факторів у стратегічному плануванні туристичних маршрутів та культурних проєктів.

1.3. Сучасні тенденції та організаційні аспекти етнографічного туризму

Сучасні тенденції розвитку етнографічного туризму значною мірою визначаються трансформацією мотиваційних установок туристів, які дедалі

більше орієнтуються на отримання глибокого та автентичного культурного досвіду. На відміну від масового туризму, де домінує рекреаційна складова, етнографічні подорожі характеризуються пізнавальною спрямованістю та прагненням до особистісного збагачення через взаємодію з іншими культурами.

Однією з ключових мотивацій є прагнення до автентичності, що передбачає бажання туристів побачити «справжнє» життя місцевих громад, їхні традиції, побут, ремесла та обряди без штучної адаптації під туристичні потреби. Такий інтерес зумовлює популярність інтерактивних форм туризму, зокрема проживання у сільських садибах, участі у майстер-класах, традиційних святкуваннях та повсякденних практиках місцевого населення.

Важливим мотиваційним чинником виступає ностальгія за рідними місцями або культурним корінням, яка особливо характерна для представників діаспори та внутрішніх мігрантів. Такі туристи прагнуть відвідати території історичного проживання своїх предків, відновити зв'язок із культурною спадщиною, мовою, звичаями та родинними традиціями. У цьому контексті етнографічний туризм виконує не лише пізнавальну, а й соціокультурну функцію, сприяючи збереженню історичної пам'яті та ідентичності.

Ще одним важливим аспектом є прагнення до глибинного пізнання традицій та способу життя інших народів, що проявляється у зацікавленості до етнокультурного різноманіття, народного мистецтва, релігійних практик, гастрономії та фольклору. Туристи дедалі частіше обирають спеціалізовані маршрути, які передбачають не лише спостереження, а й активну участь у культурних процесах, що дозволяє сформувати більш цілісне уявлення про життя етнічних спільнот.

Таким чином, мотиваційна структура сучасного етнографічного туризму характеризується зміщенням акцентів від пасивного споживання туристичних послуг до активної культурної взаємодії та особистісного досвіду.

Мотиваційні аспекти туристів в етнографічному туризмі та форми їх реалізації наведені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Мотиваційні аспекти туристів в етнографічному туризмі та форми їх
реалізації

Мотивація туристів	Зміст мотивації	Форми реалізації в етнографічному туризмі
Прагнення до автентичності	Бажання ознайомитися зі «справжнім» життям місцевих громад, традиціями та побутом	Проживання у сільських садибах, участь у традиційних обрядах, майстер-класи з ремесел
Ностальгія за культурним корінням	Прагнення відвідати місця історичного проживання, відновити зв'язок із родинною та етнічною спадщиною	Ностальгійні тури, відвідування родинних поселень, участь у локальних святах
Пізнавальна мотивація	Інтерес до історії, культури, традицій та способу життя інших народів	Екскурсії, етнографічні маршрути, відвідування музеїв та етнокомплексів
Пошук унікального досвіду	Бажання отримати нові емоції та нетипові враження	Участь у фестивалях, етнографічних експедиціях, інтерактивних програмах
Культурне саморозвиток	Прагнення до особистісного збагачення через міжкультурну взаємодію	Освітні тури, лекції, культурні програми, творчі майстерні

Узагальнення мотиваційних аспектів свідчить про зміщення акцентів у сучасному етнографічному туризмі від пасивного споглядання до активної участі у культурному середовищі.

Домінування прагнення до автентичності та глибинного пізнання зумовлює попит на інтерактивні та іммерсивні формати туристичних продуктів, орієнтованих на безпосередню взаємодію з місцевими громадами. Водночас наявність ностальгійних мотивів розширює цільову аудиторію за рахунок осіб, зацікавлених у відновленні культурних зв'язків і ідентичності. Сукупність зазначених мотивацій формує передумови для диверсифікації етнографічних маршрутів і підвищення їх змістовної насиченості, що, у свою

чергу, сприяє зростанню конкурентоспроможності етнографічного туризму як спеціалізованого напрямку туристичної діяльності.

Сучасні етнографічні подорожі формуються на основі комплексного використання наявних етнокультурних ресурсів територій, які включають матеріальну та нематеріальну культурну спадщину, традиційні практики, локальні звичаї та особливості способу життя населення. В основі таких подорожей лежить принцип автентичності, що передбачає залучення реальних культурних середовищ, а не їх штучної імітації, що значно підвищує пізнавальну та емоційну цінність туристичного продукту.

Ключову роль у формуванні етнографічних маршрутів відіграють матеріальні ресурси, зокрема музеї просто неба, етнографічні комплекси, історичні поселення, традиційна архітектура та об'єкти культурної спадщини. Саме вони виступають базовими локаціями для організації екскурсійної діяльності, забезпечуючи візуальне та змістовне ознайомлення туристів із культурними особливостями регіону.

Водночас не менш важливими є нематеріальні ресурси, до яких належать обрядові практики, фольклор, народна музика, традиційні ремесла, гастрономічні особливості та локальні свята. Включення цих елементів до туристичних програм забезпечує інтерактивний характер подорожей, дозволяючи туристам не лише спостерігати, а й брати безпосередню участь у культурних процесах. Саме така форма взаємодії сприяє глибшому розумінню традицій та формує унікальний туристичний досвід.

Важливим аспектом є також роль місцевих громад, які виступають носіями етнокультурної спадщини та безпосередніми учасниками туристичного процесу. Залучення населення до організації екскурсій, проведення майстер-класів, фестивалів і культурних заходів сприяє не лише підвищенню якості туристичного продукту, але й забезпечує збереження та передачу традицій наступним поколінням.

Крім того, сучасні етнографічні подорожі дедалі частіше інтегруються з іншими видами туризму, зокрема екологічним, гастрономічним і культурно-

пізнавальним, що дозволяє створювати комплексні туристичні продукти. Використання цифрових технологій, соціальних мереж і онлайн-платформ сприяє популяризації етнокультурних ресурсів та розширенню туристичної аудиторії.

Таким чином, формування сучасних етнографічних подорожей базується на раціональному поєднанні різних видів культурних ресурсів, активному залученні місцевих громад та інтеграції інноваційних підходів, що забезпечує створення змістовних, автентичних і конкурентоспроможних туристичних продуктів.

Узагальнення зазначених складових дозволяє систематизувати ключові елементи формування етнографічних туристичних подорожей та відобразити їх взаємозв'язок у структурованому вигляді. Відповідна модель представлена на рис. 1.4, де візуалізовано основні компоненти та чинники, що визначають процес формування сучасного етнографічного туристичного продукту.

Системне поєднання матеріальних і нематеріальних культурних ресурсів, відображене на рис. 1.4, формує основу для організації сучасних етнографічних подорожей та визначає необхідність ефективних управлінських підходів до їх використання. У цьому контексті ключового значення набуває інституційний та організаційний компонент, пов'язаний із залученням безпосередніх носіїв культурної спадщини до туристичної діяльності.

Важливою складовою сучасних організаційних підходів до розвитку етнографічного туризму є активна роль локальних громад, які виступають не лише носіями етнокультурної спадщини, а й безпосередніми суб'єктами управління туристичною діяльністю. У цьому контексті особливого значення набуває концепція *community-based tourism* (туризму на основі громад), що передбачає децентралізацію управлінських процесів і передачу значної частини повноважень на місцевий рівень.

Сутність туризму на основі громад полягає у тому, що місцеве населення бере участь у всіх етапах створення туристичного продукту – від ідентифікації ресурсів і розробки маршрутів до їх реалізації та просування.



Рис. 1.4. Структура формування етнографічних туристичних подорожей на основі культурних ресурсів

Водночас співучасть громади підвищує рівень довіри туристів до продукту та забезпечує більш глибокий рівень міжкультурної взаємодії.

Особливої уваги заслуговує питання економічного ефекту від впровадження таких моделей. Етнографічний туризм створює можливості для розвитку малого та сімейного бізнесу у сфері гостинності, ремесел, харчування та екскурсійного обслуговування. Місцеві жителі можуть виступати власниками садиб зеленого туризму, організаторами майстер-класів, гідами або виробниками традиційної продукції, що формує додану вартість на місцевому рівні.

Крім економічної складової, значну роль відіграє соціокультурний ефект. Активне залучення населення до туристичної діяльності стимулює відродження та збереження традицій, ремесел, обрядовості та локальної ідентичності. Молоде покоління отримує можливість долучатися до культурної спадщини через практичну діяльність, що знижує ризики її втрати. Водночас формується позитивний імідж території як у внутрішньому, так і в міжнародному туристичному просторі.

Разом з тим, ефективність участі локальних громад у розвитку етнографічного туризму значною мірою залежить від рівня організаційної підготовки, наявності відповідних компетенцій та підтримки з боку держави і місцевих органів влади. Необхідними є освітні програми, тренінги, консультаційна підтримка, а також створення сприятливого інституційного середовища для розвитку малого підприємництва. Важливу роль відіграє налагодження партнерства між громадами, туристичними операторами, органами влади та громадськими організаціями.

Крім того, у сучасних умовах дедалі більшого значення набуває інтеграція локальних ініціатив у ширші туристичні мережі та кластери. Об'єднання зусиль кількох громад дозволяє формувати комплексні маршрути, підвищувати якість туристичного продукту та ефективніше здійснювати його просування на ринку. Використання цифрових платформ і соціальних мереж сприяє популяризації локальних туристичних пропозицій, розширює доступ до цільових аудиторій та підвищує конкурентоспроможність територій.

Для наочного відображення взаємозв'язку між активністю локальних громад та впливом на розвиток етнографічного туризму доцільно представити узагальнену інформацію у вигляді табл. 1.4.

Представлена таблиця дозволяє побачити, що активна участь локальних громад у створенні етнографічного туристичного продукту має багатовимірний ефект. Залучення населення до всіх етапів організації туризму підвищує автентичність продукту, формує довіру з боку туристів і забезпечує більш глибоке занурення у локальну культуру.

Таблиця 1.4

Роль громади у створенні етнографічного туристичного продукту та
його вплив на спільноту

Етапи участі громади	Етапи участі громади	Вплив на місцеву спільноту та туризм
Ідентифікація ресурсів	Спільне визначення цінних культурних об'єктів і практик	Формування реалістичного та автентичного туристичного продукту; підвищення довіри туристів
Розробка маршрутів	Консультації, участь у плануванні	Забезпечення інтеграції локальних традицій у туристичні пропозиції; створення унікальних маршрутів
Реалізація туристичного продукту	Проведення екскурсій, майстер-класів, фестивалів	Соціокультурне відродження традицій, розвиток локальної ідентичності; економічна користь для малих та сімейних підприємств
Просування та маркетинг	Поширення інформації через соціальні мережі, участь у туристичних мережах	Збільшення популярності регіону; розширення туристичної аудиторії; підвищення конкурентоспроможності території
Інтеграція у туристичні кластери	Співпраця з іншими громадами та туристичними операторами	Комплексні маршрути; ефективніше просування; підвищення якості туристичних продуктів

Один із перспективних шляхів розвитку етнографічного туризму – це створення туристичних кластерів, коли кілька сусідніх громад працюють разом, формуючи спільний туристичний продукт. Створення кластерів спрямоване на поєднання унікальні культурні складові різних територій і пропонувати туристам комплексний маршрут, що розкриває ширший спектр етнокультурної спадщини, ніж кожна громада окремо.

Наприклад, в межах проєкту «Туристичні кластери Українських Карпат» об'єднано кілька сіл та містечок Івано-Франківської та Львівської областей, в якому кожна громада спеціалізується на конкретному культурному ресурсі: хтось приймає туристів у садибах зеленого туризму, інші проводять кузничі

або керамічні майстер-класи, ще інші – фестивалі етнічної музики чи фольклору. Завдяки такому об'єднанню у туриста з'являється можливість за одну поїздку відчувати глибоке занурення в культуру Карпат – від ремесел до обрядових свят, що робить маршрут більш насиченим і привабливим [9].

За кордоном також існує багато вдалих прикладів створення етнографічних кластерів. У Польщі у регіонах Малопольща та Підкарпаття створено кластери, в яких громади спільно дбають про збереження традицій гуцулів та бойків, об'єднують свої музеї просто неба, ремісничі майстерні та гастрономічні події в єдину мережу маршрутів. В межах кластерів туристи подорожують між селами й містечками, в яких кожен зупиняє увагу на локальних етнокультурних практиках, а не лише на стандартних пам'ятках [19].

Важливу роль у становленні таких кластерів відіграють міжнародні програми та гранти, які надають не лише кошти, а й експертну підтримку. Хороший приклад – проєкт Creative Europe, що фінансує ініціативи з культурної спадщини в ЄС, включно з програмами, які допомагають громадам створювати туристичні маршрути на базі етнокультурних ресурсів. Аналогічно, GIZ (Німецьке товариство міжнародного співробітництва) реалізовує в Україні проєкти з розвитку туризму в сільських громадах, надаючи гранти, тренінги та підтримку у створенні маркетингових матеріалів [39].

Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР) також фінансував програми підтримки малого бізнесу у туристичних хабах Західної України, що дозволило місцевим ремісникам і власникам садиб розвивати свої послуги та вигравати міжнародні гранти на розвиток інфраструктури.

Такі фінансові механізми є дієвим механізмом професійного розвитку, бо разом із фінансуванням громади отримують доступ до навчання, до консультацій з маркетингу, брендингу, цифрових платформ, управління проєктами. У результаті не лише створюються нові туристичні маршрути, а й з'являється ефективна система менеджменту у самих громад.

Тому створення туристичних кластерів і підтримка їх міжнародними програмами дають подвійний ефект:

- з одного боку – громади отримують об'єднаний туристичний продукт, який можна запропонувати туристам;
- з іншого – це стимулює соціально-економічний розвиток територій, оскільки туристи витрачають кошти на проживання, харчування, майстер-класи, сувеніри та інші локальні послуги.

Узагальнення теоретичних підходів засвідчує, що етнічний (етнографічний) туризм є багатогранним складником культурно-пізнавального туризму, сутність якого полягає у безпосередній взаємодії мандрівника з автентичним середовищем, традиціями та побутом народів.

Систематизація класифікаційних ознак дозволила структурувати етнографічні подорожі за п'ятьма ключовими критеріями: формою організації, територіальним охопленням, мотивацією, тематикою та тривалістю. На сьогодні розрізняють тури від короткотривалого ознайомлення з пам'ятками до глибокого сезонного занурення у життєдіяльність громади.

Визначено, що поєднання пізнавальних потреб із рекреаційними цілями створює дієвий механізм міжкультурного діалогу, що є надзвичайно актуальним для України з огляду на її багатий етнокультурний ландшафт та необхідність популяризації локальних традицій на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 2

ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ТУРОПЕРАТОРА «N» м. КИЇВ

2.1. Характеристика підприємства

ТОВ «N» – туристичний оператор, що функціонує на ринку туристичних послуг міста Києва понад 8 років та зареєстрований за адресою: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, буд. 22, оф. 45.

Товариство з обмеженою відповідальністю «N» спеціалізується переважно на організації внутрішнього туризму, зокрема екскурсійних і пізнавальних турів територією України. Основний акцент діяльності зроблено на популяризації культурно-історичної спадщини столиці та інших регіонів країни. Компанія пропонує широкий спектр туристичних продуктів: від класичних екскурсій по Києву до комплексних турів вихідного дня, тематичних маршрутів та авторських подорожей. Важливим напрямом є також організація освітніх, шкільних і студентських турів, а також подорожей для сімейного відпочинку.

Підприємство активно співпрацює з ліцензованими гідами, музейними установами, готелями, закладами харчування та транспортними компаніями, що забезпечує належний рівень сервісу та конкурентоспроможність пропозицій.

Основними напрямками діяльності туроператора є:

- організація екскурсійних програм у місті Києві та регіонах Центральної та Західної України;
- розробка та реалізація турів вихідного дня по Україні;
- організація культурно-пізнавальних маршрутів (історичних, архітектурних, релігійних);
- проведення гастрономічних та етнографічних турів;
- організація дитячого, молодіжного та освітнього туризму;

- формування індивідуальних туристичних програм;
- обслуговування корпоративних клієнтів (ділові поїздки, тимбіндинги, екскурсійні заходи);
- бронювання готелів, транспортне обслуговування та супровід туристичних груп.

Окрім внутрішнього туризму, компанія також реалізує туристичні поїздки за кордон. Водночас у сфері виїзного туризму ТОВ «N» функціонує переважно як туристичний агент, виконуючи посередницькі функції між клієнтами та міжнародними туроператорами. Підприємство здійснює підбір, бронювання та продаж турів, організованих провідними зарубіжними та українськими туроператорами, забезпечуючи консультаційний супровід клієнтів і допомогу в оформленні необхідних документів.

Компанія орієнтується на високі стандарти обслуговування, впроваджуючи гнучку систему лояльності для постійних клієнтів, а також спеціальні пропозиції для організованих груп. Значна увага приділяється розвитку внутрішнього туризму шляхом створення нових маршрутів, що враховують сучасні запити туристів та актуальні тенденції ринку.

Туроператор підтримує партнерські відносини з органами місцевого самоврядування, культурними інституціями та туристично-інформаційними центрами, сприяючи розвитку туристичної привабливості Києва та інших регіонів України.

Керівником підприємства є директор Петренко О. В., який має значний досвід роботи у сфері туризму та управління проєктами. Діяльність компанії здійснюється відповідно до чинного законодавства України, зокрема:

- ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності;
- Закону України «Про туризм»;
- державних стандартів у сфері надання туристичних послуг;
- інших нормативно-правових актів, що регулюють туристичну діяльність.

ТОВ «N» співпрацює з провідними готелями, хостелами, апартаментами, а також санаторно-курортними закладами України. Серед партнерів – туристичні комплекси Карпатського регіону, курорти Трускавця, Морщина, а також об'єкти культурної спадщини у Львові, Кам'янці-Подільському, Чернігові та інших містах. У сфері виїзного туризму компанія взаємодіє з міжнародними туроператорами, авіакомпаніями та закордонними готельними мережами, що дозволяє забезпечити клієнтам широкий вибір напрямків. Компанія також співпрацює з транспортними підприємствами, що забезпечують перевезення туристів автобусами різного класу комфортності.

Щорічно підприємство обслуговує близько 3 000–4 000 туристів, пропонуючи різноманітні туристичні продукти, орієнтовані на різні категорії споживачів. Туроператор постійно розширює асортимент послуг, удосконалює якість сервісу та адаптується до змін зовнішнього середовища.

2.2 Аналіз виробничої програми туристського оператора

Виробнича програма підприємства у сфері туризму — це плановий обсяг та структура туристичних послуг, які суб'єкт господарювання має намір реалізувати протягом певного періоду з урахуванням наявних ресурсів і ринкового попиту.

Аналіз виробничої програми туристського оператора за допомогою метода рядів динаміки наведений в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка виробничої програми туристського оператора

Найменування показника	Роки		
	2023	2024	2025
1	2	3	4
Обсяг наданих туристських послуг, туро-дні	8287	7829	8025
Абсолютний приріст, туро-днів			
А) ланцюговий		94,47	102,50
Б) базисний		94,47	96,84

Продовж. табл. 2.1

1	2	3	4
Темпи зростання, %			
А) ланцюговий		-5,53	2,50
Б) базисний		-5,53	-3,16
3. Темпи приросту, %			
А) ланцюговий		82,87	78,29
Б) базисний		94,47	102,50
Абсолютне значення одного відсотка приросту, туро-днів		95	97
Середній рівень ряду, туро-днів	8047		
Середній темп зростання, %	98,41		
Середній темп приросту	-1,59		

Динаміка показників виробничої програми туроператора наведена на рис. 2.1.

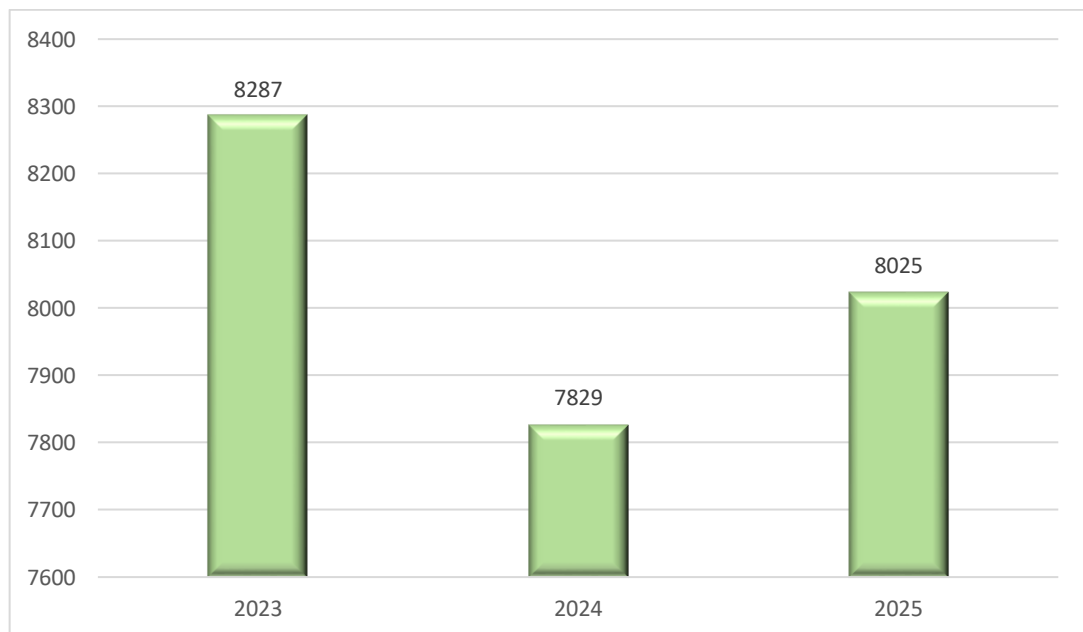


Рис. 2.1. Динаміка виробничої програми підприємства

Дані, наведені в таблиці 2.1, свідчать про нестабільну динаміку показників виробничої програми туристичної фірми з незначною тенденцією до зниження. Найвищий обсяг наданих послуг спостерігався у 2023 році і

становив 8287 туро-днів, тоді як у 2024 році відбулося скорочення до 7829 туро-днів, або на 5,53 %. У 2025 році зафіксовано часткове відновлення показника — до 8025 туро-днів, що на 2,50 % більше порівняно з попереднім роком, однак цей рівень так і не досяг значення базисного періоду. Загалом за досліджуваний період обсяг наданих туристичних послуг зменшився на 262 туро-дні, або на 3,16 %, що підтверджується базисними темпами зростання. Середній рівень ряду становить 8047 туро-днів, а середній темп зростання – 98,41 %, що відповідає середньому темпу приросту -1,59 % та свідчить про загальну тенденцію до незначного скорочення обсягів діяльності. Таким чином, попри певне покращення у 2025 році, у цілому виробнича програма підприємства демонструє спадну динаміку.

Після оцінки динаміки кількості наданих туро-днів доцільно перейти до аналізу обсягів реалізації послуг туристичного підприємства в розрізі внутрішнього та виїзного туризму, використовуючи дані табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Аналіз виробничої програми за напрямками туризму

Показники	2023 р.	%	2024 р.	%	2025 р.	%
Кількість реалізованих туро-днів, зокрема:	8287	100	7829	100	8025	100
Виїзний туризм, т-д	2428	29,3	2568	32,8	2560	31,9
Внутрішній туризм, т-д	5859	70,7	5261	67,2	5465	68,1
Загальна кількість обслуговано туристів, осіб	1256	100	1151	100	1198	100

Загальна динаміка обсягів наданих послуг за напрямками туризму представлена на рис. 2.2, зміни чисельності обслугованих туристів відображено на рис. 2.3, а структурні зрушення туристичного потоку – на рис. 2.4.

Дані, наведені в таблиці, свідчать про зміну структури реалізації туристичних послуг за напрямками внутрішнього та виїзного туризму протягом досліджуваного періоду. Загальний обсяг реалізованих туро-днів у 2024 році

скоротився порівняно з 2023 роком (з 8287 до 7829 туро-днів), однак у 2025 році спостерігається певне відновлення до 8025 туро-днів, хоча цей показник залишається нижчим за рівень базового року.

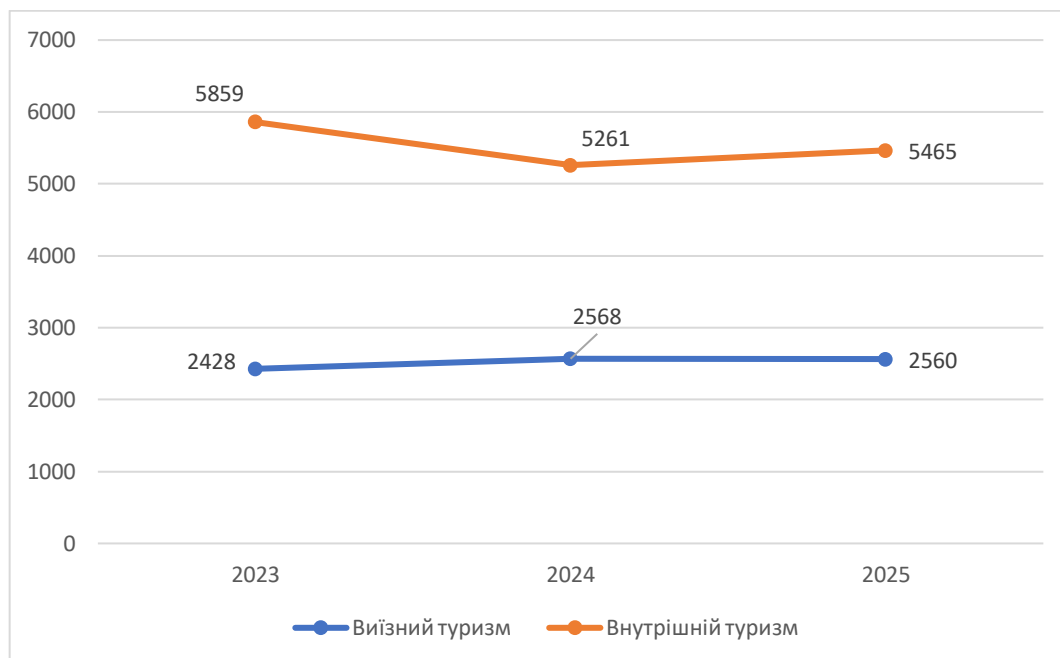


Рис. 2.2. Зміна обсягу наданих послуг за напрямками туризму

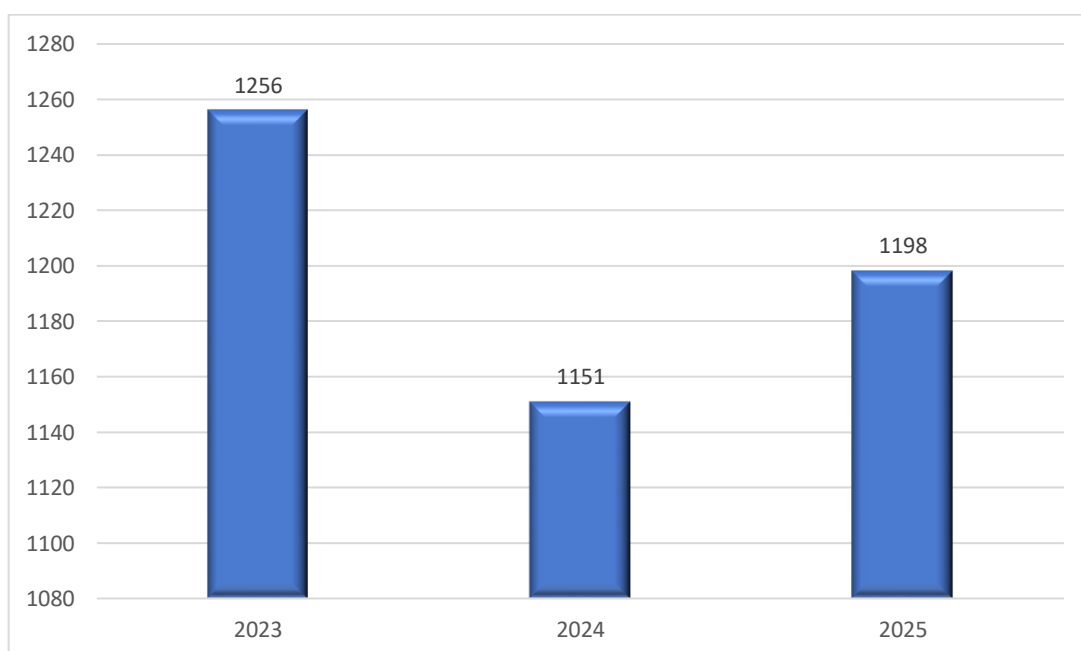


Рис. 2.3. Зміна кількості туристів турфірми

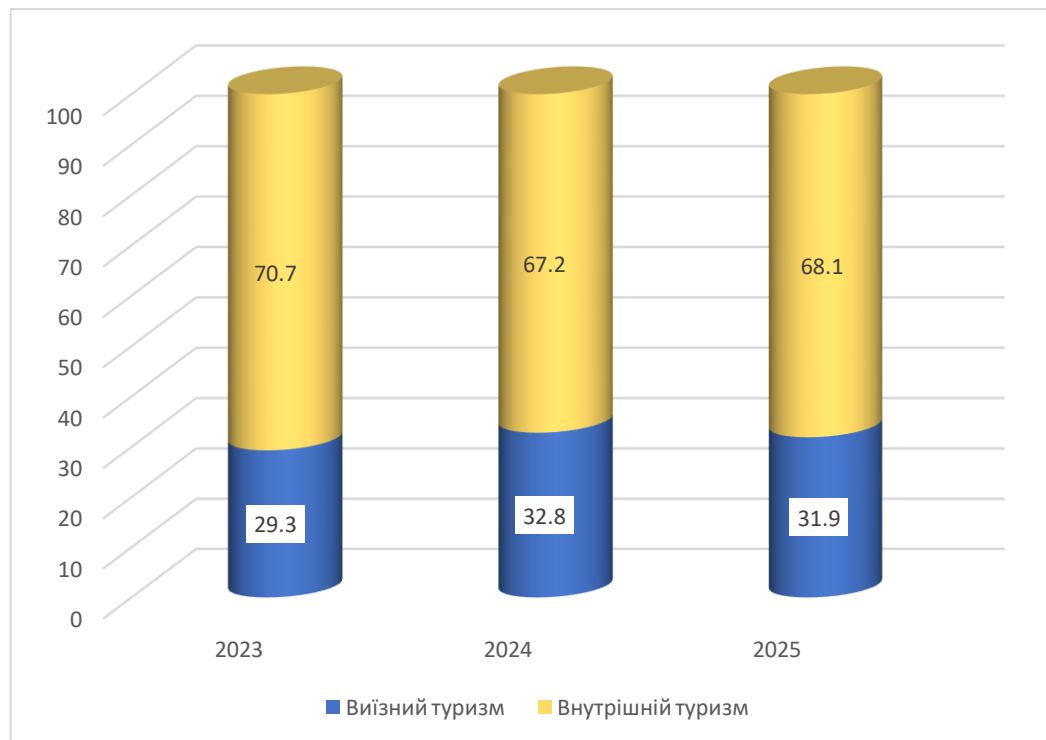


Рис. 2.4. Зміна структури обсягу обслугованих туристів

У структурі туристичних послуг переважає внутрішній туризм, частка якого у 2023 році становила 70,7 %, у 2024 році зменшилась до 67,2 %, а у 2025 році дещо зросла до 68,1 %. Водночас частка виїзного туризму демонструє протилежну динаміку: з 29,3 % у 2023 році вона зросла до 32,8 % у 2024 році, після чого незначно скоротилася до 31,9 % у 2025 році. У абсолютному вимірі обсяги виїзного туризму зросли у 2024 році та залишилися майже незмінними у 2025 році, тоді як внутрішній туризм зазнав скорочення у 2024 році з подальшим частковим відновленням у 2025 році.

Кількість обслугованих туристів також змінювалась хвилювально: у 2024 році вона зменшилась до 1151 особи порівняно з 1256 особами у 2023 році, проте у 2025 році зросла до 1198 осіб. Загалом можна відзначити, що підприємство зберігає орієнтацію на внутрішній туризм, однак поступово зростає роль виїзного напрямку. В цілому динаміка показників свідчить про певну нестабільність попиту, але з ознаками відновлення у звітному періоді.

Для комплексної оцінки виробничої програми доцільно дослідити обсяги реалізованих туро-днів у розрізі туристичних напрямів. У зв'язку з цим

проведемо аналіз динаміки та структури клієнтського потоку туристичної фірми «N» у сфері внутрішнього туризму. Відповідна інформація представлена в табл. 2.3. Водночас динаміка та структура реалізації послуг внутрішнього туризму відображена на рис. 2.5 та 2.6.

Таблиця 2.3

Відомості щодо реалізації послуг за напрямками внутрішнього туризму

Напрямки	2023 р.		2024 р.		2025 р.	
	К-ть т-д	%	К-ть т-д	%	К-ть т-д	%
Морський відпочинок	319	11,3	239	9,3	241	9,4
Оздоровчі тури	217	7,7	249	9,7	200	7,8
Відпочинок у горах (Карпати)	1333	47,2	1102	42,9	1155	45,1
Організація дитячого відпочинку	412	14,6	550	21,4	417	16,3
Автобусні екскурсійно-пізнавальні тури	542	19,2	429	16,7	548	21,4
Всього:	2824	100	2568	100	2560	100

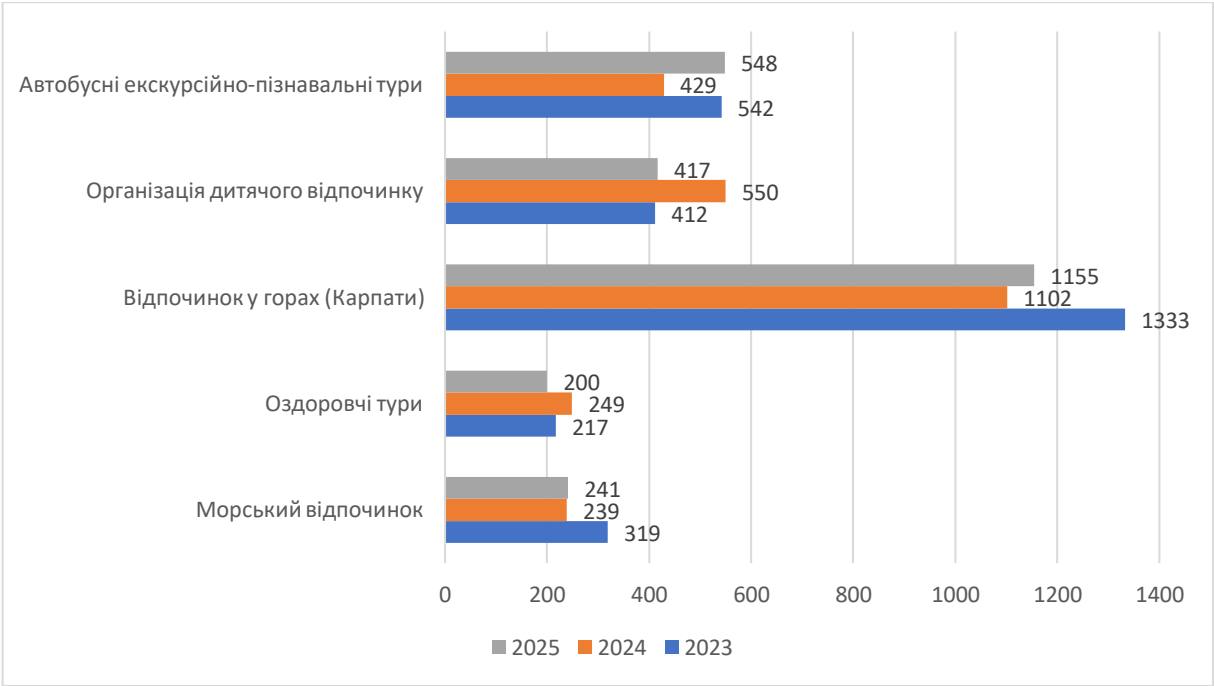


Рис. 2.5. Зміна обсягу реалізації туро-днів за видами внутрішнього туризму

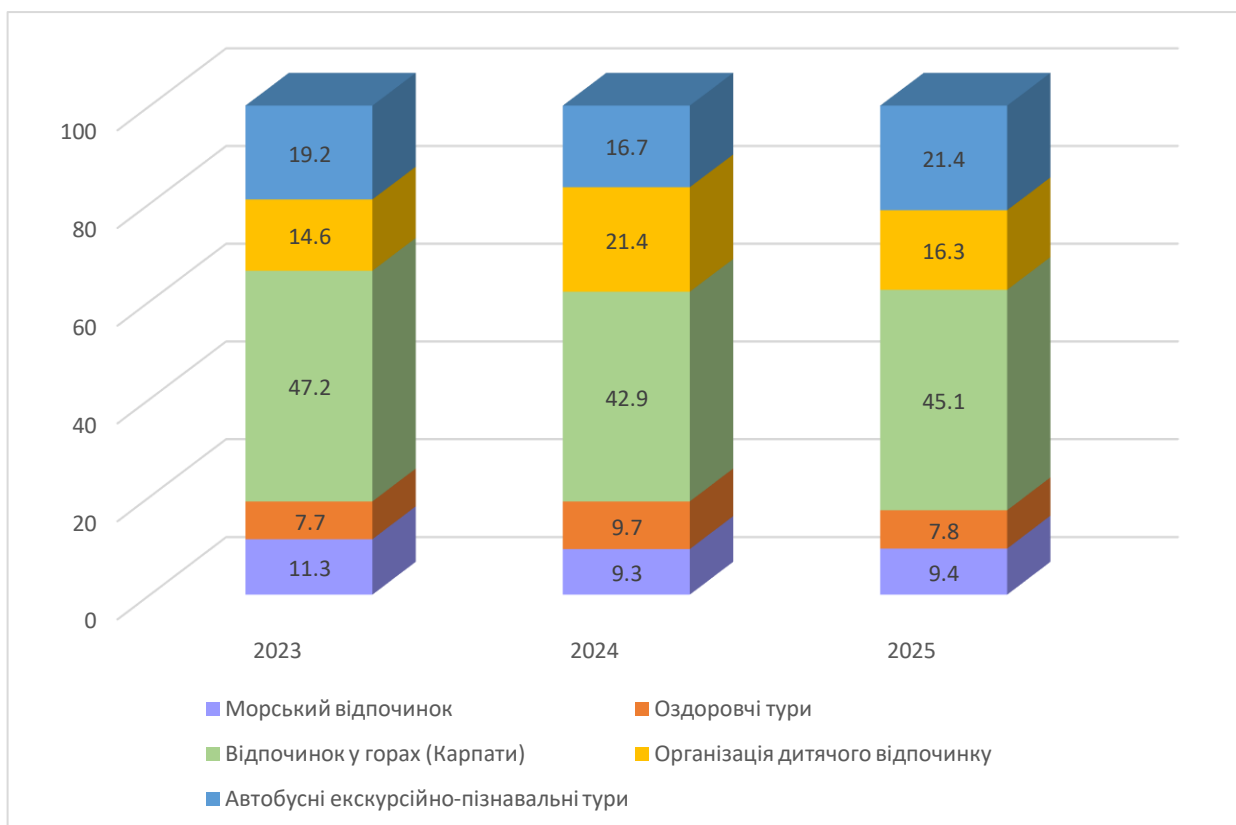


Рис. 2.6. Зміна структури послуг із внутрішнього туризму

Аналіз даних щодо реалізації послуг за напрямками внутрішнього туризму свідчить про суттєві структурні зрушення в межах виробничої програми підприємства протягом 2023–2025 рр. Загальний обсяг наданих послуг скоротився з 2824 туро-днів у 2023 році до 2568 туро-днів у 2024 році (на 9,07 %), а у 2025 році зменшився незначно — до 2560 туро-днів (ще на 0,31 %), що вказує на стабілізацію після помітного спаду.

У структурі внутрішнього туризму домінуючу позицію впродовж усього періоду займає гірський відпочинок у Карпатському регіоні, частка якого становила 47,2 % у 2023 році, знизилась до 42,9 % у 2024 році, а у 2025 році знову зросла до 45,1 %. Тримані результати свідчать про стабільно високий попит на даний напрям, незважаючи на тимчасове скорочення обсягів. У абсолютному вимірі також спостерігається зниження у 2024 році з подальшим частковим відновленням у 2025 році.

Сегмент автобусних екскурсійно-пізнавальних турів демонструє зростання інтересу з боку споживачів: після зменшення частки у 2024 році (16,7 % проти 19,2 % у 2023 році) у 2025 році вона зросла до 21,4 %, що є найвищим значенням серед усіх років. Це може свідчити про підвищення попиту на короткотривалі та доступні за ціною подорожі.

Дитячий туризм характеризується значною варіативністю: його частка суттєво зросла у 2024 році до 21,4 % (проти 14,6 % у 2023 році), однак у 2025 році знизилась до 16,3 %. Така динаміка може бути пов'язана зі змінами у попиті або зовнішніми чинниками, зокрема сезонністю та умовами організації відпочинку дітей.

Морський відпочинок поступово втрачає позиції: частка цього напрямку скоротилась з 11,3 % у 2023 році до 9,3 % у 2024 році та залишилась майже незмінною у 2025 році (9,4 %). Аналогічна ситуація спостерігається і в сегменті санаторно-курортного оздоровлення: після зростання у 2024 році (до 9,7 %) у 2025 році його частка знову зменшилась до 7,8 %, що може свідчити про нестійкий попит на оздоровчі послуги.

У цілому структура внутрішнього туризму підприємства характеризується домінуванням активних і пізнавальних форм відпочинку, тоді як традиційні напрями (морський та санаторно-курортний) поступово втрачають частку ринку. Незважаючи на загальне скорочення обсягів, у 2025 році спостерігаються ознаки стабілізації та часткового відновлення окремих сегментів.

2.3 Аналіз доходів

Доходи підприємства представляють собою обсяг грошових надходжень, що отримуються суб'єктом господарювання (підприємством, організацією чи фізичною особою) внаслідок різних видів діяльності, зокрема продажу товарів і послуг, здачі майна в оренду, нарахування відсотків або

отримання дивідендів. Динаміку та структуру доходів туристичного оператора «N» у м. Києві проілюстровано в табл. 2.4 та на рис. 2.7 і 2.8.

Таблиця 2.4

Аналіз доходів туристського оператора

Показники	2023 р.		2024 р.		2025 р.	
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%
Загальний дохід фірми від реалізації туристичних послуг:	9827,93	100,0	9759,44	100,0	11549,60	100,0
Дохід від турів за кордон	4654,54	47,4	4244,35	43,5	4793,13	41,5
Дохід від внутрішніх туристичних поїздок	4471,36	45,5	4839,88	49,6	6043,34	52,3
Дохід від додаткових послуг	697,03	7,1	673,21	6,9	716,17	6,2

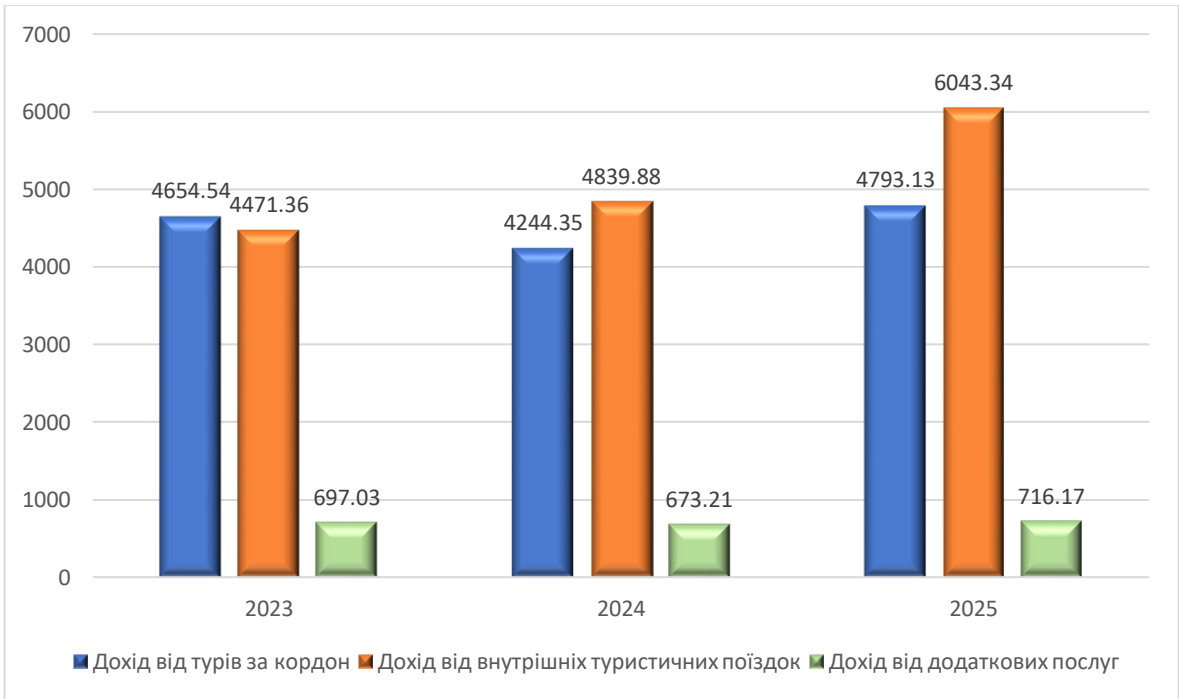


Рис. 2.7. Динаміка доходів туристського оператора

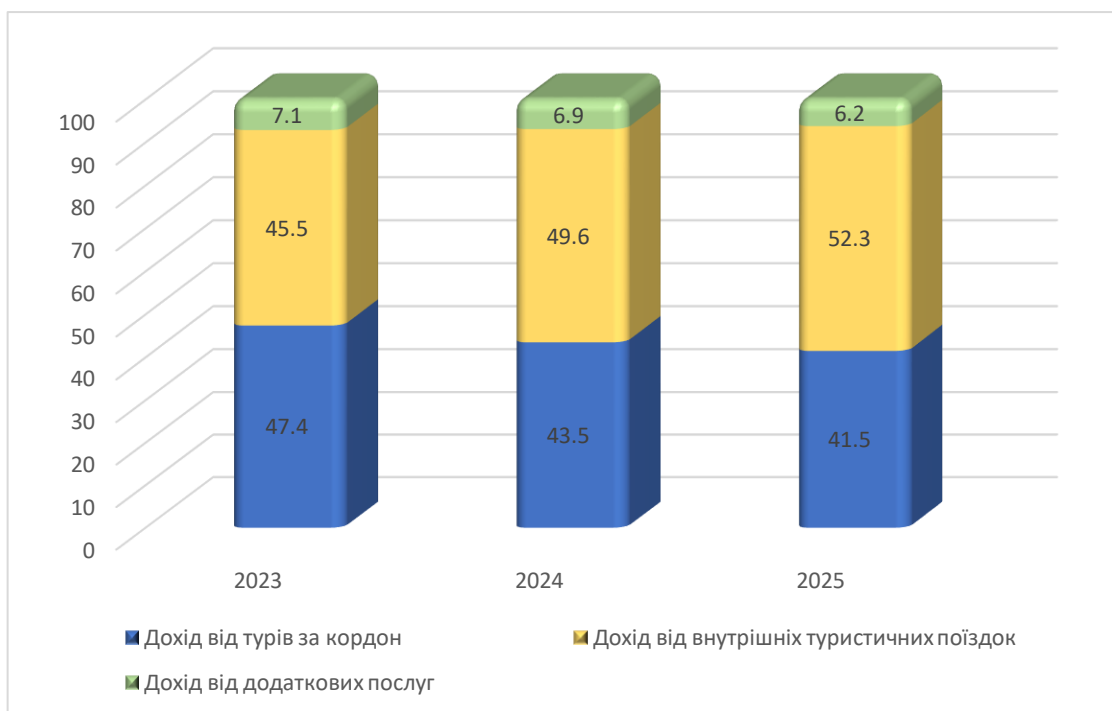


Рис. 2.8. Структура доходів туроператора за 2025 рік

Аналіз доходів туристського оператора показує, що загальна сума надходжень від реалізації туристичних послуг демонструє позитивну тенденцію, зростаючи з 9827,93 тис. грн у 2023 році до 11549,60 тис. грн у 2025 році. При цьому у 2024 році спостерігається незначне зниження загального доходу до 9759,44 тис. грн, що свідчить про тимчасові коливання ринку або зміну попиту на окремі види турів.

Динаміка доходів за напрямками туризму свідчить про зміну структури клієнтського потоку. Дохід від турів за кордон зменшився у відсотковому вираженні з 47,4 % у 2023 році до 41,5 % у 2025 році, що вказує на поступове зниження частки виїзного туризму в загальному обсязі доходів. Водночас доходи від внутрішніх туристичних поїздок зросли з 45,5 % до 52,3 %, що свідчить про посилений інтерес туристів до подорожей по Україні та зростання значущості внутрішнього туризму для фірми. Дохід від додаткових послуг залишався відносно стабільним, коливаючись у межах 6–7 %, що свідчить про постійний, але не основний внесок цих послуг у формування загальних доходів підприємства.

У цілому можна констатувати, що структура доходів туристського оператора за досліджуваний період зміщується у бік внутрішнього туризму, що відображає тенденції ринку та адаптацію компанії до попиту клієнтів. Зазначена трансформація доходів дозволяє фірмі диверсифікувати джерела прибутку, знижувати ризики, пов'язані зі змінами у зовнішньому туризмі, та ефективніше планувати розвиток власних туристичних продуктів.

Доцільно також провести аналіз доходів підприємства за допомогою рядів динаміки, зокрема зосередившись на надходженнях від реалізації туроднів у сегменті внутрішнього туризму (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Зміна доходу від внутрішніх турпоїздок

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Дохід від внутрішніх туристичних поїздок, тис. грн	4471,36	4839,88	6043,34
Абсолютний приріст, тис. грн			
а) ланцюговий		368,52	1203,46
б) базисний		368,52	1571,98
Темп зростання, %			
а) ланцюговий		108,24	124,87
б) базисний		108,24	135,16
Темп приросту, %			
а) ланцюговий		8,24	24,87
б) базисний		8,24	35,16
Абсолютне значення 1% приросту, тис. грн		44,71	48,40
Середній рівень ряду, тис. грн	5118,19		
Середній темп зростання, %	116,26		
Середній темп приросту, %	16,26		

За даними таблиці можна зробити наступні висновки. По-перше, доходи від внутрішніх туристичних поїздок демонструють стійке зростання протягом 2023–2025 років. Ланцюговий абсолютний приріст доходів у 2024 році склав

368,52 тис. грн, а у 2025 році – 1203,46 тис. грн, що свідчить про активне нарощування доходів від внутрішнього туризму, особливо у 2025 році. Базисний приріст також підтверджує позитивну динаміку: доходи у 2025 році зросли на 1571,98 тис. грн порівняно з 2023 роком.

По-друге, темпи зростання доходів показують посилення тренду: ланцюговий темп приросту в 2024 році становив 8,24%, а в 2025 році – 24,87%, що відображає активне збільшення доходу від внутрішніх поїздок у порівнянні з попереднім роком. Середній темп зростання за три роки становить 116,26%, а середній темп приросту – 16,26%, що свідчить про стабільну тенденцію розвитку внутрішнього туризму як одного з пріоритетних напрямків діяльності туроператора.

2.4. Аналіз фінансових результатів діяльності турфірми та обґрунтування розробки та реалізації етнографічних турів

Управління підприємством передбачає ефективне використання фінансових ресурсів, що охоплює процеси надходження, розподілу та витрачання коштів у ході господарської діяльності. Фінансовий стан відображає рух і використання грошових ресурсів, а його оцінка дозволяє своєчасно виявляти проблеми та підвищувати результативність діяльності підприємства.

Аналіз фінансового стану спрямований на оцінку платоспроможності, забезпеченості власними оборотними коштами, стану запасів і розрахункової дисципліни. Головною метою діяльності підприємства є отримання максимального прибутку та забезпечення його стабільного зростання в умовах конкуренції.

Аналіз фінансових результатів наведений в табл. 2.6. Динаміка фінансових результатів туроператора «N» представлена на рис. 2.9.

Аналіз наведених показників свідчить про неоднозначну динаміку фінансових результатів туристичного підприємства протягом 2023–2025 рр.

Таблиця 2.6

Фінансові результати діяльності туристської фірми, тис. грн

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Чистий дохід від надання послуг	9827,93	9759,44	11549,60
Собівартість наданих послуг	7101,78	7080,34	8964,50
Валовий прибуток (збиток)	2726,15	2679,10	2585,10
Адміністративні витрати	710,01	812,09	814,01
Витрати на збут	990,30	1114,02	1221,30
Інші операційні витрати	511,25	639,81	407,01
Інші операційні доходи	425,67	571,17	609,08
Результат від операційної діяльності	940,26	684,35	751,86
Податок на прибуток	169,25	123,18	135,33
Чистий прибуток	771,01	561,17	616,53

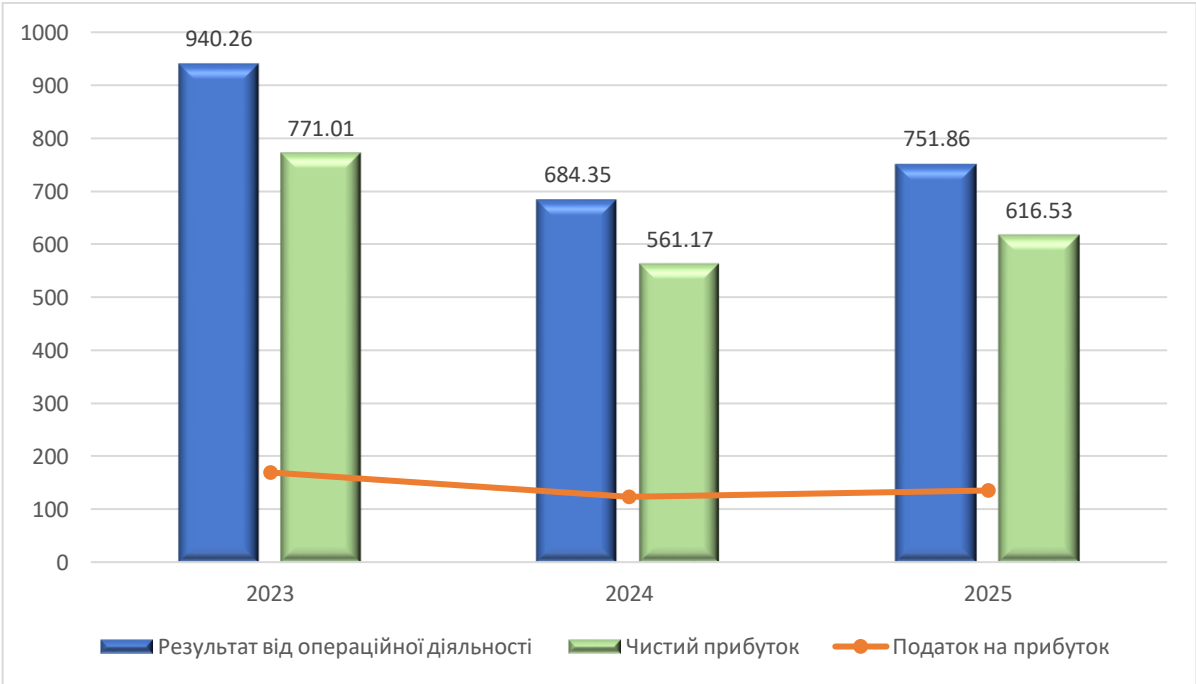


Рис. 2.9. Динаміка фінансових результатів туроператора

У 2024 році спостерігалось незначне зниження чистого доходу від надання послуг (з 9827,93 тис. грн до 9759,44 тис. грн), тоді як у 2025 році відбулося суттєве зростання до 11549,60 тис. грн. Водночас собівартість

послуг зростала більш високими темпами, особливо у 2025 році, що негативно вплинуло на валовий прибуток, який поступово скорочувався протягом усього періоду (з 2726,15 тис. грн у 2023 році до 2585,10 тис. грн у 2025 році). Це свідчить про зниження ефективності основної діяльності та зростання витратності надання туристичних послуг.

Витрати підприємства мають тенденцію до зростання, зокрема адміністративні та збутові витрати щорічно збільшуються, що може бути пов'язано з розширенням діяльності та підвищенням витрат на просування послуг. Інші операційні витрати зросли у 2024 році, проте у 2025 році скоротилися, тоді як інші операційні доходи демонструють стабільне зростання. Результат від операційної діяльності у 2024 році значно зменшився порівняно з 2023 роком, однак у 2025 році спостерігається його часткове відновлення. Проаналізуємо зміну чистого прибутку підприємства «N». Інформація для аналізу наведена в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Аналіз динаміки чистого прибутку

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Чистий прибуток, тис. грн	771,01	561,17	616,53
Абсолютний приріст, тис. грн			
а) ланцюговий		-209,84	55,36
б) базисний		-209,84	-154,48
Темп зростання, %			
а) ланцюговий		72,78	109,87
б) базисний		72,78	79,96
Темп приросту, %			
а) ланцюговий		-27,22	9,87
б) базисний		-27,22	-20,04
Абсолютне значення 1% приросту, тис. грн		7,71	5,61
Середній рівень ряду, тис. грн	649,57		
Середній темп зростання, %	89,42		
Середній темп приросту, %	-10,58		

Аналіз динаміки чистого прибутку туристичного підприємства свідчить про його нестабільність протягом 2023–2025 рр. У 2024 році відбулося суттєве скорочення прибутку порівняно з 2023 роком на 209,84 тис. грн, або на 27,22 %, що підтверджується ланцюговими та базисними темпами зростання (72,78 %). У 2025 році ситуація дещо покращилася: чистий прибуток зріс на 55,36 тис. грн, або на 9,87 % у порівнянні з 2024 роком, однак він так і не досяг рівня базисного 2023 року, що свідчить про наявність певних проблем у забезпеченні стабільної прибутковості.

Базисні показники також підтверджують негативну тенденцію: у 2025 році чистий прибуток був меншим за рівень 2023 року на 154,48 тис. грн, або на 20,04 %. Середній рівень прибутку за досліджуваний період становить 649,57 тис. грн, а середній темп зростання – 89,42 %, що відповідає середньому темпу приросту -10,58 %. Таким чином, тримані результати на загальну тенденцію до зниження прибутковості підприємства.

Отже, попри певне відновлення у 2025 році, загальна динаміка чистого прибутку залишається нестійкою. Подальше покращення фінансових результатів доцільно пов'язувати з удосконаленням позиціонування туристичних продуктів, орієнтацією на актуальні запити споживачів, а також розширенням асортименту послуг шляхом розробки нових турів і диверсифікації напрямів діяльності.

Водночас прибуток не може розглядатися як єдиний критерій оцінювання ефективності діяльності підприємства. З цією метою використовують показники рентабельності. Зокрема, чиста рентабельність витрат визначається як співвідношення чистого прибутку до сукупних витрат підприємства:

$$P_{\text{чист}} = \Pi_{\text{чист}} : З * 100, \% \quad (2.1)$$

де $P_{\text{чист}}$ – чиста рентабельність витрат;

$\Pi_{\text{чист}}$ – чистий прибуток, тис. грн;

$З$ – загальні витрати, тис. грн.

У 2023 році:

$$P_{\text{чист.}} = 771,01 : 9313,34 \times 100 = 8,28 \ %;$$

У 2024 році:

$$P_{\text{чист.}} = 561,17 : 9646,26 \times 100 = 5,82 \ %;$$

У 2025 році:

$$P_{\text{чист.}} = 616,53 : 11406,82 \times 100 = 5,41 \ %.$$

Показники чистої рентабельності витрат туристичного оператора представлені в табл. 2.8 та відображені на рис. 2.10.

Таблиця 2.8

Показники рентабельності туристського оператора

Показники	2023 р.	2024 р.	2025 р.
Чиста рентабельність витрат, %	8,28	5,82	5,41

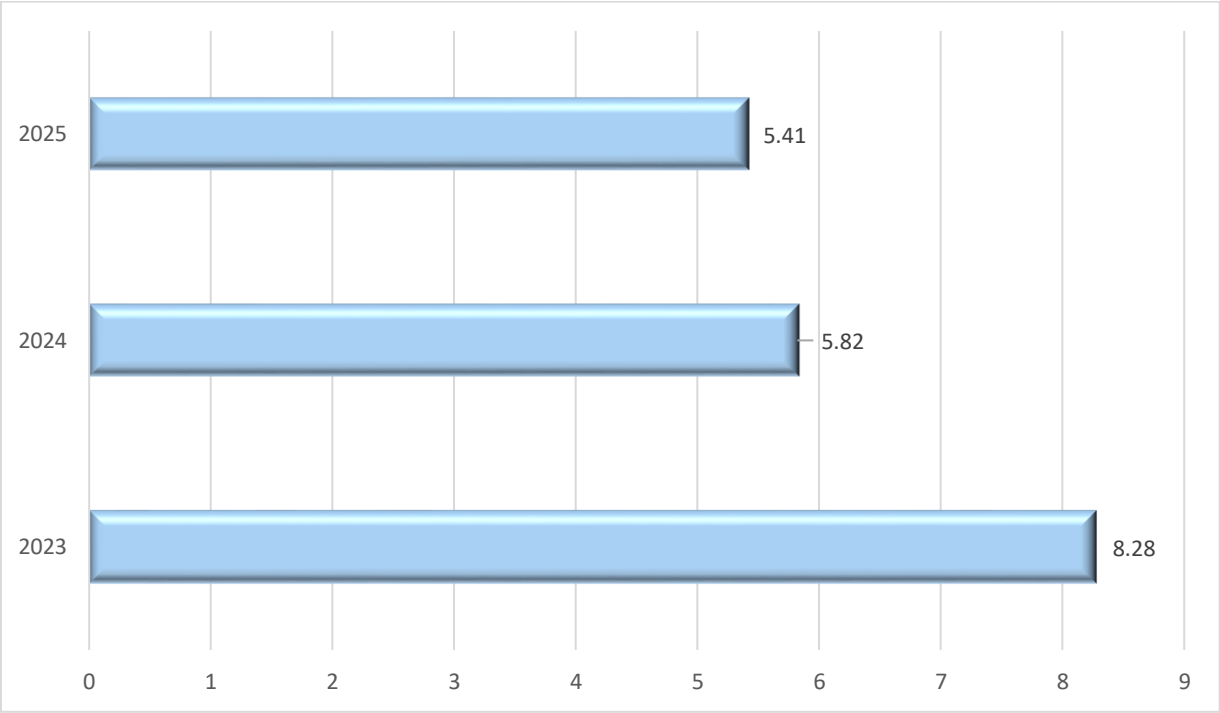


Рис. 2.10. Зміна чистої рентабельності витрат

Аналіз динаміки чистої рентабельності витрат туристичного оператора показує, що ефективність використання фінансових ресурсів знижується протягом досліджуваного періоду.

У 2023 році рентабельність витрат була на найвищому рівні – 8,28 %, тоді як у 2024 році вона знизилася до 5,82 %, а у 2025 році ще трохи зменшилася до 5,41 %.

Таке зниження свідчить про те, що при зростанні обсягу наданих послуг та доходу витрати підприємства зростають швидшими темпами, ніж прибуток, що впливає на загальну ефективність діяльності. Для підвищення рентабельності доцільно оптимізувати співвідношення доходів і витрат, а також орієнтуватися на більш прибуткові напрямки та диверсифікацію туристичних продуктів.

Для обґрунтування впровадження етнографічних турів необхідно розглянути ключові фактори, що впливають на їх популярність серед туристів, а також переваги для самого туроператора. Табли. 2.9 демонструє основні мотиви вибору етнографічних турів клієнтами та те, як різні аспекти програми можуть формувати їх попит.

Таблиця 2.9

Переваги впровадження етнографічних турів для туроператора

Фактор	Опис	Вплив на вибір туру
Інтерес до культури та традицій	Туристи прагнуть пізнавати історію, звичаї, ремесла	Відвідування майстерень, музейних комплексів, етнографічних поселень
Освітня цінність	Туристи хочуть отримати нові знання та досвід	Організація інтерактивних екскурсій, участь у майстер-класах
Різноманітність туристів	Тур програма приваблива для різних категорій	Сім'ї з дітьми, студенти, дослідники, любителі культури
Попит на унікальні враження	Зростає інтерес до нестандартних та ексклюзивних турів	Місцеві свята, автентичні події, дегустації традиційних страв
Стійкість до сезонності	Можливість проведення турів упродовж року	Внутрішній туризм менш залежний від міжнародних обмежень та погодних умов

Аналіз факторів, що впливають на вибір етнографічних турів, свідчить про їх значний потенціал серед туристів завдяки поєднанню культурно-

пізнавальної цінності, освітніх можливостей та різноманітності програм для різних категорій клієнтів. Особлива увага до унікальних вражень і можливість проведення турів упродовж року робить їх привабливими для туристів та дозволяє туроператору зменшити залежність від сезонності. Таким чином, впровадження етнографічних турів є доцільним кроком для підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми та формування додаткової цінності для клієнтів.

Додатково важливо оцінити, які вигоди отримує туристичне підприємство від впровадження таких турів. Таблиця 2.10 відображає потенційні переваги для туроператора, зокрема економічні, соціальні та організаційні аспекти, а також практичне значення кожного з них для розвитку та диверсифікації туристичного продукту.

Таблиця 2.10

Потреби та мотивація туристів для вибору етнографічних турів

Категорія	Переваги	Практичне значення для туроператор
Конкурентні переваги	Виділення на ринку, нові унікальні пропозиції	Збільшення кількості клієнтів, можливість пропонувати преміальні тури
Економічна доцільність	Невеликі початкові витрати	Основна інвестиція – розробка маршрутів та співпраця з громадами
Соціальна значимість	Підтримка місцевих ремісників, популяризація культури	Позитивний імідж, розвиток внутрішнього туризму
Гнучкість	Проведення турів протягом року	Зниження ризику сезонних коливань та криз
Розширення аудиторії	Тур охоплює різні вікові та соціальні групи	Залучення нових категорій туристів, підвищення прибутковості

Впровадження етнографічних турів надає туристичному підприємству комплексні переваги. По-перше, вони дозволяють виділитися серед конкурентів та розширити клієнтську базу завдяки унікальним пропозиціям і преміальним продуктам. По-друге, такі тури є економічно доцільними, оскільки основні витрати зосереджені на розробці маршрутів та взаємодії з місцевими громадами. Крім того, етнографічні програми мають високу соціальну значимість, сприяють підтримці локальних ремісників та популяризації культури, що підвищує імідж туроператора. Гнучкість у проведенні турів протягом року та можливість охоплення різних категорій туристів забезпечують стійкість бізнесу до сезонних коливань і криз, а також сприяють підвищенню прибутковості та диверсифікації туристичного продукту.

Аналіз діяльності туристичного оператора «N» за 2023–2025 рр. свідчить про певну нестабільність у динаміці наданих послуг та доходів, з одночасними ознаками відновлення у 2025 році. Загальний обсяг туро-днів демонструє хвилеподібну тенденцію: після максимального показника у 2023 році (8287 туро-днів) у 2024 році спостерігалось скорочення на 5,53 % до 7829 туро-днів, а у 2025 році відбулося часткове відновлення до 8025 туро-днів. Незважаючи на це, обсяг послуг не досяг рівня базового періоду, що свідчить про збереження певної спадної тенденції. Середній рівень ряду становить 8047 туро-днів, а середній темп приросту – -1,59 %, що підтверджує загальну тенденцію до незначного скорочення виробничої програми підприємства.

Динаміка за напрямками туризму відображає структурні зміни у клієнтському потоці. Внутрішній туризм залишається пріоритетним, його частка у загальному обсязі послуг коливалася в межах 67–70 %, тоді як виїзний туризм демонструє зростання частки у 2024 році до 32,8 % та незначне зниження у 2025 році. Абсолютні показники доходів свідчать про активне нарощування прибутків від внутрішніх поїздок: доходи зросли з 4471,36 тис. грн у 2023 році до 6043,34 тис. грн у 2025 році, що підтверджується як ланцюговим, так і базисним приростом. Темпи зростання доходів від

внутрішніх турів демонструють активну позитивну тенденцію, особливо у 2025 році, коли ланцюговий темп приросту досяг 24,87 %. Це свідчить про посилення інтересу туристів до подорожей всередині країни та зростання значущості внутрішнього туризму для фірми.

Структурний аналіз внутрішнього туризму показує перевагу активних і пізнавальних форм відпочинку. Гірський туризм у Карпатському регіоні стабільно займає домінуючу позицію, частка якого коливалася від 42,9 % до 47,2 %. Зростання популярності автобусних екскурсійно-пізнавальних турів до 21,4 % у 2025 році свідчить про підвищений попит на короткотривалі та доступні за ціною подорожі. Дитячий туризм демонструє значну варіативність, тоді як морський та санаторно-курортний напрямки поступово втрачають частку ринку, що відображає зміну уподобань туристів та орієнтацію на активні форми відпочинку.

Фінансовий аналіз показує, що загальна сума доходів туристичного оператора зростає, досягнувши 11549,60 тис. грн у 2025 році, однак собівартість послуг збільшувалась швидшими темпами, що призвело до зниження валового прибутку з 2726,15 тис. грн у 2023 році до 2585,10 тис. грн у 2025 році. Чистий прибуток підприємства є нестабільним: після зниження у 2024 році на 27,22 % відбулося часткове відновлення у 2025 році, проте він залишився нижчим за рівень базового 2023 року. Рентабельність витрат також зменшувалася: з 8,28 % у 2023 році до 5,41 % у 2025 році, що свідчить про зростання витрат при зростанні обсягів діяльності.

Разом із цим аналіз показує перспективність розвитку внутрішнього туризму та впровадження нових туристичних продуктів, зокрема етнографічних турів. Такі програми привабливі для туристів завдяки культурно-пізнавальній цінності, освітньому ефекту, різноманітності форм відпочинку та можливості отримати унікальні враження. Для туроператора впровадження етнографічних турів забезпечує конкурентні переваги, розширює аудиторію клієнтів, дозволяє диверсифікувати доходи, підтримувати місцевих ремісників та популяризувати національну культуру.

Гнучкість у проведенні турів протягом року сприяє зменшенню сезонності та підвищенню прибутковості підприємства.

Окремо слід відзначити, що туроператор демонструє здатність адаптуватися до змін ринку та потреб споживачів, зокрема через перерозподіл акценту на внутрішні туристичні продукти. Поступове збільшення доходів від внутрішнього туризму та збереження стабільної частки додаткових послуг свідчить про ефективну диверсифікацію джерел доходів і мінімізацію ризиків, пов'язаних із коливаннями попиту на виїзний туризм. Також наявність активних і пізнавальних форм відпочинку, зокрема гірських турів і екскурсій, дозволяє підприємству залучати різні категорії клієнтів і підвищувати лояльність постійних туристів, що у довгостроковій перспективі сприяє зміцненню ринкових позицій та підвищенню фінансової стабільності компанії.

Отже, загальна оцінка діяльності туристичного оператора «N» демонструє, що попри певні коливання та тимчасові спади, підприємство зберігає стабільну орієнтацію на внутрішній туризм, адаптується до запитів клієнтів і має потенціал для подальшого зростання доходів і прибутковості шляхом диверсифікації туристичних продуктів та оптимізації витрат. Впровадження інноваційних та тематичних турів, таких як етнографічні програми, є доцільним кроком для зміцнення фінансової стабільності та конкурентоспроможності компанії на ринку туристичних послуг.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ЕТНОГРАФІЧНИХ ТУРІВ ПО ПОЛІСЬКОМУ ТУРИСТСЬКОМУ РЕГІОНУ

3.1. Складання програми етнографічного туру та визначення факторів його унікальності

Пропонується до розробки етнографічний тур «Автентичне Полісся», який спрямований на глибоке ознайомлення туристів із традиційною культурою та способом життя населення історико-географічного регіону Полісся. Тривалість туру становить 4 дні (3 ночі).

Маршрут подорожі передбачає послідовне відвідування таких пунктів: Луцьк – Шацьк – Ковель – Луцьк.

Особливістю маршруту є його організація з базовим розміщенням туристів в одному населеному пункті та здійсненням радіальних виїздів до об'єктів відвідування. Вибір зазначеної будови маршруту був зумовлений короткою тривалістю туру та спрямований на мінімізацію переїздів і уникнення зміни місць проживання задля підвищення рівня комфорту туристів і раціоналізації використання часу подорожі.

До вартості туру включено транспортне обслуговування комфортабельним автобусом, проживання, сніданки, супровід гід-екскурсовода, організацію екскурсій та страхування на період подорожі. Додатково оплачуються вхідні квитки до туристичних об'єктів, факультативні заходи, а також обіди та вечері.

Деталізована програма етнографічного туру «Автентичне Полісся» представлена в табл. 3.1.

Після ознайомлення з детальною програмою туру «Автентичне Полісся» доцільно виділити його ключові особливості та унікальні характеристики, які визначають конкурентоспроможність та пізнавальну цінність пропонованого туристичного продукту.

Таблиця 3.1

Програма туру «Автентичне Полісся»

Дні	Програма туру
1	2
1	<i>День 1: Знайомство з Поліссям та традиційним житлом</i> Зустріч у м. Луцьку та трансфер до Шацька. Екскурсія до Шацький національний природний парк з акцентом на традиційне природокористування (рибальство, збирання ягід і грибів). Відвідування етнографічної садиби: огляд поліської хати, інтер'єру, печі, господарських будівель. Знайомство з традиційним одягом Полісся (демонстрація костюмів). Обід із поліських страв. Майстер-клас із приготування поліського хліба в печі. Огляд традиційної дерев'яної забудови села. Заселення в садибу. Вечеря. Фольклорний вечір: поліські пісні, легенди, обрядові історії.
2	<i>День 2: Народні ремесла та промисли Полісся</i> Сніданок. Майстер-клас із лозоплетіння (кошики, побутові вироби). Майстер-клас із ткацтва на традиційному верстаті. Відвідування пасіки: знайомство з бортництвом (традиційне бджільництво). Дегустація меду та продуктів бджільництва. Обід у садибі. Переїзд до Ковеля. Відвідування Ковельський історичний музей: експозиції з народного побуту та ремесел. Огляд місцевого ярмарку (за наявності) або зустріч із народними майстрами (вишивка, різьблення по дереву). Повернення в садибу. Вечеря. Вечір традиційних ігор та обрядів (веснянки, гаївки).
3	<i>День 3: Духовна культура та обрядовість Полісся</i> Сніданок. Відвідування старовинної дерев'яної церкви (ознайомлення з сакральною архітектурою Полісся). Огляд місцевого кладовища з традиційними дерев'яними хрестами (символіка та вірування). Відвідування музею історії сільського господарства Волині-скансен. Гастрономічний майстер-клас: приготування поліських страв (картопляники, куліш, узвар). Обід. Прогулянка біля озера Світязь з розповідями про місцеві легенди та вірування. Інсценізація обрядового дійства (наприклад, елементи весільного або купальського обряду). Повернення. Вечеря. Вечір біля вогнища з народними піснями та обрядами.

1	2
4	<i>День 4: Історико-етнографічна спадщина Волині</i> Сніданок. Виселення. Трансфер до Луцька. Екскурсія до Луцький замок. Відвідування Музей Волинської ікони (традиції іконопису). Відвідування етнографічного відділу краєзнавчого музею (народний одяг, побут, ремесла). Майстер-клас із традиційної волинської вишивки. Відвідування сувенірного ринку (вироби народних майстрів). Обід. Завершення туру та трансфер до м. Луцьк.

Наступна табл. 3.2 систематизує зазначені характеристики, підкреслюючи специфіку туру, його автентичність, інтерактивність та комплексність туристичного досвіду, а також новизну напрямку на ринку етнографічного туризму України.

Таблиця 3.2

Унікальні характеристики етнографічного туру «Поліські традиції»

№	Унікальні характеристики	Зміст
1	2	3
1	Ринкова новизна та конкурентоспроможність	Тур орієнтований на малопредставлений напрям – етнографічний туризм у регіоні Полісся, що формує ефект новизни, низький рівень конкуренції та відкриває вільну нішу на туристичному ринку
2	Автентичність туристичного продукту	Тур орієнтований на відтворення реального способу життя населення Полісся без штучної «туристифікації» середовища
3	Інтерактивність	Передбачає активну участь туристів у майстер-класах (ткацтво, лозоплетіння, кулінарія), а не лише пасивне спостереження
4	Поєднання матеріальної та нематеріальної спадщини	Включає як відвідування об'єктів (зокрема Луцький замок), так і участь у традиціях, обрядах, фольклорних заходах
5	Етноекоекологічна спрямованість	Ознайомлення з традиційними формами природокористування під час відвідування Шацький національний природний парк та озера Світязь

Продовж. табл. 3.2

1	2	3
6	Жива культура	Використання фольклорних програм, народних пісень, обрядових дійств, що створюють ефект «занурення»
7	Освітньо-пізнавальна цінність	Формування у туристів цілісного уявлення про культурну ідентичність регіону
8	Комплексність туристичного досвіду	Поєднання екскурсій, гастрономії, ремесел, природи та духовної культури

Унікальність розробленого етнографічного туру насамперед визначається його ринковою новизною та конкурентоспроможністю. Тур орієнтований на малопредставлений напрям – етнографічний туризм у межах історико-географічного регіону Полісся, який наразі недостатньо використовується у туристичній практиці. Зазначена особливість формує ефект новизни для споживачів, забезпечує низький рівень конкуренції та відкриває перспективну нішу на ринку туристичних послуг.

Важливою характеристикою туру є його автентичність, яка проявляється у відтворенні реального способу життя місцевого населення без штучної «туристифікації» середовища. Туристи занурюються у природне та культурне середовище Полісся, що сприяє формуванню більш глибокого та достовірного уявлення про регіон.

Суттєвою перевагою є інтерактивний характер туру: учасники не лише спостерігають, а й беруть активну участь у традиційних видах діяльності, зокрема у майстер-класах із ткацтва, лозоплетіння та приготування національних страв.

Тур також поєднує матеріальну та нематеріальну культурну спадщину. Одночасно із відвідуванням об'єктів, зокрема Луцького замку, передбачена участь у традиціях, обрядах і фольклорних заходах, що забезпечує комплексне сприйняття культурної спадщини регіону.

Етноекологічна спрямованість туру реалізується через ознайомлення з традиційними формами природокористування під час відвідування Шацький національний природний парк та озера Світязь. Тобто пропонований

етнографічний тур має елементи екологічного через зв'язок між природним середовищем та зберігає унікальну етніку, відображаючи господарську діяльність населення.

Окрему роль відіграє використання елементів живої культури – фольклорних програм, народних пісень, ігор та інсценізації обрядів, що створює ефект повного занурення в культурне середовище. Крім того, тур має виражену освітньо-пізнавальну спрямованість, оскільки сприяє формуванню у туристів цілісного уявлення про культурну ідентичність Полісся.

Узагальнюючи, слід зазначити, що поєднання екскурсійної, гастрономічної, ремісничої, природної та духовної складових забезпечує комплексність туристичного досвіду та підсилює привабливість туру на ринку туристичних послуг.

Проаналізуємо особливості об'єктів туристської привабливості, включених до програми розроблюваного туру.

Шацький національний природний парк – це великий природоохоронний об'єкт у північно-західній частині Полісся, створений у 1983 році для збереження унікальних природних комплексів (лісових масивів, боліт, озер та луків) з високою екологічною, історико-культурною, науковою та рекреаційною цінністю. Загальна площа парку становить близько 48 977 га; він включає 23 озера, серед яких найвідоміше та найглибше – озеро Світязь, що входить до номінації природних чудес України [34].

У межах парку функціонують спеціальні рекреаційні зони, де дозволено любительське і спортивне рибальство, збирання грибів та ягід у встановлених межах правил природокористування, що відображає давні форми використання природних ресурсів мешканцями Полісся.

Парк має значний природо-освітній потенціал: екологічні маршрути, стежки і оглядові точки сприяють формуванню у туристів розуміння екосистем водно-лісової рівнинної зони, зв'язку між традиційним природокористуванням і збереженням біорізноманіття.

Етнографічна садиба (етнічна садиба зеленого туризму) – це туристично-культурний об'єкт, що відтворює традиційний сільський побут, житло, господарські споруди та спосіб життя локальної громади в його автентичних проявах. Садиба є частиною мережі «Українські гостинні садиби», яка поєднують збереження народної традиційної культури з сучасними формами зеленого туризму, гостинності й культурно-освітньої діяльності [31].

Ковельський історичний музей – культурно-освітній і науково-дослідний заклад, основним призначенням якого є вивчення, збереження, пропагування та експонування матеріальної і духовної спадщини Ковельщини. Музей був створений наприкінці ХХ ст. і з 1992 р. функціонує як міський історичний музей, що зберігає цінні пам'ятки історії, етнографії, мистецтва і повсякдення місцевих жителів.

Експозиція музею налічує понад сім тисяч музейних предметів та включає низку тематичних розділів, які висвітлюють розвиток території від найдавніших часів до сучасності: археологічні знахідки, предмети козацької доби, матеріали періоду ХІХ–ХХ ст., а також колекції фотографій та документів, пов'язаних з історією міста та регіону. Серед численних експонатів значне місце займають речі народного побуту й традиційного ремесла – волинського одягу (вишивок, тканих рушників), інструменти ремісників, предмети господарського вжитку, що дозволяють відтворити образ повсякденного життя місцевих жителів у минулому.

Особливою цінністю музейної колекції є етнографічні предмети, які включають традиційний народний одяг, знаряддя праці, ремісничі вироби з дерева та металу, а також предмети, що ілюструють повсякденність мешканців Ковельщини у ХІХ–ХХ століттях [14].

Музей історії сільського господарства Волині-скансен – це унікальний етнографічний музей під відкритим небом, присвячений традиційному селянському побуту, ремеслам та аграрній культурі Волині. Розташований у селищі Рокині Луцького району (Волинська область), музей представляє

собою комплекс будівель, експонатів та господарських споруд, що відтворюють життя українського села минулих століть.

Основна мета закладу – популяризація історії сільського господарства та побуту Волині, зокрема демонстрація традиційних форм господарської діяльності, які були характерні для регіону в XIX–XX століттях. Тут можна побачити реконструйовані сільські хати, хліви, інвентарні споруди, знаряддя праці, і предмети побуту, що дозволяють зробити висновок про технології обробки землі, тваринництва, ремесел і побутову культуру селянина [23].

Особливістю етнографічного скансену є саме його відкрито-просторова експозиція, що дає змогу туристам безпосередньо пережити атмосферу традиційного села: оглянути зразки народної архітектури, предмети побуту, ремісничі інструменти, знаряддя праці, а також ознайомитися з аграрною культурою Волині як важливою складовою регіональної ідентичності.

3.2. Калькулювання вартості туру та основних економічних складників

Туристичний етнографічний тур «Автентичне Полісся» планується реалізовувати у теплий період року, у перший сезон його запуску. З огляду на тривалість туру (4 дні, 3 ночі), пропонується організовувати тури чотири рази на місяць. Для забезпечення комфорту туристів та раціональної логістики необхідно обрати заклад розміщення, який дозволить залишатися в одному місці всі три ночі та здійснювати радіальні виїзди до об'єктів туристської привабливості Полісся.

Для розміщення туристів оптимальною є садиба «Поліська гостинність», розташована у селі Світязь, Шацький район, Волинська область. Садиба має 10 двомісних номерів, що дозволяє розмістити групу з 20 осіб. Локація садиби зручна для трансферів до основних об'єктів туру: Шацького національного природного парку, озера Світязь, Ковельського історичного музею та інших етнографічних і природних пам'яток.

Туристи будуть розміщені у двомісних номерах зі зручностями, що забезпечує комфорт і оптимальні умови для відпочинку протягом трьох ночей. Для організації туру туристичній фірмі «N» доцільно укласти договір на заповнення 20 місць у садибі «Поліська гостинність» на рік.

В табл. 3.3 наведено розрахунок вартості засобів розміщення з урахуванням знижок для турфірми-оператора.

Таблиця 3.3

Засоби розміщення в турі «Автентичне Полісся» з урахуванням знижок для турфірми-оператора

Засоби розміщення	Розміщення у 2-місному номері за одну людину, включно зі сніданком, грн	
	За 1 добу	За 2 доби
Садиба «Поліська гостинність», с. Світязь	800	2400
Усього:	—	2400

Підсумок хронометражу етнографічного туру, що розроблюється, наведений в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Часовий хронометраж та собівартість туру «Автентичне Полісся»

Дні	Опис програми туру	Собівартість, грн
1	2	3
1	День 1: Знайомство з Поліссям та традиційним житлом 08:00 – 10:30 Зустріч у м. Луцьку, трансфер до Шацька (~2,5 год) 10:30 – 12:30 Екскурсія до Шацького національного природного парку (традиційне природокористування: рибальство, збір ягід і грибів) 12:30 – 13:30 Відвідування етнографічної садиби (огляд поліської хати, інтер'єру, печі, господарських будівель) 13:30 – 14:30 Обід із поліських страв 14:30 – 16:00 Майстер-клас із приготування поліського хліба 16:00 – 17:00 Огляд традиційної дерев'яної забудови села 17:00 – 18:00 Заселення в садибу, вечеря 18:00 – 20:00 Фольклорний вечір: пісні, легенди, обрядові історії 20:00 – 20:30 Заїзд до садиби «Поліська гостинність». Вільний час	270

1	2	3
2	День 2: Народні ремесла та промисли Полісся 07:30 – 08:30 Сніданок у садибі 08:30 – 09:30 Майстер-клас із лозоплетіння 09:30 – 11:30 Майстер-клас із ткацтва на традиційному верстаті 11:30 – 12:30 Відвідування пасіки: бортництво, дегустація меду 12:30 – 13:30 Обід у садибі 13:30 – 15:00 Переїзд до Ковеля (≈1 год) 15:00 – 16:30 Відвідування Ковельського історичного музею та ярмарку, зустріч із майстрами (вишивка, різьба по дереву) 16:30 – 17:30 Повернення до садиби 17:30 – 18:30 Повернення до садиби. Вечеря 18:30 – 20:00 Вечірні традиційні ігри та обряди (веснянки, гаївки)	250
3	День 3: Духовна культура та обрядовість Полісся 07:30 – 08:30 Сніданок у садибі 08:30 – 09:30 Трансфер до дерев'яної церкви (ознайомлення з сакральною архітектурою, кладовище з дерев'яними хрестами) 09:30 – 11:00 Відвідування Музею історії сільського господарства Волині-скансен 11:00 – 12:30 Гастрономічний майстер-клас: картопляники, куліш, узвар + обід 12:30 – 14:00 Прогулянка біля озера Світязь, легенди та вірування, інсценізація обрядового дійства 18:00 – Повернення до садиби, відпочинок. 19.00 – 21.00 Вечір біля вогнища: пісні, танці, обряди	250
4	07:30 – 08:30 Сніданок, виселення 08:30 – 09:30 Трансфер до Луцька (≈1 год) 09:30 – 11:00 Екскурсія Луцький замок 11:00 – 12:00 Музей Волинської ікони (традиції іконопису) 12:00 – 13:00 Відвідування етнографічного відділу краєзнавчого музею (одяг, побут, ремесла) 13:00 – 14:00 Майстер-клас із волинської вишивки 14:00 – 15:00 Відвідування сувенірної ринку 15:00 – 16:00 Завершення тур.	280
	Всього, грн	1050

Часовий хронометраж етнографічного туру відображає загальні витрати часу на різні види активностей, зокрема трансфери, екскурсії та відпочинок (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Підсумок хронометражу етнографічного туру «Автентичне Полісся»

Показники активності	Характеристика	Кількість годин
Час, витрачений на переїзди	Загальна тривалість трансферів за весь тур	11
Час перебування на туристичних об'єктах	Включає екскурсії, огляди та прогулянки на локаціях	13
Час для відпочинку в садибі	Щодня, включно з сніданками та вечірніми фольклорними програмами	9–10
Час на харчування та практичні майстер-класи	Не враховано сніданки в засобах розміщення садиби «Поліська гостинність», які входять до вартості туру	8,5

За результатами аналізу хронометражу етнографічного туру «Автентичне Полісся» можна зробити висновок, що загальний час туру розподіляється між кількома основними видами діяльності: приблизно 11 годин займають переїзди між локаціями, 13 годин – перебування на туристичних об'єктах, 9–10 годин відведено на відпочинок у садибі (включно зі сніданками та вечірніми фольклорними програмами), а 8,5 години – на харчування та майстер-класи (без урахування сніданків у садибі «Поліська гостинність»). Така структура забезпечує збалансованість між активною програмою та відпочинком, що дозволяє туристам глибоко зануритися у поліські традиції та культурну спадщину.

До вартості туру необхідно додати обов'язкове страхування туристів, яке розраховується з урахуванням 20 грн на особу за день.

На основі цих даних можна розрахувати загальну орієнтовну собівартість туру на одну особу з урахуванням усіх послуг, передбачених програмою у такий спосіб:

$$C_{\text{заг}} = M_{\text{еш}} + E_{\text{т}} + C_{\text{т}}, \quad (3.1)$$

де $C_{\text{заг}}$ – загальна собівартість туру на 1 людину;

$M_{\text{еш}}$ – мешкання;

Em – екскурсійне обслуговування та трансфери;

Ст – страхівка.

Розрахунок загальної обмеженої собівартості туру наведений у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок загальної обмеженої собівартості туру «Автентичне Полісся» на 1 людину, при 2-місному розміщенні, грн

Витрати за туром	Сезон	
	У звичайні дати	У високий сезон
Мешкання	2400	2600
Трансфери та екскурсійне обслуговування, які включені до вартості	1050	1200
Страховання туристів	80	80
Усього:	3530	3880

Аналіз розрахунку загальної обмеженої собівартості туру «Автентичне Полісся» на одну особу свідчить, що основні статті витрат формуються за рахунок засобів розміщення та трансферів із екскурсійним обслуговуванням. У звичайні дати загальна собівартість туру становить 3530 грн на особу, тоді як у високий сезон вона зростає до 3880 грн, що зумовлено підвищеною вартістю проживання та послуг. Страховання туристів у розрахунок включене окремо і залишається незмінним – 80 грн на особу.

Наступним логічним кроком є визначення ціни туру для туристів та оцінка фінансових результатів від його реалізації, що дозволить сформувати економічно обґрунтовану пропозицію на ринку туристичних послуг.

3.3. Формування вартості туру та оцінка економічних результатів його реалізації

Для встановлення остаточної ціни туру туристичний оператор повинен визначити допустимий рівень прибутку. Вибір оптимального відсотка прибутку потребує проведення маркетингового аналізу пропозицій

конкурентів.

Розрахунок ціни туристичного продукту здійснюється за такою формулою:

$$C_{od} = C_{od} + НП_{дон}^{od}, \quad (3.2)$$

де C_{od} – встановлена підприємством ціна на послугу;

C_{od} – собівартість одиниці продукції, послуги (турпродукту);

$НП_{дон}^{od}$ – допустима для даної галузі норма прибутку, що доводиться на одиницю продукції, одну послугу.

Враховуючи наведені умови, доцільним є підвищення собівартості туру на 20–30%. Для розробленого туру рекомендовано встановити норму прибутку на рівні 30%.

Розрахунок остаточної ціни туру наведено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Формування кінцевої ціни туру «Автентичне Полісся», грн

Місяці	Собівартість	Норма прибутку	Ціна туру	Округлена ціна туру
У звичайні дати	3530	1059	4589	4600
У високий сезон	3880	1164	5044	5100

Таким чином, кінцева вартість етнографічного туру змінюватиметься залежно від сезону від 4600 грн до 5100 грн. Для розрахунку планового доходу туристичного підприємства необхідно враховувати заплановану кількість туристів на кожен заїзд. У рамках цього туру передбачено 20 місць у садибі «Поліська гостинність» для розміщення туристів.

Наступним кроком є визначення потенційної кількості туристів, які скористаються запропонованим туром (табл. 3.8).

Аналіз планової кількості обслугованих туристів за сезоном показує, що попит на етнографічний тур «Автентичне Полісся» має виражену сезонну динаміку.

Таблиця 3.8

Визначення планової кількості обслугованих туристів за сезон
за туром «Автентичне Полісся»

Місяці проведення туру	Кількість заїздів	Кількість місць	К-т завантаження	Кількість осіб
Квітень	3	20	75	45
Травень (у звичайні дати)	3	20	80	48
Травень (у високий сезон)	2	20	95	38
Червень	4	20	85	68
Липень	4	20	90	72
Серпень (високий сезон)	4	20	92	74
Вересень	4	20	85	68
Жовтень	4	20	75	60
Всього:	28	—	—	473

Сезонні зміни планової кількості обслугованих туристів за туром «Автентичне Полісся» відображено на рис. 3.1.

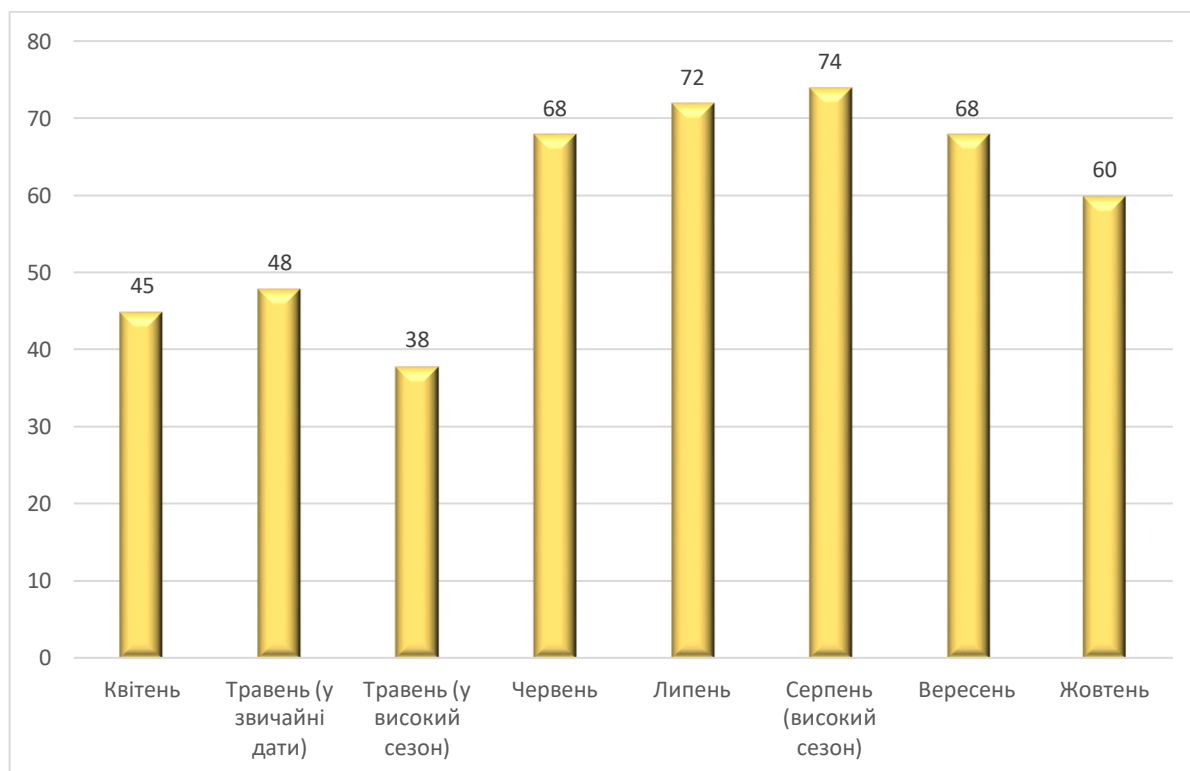


Рис. 3.1. Сезонна динаміка планової кількості обслугованих туристів

Найменша кількість туристів очікується у квітні – 45 осіб, що пояснюється початком туристичного сезону та менш сприятливими погодними умовами. У травні спостерігається помірне зростання попиту, причому в високий сезон кількість туристів підвищується до 38 осіб на заїзд із коефіцієнтом завантаження 95%, що демонструє інтенсивне використання місць навіть за обмеженої кількості заїздів.

Максимальне завантаження планується у літні місяці – липень і серпень, коли кількість туристів досягає 72–74 осіб, що відповідає високому сезону відпочинку. Важливо зазначити, що доволі високий коефіцієнт завантаження (75–95%) забезпечується за рахунок невеликої кількості місць у турі – 20 осіб на заїзд.

Загалом, протягом сезону заплановано обслуговування 473 туристів, що свідчить про стабільний попит та ефективне планування ресурсів туристичного оператора. Такий розподіл кількості туристів дозволяє врахувати сезонні коливання, забезпечити оптимальне завантаження садиби «Поліська гостинність» та сприятливо впливає на фінансові результати туру, оскільки високий коефіцієнт завантаження підвищує ефективність використання інфраструктури та ресурсів туру.

Дохід від реалізації туру розраховується на основі встановленої норми прибутку, яка становить 20% від собівартості розробленого туру. Для подальших фінансових розрахунків прийнято враховувати варіант двомісного розміщення, оскільки він користується найбільшим попитом серед туристів. Отриманий дохід від продажу етнографічних турів буде пропорційно розподілятися відповідно до коефіцієнта завантаження кожного заїзду (табл. 3.9).

Зміна доходів від реалізації етнографічного туру продемонстрована на рис. 3.2.

За даними таблиці видно, що дохід від реалізації туру «Автентичне Полісся» значною мірою залежить від сезонності та кількості туристів у заїздах.

Таблиця 3.9

Розрахунок доходів за період (сезон) за етнографічним туром
«Автентичне Полісся»

Місяці	Кількість осіб	Норма прибутку	Дохід, тис. грн
Квітень	45	1059	47,66
Травень (у звичайні дати)	48	1059	50,83
Травень (у високий сезон)	38	1164	44,23
Червень	68	1059	71,97
Липень	72	1059	76,25
Серпень (високий сезон)	74	1164	86,14
Вересень	68	1059	71,97
Жовтень	60	1059	63,54
Всього:	473	—	512,59

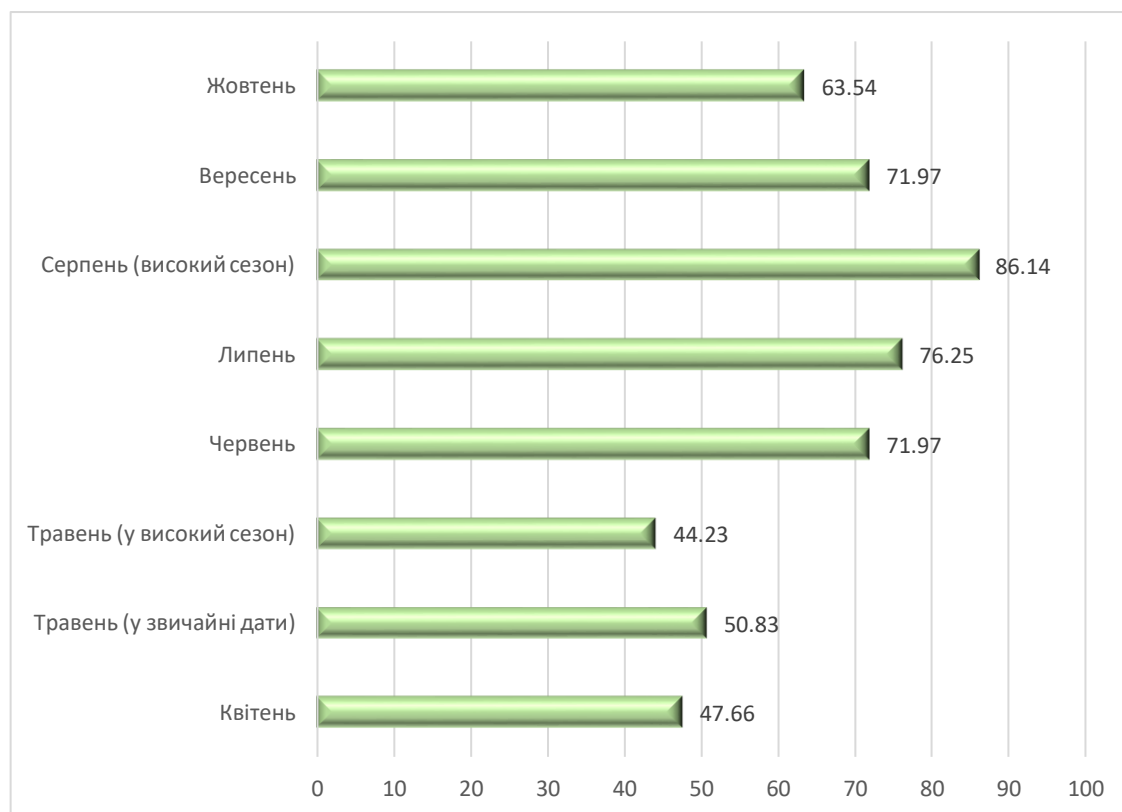


Рис. 3.2. Зміна запланованого обсягу доходів від реалізації туру «Автентичне Полісся»

Найменший дохід спостерігається у травні під час високого сезону (44,23 тис. грн) через меншу кількість туристів у порівнянні з іншими місяцями, тоді як найбільший дохід припадає на серпень (86,14 тис. грн)

завдяки поєднанню високої завантаженості та підвищеної норми прибутку у період пікового сезону.

Загальний дохід за рік за етнографічним туром планується на рівні 512,59 тис. грн при обслуговуванні 473 осіб. Висока завантаженість туру зумовлена обмеженою кількістю місць у садибі (20 місць на заїзд), що дозволяє ефективно використовувати ресурси та забезпечує комфортне розміщення для туристів. Таким чином, тур є економічно доцільним і має значний потенціал прибутковості з урахуванням сезонних коливань та встановленої норми прибутку.

Після оцінки доходів від реалізації етнографічного туру слід визначити фінансовий результат його проведення. Щоб розрахувати витрати, які компанія повинна покрити за рахунок організації нового туру, необхідно визначити частку цього туру в загальній структурі продажів. У цьому випадку припускаємо, що етнографічний тур становитиме 5–7 % від загальних продажів, відповідно цей відсоток поточних витрат підприємства включається до собівартості туру.

Крім того, слід врахувати адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати, частка яких також розподіляється пропорційно – 5–7% від їхньої загальної суми додається до собівартості організованого туру. Детальні дані щодо експлуатаційних витрат туристичної компанії за звітний період наведено в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Експлуатаційні витрати туристської фірми за звітний період, тис. грн

Статті витрат	Сума, тис. грн
Собівартість послуг	8964,50
Адміністративні витрати	814,01
Витрати на збут	1221,30
Інші операційні витрати	407,01
Усього:	11406,82

Виходячи з проведених розрахунків, можна оцінити фінансові показники підприємства, сформовані внаслідок організації туру (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Фінансові результати від реалізації туру «Автентичне Полісся», тис. грн

Показники	Сума, тис. грн
Чистий дохід від надання послуг	512,59
Собівартість послуг	314,50
Валовий прибуток	198,09
Адміністративні витрати	34,01
Витрати на збут	27,30
Інші операційні витрати	19,01
Результат від операційної діяльності	117,77
Податок на прибуток	21,20
Чистий прибуток	96,57

Динаміка показників операційного прибутку, податку на прибуток та чистого доходу відображена на рис. 3.3.

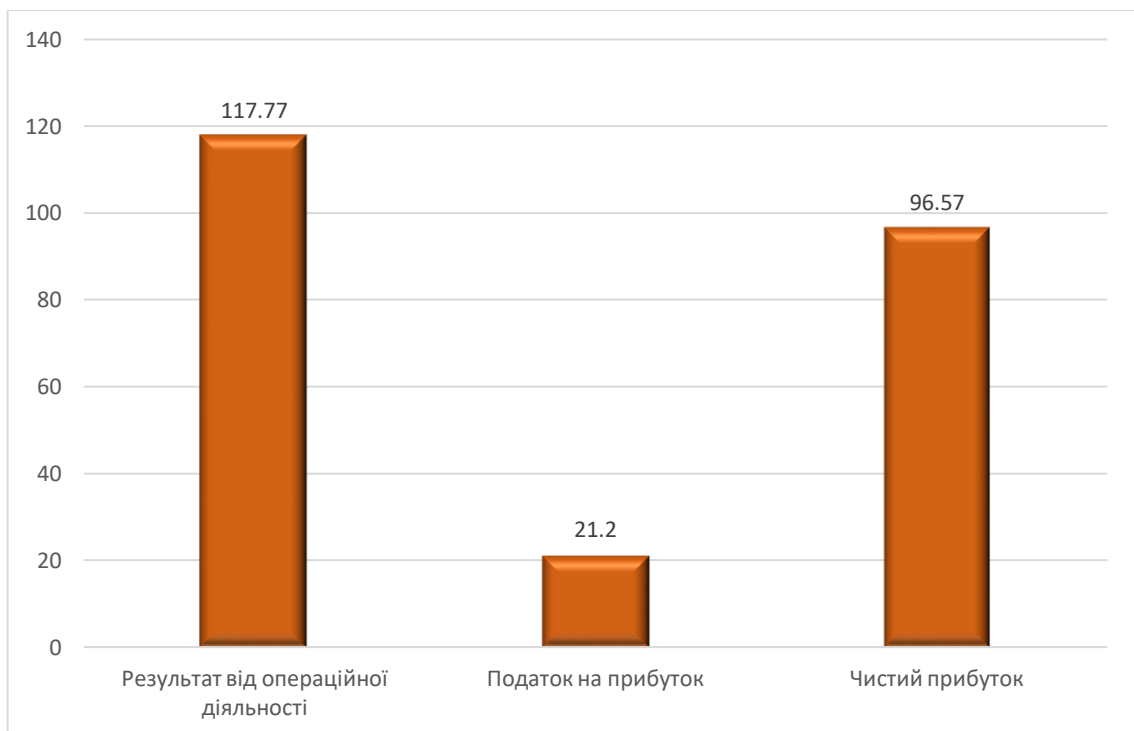


Рис. 3.3. Фінансові результати від реалізації етнографічного туру

Реалізація етнографічного туру «Автентичне Полісся» забезпечує стабільний фінансовий результат. Загальний чистий дохід від надання послуг становить 512,59 тис. грн, при цьому собівартість туру складає 314,50 тис. грн,

що дозволяє отримати валовий прибуток у розмірі 198,09 тис. грн. Адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати (загалом 80,32 тис. грн) знижують операційний результат до 117,77 тис. грн, демонструючи ефективність управління ресурсами та контроль витрат.

Після сплати податку на прибуток у розмірі 21,20 тис. грн тур приносить чистий прибуток 96,57 тис. грн. Отримані результати свідчать про економічну доцільність проведення туру та його потенціал до прибутковості. Високий рівень чистого прибутку забезпечується оптимальним балансом між завантаженням туристів, собівартістю послуг та встановленою нормою прибутку, що робить тур перспективним для подальшого розвитку та масштабування.

3.4. Створення альтернативного етнографічного туру та оцінка ефективності запропонованих варіантів

У вигляді альтернативи запропонована розробка етнографічного туру «Полісся за три дні: Народні традиції та природа». Програма зазначеного альтернативного етнографічного туру наведена в табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Програма туру «Полісся за три дні: Народні традиції та природа»

Дні	Програма туру
1	2
1	<i>День 1: Знайомство з Поліссям та традиційним житлом</i> Зустріч групи у м. Луцьку та трансфер до Шацька. Екскурсія до Шацького національного природного парку з акцентом на традиційне природокористування (рибальство, збір ягід і грибів). Відвідування етнографічної садиби: огляд поліської хати, печі, господарських будівель, демонстрація традиційного одягу Полісся. Обід із поліських страв. Майстер-клас із приготування поліського хліба. Прогулянка селом та ознайомлення з дерев'яною забудовою. Заселення в садибу, вечеря. Фольклорний вечір: пісні, легенди та обрядові історії.

1	2
2	<i>День 2: Народні ремесла та промисли Полісся</i> Сніданок. Майстер-класи: лозоплетіння (кошики та побутові вироби) та ткацтво на традиційному верстаті. Відвідування пасіки: знайомство з бортництвом та дегустація меду. Обід у садибі. Переїзд до Ковеля. Відвідування Ковельського історичного музею з експозиціями народного побуту та ремесел. Огляд місцевого ярмарку або зустріч із народними майстрами (вишивка, різьба по дереву). Повернення в садибу, вечеря. Вечір традиційних ігор та обрядів.
3	<i>День 3: Духовна культура та обрядовість Полісся</i> Сніданок. Відвідування старовинної дерев'яної церкви та місцевого кладовища з традиційними дерев'яними хрестами. Музей історії сільського господарства Волині-скансен. Гастрономічний майстер-клас: приготування поліських страв (картопляники, куліш, узвар). Обід. Прогулянка біля озера Світязь із розповідями про легенди та вірування Полісся. Інсценізація обрядового дійства (елементи весільного або купальського обряду). Завершення туру та трансфер до Луцька.

Альтернативний тур також розрахований на групу з 20 осіб і планується до проведення в теплий сезон.

Огляд програми цього туру показує, що вона має меншу тривалість, що робить його зручним варіантом для короткого уїкенду. Водночас кожен із запропонованих турів володіє власними перевагами та унікальними особливостями.

Для порівняння характеристик розроблених турів наведемо табл. 3.13.

Розглянуті тури «Автентичне Полісся» та «Поліська мозаїка» мають спільну мету – ознайомлення туристів із культурною та етнографічною спадщиною регіону, що проявляється у відвідуванні традиційних садиб, музеїв, майстерень і участі в народних обрядах.

Таблиця 3.13

Порівняння концепції створених етнографічних турів

Критерії	Тур «Автентичне Полісся»	Тур «Полісся за три дні: Народні традиції та природа»
Тривалість	3 дні / 2 ночі	2 дні / 1 ніч
Базове розміщення та формат	Садина «Гуцулія» (Верховина), базування з виїзними екскурсіями	Садина у Шацькому районі, денні поїздки по околицях
Основний акцент	Поліські традиції, ремесла та фольклор	Народний побут Полісся, духовні та обрядові практики
Культурно-розважальна програма	Вечори з піснями, обрядові інсценізації, майстер-класи з приготування страв	Вечірні розповіді, веснянки, майстер-класи з хліба та узвару
Етнографічні та історичні локації	Музеї побуту, дерев'яні церкви, озеро Світязь	Етнографічні садиби, старовинні церкви, Шацький національний парк
Рівень активності	Середній: прогулянки, майстер-класи, екскурсії	Високий: денні походи, інтерактивні обряди, майстер-класи
Потенційна аудиторія	Туристи, зацікавлені у фольклорі та традиціях	Туристи, які хочуть короткий активний тур вихідного дня

Обидва тури передбачають інтеграцію майстер-класів, екскурсій та вечірніх культурно-розважальних заходів, що дозволяє туристам не лише спостерігати, а й брати активну участь у традиційних практиках.

Водночас тури відрізняються за тривалістю, базовим розміщенням та форматом проведення. «Автентичне Полісся» триває три дні та передбачає проживання в садині «Гуцулія» з базуванням на одній локації та виїзними екскурсіями, що забезпечує більш спокійний ритм і глибше занурення у місцеві традиції. Тур «Поліська мозаїка» коротший, розрахований на два дні, із денними поїздками по околицях, що робить його оптимальним для туристів, які бажають провести активний вікенд і ознайомитися з основними етнографічними та природними об'єктами регіону.

Перевагою «Автентичного Полісся» є більш глибоке занурення у фольклор, ремесла та духовну культуру, а також можливість комфортного відпочинку завдяки невеликій групі та стаціонарному проживанню. Натомість «Поліська мозаїка» вирізняється динамічністю програми та концентрованим знайомством із основними пам'ятками Полісся, що робить її зручною для туристів із обмеженим часом. Таким чином, обидва тури мають свої сильні сторони, а вибір конкретного маршруту залежить від потреб і інтересів потенційних учасників: повноцінне культурне занурення чи короткий активний тур вихідного дня.

Ефективність діяльності визначається за допомогою показників, таких як рентабельність продажів і рентабельність витрат туристичного продукту. Рентабельність продажів обчислюється як відношення чистого прибутку, отриманого від реалізації туристичного продукту, до чистого доходу:

$$ЧР_n = \frac{ЧП}{ЧД} * 100, \% \quad (3.3)$$

де $ЧР_n$ – чиста рентабельність продажів;

$ЧП$ – чистий прибуток;

$ЧД$ – чистий дохід від реалізації послуг.

$$ЧР_{п \text{ Автентичне Полісся}} = 96,57 : 512,59 \times 100 = 18,8 \%;$$

$$ЧР_{п \text{ Полісся за три дні}} = 92,40 : 620,00 \times 100 = 14,9 \%.$$

Чиста рентабельність витрат визначається як співвідношення чистого прибутку до суми собівартості послуг, наданих та інших витрат, таких як витрати на збут, адміністративні витрати та інші операційні витрати:

$$ЧР_v = \frac{ЧП}{C + I_v} * 100, \% \quad (3.4)$$

де $ЧР_v$ – чиста рентабельність витрат;

C – собівартість наданих послуг;

I_v – інші витрати (сума адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат).

$$\text{ЧР}_{\text{в Автентичне Полісся}} = 96,57 : 394,82 \times 100 = 24,5 \%$$

$$\text{ЧР}_{\text{в Карпатська Мозаїка}} = 92,40 : 395,40 \times 100 = 23,4 \%$$

Отримані результати свідчать про достатньо високий рівень ефективності обох турів, проте тур «Автентичне Полісся» демонструє дещо кращі показники чистої рентабельності витрат (24,5 %) порівняно з альтернативним туром «Карпатська мозаїка» (23,4 %). Тримані результати свідчать, що при відносно близькому рівні витрат основний тур забезпечує більш ефективне використання ресурсів та вищу віддачу на вкладені кошти. Водночас альтернативний тур також характеризується високим рівнем рентабельності, що підтверджує його економічну доцільність і можливість впровадження як додаткового туристичного продукту.

Подальшим етапом оцінювання ефективності є зіставлення відповідних показників для розроблених етнографічних турів (табл. 3.14, рис. 3.4).

Таблиця 3.14

Основні показники ефективності розроблених етнографічних турів

Показники	«Автентичне Полісся»	«Полісся за три дні: Народні традиції та природа»
Одноразові витрати, тис. грн	60,00	55,00
Чистий прибуток, тис. грн	96,57	92,40
Період окупності, років	0,8	0,7
Чиста рентабельність продажів, %	18,8	14,9
Чиста рентабельність витрат, %	24,5	23,4

Проведений порівняльний аналіз свідчить, що обидва розроблені етнографічні тури є економічно ефективними та доцільними до впровадження. Отримані фінансові показники, зокрема рівень чистої рентабельності продажів і витрат, підтверджують їх прибутковість і здатність забезпечувати стабільний дохід туристичному підприємству.

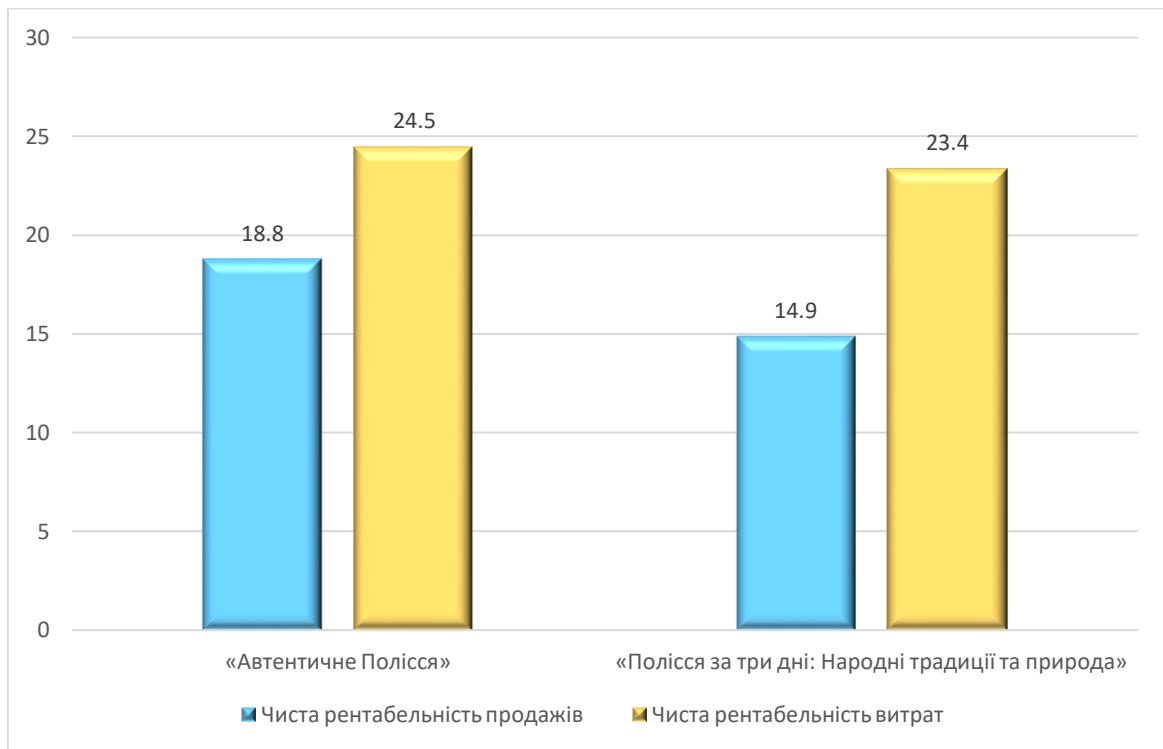


Рис. 3.4. Порівняння чистої рентабельності продажів етнографічних турів

Водночас тур «Автентичне Полісся» демонструє дещо вищі показники ефективності, що робить його більш привабливим з точки зору максимізації прибутку.

Разом із тим, запропоновані тури є концептуально різними, що розширює можливості туристичної пропозиції. «Автентичне Полісся» орієнтований на глибоке занурення в етнокультурне середовище, спокійний темп подорожі та більш тривале перебування, тому його доцільно реалізовувати для організованих груп, туристів із пізнавальними інтересами та у періоди стабільного попиту. Натомість альтернативний коротший тур («Полісся за три дні» / «Карпатська мозаїка») має більш динамічний характер і меншу тривалість, що робить його оптимальним для реалізації у форматі турів вихідного дня, а також для залучення туристів з обмеженим часом або в умовах коливання попиту.

Таким чином, впровадження обох турів є доцільним, оскільки вони не конкурують між собою, а взаємодоповнюють туристичний продукт підприємства, дозволяючи охопити ширший сегмент ринку та підвищити загальну ефективність діяльності.

Додатково слід підкреслити, що реалізація розроблених турів сприятиме формуванню відносно нового етнографічного туристичного продукту, орієнтованого на малодосліджений у туристичному відношенні регіон Полісся. Низький рівень представленості цього напрямку на ринку створює сприятливі умови для позиціонування підприємства як одного з перших операторів, що системно пропонує подібний продукт, а також забезпечує ефект новизни та підвищений інтерес з боку потенційних споживачів.

Крім того, впровадження таких турів має не лише економічне, але й соціокультурне значення, оскільки сприяє збереженню та популяризації традиційної культури Полісся, підтримці місцевих громад і розвитку малого підприємництва у сільській місцевості. Залучення туристів до автентичних форм побуту, ремесел і обрядовості стимулює відтворення культурної спадщини та формує стійкий попит на локальні продукти і послуги. Відтак, реалізація запропонованих турів відповідає сучасним тенденціям сталого туризму та забезпечує комплексний позитивний ефект як для туристичного підприємства, так і для регіону в цілому.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи було досягнуто поставленої мети та вирішено визначені завдання, що дозволяє сформулювати такі узагальнюючі висновки.

У ході дослідження концептуальних підходів до визначення та типізації етнографічного туризму встановлено, що він є багатогранним соціокультурним явищем, яке поєднує пізнавальні, культурні та освітні аспекти туристичної діяльності. Виявлено відсутність єдиного підходу до трактування даного поняття, що зумовлює необхідність його уточнення з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туризму. Узагальнення наукових підходів дозволило визначити етнографічний туризм як специфічний вид культурного туризму, орієнтований на ознайомлення з традиційною культурою, побутом і способом життя етнічних спільнот.

Аналіз потенціалу розвитку етнографічного туризму в Україні показав, що держава володіє значними ресурсними передумовами для його активного розвитку. Різноманітність етнографічних регіонів, багата культурна спадщина, наявність автентичних традицій, ремесел та обрядів створюють сприятливі умови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Водночас встановлено, що реалізація цього потенціалу стримується недостатнім рівнем інфраструктурного забезпечення, обмеженою популяризацією та потребою у вдосконаленні механізмів управління.

Дослідження сучасних тенденцій та організаційних аспектів розвитку етнографічного туризму засвідчило зростання попиту на автентичні, пізнавальні та емоційно насичені туристичні продукти. Визначено, що ключовими тенденціями є орієнтація на внутрішній туризм, розвиток короткотривалих турів, цифровізація туристичних послуг, а також підвищення ролі місцевих громад у формуванні туристичних продуктів. Особливого значення набуває інтеграція етнографічного туризму у концепцію сталого розвитку та використання кластерного підходу.

У другому розділі було здійснено комплексний аналіз діяльності туристичного оператора ТОВ «N» м. Київ за 2023–2025 рр., що дозволило оцінити динаміку його виробничих та фінансових показників. Встановлено, що обсяг туро-днів має нестабільний характер: після зниження у 2024 році відбулося часткове відновлення у 2025 році, однак показники не досягли рівня базового періоду.

Аналіз структури туристичних послуг показав, що внутрішній туризм є ключовим напрямом діяльності туроператора, забезпечуючи найбільшу частку у загальному обсязі реалізації. Водночас спостерігається зростання доходів від внутрішніх подорожей, що свідчить про підвищення попиту на національний туристичний продукт та правильність обраної стратегії підприємства.

Структурні зміни у внутрішньому туризмі відображають трансформацію споживчих уподобань: домінуючими залишаються гірський та екскурсійно-пізнавальний туризм, тоді як інші напрями поступово втрачають популярність. Зазначене підтверджує орієнтацію туристів на активні, змістовні та доступні форми відпочинку.

Аналіз фінансових результатів засвідчив, що, незважаючи на зростання загального обсягу доходів, підприємство стикається зі зниженням прибутковості через випереджаюче зростання витрат. Зменшення валового та чистого прибутку, а також рівня рентабельності свідчить про необхідність оптимізації витратної частини та підвищення ефективності господарської діяльності.

Загалом встановлено, що туристичний оператор зберігає потенціал для подальшого розвитку завдяки орієнтації на внутрішній ринок, гнучкості у формуванні туристичних продуктів та здатності адаптуватися до змін попиту.

У третьому розділі роботи було розроблено етнографічний тур «Автентичне Полісся» тривалістю 4 дні (3 ночі), спрямований на ознайомлення туристів із традиційною культурою, побутом і звичаями населення Полісся. У межах дослідження сформовано детальну програму

туру, яка включає екскурсійні, пізнавальні та інтерактивні заходи, зокрема майстер-класи, відвідування етнографічних об'єктів і природних локацій.

Для запропонованого туристичного продукту було визначено собівартість і сформовано кінцеву ціну з урахуванням норми прибутку. Також розраховано сезонне завантаження туру, планову кількість обслугованих туристів та обсяг реалізації послуг. На основі цих показників визначено очікувані доходи, валовий і чистий прибуток, що дало змогу оцінити економічну ефективність впровадження туру.

Крім того, у розділі розроблено альтернативний варіант – етнографічний тур «Полісся за три дні: Народні традиції та природа» тривалістю 3 дні (2 ночі), орієнтований на туристів, які надають перевагу короткотривалим подорожам. Для нього також сформовано програму та здійснено необхідні економічні розрахунки.

Порівняльний аналіз двох турів показав, що обидва варіанти є економічно доцільними та прибутковими, відрізняючись за тривалістю, рівнем насиченості програми та цільовою аудиторією. Реалізація зазначених турів дозволить підприємству охопити ширший сегмент споживачів та підвищити ефективність своєї діяльності.

Обидва тури розроблені для регіону Полісся, який не належить до масових туристичних напрямів і представлений відносно обмеженою кількістю туристичних пропозицій на ринку. Зазначена специфіка посилює унікальність створених продуктів і формує їхні конкурентні переваги, адже туристам пропонується новий, недостатньо освоєний напрям із високим рівнем автентичності та культурної самобутності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барвінок Н. В. Етнотуризм як чинник соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад в повоєнний період. *Соціальна економіка*. 2022. Вип. 63. С. 5–17. URL: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-63-01> (дата звернення 27.04.2026).
2. Божко Л. Д., Кислюк К. В. Меморіальний туризм, як складова меморіальної культури. *Культура України*. 2022. Вип. 78. С. 7–16. URL: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.078.01> (дата звернення 25.04.2026).
3. Бучко Ж. Сутність поняття етнотуризму: підходи та визначення. Географічна освіта і наука: виклики : Міжнародн. науково-практичн. конференція, присвячена 140-річчю географії у Львівському університеті. м. Львів: В-во ЛНУ імені І. Франка. 2023. С. 150–153.
4. Гапоненко Г. І., Болото К. І. Перспективні напрями повоєнного відновлення вітчизняного туризму. *Війна та туризм : матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (м. Київ, 11 листопада 2022 р.). Київ : Геопринт, 2022. С. 44–47.
5. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. *Бізнес Інформ*. 2022. № 10. С. 114–125. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-114-125> (дата звернення 14.04.2026).
6. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Сичугова І. С. Сталий розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. *Бізнес Інформ*. 2023. № 10. С. 216–226. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-216-226> (дата звернення 15.04.2026).
7. Джаман В. О., Джаман Я. В., Чаплінський П. Розвиток етнічного туризму в поліетнічному просторі (на прикладі Чернівців). *Український*

географічний журнал. 2023. № 1. С. 35–45. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2023.01.035> (дата звернення 08.04.2026).

8. Дністрянська Н. Етнічний туризм як перспективний напрям розвитку туристичної галузі Львівської області в умовах соціально-політичних ризиків. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка*. Сер. Географія. Тернопіль : Тайп, 2023. Вип. 1. (54). С. 132–140. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.1.14> (дата звернення 20.04.2026).

9. Дністрянська Н. І. Етнографічний туризм як резерв соціально-економічного розвитку Українських Карпат. *Вісник Львівського університету*. Серія географічна. 2016. Вип. 50. С. 141–147. URL: <https://www.europub.co.uk/articles/ethnographic-tourism-as-a-reserve-of-social-and-economic-development-of-ukrainian-carpathians-A-289484?utm> (дата звернення 06.04.2026).

10. Дністрянський В. Роль різноспрямованих колонізаційних рухів у заселенні Українських Карпат упродовж XIII – першої половини XIX ст. : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 116 с.

11. Доценко А. І. Етнічний туризм: навч. посіб. Київ: Ун-т «Україна», 2022. 96 с.7.

12. Етнічний туризм: збереження та відкриття культурного надбання. URL: <https://mindscope.biz.ua/etnichnyj-turyzm-zberezhennya-ta-vidkryttya-kulturnogo-nadbannya> (дата звернення 21.10.2025).

13. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення. Березень 2023. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/03/UKR_Feb23_FINAL_Damages-Report-1.pdf (дата звернення 19.04.2026).

14. Ковельський історичний музей. Офіційний туристичний портал Ковельської міської ради. URL :

<https://travel.kowelrada.gov.ua/pamyatki/kovelskyj-istorychnyj-muzej> (дата звернення 11.04.2026).

15. Кудла Н. І. Менеджмент туристичного підприємства. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 364 с.

16. Кулаковська І. М. Етнокультурний потенціал як чинник підвищення екскурсійної привабливості регіону. Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2010. № 3. С. 73–76. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/kulakovska.htm (дата звернення 19.04.2026).

17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.

18. Любіцева О. О. Шпарага Т. І. Музейний туризм: навчальний посібник. К: в-во Національного університету ім. Т. Шевченка. 2021. 150 с.

19. Люльов О. І., Саакян М., Суварян А., Борковська-Нішчота М., Шиманська Е. Формування та розвиток туристичних кластерів: кейси Польщі та Вірменії. *Marketing and Management of Innovations*. Vol. 10, Issue 1, 2019. С. 21–33.

20. Макарчук Н. Етнотуризм в соціокультурном середовищі: концепція дослідження. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*. 2020. Випуск 14. С. 291-302. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/politics/article/view/6020> (дата звернення 11.04.2026).

21. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Туристичний бізнес: теорія та практика. К.: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.

22. Музей етнографії та художнього промислу Інституту народознавства НАНУ України URL : <https://www.karpaty.info/ua/uk/lv/lw/lviv/museums/crafts/> (дата звернення 11.05.2026).

23. Музей історії сільського господарства Волині-скансен. Довідник «Луцьк.ІНФО» URL : <https://v.lutsk.ua/dovidnyk/muzey-istorii-silskoho-hospodarstva-volyni-skansen/> (дата звернення 13.04.2026).

24. Омельченко Н. В., Нападовська Г. Ю. Розвиток військового туризму на деокупованих територіях: на прикладі правобережжя Херсонщини. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Географічні науки»*. 2024. Вип. 21. С. 47–52. URL: <https://gj.journal.kspu.edu/index.php/gj/article/view/378/357> (дата звернення 06.03.2026).

25. Пахолок І. Р. Етнографічний туризм як один із чинників економічного розвитку міста Львова. *Інноваційна економіка*. 2021. Т. 1-2. С. 102–107. URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/725> (дата звернення 24.04.2026).

26. Слащева А. В., Філімонцева І. О. Історико-соціальні передумови формування ресурсів етнічного туризму в Україні. *Modern scientific researches*. 2019. 2 (10). С. 158–163. URL: <https://doi.org/10.30889/2523-4692.2019-10-02-048> (дата звернення 10.04.2026).

27. Смаль І. М. Туристичні ресурси світу. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2010. 336 с.

28. Смолій В. А., Федорченко К. В., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. За ред. В. К. Федорченка. К.: Слово, 2006. 367 с.

29. Табенська О. І. Меморіальний туризм, як перспективний напрямок післявоєнного туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-91> (дата звернення 29.04.2026).

30. Терес Н. В. Етнотуризм. Навчальн. посібн. Для здобувачів освіти денної форми навчання. К., 2022. В-во НУШ. 92 с. URL : <https://ethnic-studies.knu.ua> (дата звернення 19.05.26).

31. Українські гостинні садиби. Каталог об'єктів зеленого туризму України: URL: <http://greentour.com.ua/> (дата звернення: 10.04.2026).

32. Федорченко В. К. Теоретичні засади туризмознавства. К. : Знання, 2004. 256 с.

33. Худоба В. В., Четирбук О. Р. Загальні поняття культурного та етнічного туризму. *Лекція з навчальної дисципліни «Культурний та етнічний туризм»*. Для студентів спеціальності 242 Туризм (спеціалізація «Туризмознавство»). Львів, 2017. 7 с.

34. Шацький національний природний парк. Державне агентство лісових ресурсів України. URL: <https://shnp.forest.gov.ua/pro-nas/> (дата звернення 09.04.2026).

35. Шпинь В. А., Антонюк К. Г. Етнографічний туризм як механізм збереження та популяризації культурної спадщини. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : тези доп. 3-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 12 листопада 2025 р. : у 2 ч. Ч. 1. прогр. ком.: Марченко А. П., Данько Т. В., Нагі С. [та ін.] ; орг. ком.: Н. В. Якименко-Терещенко, Д. В. Райко, Л. С. Безугла [та ін.] ; ред. О. О. Носирєв ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2025. С. 611–613.

36. Cohen E. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*. 1984. Vol. 10. P. 373–392. URL: https://www.researchgate.net/publication/234838269_The_Sociology_of_Tourism_Approaches_Issues_and_Findings (дата звернення 06.04.2026).

37. MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. *Berkeley: University of California Press*, 1976. 231 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/386885604_Dean_MacCannell_The_Tourist_a_New_Theory_of_the_Leisure_Class (дата звернення 06.04.2026).

38. Smith V. L. (Ed.). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. *Philadelphia: University of Pennsylvania Press*, 1989. 341 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Hosts_and_Guests.html?id=oHnD36lfud8C&redir_esc=y (дата звернення 06.04.2026).

39. Ukrinform. ЄС профінансує чотири проекти у сфері культури в Україні за програмою «Креативна Європа». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/4044531-es-profinansue-cotiri-proekti-u->

sferi-kulturi-v-ukraini-za-programou-kreativna-evropa.html (дата звернення 06.04.2026).

40. Van den Berghe P. L., Keyes C. F. Introduction: tourism and recreated ethnicity. *Annals of Tourism Research*. 1984. Vol. 11, № 3. P. 342–352.

41. Wood R. E. Ethnic tourism: the state and cultural changes in Southeast Asia. *Annals of Tourism Research*. 1984. P. 353–374.

42. Wood R. E. Tourism and Culture: New Directions. *International Journal of Social Economics*. 1998. Vol. 25, No. 2/3/4. P. 256–271.

43. Yusupova G., Pfoser A. Tourism, Memory Production and Contested Ethnic Hierarchies in Post-Soviet Almaty. *Europe-Asia Studies*. 2023. Volume 75, Issue 3. P. 491-508. <https://doi.org/10.1080/09668136.2021.1964437> (дата звернення 26.04.2026).