

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет
Кафедра туризму

Допущено до захисту
Завідувач кафедри туризму

проф. Мальська М.П.
„_____” _____ 2024 р.

Крат Валерія Романівна

**Використання іноземного досвіду для розвитку
історико-культурного туризму Волинської області**

Магістерська робота

Спеціальність 242 Туризм і рекреація
Спеціалізація – Міжнародний туризм

Науковий керівник –
кандидат географічних
наук, доцент
Каднічанський Дмитро Анатолійович

(підпис магістра)

(підпис)

ЛЬВІВ – 2024 рік

Львівський національний університет імені Івана Франка

Географічний факультет

Кафедра туризму

Пояснювальна записка

до магістерської (кваліфікаційної) роботи

Магістр

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему :

**Використання іноземного досвіду для розвитку
історико-культурного туризму Волинської області**

Виконала:

студентка II курсу, групи ГРТМ-22с
Спеціальності 242 Туризм і рекреація

ОПП Міжнародний туризм

(шифр і назва напрямку)

Крат В. Р.

(прізвище та ініціали)

Керівник доц. Каднічанський Д. А.

(прізвище та ініціали)

Рецензент проф. Ровенчак І. І.

(прізвище та ініціали)

ЛЬВІВ – 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП..... 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Поняття та особливості історико-культурного туризму	11
1.2. Вплив історико-культурного туризму на розвиток регіонів	14
1.3. Світовий досвід розвитку історико-культурного туризму	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ	21
2.1. Історико-культурні об'єкти Волинської області	21
2.1.1. Оборонні споруди	21
2.1.2. Сакральні споруди	23
2.1.3. Громадські споруди	27
2.1.4. Музеї	27
2.2. Оцінка туристичної інфраструктури регіону	32
2.3. Сучасний стан історико-культурного туризму у Волинській області	35
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ	39
3.1. Досвід європейських країн у розвитку історико-культурного туризму	39
3.2. Моделі управління культурною спадщиною та її адаптація до туристичних потреб	43
3.3. Використання новітніх технологій для популяризації історико- культурних об'єктів	49
3.4. Перспективи інтеграції іноземного досвіду у розвиток туризму Волині	55

РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	59
4.1. Пропозиції щодо підвищення привабливості історико-культурних об'єктів	59
4.2. Маркетингові стратегії для залучення туристів	65
4.3. Формування бренду Волинської області як туристичного центру..	68
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	78
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

Однією з основних стратегій розвитку економіки та соціального розвитку є розвиток туризму, пов'язаного з історією та культурою. Волинська область, відома своїми унікальними архітектурними пам'ятками, історичними місцями та культурними традиціями, має великий потенціал для перетворення на привабливий туристичний центр.

Наразі Україна переживає складний період через військову агресію, яка негативно вплинула на всі сфери її життя, зокрема на туристичну галузь. Зменшився туристичний потік, руйнування інфраструктури та зниження привабливості регіонів для інвестицій через війну. Однак саме зараз питання відновлення та розвитку туризму набуває особливої ваги, оскільки туризм має потенціал бути ефективним інструментом для відновлення економіки та суспільства після війни.

Відродження туристичної галузі залежить від використання міжнародного досвіду. Багато країн світу подолали наслідки військових конфліктів та інших кризових ситуацій завдяки розвитку стратегій залучення туристів до історичних пам'яток. Можливе швидке відновлення Волинської області як туристичного регіону, якщо ці практики будуть вивчені та адаптовані до українських умов.

Розвиток історико-культурного туризму також допоможе зберегти культурну спадщину, духовні цінності та зміцнити національну ідентичність. Це особливо важливо в сучасних труднощах, коли консолідація суспільства та підвищення авторитету України на міжнародному рівні є головними завданнями.

Крім того, важливо пам'ятати, що включення Волинської області до світового туристичного середовища призведе до припливу інвестицій з інших країн, створення нових робочих місць і покращення якості життя місцевих жителів. Застосування досвіду інших країн допоможе створити сучасні

стандарти сервісу, розробити ефективні маркетингові стратегії та забезпечити сталий розвиток регіону.

Таким чином, тема дослідження «Використання іноземного досвіду для розвитку історико-культурного туризму Волинської області» не тільки актуальна, але й своєчасна. Воно корисно для розробки планів відновлення туристичної галузі після війни, оскільки це сприятиме загальному розвитку регіону та країни в цілому.

Мета дослідження полягає у вивченні та аналізі іноземного досвіду розвитку історико-культурного туризму для розробки рекомендацій щодо його адаптації та впровадження у Волинській області з метою стимулювання туристичної галузі в умовах поствоєнного відновлення.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні основи історико-культурного туризму та його вплив на соціально-економічний розвиток регіону.
2. Дослідити сучасний стан та потенціал історико-культурного туризму у Волинській області.
3. Вивчити іноземний досвід розвитку історико-культурного туризму в країнах, що успішно подолали наслідки військових конфліктів або криз.
4. Визначити можливості адаптації іноземних практик до умов Волинської області та України в цілому.
5. Розробити практичні рекомендації щодо впровадження іноземного досвіду для розвитку історико-культурного туризму у Волинській області.
6. Оцінити потенційний вплив запропонованих заходів на соціально-економічний розвиток регіону та підвищення його інвестиційної привабливості.

Об'єкт дослідження— процеси та явища, пов'язані з розвитком історико-культурного туризму в регіонах з багатою культурною спадщиною в умовах постконфліктного відновлення.

Предмет дослідження— методи та практики використання іноземного досвіду для стимулювання розвитку історико-культурного туризму у Волинській області.

У процесі написання роботи використано комплекс наукових методів, що забезпечили всебічне вивчення теми та досягнення поставленої мети, відповідно до структурних розділів дослідження:

1. Аналіз літературних джерел та нормативно-правових документів: при розгляді теоретичних засад історико-культурного туризму (розділ 2) було детально вивчено наукові праці, монографії, статті, законодавчі акти та стратегічні документи, що стосуються поняття, особливостей та впливу історико-культурного туризму на розвиток регіонів.
2. Системний підхід: використаний для комплексного аналізу історико-культурного туризму як багатогранного явища, що включає економічні, соціальні та культурні аспекти. Це дозволило розглянути взаємозв'язки між історико-культурними об'єктами, туристичною інфраструктурою та маркетинговими стратегіями (розділи 2 та 3).
3. Порівняльний аналіз: у розділі 4 здійснено порівняння іноземного досвіду розвитку історико-культурного туризму з практиками, що застосовуються у Волинській області. Це допомогло виявити ефективні моделі та методи, які можуть бути адаптовані до українських реалій.
4. Системний аналіз: у підрозділі 3.3 проведено оцінку сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для розвитку історико-культурного туризму у Волинській області. Це дозволило визначити стратегічні напрями розвитку та розробити пропозиції щодо підвищення привабливості регіону.
5. Картографічний метод: при аналізі історико-культурних об'єктів Волинської області (підрозділ 3.1) створено карти та схеми, що

відображають географічне розташування об'єктів, туристичних маршрутів та інфраструктурних елементів.

6. Статистичний аналіз: у підрозділах 3.2 та 3.3 оброблено та інтерпретовано статистичні дані щодо туристичних потоків, економічних показників та стану туристичної інфраструктури Волинської області.
7. Метод кейс-стаді: у підрозділах 4.1 та 4.2 розглянуто конкретні приклади успішного розвитку історико-культурного туризму в європейських країнах, що дозволило виявити ключові фактори успіху та можливості їх адаптації в українському контексті.
8. Прогнозування та моделювання: у розділі 5 розроблено можливі сценарії розвитку історико-культурного туризму у Волинській області, враховуючи іноземний досвід та сучасні тенденції розвитку туристичної галузі.
9. Маркетингові дослідження: у підрозділі 5.2 здійснено аналіз ринку туристичних послуг, визначено цільові аудиторії та розроблено маркетингові стратегії для залучення туристів.
10. Метод узагальнення та систематизації: результати дослідження узагальнено та систематизовано для формування практичних рекомендацій щодо розвитку історико-культурного туризму у Волинській області (розділ 5).

Застосування цих методів дозволило провести комплексне та всебічне дослідження, яке охоплює теоретичні аспекти, аналіз сучасного стану та перспективи розвитку історико-культурного туризму у Волинській області з використанням іноземного досвіду. Це створило основу для розробки практичних рекомендацій та стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі регіону.

Наукова новизна та практична значимість роботи

Наукова новизна роботи полягає в комплексному дослідженні іноземного досвіду розвитку історико-культурного туризму та його адаптації до специфіки Волинської області. А саме:

1. Проведено детальний аналіз іноземних моделей управління культурною спадщиною в контексті їх застосування у регіоні з постконфліктним відновленням.
2. Визначено ключові фактори успішного розвитку історико-культурного туризму в європейських країнах, які можуть бути інтегровані у стратегії розвитку Волинської області.
3. Розроблено інноваційні підходи до використання новітніх технологій для популяризації історико-культурних об'єктів регіону, зокрема в умовах цифровізації та зростання ролі віртуального туризму.
4. Сформовано концептуальну модель інтеграції іноземного досвіду в локальний контекст, враховуючи соціально-економічні, культурні та інфраструктурні особливості Волині.

Практична значимість роботи полягає в тому, що отримані результати та розроблені рекомендації можуть бути безпосередньо використані для:

1. Розробки стратегічних планів розвитку історико-культурного туризму Волинської області на рівні місцевих органів влади та туристичних організацій.
2. Підвищення привабливості історико-культурних об'єктів регіону через впровадження сучасних методів маркетингу та менеджменту, запозичених з успішного іноземного досвіду.
3. Залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру регіону, що сприятиме створенню нових робочих місць та покращенню економічного стану області.

4. Покращення іміджу Волинської області як привабливого туристичного напрямку на національному та міжнародному рівнях, що сприятиме збільшенню туристичних потоків.
5. Збереження та популяризації культурної спадщини, що матиме позитивний вплив на культурний розвиток та національну ідентичність місцевого населення.

Реалізація запропонованих у роботі рекомендацій сприятиме не лише розвитку туристичної галузі Волинської області, але й загальному соціально-економічному відновленню регіону в умовах поствоєнного періоду. Це підкреслює практичну цінність дослідження та його внесок у вирішення актуальних проблем сучасності.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст роботи викладено на 73 сторінках друкованого тексту. Список використаних джерел налічує 54 найменувань.

Ключові слова: історико-культурний туризм, туристичний розвиток, іноземний досвід, Волинська область, культурна спадщина, туристичні стратегії, зарубіжний досвід, пам'ятки Волині, інновації в туризмі, міжнародна співпраця, регіональний туризм, порівняльний аналіз, промоція туризму, туристична інфраструктура, історичні пам'ятки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та особливості історико-культурного туризму

Історико-культурний туризм є одним із найдавніших та найпопулярніших видів туризму у світі. Він виник на основі природного інтересу людини до пізнання свого минулого, культурної спадщини та традицій інших народів. Цей вид туризму сприяє не лише збагаченню знань, але й культурному обміну, взаєморозумінню між народами та збереженню культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Згідно з визначенням Колотухи О.В., "історико-культурний туризм — різновид туризму, метою якого є відвідування місць, пов'язаних з історією та історичною спадщиною, до якої відносяться такі унікальні історичні території як стародавні міста, палацово-паркові ансамблі, комплекси культової архітектури, історичні будівлі, історико-культурні пам'ятки тощо" [1].

Це визначення підкреслює головну мету історико-культурного туризму — ознайомлення з об'єктами, що мають історичну та культурну цінність. До таких об'єктів належать [2-3]:

1. Стародавні міста: населені пункти, що зберегли свою історичну планувальну структуру, архітектуру та атмосферу минулих епох.
2. Палацово-паркові ансамблі: комплекси, що поєднують у собі архітектурні споруди та ландшафтний дизайн, створені в різні історичні періоди.
3. Комплекси культової архітектури: релігійні споруди (храми, монастирі, мечеті, синагоги тощо), які мають історичну та духовну цінність.

4. Історичні будівлі: замки, фортеці, особняки та інші споруди, пов'язані з важливими історичними подіями або відомими особистостями.
5. Історико-культурні пам'ятки: місця археологічних розкопок, меморіальні комплекси, музеї під відкритим небом.

Особливості історико-культурного туризму [2-3]:

1. Освітня спрямованість: туристи прагнуть отримати знання про історію, культуру, традиції та звичаї відвідуваних місць.
2. Збереження культурної спадщини: розвиток цього виду туризму стимулює охорону та реставрацію історичних об'єктів, сприяє їх збереженню для майбутніх поколінь.
3. Соціокультурний обмін: туристи взаємодіють з місцевим населенням, беруть участь у культурних заходах, що сприяє взаєморозумінню та толерантності між народами.
4. Економічний вплив: історико-культурний туризм сприяє економічному розвитку регіонів, створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та залученню інвестицій.
5. Сезонність: на відміну від деяких інших видів туризму, історико-культурний туризм може бути менш залежним від сезону, оскільки культурні об'єкти доступні для відвідування протягом усього року.
6. Високі вимоги до інфраструктури: необхідність у розвитку не лише туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, транспорт), але й інформаційного супроводу (екскурсійні послуги, інформаційні центри, навігація).
7. Сегментація аудиторії: цей вид туризму приваблює різні вікові та соціальні групи, від школярів до пенсіонерів, що потребує різноманітних підходів у організації турів та послуг.

Класифікація історико-культурного туризму може бути здійснена за різними критеріями [2-3]:

1. За тематикою: археологічний туризм, військово-історичний туризм, релігійний туризм, етнографічний туризм.
2. За формою організації: індивідуальний, груповий, освітні тури, спеціалізовані експедиції.
3. За тривалістю: короткострокові (екскурсії), середньострокові (від кількох днів до тижня), довгострокові (більше тижня).

Мотивація туристів в історико-культурному туризмі може включати [2-3]:

1. Прагнення до саморозвитку та освіти.
2. Інтерес до певних історичних періодів або подій.
3. Духовні та релігійні потреби.
4. Пошук автентичних вражень та унікальних культурних практик.
5. Генеалогічні дослідження та пошук родинних коренів.

Важливість історико-культурного туризму полягає у його впливі на різні аспекти суспільства [2-3]:

1. Культурний аспект: сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, підтримує традиції та мистецтво.
2. Економічний аспект: генерує доходи для місцевих громад, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу.
3. Соціальний аспект: покращує якість життя місцевого населення через розвиток інфраструктури та соціальних послуг.
4. Міжнародний аспект: підвищує імідж країни на світовій арені, сприяє міжкультурному діалогу.

Історико-культурний туризм є важливим інструментом збереження та популяризації культурної спадщини. Він сприяє економічному та соціальному розвитку регіонів, підвищує їх привабливість для туристів та інвесторів. Використання потенціалу історико-культурного туризму потребує комплексного підходу, що включає охорону пам'яток, розвиток інфраструктури, маркетингові стратегії та міжнародне співробітництво. В умовах сучасних викликів, зокрема поствоєнного відновлення, історико-

культурний туризм може стати одним із драйверів сталого розвитку регіонів, таких як Волинська область.

1.2. Вплив історико-культурного туризму на розвиток регіонів

Історико-культурний туризм є важливим фактором розвитку регіонів, особливо тих, що мають багату культурну спадщину та історичні пам'ятки. Він впливає на різні аспекти життя регіону, включаючи економічний розвиток, соціальну сферу, збереження культурної спадщини та екологію.

По-перше, економічний вплив історико-культурного туризму проявляється у зростанні доходів регіону. Витрати туристів на проживання, харчування, екскурсії, сувеніри та інші послуги збільшують фінансові надходження, що призводить до зростання валового регіонального продукту та підвищення рівня життя місцевого населення [4]. Розвиток туризму створює нові робочі місця у готельному бізнесі, ресторанному секторі, транспорті, екскурсійному обслуговуванні та інших сферах, що сприяє зниженню рівня безробіття та підвищенню зайнятості населення. Підвищення привабливості регіону для туристів може стимулювати інвесторів вкладати кошти у розвиток інфраструктури, реконструкцію історичних пам'яток, будівництво нових туристичних об'єктів. Також розвиток історико-культурного туризму сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, оскільки місцеві підприємці мають можливість розвивати власний бізнес у сфері надання туристичних послуг, виробництва сувенірної продукції, організації культурних заходів.

По-друге, історико-культурний туризм має значний соціальний вплив. Розвиток туризму сприяє покращенню якості життя місцевого населення через розвиток інфраструктури: доріг, комунікацій, закладів охорони здоров'я та освіти. Туризм сприяє активній взаємодії між місцевим населенням та туристами, що підвищує рівень толерантності, взаєморозуміння та культурного обміну. Місцеве населення має стимул підтримувати та відроджувати традиції,

ремесла, фольклор, оскільки вони стають привабливими для туристів. Крім того, туризм може стимулювати розвиток освітніх програм, курсів іноземних мов, професійної підготовки у сфері гостинності та туризму.

По-третє, культурний вплив історико-культурного туризму полягає у збереженні та реставрації пам'яток [4]. Фінансові надходження від туризму можуть бути спрямовані на збереження, реставрацію та консервацію історико-культурних об'єктів. Завдяки туризму історичні та культурні пам'ятки стають відомими не лише на національному, але й на міжнародному рівні, що підвищує імідж регіону. Розвиток туризму сприяє організації фестивалів, виставок, концертів та інших культурних подій, що приваблюють туристів та сприяють культурному життю регіону.

Екологічний вплив історико-культурного туризму проявляється у підвищенні усвідомлення екологічної відповідальності як туристів, так і місцевого населення. Це стимулює екологічно відповідальну поведінку та інвестиції у екологічні проекти, зокрема збереження природних пам'яток, рекультивуацію земель, охорону біорізноманіття.

Розвиток історико-культурного туризму також сприяє розвитку інфраструктури регіону. Необхідність забезпечення доступності історико-культурних об'єктів стимулює розвиток транспортної інфраструктури, покращення комунальних послуг, впровадження сучасних інформаційних технологій для покращення туристичного досвіду.

Міжнародний вплив історико-культурного туризму проявляється у підвищенні міжнародного іміджу регіону, його інтеграції у світовий туристичний простір та розвитку міжнародного співробітництва. Регіон стає відомим на міжнародній арені, що сприяє його інтеграції у світовий туристичний простір та встановленню партнерських відносин з іншими країнами та регіонами.

Однак, незважаючи на позитивний вплив, історико-культурний туризм може призводити до певних проблем, таких як перенасиченість туристами, культурна комерціалізація, екологічні загрози. Надмірний потік туристів може

призвести до деградації історичних пам'яток, перевантаження інфраструктури та зниження якості життя місцевого населення. Існує ризик втрати автентичності культурних традицій через їх адаптацію до туристичних потреб. Неконтрольований розвиток туризму може негативно впливати на навколишнє середовище, спричиняти забруднення та виснаження ресурсів.

Для забезпечення сталого розвитку регіону та мінімізації негативних наслідків необхідно розробляти стратегічні плани розвитку туризму з урахуванням місцевих особливостей та потреб. Регулювання туристичного потоку, інвестування в освіту та підготовку кадрів, активне залучення місцевого населення у процеси планування та реалізації туристичних проєктів сприятимуть соціальній згуртованості та прийняттю туризму як важливого елементу розвитку. Важливо впроваджувати заходи з консервації, реставрації та контролю за станом історичних об'єктів, а також екологічні стандарти у туристичній індустрії.

Отже, історико-культурний туризм має значний потенціал для стимулювання комплексного розвитку регіонів. Він сприяє економічному зростанню, соціальному благополуччю, збереженню та популяризації культурної спадщини, покращенню інфраструктури та підвищенню міжнародного статусу регіону. Проте для досягнення максимального позитивного впливу необхідно забезпечити збалансований та сталий підхід до розвитку туризму, враховуючи можливі ризики та виклики. Це вимагає активної участі всіх зацікавлених сторін: місцевої влади, бізнесу, громади та туристів. У контексті Волинської області, з її багатою історико-культурною спадщиною, історико-культурний туризм може стати одним із ключових факторів відновлення та розвитку регіону в поствоєнний період.

1.3. Світовий досвід розвитку історико-культурного туризму

Історико-культурний туризм є одним із найбільш динамічно розвиваючих сегментів туристичної індустрії у світі. Багато країн успішно використовують свій культурний спадок для залучення туристів, підвищення економічного розвитку та збереження національної ідентичності. У цьому розділі розглянемо світовий досвід розвитку історико-культурного туризму на прикладах різних країн та регіонів.

Європейські країни, такі як Італія, Іспанія та Франція, є лідерами у сфері історико-культурного туризму. Італія з її багатою історією, архітектурою та мистецтвом щорічно приваблює мільйони туристів [5]. Міста Рим, Флоренція, Венеція відомі своїми історичними пам'ятками, музеями та галереями. В Італії діє система охорони культурної спадщини, яка включає реставрацію та консервацію історичних об'єктів. Розробка тематичних маршрутів, таких як "Шлях Етрусків" або "Винний шлях Тоскани", дозволяє розподілити туристичний потік та розвивати різні регіони. Залучення місцевих громад до туристичної діяльності через підтримку ремесел, гастрономії та культурних заходів є важливою складовою італійського досвіду [7].

Іспанія успішно поєднує пляжний відпочинок з історико-культурним туризмом. Міста Мадрид, Барселона, Севілья відомі своїми музеями, архітектурою та культурними фестивалями. Організація масштабних заходів, таких як фестиваль Сан-Фермін у Памплоні або "Фальяс" у Валенсії, приваблює туристів з усього світу. Інвестиції у розвиток інфраструктури та брендинг регіонів підвищують конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку. Кожен регіон просуває свій унікальний культурний продукт, що сприяє диверсифікації туристичних пропозицій [6].

Франція є найвідвідуванішою країною у світі, значною мірою завдяки своїй культурній спадщині. Париж з Ейфелевою вежею, Лувром, Версалем, а також замки Луари є ключовими туристичними об'єктами. Активна рекламна кампанія на міжнародному рівні, участь у туристичних виставках та

використання сучасних технологій для просування туристичних продуктів сприяють успішному розвитку туризму [8]. Партнерство публічного та приватного секторів забезпечує інвестиції у розвиток та утримання культурних об'єктів, що підвищує їхню якість та доступність. Франція також поєднує культурний туризм з екотуризмом, розвиваючи сільський туризм та сприяючи сталому розвитку регіонів.

Польща активно розвиває історико-культурний туризм після переходу до ринкової економіки. Міста Краків, Варшава, Гданськ стали популярними туристичними напрямками завдяки відновленню культурної спадщини. Післявоєнна реконструкція міст, реставрація історичних будівель відновили їх туристичну привабливість. Використання фондів Європейського Союзу для розвитку інфраструктури та культурних проектів сприяє подальшому зростанню галузі. Розвиток релігійного туризму, зокрема місць, пов'язаних з Папою Іваном Павлом II, приваблює паломників та сприяє міжнародному іміджу країни [9].

В Азії, Китай та Японія використовують свій багатий культурний спадок для залучення туристів. Китай приваблює туристів до Великої китайської стіни, Забороненого міста, Терракотової армії та інших пам'яток. Уряд Китаю вкладає значні кошти у розвиток туристичної інфраструктури, створення спеціальних туристичних зон з пільговими умовами для інвесторів та організацію міжнародних культурних заходів [10]. Японія поєднує стародавні традиції з сучасними технологіями, пропонуючи унікальний досвід у містах Кіото, Нара, Токіо [11]. Збереження національних традицій, високий рівень сервісу та використання технологічних інновацій, таких як робототехніка та віртуальна реальність, підвищують задоволення туристів.

В Америці, Сполучені Штати Америки та Мексика пропонують широкий спектр історико-культурних туристичних продуктів. США поєднують національні парки та історичні пам'ятки, створюють великі музейні комплекси з безкоштовним входом, такі як Смітсонівський інститут, та просувають культурну різноманітність різних етнічних груп [12]. Мексика приваблює

туристів археологічними пам'ятками майя та ацтеків, такими як Чичен-Іца та Тулум, а також культурними фестивалями, наприклад, День мертвих [13]. Поєднання відпочинку на курортах з відвідуванням культурних пам'яток сприяє синергії між різними видами туризму.

Австралія інтегрує корінні культури в туристичні продукти, просуваючи культуру аборигенів через екскурсії з місцевими гідами та підтримуючи екологічно відповідальний туризм [14]. Впровадження екологічних стандартів у туристичній індустрії та мультикультурність населення відображаються у культурних заходах та гастрономії.

В Африці, Єгипет та Марокко використовують свої історичні та культурні ресурси для розвитку туризму. Єгипет відомий своїми древніми пам'ятками, такими як піраміди Гізи, Луксор, Карнак [15]. Попри виклики, пов'язані з політичною нестабільністю та безпекою, уряд працює над покращенням ситуації та диверсифікацією туристичних пропозицій. Марокко поєднує арабську, берберську та французьку культури, пропонуючи туристам медина, палаци, базари [16]. Розвиток інфраструктури, культурний туризм з фокусом на автентичності та активні маркетингові стратегії сприяють привабливості країни.

Світовий досвід розвитку історико-культурного туризму демонструє, що успіх у цій сфері залежить від комплексного підходу, який включає партнерство між державою та приватним сектором, використання сучасних технологій, впровадження принципів сталого розвитку та інноваційні маркетингові стратегії. Збереження та охорона культурної спадщини, розвиток інфраструктури, активний маркетинг та залучення місцевого населення є ключовими факторами успіху. Кожна країна використовує свої унікальні особливості та ресурси, адаптуючи світові тенденції до національних умов.

Для Волинської області корисним є вивчення цих прикладів з метою адаптації успішних практик. Розвиток тематичних маршрутів, інтеграція місцевих громад у туристичну діяльність, використання сучасних технологій для популяризації історико-культурних об'єктів та створення сильного

регіонального бренду можуть сприяти ефективному використанню культурного потенціалу регіону. Врахування світового досвіду дозволить Волині не лише залучити більше туристів, але й сприяти економічному зростанню та покращенню іміджу регіону як привабливого туристичного напрямку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Історико-культурні об'єкти Волинської області

Волинська область є одним із найдавніших історичних регіонів України, багатим на культурну спадщину та архітектурні пам'ятки. Територія області зберегла численні пам'ятки архітектури національного значення (Додаток А), які відображають різні епохи та культурні впливи. Ці об'єкти є не лише свідками минулого, але й важливими складовими сучасного туристичного потенціалу регіону.

2.1.1. Оборонні споруди

Луцький замок (Замок Любарта) – одна з найвизначніших пам'яток Волині є Луцький замок, також відомий як Замок Любарта. Побудований у XIV столітті, він є одним із найкраще збережених середньовічних замків України (рисунок 2.1). Замок був резиденцією литовського князя Любарта-Дмитра та відігравав важливу роль у політичному житті Великого князівства Литовського. Архітектура замку поєднує готичний та ренесансний стилі, а його могутні стіни та вежі створюють неповторний силует над містом. Сьогодні замок є музеєм та місцем проведення фестивалів, зокрема відомого фестивалю середньовічної культури "Луцький замок" [17].



Рисунок 2.1. Замок Люборта з висоти пташиного польоту.

Замок Радзивіллів в Олиці – замок у селищі Олика був резиденцією могутнього роду Радзивіллів з XVI століття (рисунок 2.2). Це один із перших ренесансних замків в Україні, що поєднує оборонні та палацові риси. Комплекс включає замок, костел Святої Трійці та інші будівлі. Хоча замок потребує реставрації, він залишається важливим об'єктом культурної спадщини та має великий туристичний потенціал [21].



Рисунок 2.2. Замок Радзивіллів в Олиці з висоти пташиного польоту.

2.1.2. Сакральні споруди

Свято-Троїцький собор, збудований у XVIII столітті в стилі бароко, є головним православним храмом Луцька (рисунок 2.3). Він вражає своєю архітектурою, багатим оздобленням фасадів та інтер'єрів. Собор був свідком багатьох історичних подій і є духовним центром Волині. Його відвідування дає можливість ознайомитися з релігійним життям регіону та оцінити майстерність українських зодчих [18].

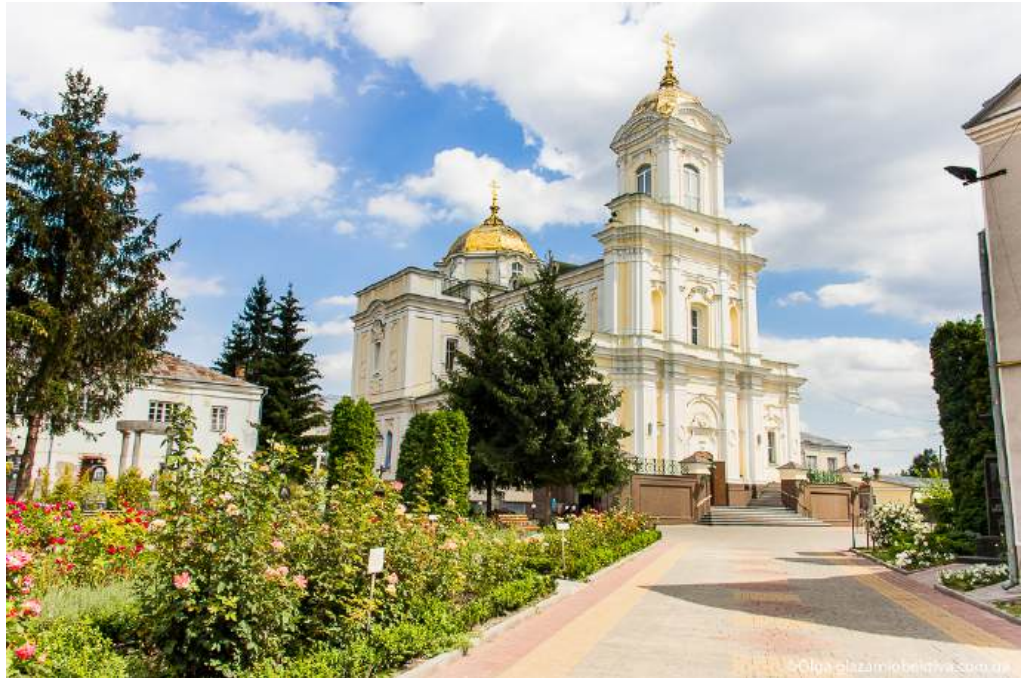


Рисунок 2.3. Свято-Троїцький собор в Луцьку.

Костел Святих Апостолів Петра і Павла в Луцьку (рисунок 2.4). Цей величний храм був побудований єзуїтами у XVII столітті та є одним із найкращих зразків барокової архітектури в Україні. Інтер'єр костелу прикрашають фрески, скульптури та вівтарі роботи відомих майстрів. Сьогодні костел діє як римо-католицький храм та відкритий для відвідувачів [20].



Рисунок 2.4. Костел Святих Апостолів Петра і Павла в Луцьку.

Свято-Успенська церква в селі Зимне (рисунок 2.5.). Церква є частиною Зимненського Святогірського Успенського монастиря, заснованого в XI столітті князем Володимиром Великим. Монастир розташований на високому пагорбі та має стратегічне значення. Архітектурний ансамбль поєднує різні стилі та епохи, включаючи давньоруську, готичну та барокову архітектуру. Монастир є діючим та відкритим для паломників і туристів [22].



Рисунок 2.5. Свято-Успенська церква в селі Зимне.

Монастир Бернардинів у Луцьку (рисунок 2.6). Комплекс монастиря Бернардинів, збудований у XVIII столітті, є яскравим прикладом барокової архітектури. Храм Святих Йоакима і Анни вирізняється вишуканим декором та

багатим оздобленням. Монастир відігравав важливу роль у релігійному та культурному житті міста. Сьогодні комплекс потребує реставрації, але залишається цінною пам'яткою [24].



Рисунок 2.6. Монастир Бернардинів у Луцьку.

Церква Різдва Христового в Володимирі-Волинському (рисунок 2.7). Цей храм, побудований у XVII столітті, є одним із найстаріших в області. Архітектура церкви поєднує елементи готики та бароко. Вона відома своїми унікальними фресками та іконостасом. Церква діє та є важливим центром духовного життя громади [25].



Рисунок 2.7. Церква Різдва Христового в Володимирі-Волинському.

Костел Святої Трійці в Любомлі (рисунок 2.8). Зведений у XVIII столітті, костел є зразком пізнього бароко з елементами класицизму. Храм вражає своєю монументальністю та архітектурними деталями. Він має багату історію та пов'язаний з видатними особистостями регіону [26].



Рисунок 2.8. Костел Святої Трійці в Любомлі

2.1.3. Громадські споруди

Синагога в Луцьку (рисунок 2.9). Збудована у XVII столітті, Велика синагога в Луцьку є однією з найстаріших на території України. Вона є свідченням багатой єврейської спадщини Волині. Архітектура синагоги поєднує оборонні та культові функції. На жаль, будівля зазнала значних пошкоджень та потребує реставрації [27].



Рисунок 2.9. Синагога в Луцьку.

2.1.4. Музеї

Музей-садиба Лесі Українки в Колодяжному (рисунок 2.10). Садиба в селі Колодяжне є місцем, де пройшло дитинство та юність видатної української поетеси Лесі Українки. Музейний комплекс включає будинок родини Косачів та "білий" і "сірий" будиночки, де жила поетеса. Експозиція музею знайомить з життям та творчістю Лесі Українки, зберігає особисті речі, рукописи та фотографії. Це місце є важливим культурним осередком та приваблює шанувальників літератури [23].



Рисунок 2.10. Музей-садиба Лесі Українки в Колодяжному.

Одним із найбільших і найважливіших культурних центрів Волині є Волинський краєзнавчий музей (рисунок 2.11), який відіграє важливу роль у збереженні та популяризації історичної спадщини Волині. Музей, заснований у 1929 році, став важливим науковим, освітнім центром, який вивчає історію, культуру та природу Волині. Археологічні знахідки, етнографічні матеріали, старовинні книги, ікони, вироби народних майстрів, предмети побуту та інші артефакти складають колекцію музею. Експозиції дозволяють відвідувачам краще зрозуміти розвиток регіону та його культурні особливості, оскільки вони охоплюють різні історичні епохи, починаючи з давніх часів і закінчуючи сучасністю [32].



Рисунок 2.11. Волинський краєзнавчий музей.

Унікальний культурний заклад Затурцівський меморіальний музей В'ячеслава Липинського присвячений життю та діяльності відомого українського історика, політичного діяча та мислителя (рисунок 2.12). Музей, відкритий у 1995 році в селі Затурці, де народився Липинський, зберігає спадщину цієї видатної постаті. Експозиція музею показує ключові моменти життя В'ячеслава Липинського, його наукові дослідження та політичні ідеї, які значною мірою вплинули на формування українського державництва. Музей містить багато архівних документів, листування та публікацій, які показують внесок Липинського в розвиток української політичної думки, окрім особистих речей Липинського. Музей є чудовим місцем для досліджень історії України [32].



Рисунок 2.12. Затурцівський меморіальний музей В'ячеслава Липинського.

Історико-культурні об'єкти Волинської області мають величезне значення для збереження національної ідентичності та культурної спадщини України. Вони відображають багатовікову історію регіону, його релігійне та етнічне розмаїття, архітектурні та художні досягнення. Ці пам'ятки є не лише свідками минулого, але й важливими ресурсами для сучасного та майбутнього розвитку.

Відвідування історико-культурних об'єктів сприяє пізнанню історії, культури та традицій Волині. Це важливо для формування національної свідомості, патріотизму та поваги до спадщини предків. Музеї, замки, храми та інші пам'ятки виконують освітню функцію, залучаючи молодь та сприяючи міжкультурному діалогу.

Багатство історико-культурних об'єктів робить Волинь привабливою для туристів як з України, так і з-за кордону. Розвиток історико-культурного туризму сприяє економічному зростанню регіону, створенню робочих місць, розвитку інфраструктури. Туризм може стати одним із ключових чинників постконфліктного відновлення та стимулом для інвестицій.

Збереження та популяризація культурної спадщини сприяє підвищенню якості життя місцевого населення. Розвиток туризму стимулює підприємницьку активність, особливо в сфері гостинності, ремесел, виробництва сувенірної продукції. Це створює умови для соціальної згуртованості та розвитку громад.

Історико-культурні об'єкти Волині можуть стати мостом для міжнародного співробітництва та культурного обміну. Вони є частиною європейської культурної спадщини та можуть сприяти інтеграції України у світовий туристичний простір. Залучення іноземних туристів підвищує імідж регіону та країни на міжнародній арені.

Незважаючи на великий потенціал, багато пам'яток Волині потребують реставрації та належного утримання. Брак фінансування, недостатній рівень інфраструктури та промоції є основними перешкодами для розвитку. Важливою є розробка стратегічних програм збереження та використання культурної спадщини, залучення державних та приватних інвестицій, співпраця з міжнародними організаціями.

Історико-культурні об'єкти Волинської області є невід'ємною частиною національної та європейської культурної спадщини. Вони мають величезний потенціал для розвитку туризму, економіки та соціальної сфери регіону. Збереження та популяризація цих пам'яток є важливим завданням, яке вимагає комплексного підходу та активної участі держави, громади та бізнесу. Врахування іноземного досвіду у цій сфері може сприяти ефективному використанню культурних ресурсів Волині, забезпечити сталий розвиток та зміцнити позиції регіону на туристичній мапі України та світу.

2.2. Оцінка туристичної інфраструктури регіону

Волинська область має чудові можливості для розвитку туристичної інфраструктури завдяки її багатим природним, історичним і культурним ресурсам. Природні ресурси, історичні та культурні пам'ятки та можливості для відпочинку є одними з основних елементів інфраструктурних можливостей регіону. Ці елементи створять основу для подальшого розвитку внутрішнього та міжнародного туризму.

Займаючи третину території Волинської області, лісові ресурси та рекреаційні можливості є одними з найцінніших природних ресурсів області. Це робить Волинь одним із найбільш заліснених регіонів України, що сприяє розвитку туризму, пов'язаного з природою та відпочинком. З 695 000 га лісових угідь 447 000 га належать до державного значення [31]. Ліси переважно складаються з хвойних порід дерев, зокрема сосни та ялини, що надає їм естетичну та екологічну цінність. Місцеві жителі люблять відпочивати на багатих лісах, багатих грибами, ягодами та лікарськими рослинами.

Поліські райони області, такі як Маневицький, Камінь-Каширський і Шацький, де ліси складають від 48% до 58% території, також мають великий потенціал [31]. Туризм, такий як мисливський, «зелений» і екотуризм, може стати основою для розвитку в цих районах, що може призвести до збільшення зайнятості та економічної активності.

Волинська область має багатий історичний потенціал, включаючи архітектурні споруди, храми та меморіальні комплекси. Два державні історико-культурні заповідники, які приваблюють туристів, знаходяться в області: «Стародавній Володимир» у Володимирі-Волинському та в місті Луцьк. Луцьк, обласний центр, має понад півтори тисячі пам'яток. Серед них Замок Любарта, Музей волинської ікони та Кафедральний собор Святих Апостолів Петра і Павла.

Історичні місця, такі як Олика, колишня резиденція Радзивілів, і Володимир-Волинський з його середньовічними храмами, мають великий

потенціал для розвитку туристичних маршрутів. Такі місця стимулюють місцеву економіку та інфраструктуру, привертаючи увагу вітчизняних і іноземних туристів.

Волинська туристична інфраструктура станом на 2020 складається з 152 готелів, 7 санаторіїв, 17 музеїв і понад 1500 об'єктів культурної спадщини (рисунок 2.13). Рекреаційна інфраструктура, яка складається з 231 рекреаційної зони, 118 рекреаційних пунктів і трьох національних парків, надає туристам широкий вибір відпочинкових послуг [31].

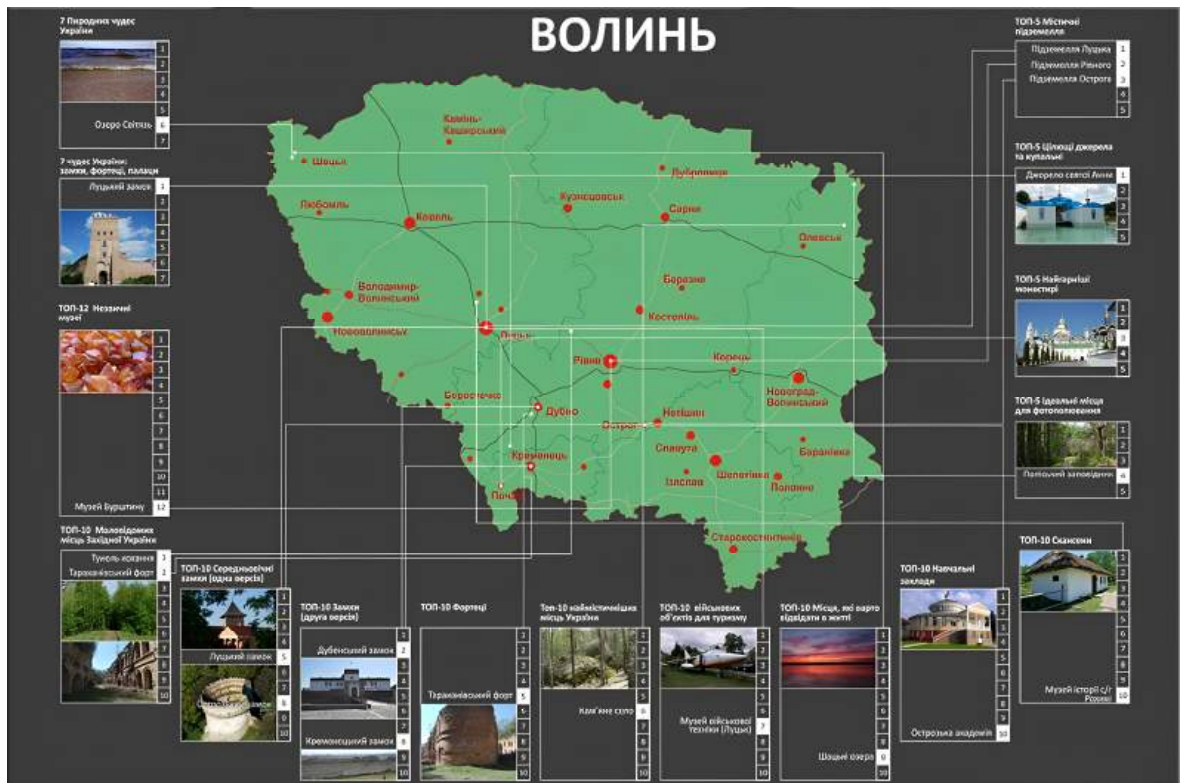


Рисунок 2.13. Карта головних історико-культурних об'єктів Волині.

Покращення матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури є одним із важливих напрямків розвитку. Позначення туристичних маршрутів, створення автокемпінгів і створення місць для велотуризму є головними завданнями. Це сприятиме збільшенню кількості гостей і продовженню туристичного сезону. Прокладення 86 км каналізаційних мереж і будівництво сучасних очисних споруд у рамках міжнародної програми «Польща-Білорусь-

Україна» підвищить екологічну привабливість рекреаційних зон. Ці проекти є одними з найбільш перспективних проєктів [31].

Незважаючи на великий потенціал для туризму, Волинська область стикається з деякими проблемами, пов'язаними з розвитком інфраструктури. Потік туристів зменшується через недофінансування галузі, черги на пунктах пропуску та незручні залізничні маршрути. Крім того, необхідно вдосконалити законодавство сільського туризму та підвищити кадровий потенціал галузі.

Війна в Україні негативно вплинула на туристичну інфраструктуру Волинської області, спричинивши зниження туристичних потоків через проблеми безпеки, руйнування транспортної інфраструктури та забруднення довкілля. Недофінансування галузі та економічна нестабільність також перешкоджають розвитку. Водночас, область приймає значну кількість внутрішньо переміщених осіб, що змінює використання туристичних ресурсів. Для подальшого розвитку необхідно зосередитися на відновленні об'єктів та стратегічному плануванні після завершення війни.

Таким чином, для збереження сталого розвитку туристичної інфраструктури Волині необхідно вирішувати проблеми на державному та регіональному рівнях, залучати інвестиції з інших країн і підтримувати ініціативи малого бізнесу в сфері туризму.

Оцінка туристичної інфраструктури Волинської області показує, що туризм має значний потенціал для розвитку та може стати важливою складовою регіональної економіки. Природні ресурси, історичні пам'ятки та наявна інфраструктура створюють умови для подальшого розвитку туристичної галузі. Щоб досягти цього, необхідно використовувати стратегічний підхід і отримати достатню підтримку з боку місцевої влади та бізнесу.

2.3. Сучасний стан історико-культурного туризму

у Волинській області

Сучасний стан історико-культурного туризму у Волинській області демонструє значний потенціал, зважаючи на багатство культурної та архітектурної спадщини, однак цей потенціал не повністю реалізований через низку викликів. Волинська область має 20 історичних населених місць, серед яких найбільші міста – Луцьк, Володимир-Волинський, Камінь-Каширський, Ковель, Любомль, а також менші міста і селища, такі як Берестечко, Шацьк та Олика (таблиця 4) [30]. Ці населені пункти є осередками збереженої історичної спадщини, що включає археологічні пам'ятки, архітектурні споруди, фортифікаційні об'єкти, а також важливі історичні місця, пов'язані з подіями різних епох, починаючи від Київської Русі і до сучасності.

Таблиця 4: Чисельність міських поселень та історичних місць Волинської області (у розрізі районів), 2012 р.

Адміністративні райони	Кількість міст	Кількість смт	Кількість історичних міст	Кількість історичних смт
Володимир-Волинський	2	-	2	-
Горохівський	2	2	2	-
Іваничівський	1	1	1	-
Камінь-Каширський	1	-	1	-
Ківерецький	1	2	-	2
Ковельський	1	2	1	1
Локацький	-	1	-	-
Луцький	1	2	1	-
Любешівський	-	1	-	1
Любомльський	1	1	1	1
Маневицький	-	2	-	-
Ратнівський	-	2	-	1
Рожищенський	1	1	1	-
Старовижівський	-	1	-	1

Адміністративні райони	Кількість міст	Кількість смт	Кількість історичних міст	Кількість історичних смт
Турійський	-	2	-	2
Шацький	-	1	-	1
Всього	11	22	9	11

Історичні пам'ятки області представлені численними об'єктами архітектури та археології, зокрема замками, церквами, монастирями, житловими будинками та оборонними спорудами. Найбільш відомими туристичними атракціями є Луцький замок, Успенський собор у Володимир-Волинському та замкові укріплення в Олиці. Луцьк є одним із ключових центрів історико-культурного туризму в області. Його Верхній замок є символом міста, а численні культові споруди, такі як церкви та монастирі, доповнюють культурно-історичний ландшафт [30].

Історичні населені місця Волині зазвичай є невеликими містами чи селищами міського типу, що мають значні обмеження щодо розвитку туристичної інфраструктури. Багато з них зберегли свою автентичну атмосферу, але потребують значної реконструкції та оновлення для того, щоб повністю відповідати потребам сучасних туристів. У той час, як більші міста області вже мають певні туристичні об'єкти та інфраструктуру, маленькі історичні поселення, такі як Берестечко або Устилуг, залишаються менш відомими туристам і вимагають додаткових зусиль щодо їхнього просування (таблиця 5) [30].

Таблиця 5: Чисельність міських поселень та історичних місць Волинської області (у розрізі районів), 2012 р.

№ з/п	Назва історичного місця	Дата заснування або першої письмової згадки	Чисельність населення, тис. осіб (2012 р.)
1	м. Луцьк	1085 рік	214,7
2	м. Берестечко	1445 рік	1,7
3	м. Володимир-Волинський	988 рік	38,9

№ з/п	Назва історичного місця	Дата заснування або першої письмової згадки	Чисельність населення, тис. осіб (2012 р.)
4	сmt Голоби	середина XVI ст.	4,1
5	сmt Головне	1564 рік	3,1
6	м. Горохів	1240 рік	9,2
7	сmt Іваничі	1545 рік	8,4
8	м. Камінь-Каширський	1196 рік	11,1
9	м. Ковель	1310 рік	68,9
10	сmt Луків	1537 рік	3,1
11	сmt Любешів	1484 рік	5,6
12	м. Любомль	1287 рік	10,1
13	сmt Олика	1149 рік	3,1
14	сmt Ратне	кінець XII – початок XIII ст.	9,5
15	м. Рожище	1377 рік	13,4
16	сmt Стара Виживка	1508 рік	5,2
17	сmt Турійськ	1097 рік	5,7
18	м. Устилуг	1150 рік	2,2
19	сmt Цумань	1557 рік	6,2
20	сmt Шацьк	1410 рік	5,4

Війна в Україні наклала свої обмеження на розвиток туризму в регіоні, адже нестабільна ситуація, загроза бойових дій та руйнування інфраструктури значно зменшили кількість внутрішніх та іноземних туристів, які відвідують Волинську область. До того ж, проблеми, пов'язані з корупцією, недофінансуванням та неефективним управлінням ще більше ускладнюють відновлення галузі. Однак, у довгостроковій перспективі історичні місця Волині мають великий потенціал для відродження туристичної галузі після стабілізації ситуації. Одним із головних завдань на майбутнє є активна реставрація та консервація історичних пам'яток, а також розширення туристичної інфраструктури для залучення більшої кількості туристів, що дозволить зробити регіон привабливішим як для іноземців, так і для громадян України.

Особливе значення для історико-культурного туризму у Волинській області мають релігійні об'єкти, які приваблюють не лише туристів, зацікавлених у культурі, але й паломників. Багато церков, монастирів і синагог регіону є важливими не лише з історичної, але й з духовної точки зору, що створює можливості для розвитку релігійного туризму. Водночас археологічні пам'ятки, як от городища та кургани, залишаються привабливими для тих, хто цікавиться стародавньою історією та археологією.

Отже, сучасний стан історико-культурного туризму у Волинській області можна охарактеризувати як перспективний, але потребуючий додаткових інвестицій та організаційних зусиль для повного розкриття його потенціалу. Туристична індустрія регіону має значний потенціал для зростання, особливо якщо вдасться залучити ресурси для збереження та популяризації культурної спадщини, а також покращити інфраструктурні можливості для туристів.

РОЗДІЛ 3

ВИКОРИСТАННЯ ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Досвід європейських країн у розвитку історико-культурного туризму

Досвід європейських країн у розвитку історико-культурного туризму має яскраві приклади успішних проектів, які не лише зберігають культурну спадщину, але й економічно окуповуються за рахунок залучення туристів. Розглянемо кілька конкретних прикладів.

Великобританія, зокрема Лондонський Тауер є одним з найвідвідуваніших туристичних об'єктів. Згідно з офіційними звітами, у 2019 році його відвідали понад 2.9 мільйона туристів. Загальний дохід від Лондонського Тауера становив приблизно £100 мільйонів (таблиця 6), включаючи доходи від квитків, сувенірів та екскурсійних турів. Утримання і реставрація цього об'єкта обходяться в £20 мільйонів на рік, і таким чином проект залишається не лише культурно, а й економічно прибутковим [33-34].

Таблиця 6. Динаміка відвідувань та фінансові показники Лондонського Тауера (Великобританія)

Рік	Кількість туристів (млн)	Витрати на реставрацію (£ млн)	Дохід (£ млн)
2017	2,8	18	95
2018	2,9	19	97
2019	3,0	20	100
2020	0,8	15 (знижено через COVID-19)	30
2021	1,5	17	60

Франція, а саме Версальський палац, є однією з найвідоміших культурних пам'яток у світі. У 2019 році Версаль відвідало понад 10 мільйонів туристів.

Французький уряд регулярно інвестує значні суми в реставрацію палацу — наприклад, у 2020 році було виділено понад 100 мільйонів євро на реставрацію та утримання (таблиця 7). Загальні доходи від Версальського палацу (включаючи відвідувачів, конференції та події) оцінюються у понад 200 мільйонів євро на рік [35].

Таблиця 7. Динаміка відвідувань та фінансові показники Версальського палацу (Франція)

Рік	Кількість туристів (млн)	Витрати на реставрацію (€ млн)	Дохід (€ млн)
2017	7,7	85	180
2018	8,1	90	190
2019	10,0	100	236
2020	2,5	75 (знижено через COVID-19)	50
2021	5,0	80	120

Італія, а саме Колізей у Римі, залишається однією з найпопулярніших туристичних визначних пам'яток у світі. Щороку його відвідують понад 7 мільйонів туристів, що генерує дохід у близько 45 мільйонів євро (таблиця 8). Згідно з офіційними даними, у 2016 році на реставрацію Колізею було виділено 25 мільйонів євро, причому частину фінансування забезпечив приватний бізнес (компанія Tod's). Окупність таких інвестицій є очевидною завдяки стабільному потоку туристів [36].

Таблиця 8. Динаміка відвідувань та фінансові показники Колізею (Італія)

Рік	Кількість туристів (млн)	Витрати на реставрацію (€ млн)	Дохід (€ млн)
2017	6,5	20	40
2018	7,0	22	43
2019	7,6	25	45
2020	1,0	15	10
2021	3,5	18	25

Скандинавські країни, такі як Норвегія, зосереджують свої зусилля на розвитку музеїв під відкритим небом. Наприклад, Норвезький народний музей в Осло щорічно відвідують понад 250 тисяч осіб (таблиця 9). Витрати на його утримання становлять близько 50 мільйонів норвезьких крон (приблизно 5 мільйонів євро), а доходи від продажу квитків, екскурсій та сувенірів приносять близько 60 мільйонів норвезьких крон на рік, що дозволяє музею залишатися економічно стабільним [37-38].

Таблиця 9. Динаміка відвідувань та фінансові показники Норвезького народного музею (Норвегія)

Рік	Кількість туристів (тис.)	Витрати на утримання (млн NOK)	Дохід (млн NOK)
2017	240	45	55
2018	250	48	58
2019	255	50	60
2020	50	35	15
2021	180	40	45

Аналіз додаткових факторів, що впливають на розвиток історико-культурного туризму, показує важливі аспекти, які визначають економічну окупність і стійкість проектів у цій сфері. Одним із ключових показників є період окупності інвестицій у реставраційні та інфраструктурні проекти. Наприклад, масштабні реставрації, подібні до проектів Лондонського Тауера або Колізею в Римі, демонструють середній період окупності інвестицій на рівні 5-7 років. Це означає, що за такий проміжок часу доходи від туризму перевищують витрати на відновлення культурної спадщини. Так, реставрація Колізею, на яку було витрачено приблизно 25 мільйонів євро, окупилася за 4 роки завдяки постійному потоку туристів, що становить понад 7 мільйонів відвідувачів щорічно, і високому попиту на екскурсійні послуги. Такий потік забезпечує стабільний дохід від продажу квитків і додаткових послуг, що перевищує витрати на утримання об'єкта.

Окремо варто відзначити вплив пандемії COVID-19 на туристичний сектор. Як видно зі статистичних даних, 2020 рік став критичним для багатьох об'єктів культурної спадщини. У цей період кількість туристів різко скоротилася, в деяких випадках до 70-80%, що спричинило значне падіння доходів. Наприклад, Лондонський Тауер у 2020 році прийняв лише 0,8 мільйона відвідувачів порівняно з 3 мільйонами у попередні роки, що призвело до зниження доходів майже втричі. Версальський палац також зазнав значних втрат — кількість відвідувачів зменшилася з 10 мільйонів до 2,5 мільйонів. Щоб не допустити занепаду цих об'єктів, уряди багатьох країн виділили субсидії для підтримки національної культурної спадщини. Ці субсидії допомогли покрити витрати на утримання, мінімізувати втрати від простою об'єктів і зберегти їх до відновлення туристичного попиту.

Ще одним важливим фактором є сезонність у туризмі. Аналіз статистики показує, що найбільший потік туристів припадає на літні місяці, коли погодні умови є найсприятливішими для подорожей. Наприклад, в Італії та Франції, туристичні об'єкти, такі як Колізей і Версаль, відвідують найбільше під час літніх відпусток, що створює пікові навантаження на інфраструктуру. Це змушує планувати найбільш масштабні реставраційні роботи на зимові місяці, коли кількість туристів є значно нижчою. Такий підхід дозволяє мінімізувати втрати доходів від зменшення кількості відвідувачів під час проведення робіт і забезпечити належний рівень обслуговування у високий сезон.

Таким чином, аналітичні дані не лише підкреслюють економічну вигоду від розвитку історико-культурного туризму, але й допомагають зрозуміти, як коливання ринку, такі як пандемії, можуть вплинути на туристичні об'єкти. Інвестиції в реставрацію культурних пам'яток приносять значні прибутки, але вони залежать від стабільного туристичного потоку та постійної підтримки інфраструктури.

3.2. Моделі управління культурною спадщиною та її адаптація до туристичних потреб

Культурна спадщина є динамічним явищем, яке включає як матеріальні, так і нематеріальні елементи. Вона відіграє важливу роль у розвитку суспільств і їхньої ідентичності, а також має значення для сталого економічного розвитку. У сучасному контексті спадщина може набувати нового значення, пристосовуватися до сучасних вимог, зокрема у сфері туризму.

Управління культурною спадщиною (СНМ) полягає в забезпеченні довгострокового збереження культурних об'єктів, водночас задовольняючи потреби сучасного суспільства та сприяючи сталому розвитку. Основною метою є передача спадщини наступним поколінням.

Для ефективного управління важливо враховувати такі аспекти:

- Легальна база та політика захисту;
- Система управління об'єктами спадщини;
- Використання культурної спадщини в туристичних цілях.

Управління за цілями (Management by Objectives, MBO)

Управління за цілями (Management by Objectives, MBO) [39] — це підхід, який ґрунтується на визначенні чітких, конкретних і вимірюваних завдань, що стають основою для всіх управлінських рішень. Ця модель є надзвичайно корисною в сфері культурної спадщини, адже дозволяє точно окреслити, які саме результати необхідно досягти, щоб забезпечити збереження та розвиток об'єктів, зокрема у контексті їх адаптації до потреб туризму. Основна ідея MBO полягає в тому, що чітко сформульовані цілі дають можливість не лише впорядкувати процес управління, але й забезпечити спільне розуміння напрямку діяльності всіма учасниками процесу.

Розпочинається все з того, що визначаються загальні та конкретні цілі для кожного аспекту управління об'єктом культурної спадщини. Спершу формулюються загальні довгострокові завдання, наприклад, збереження

автентичності об'єкта, покращення його стану або підвищення привабливості для туристів. Ці цілі мають бути погоджені з усіма зацікавленими сторонами — від органів місцевої влади та фахівців до представників громад і туристичної індустрії. Після цього загальні цілі деталізуються у конкретні, вимірювані завдання: від реставраційних робіт до розробки програм популяризації об'єктів серед туристів. Ключовим моментом тут є те, що кожне завдання повинно мати чіткий критерій оцінки, що дозволяє стежити за прогресом і вносити корективи за потреби.

Один із важливих аспектів МВО — це узгодження цілей між усіма учасниками процесу. Це створює відчуття синергії між різними організаціями та інститутами, які залучені до управління об'єктом. Кожен учасник чітко розуміє свою роль і відповідальність, що дозволяє ефективніше досягати спільних результатів. МВО також дозволяє уникнути конфліктів або дублювання зусиль, оскільки всі працюють за єдиним планом і спільно визначеними цілями.

Ще одна важлива риса управління за цілями — це регулярна оцінка досягнень. Періодичний аналіз результатів дозволяє зрозуміти, наскільки успішними були реалізовані заходи і чи досягнуто поставлених цілей. Наприклад, якщо метою є збільшення кількості туристів на об'єкті спадщини, аналіз допоможе оцінити, наскільки вдало було реалізовано ініціативи, такі як покращення інфраструктури чи розробка нових екскурсійних маршрутів. Це дає можливість вчасно виявити слабкі місця і вносити необхідні корективи.

Модель МВО також орієнтована на довгострокову перспективу, адже дозволяє гнучко реагувати на зміни в умовах, зокрема на зміни у вимогах до збереження об'єкта або туристичних потреб. Вона особливо ефективна в тих випадках, коли потрібно одночасно зберігати автентичність об'єкта і робити його доступним для туристів. Завдяки чіткому визначенню цілей можна знайти баланс між захистом спадщини і її використанням, що є важливою складовою сталого розвитку.

Управління за фактами (Management by Facts, MBF)

Це управлінський підхід, який базується на об'єктивних даних і фактичних показниках для прийняття рішень. Головною перевагою MBF є те, що всі рішення ґрунтуються на зібраних даних, ретельному аналізі та вимірюванні результатів. У контексті управління культурною спадщиною це означає, що кожен крок, пов'язаний зі збереженням або розвитком спадщини, повинен бути підтверджений реальними показниками, такими як стан об'єкта, кількість відвідувачів, ефективність збереження або рівень руйнації. Особливо важливо використовувати MBF у воєнний час, коли ресурси можуть бути обмеженими, а рішення потрібно приймати швидко. Для Волинського регіону цей метод може включати використання сучасних технологій для моніторингу стану об'єктів спадщини в реальному часі, зокрема за допомогою дронів або супутникових зображень. Це дозволить своєчасно реагувати на загрози для культурної спадщини та ефективно розподіляти наявні ресурси на ті об'єкти, які найбільше потребують захисту чи ремонту [39].

Управління через виключення (Management by Exception, MBE)

Передбачає, що управління здійснюється лише тоді, коли виникають відхилення від плану або критичні проблеми. Це дозволяє зосередити увагу на проблемних ділянках і оперативно вирішувати найсерйозніші питання, не витрачаючи часу на дрібні деталі. У контексті Волинського регіону, з огляду на нинішню війну, цей підхід може бути особливо корисним, оскільки дозволить концентрувати зусилля на найбільш важливих завданнях, наприклад, збереженні тих об'єктів спадщини, які перебувають під найбільшою загрозою через бойові дії або руйнації. Оперативні рішення прийматимуться лише тоді, коли відхилення від нормального стану будуть критичними, що значно спрощує управлінський процес у кризових умовах [39].

Управління на основі вартості (Value Based Management, VBM)

Це підхід, який зосереджує увагу на збереженні та підвищенні цінностей, пов'язаних із культурною спадщиною. У цьому контексті під "вартістю" розуміють не лише економічні чи матеріальні аспекти, а й культурні, історичні, освітні та соціальні компоненти, які роблять той чи інший об'єкт унікальним і важливим для суспільства. Модель VBM полягає у тому, щоб визначити ключові цінності об'єкта спадщини і сформувані навколо них стратегію управління. Наприклад, якщо об'єкт є важливим з точки зору національної історії, то всі заходи щодо його збереження повинні бути спрямовані на підкреслення та підтримку цієї історичної цінності. Такий підхід дозволяє не лише захищати спадщину, але й активно використовувати її для формування національної ідентичності, залучення туристів і створення нових можливостей для економічного розвитку регіону. У контексті Волинського регіону, враховуючи його багату історію та культурну спадщину, VBM може стати основою для розробки ініціатив, які б акцентували увагу на місцевих історичних постатях, подіях чи архітектурних пам'ятках, підвищуючи їх значущість для сучасного суспільства [39].

Управління на основі громади (Community-Based Management, CBM)

Це підхід, який передбачає активну участь місцевих громад у процесі збереження та управління культурною спадщиною. На відміну від централізованих моделей, CBM надає пріоритет потребам і баченням самих громад, які є безпосередніми власниками чи користувачами культурних об'єктів. Такий підхід дозволяє враховувати локальні особливості та потреби, а також створює умови для більш глибокої інтеграції культурної спадщини в повсякденне життя місцевих жителів. Наприклад, місцева громада може ініціювати проекти з відновлення історичних будівель або організувати культурні заходи, що популяризують місцеву спадщину. Це не лише сприяє збереженню об'єктів, але й дозволяє громаді отримувати від них економічну вигоду через розвиток туризму або інші пов'язані галузі. У Волинському регіоні

цей підхід може бути особливо ефективним, оскільки місцеві громади часто мають глибокий зв'язок зі своєю спадщиною та можуть стати рушійною силою у збереженні та відновленні історичних пам'яток навіть у складних умовах війни [39].

З огляду на воєнні умови в Україні, одним із цікавих способів реалізації цих методів у Волинському регіоні може стати створення центра моніторингу культурної спадщини. Цей центр може функціонувати на базі регіональних культурних або наукових установ, використовуючи сучасні технології для збору та аналізу даних про стан об'єктів культурної спадщини в реальному часі. Наприклад, дрони та супутникові знімки можуть забезпечити інформацію про пошкодження або стан об'єктів після бойових дій. Інформація, зібрана таким чином, дозволить застосовувати підхід MBF для аналізу ризиків і ресурсів. Використовуючи MBE, центр зможе оперативно реагувати на критичні ситуації, такі як пошкодження від обстрілів чи руйнування історичних будівель.

У період війни це дозволить ефективно розподіляти ресурси для захисту спадщини, концентруючись на найбільш важливих ділянках і реагуючи на критичні загрози. Крім того, такий центр може стати основою для подальшого відновлення регіону після завершення воєнних дій, забезпечуючи детальну базу даних про стан кожного об'єкта культурної спадщини та його потреби у відновленні.

Модель стратегічного управління культурною спадщиною, засновану на підході ANZECC (2001)

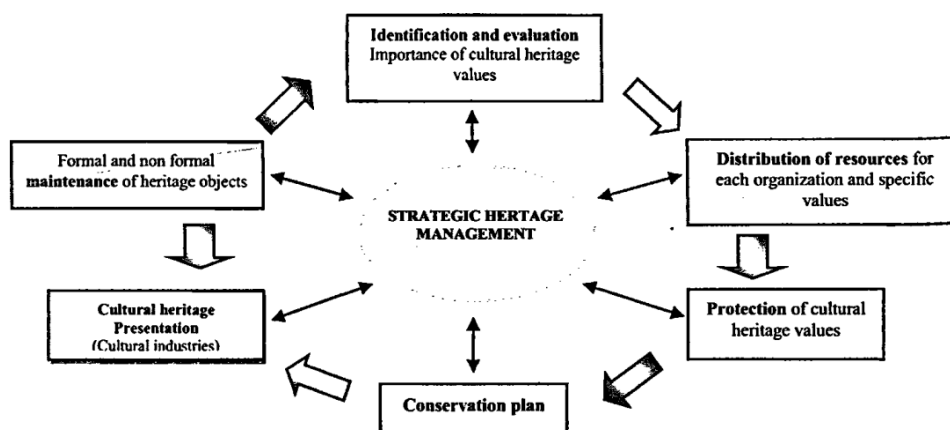


Рисунок 3.1. Модель ANZECC (2001), створено авторами за даними Anzecc.

Рисунок 3.1 представляє модель стратегічного управління культурною спадщиною, засновану на підході ANZECC (2001) [40]. Вона показує комплексний підхід до управління об'єктами культурної спадщини, включаючи кілька важливих етапів:

- Ідентифікація та оцінка культурних цінностей: Це важливий перший крок, який визначає значимість об'єктів спадщини.
- Розподіл ресурсів: Цей етап фокусується на розподілі фінансових, людських і технічних ресурсів між організаціями для підтримки і розвитку конкретних об'єктів спадщини.
- Захист культурних цінностей: Важливий елемент забезпечення збереження об'єктів спадщини від можливих загроз, таких як руйнація чи втрата автентичності.
- Консерваційний план: Охоплює діяльності, спрямовані на фізичне збереження та захист культурних об'єктів.
- Презентація культурної спадщини: Включає культурні індустрії та популяризацію об'єктів через різні заходи та туристичні програми.
- Офіційне і неформальне обслуговування об'єктів спадщини: Включає підтримку об'єктів у належному стані як офіційними

органами, так і місцевими громадами чи іншими зацікавленими сторонами.

Загалом, ця модель підкреслює важливість координації між різними елементами для стратегічного управління культурною спадщиною. Це забезпечує не лише її збереження, але й сталий розвиток через презентацію та використання культурної спадщини для економічних і соціальних цілей.

3.3. Використання новітніх технологій для популяризації історико-культурних об'єктів

Сучасні технології відкривають нові можливості для популяризації історико-культурних об'єктів, роблячи їх доступнішими для широкої аудиторії та цікавішими для молодшого покоління. Поєднання інтерактивних рішень, віртуальної реальності, штучного інтелекту та мобільних застосунків дозволяє створювати унікальний досвід відвідування та сприяє збереженню культурної спадщини. Ось декілька креативних ідей для використання новітніх технологій у цій сфері.

Віртуальні екскурсії та віртуальна реальність (VR). Технологія віртуальної реальності дає можливість відвідувачам зануритися в атмосферу минулого, відвідувати історико-культурні пам'ятки в різних куточках світу, не виходячи з дому. Наприклад, за допомогою VR можна створити віртуальну екскурсію по замку Любарта в Луцьку, яка буде доступна як для тих, хто фізично не може приїхати, так і для тих, хто бажає поглибити свої знання про історію замку. Користувачі можуть не просто переглядати об'єкт, але й взаємодіяти з ним, дізнаватися про події, що відбувалися в різні періоди історії, та навіть "зустрітися" з віртуальними гідами – реконструйованими образами історичних постатей.

Доповнена реальність дозволяє інтегрувати віртуальний контент у реальний світ за допомогою мобільних пристроїв. Можна розробити

спеціальний застосунок для відвідувачів історико-культурних об'єктів Волині, що використовує AR для відображення історичних фактів, 3D-моделей пам'яток або навіть "оживлення" сцен минулого. Наприклад, при наведенні камери смартфона на руїни древньої церкви або замку, на екрані можна побачити, як об'єкт виглядав у своїй первозданній величі, а інтерактивні елементи дозволяють дізнаватися більше про історичні події.



Рисунок 3.2. Приклад віртуальної екскурсії на основі Британського музею у Лондоні [41].

Гейміфікація – це ефективний спосіб зробити історію цікавою для молоді. Можна створити серію квестів чи ігор на базі історичних подій Волині. Наприклад, користувачі можуть ставати учасниками віртуальних місій, вирішуючи загадки середньовічних замків або розгадуючи таємниці стародавніх артефактів. Такий підхід не тільки залучає до вивчення історії, але й робить це в інтерактивному та розважальному форматі.

Штучний інтелект може використовуватись для створення персоналізованих маршрутів та рекомендацій. Наприклад, на основі інтересів користувача та його попередніх відвідувань AI може рекомендувати індивідуальний маршрут по історичних місцях, пропонуючи відвідати ті об'єкти, що можуть бути найбільш цікавими. Також, AI може бути використаний для розпізнавання відвідувачів на виставках або музеях та автоматично надавати інформацію про об'єкт, що цікавить.

аудіоекскурсії на свої смартфони та слухати їх під час відвідування об'єктів. Такий формат дозволяє більш занурено ознайомлюватися з історією, слухаючи цікаві розповіді про події та людей, пов'язаних із місцем.

Використання блокчейну та NFT в туризмі

Блокчейн — це цифрова технологія, що дозволяє зберігати та передавати інформацію в інтернеті без центрального контролю. Його можна уявити як ланцюжок з багатьох блоків, де кожен блок містить інформацію (наприклад, записи про транзакції). Кожен новий блок пов'язується з попереднім, створюючи захищений ланцюг, який неможливо змінити без дозволу всіх учасників. Блокчейн використовується для забезпечення прозорості та безпеки даних, особливо в таких сферах, як фінанси, управління активами та навіть збереження даних про власність [45].

NFT (незамінний токен) — це спеціальний цифровий актив, який підтверджує право власності на унікальний предмет у цифровому світі. Наприклад, це може бути картинка, відео, музика або віртуальний предмет у грі. На відміну від звичайних цифрових файлів, які можна копіювати, кожен NFT унікальний і має свою цифрову підпис, яка записується в блокчейн, що робить його незамінним. Купуючи NFT, ви фактично купуєте сертифікат власності на цей цифровий об'єкт, який підтверджує його автентичність [45].

NFT можна використовувати для створення унікальних цифрових колекційних предметів, що представляють історико-культурні об'єкти. Наприклад, можна створити серію NFT на базі відомих архітектурних пам'яток, артефактів чи навіть історичних подій. Ці токени можуть включати цифрові копії картин, 3D-моделі замків або церков, які туристи могли б "колекціонувати" після відвідування певних місць. Така система стимулюватиме туристів подорожувати по історичних об'єктах, щоб отримати ексклюзивні NFT, що підтверджують їхній візит.

Блокчейн дозволяє створювати унікальні цифрові квитки на основі NFT для відвідування історичних пам'яток чи культурних заходів. Ці NFT-квитки можуть бути не лише пропуском на подію або в музей, але й колекційним артефактом, який турист може зберігати як пам'ять про подорож. Вони також можуть включати інтерактивний контент — наприклад, доступ до ексклюзивних відеоматеріалів, аудіоекскурсій або додаткових туристичних маршрутів.

Туристичні агенції та культурні заклади можуть запроваджувати програми лояльності на блокчейні, де туристи зароблятимуть NFT або інші токени за відвідування певних місць або участь у подіях. Наприклад, відвідувачі можуть отримувати унікальні NFT як винагороду за подорож до кількох історичних об'єктів певного регіону. Згодом ці токени можна буде обмінювати на знижки, подарунки або інші бонуси в партнерських закладах або подорожах.

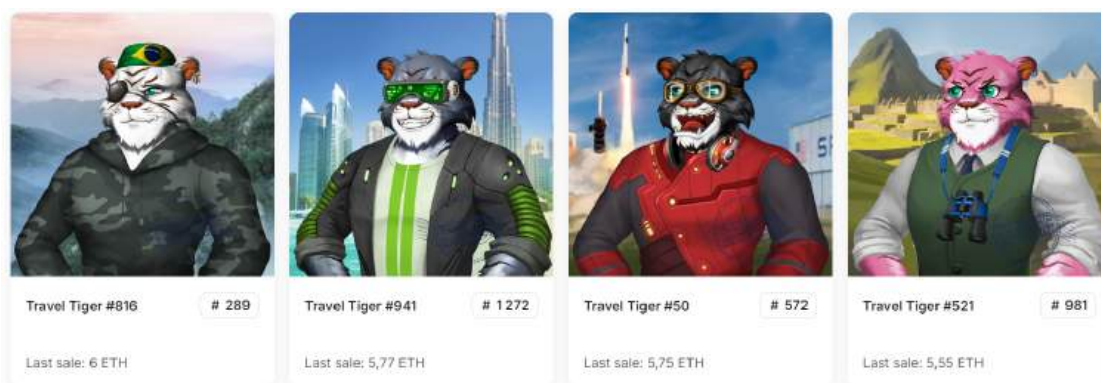


Рисунок 3.5. Travala - це онлайн-платформа для бронювання подорожей і провідне світове туристичне агентство, що працює на основі блокчейну. Платформа, мабуть, найбільш відома тим, що продає туристичні продукти з більш ніж 90 000 напрямків клієнтам, які бажають платити за допомогою криптовалюти, таких як біткойн, на додаток до більш традиційних методів, таких як кредитні та дебетові картки. Залучення бренду до технології блокчейн зробило його ідеально пристосованим для отримання вигоди від туристичного маркетингу NFT, і він зробив це за допомогою свого клубу «Travel Tiger». Члени клубу можуть придбати унікальну NFT і використовувати її як ключ для доступу до унікальних винагород «Розумний діамант», включаючи знижки, бонуси, призи та бонусні бали [43].

2 237 ETH	2,95 ETH	4 500 USDC	1%	770 (51%)
Total volume	Floor price	Best offer	Listed	Owners (Unique)

Рисунок 3.6. Фінансові показники з продажу NFT компанією Travala. На сьогоднішній день загальний об'єм фінансових операцій 2237 ETH = понад 5.5 млн \$ США [43].

З розвитком технологій віртуальної та доповненої реальності можна створювати віртуальні музеї чи копії реальних історичних об'єктів у метавсесвіті. У такій моделі туристи можуть придбати унікальні NFT, що підтверджують цифрову власність на віртуальні версії реальних історичних пам'яток або частин цих об'єктів. Наприклад, кожен може стати "власником" цифрової версії однієї з веж замку Любарта в Луцьку або навіть частини його стін.



Рисунок 3.7. На тижні моди Metaverse у Decentraland було представлено віртуальні моделі одягу та експонати від деяких великих імен у світі моди (Diesel, Coach, Dolce & Gabbana та інші) [44].

Блокчейн може гарантувати прозорість та автентифікацію інформації про історико-культурні об'єкти. За допомогою блокчейну можна зберігати дані про реставраційні роботи, власників, а також інші важливі аспекти історії об'єктів, що забезпечує збереження автентичності. Це може бути особливо важливо для

об'єктів, що мають велике культурне значення, адже історія їхнього існування буде захищена від спотворення.

Блокчейн і NFT мають значний потенціал у туристичній індустрії, особливо у сфері популяризації історико-культурних об'єктів. Вони можуть змінити підходи до взаємодії з туристами, забезпечити нові способи монетизації культурної спадщини та сприяти її збереженню.

3.4. Перспективи інтеграції іноземного досвіду у розвиток туризму Волині

Інтеграція іноземного досвіду у розвиток туризму Волині має великий потенціал, але разом із тим стикається з численними викликами, зокрема економічними, політичними та соціальними факторами. Волинь, як і інші регіони України, відчуває на собі вплив війни, корупції та низького рівня достатку населення, що суттєво обмежує можливості для реалізації амбітних туристичних проєктів. У цьому контексті, важливо критично оцінити можливості і ризики, пов'язані з інтеграцією іноземного досвіду в розвиток регіону.

Волинська область є одним із регіонів України з невисоким рівнем економічного розвитку та значними фінансовими труднощами. В умовах війни економічна ситуація ускладнилася ще більше, що обмежує можливості для інвестицій у туристичну інфраструктуру. Інтеграція іноземного досвіду, наприклад, створення сучасних туристичних комплексів або розробка нових туристичних маршрутів за європейськими стандартами, вимагає значних фінансових ресурсів.

Успішні приклади розвитку туризму за кордоном, наприклад, у Польщі, спираються на значні державні та приватні інвестиції, які часто підтримуються грантами ЄС. У Волині такої фінансової підтримки немає, тому залучення зовнішніх інвестицій виглядає складним завданням. Більшість іноземних

інвесторів розглядають Україну як високоризиковий ринок через нестабільну політичну ситуацію та корупцію. Крім того, низький рівень доходів населення обмежує внутрішній попит на туристичні послуги, що також знижує привабливість регіону для потенційних інвесторів.

Корупція залишається однією з найбільших проблем України, і Волинь не є винятком. Успішна реалізація іноземного досвіду у розвитку туризму часто залежить від співпраці між приватним сектором та державою. В Україні цей процес гальмується через корупційні схеми, складні бюрократичні процедури та відсутність прозорості. У європейських країнах, таких як Німеччина або Нідерланди, взаємодія між бізнесом і державою є більш ефективною та прозорою, що дозволяє швидше реалізовувати проекти. На Волині ж будь-який проект може зіткнутися з затримками, непрозорістю у виділенні землі чи дозвільних документів, що демотивує потенційних інвесторів.

Триваюча війна в Україні серйозно впливає на імідж країни у світі. Хоча Волинь є відносно безпечним регіоном у порівнянні з тими, що знаходяться на сході, загальна нестабільність та постійна військова загроза негативно впливають на готовність іноземних туристів відвідувати Україну. У багатьох західних країнах Україна асоціюється з конфліктом і небезпекою, що відлякує потенційних туристів. Крім того, багато громадян України мають зараз інші пріоритети, зосереджуючи свої зусилля на виживанні, а не на відпочинку чи подорожах.

Інфраструктура Волині, включаючи дороги, готелі, та туристичні об'єкти, залишається недостатньо розвиненою для приваблення іноземних туристів. У країнах Західної Європи, таких як Австрія чи Швейцарія, високий рівень інфраструктури є важливим чинником для розвитку туризму. У Волині ж багато історичних пам'яток потребують реконструкції, а дороги – ремонту. Відсутність сучасних транспортних сполучень та комфортних готелів також стримує потенційних іноземних відвідувачів. І хоча європейський досвід показує, як можна модернізувати інфраструктуру, це вимагає значних ресурсів

та довготривалих інвестицій, які поки що залишаються недосяжними для Волині.

Попри всі виклики, Волинь має значний потенціал для розвитку культурного та історичного туризму. Багатий історичний спадок регіону можна використати як основу для створення унікальних туристичних продуктів. Наприклад, замок Любарта в Луцьку чи численні релігійні споруди можуть приваблювати туристів, якщо інтегрувати іноземний досвід в організації екскурсій, маркетингу та управлінні туристичними об'єктами. В цьому контексті можна перейняти досвід таких країн, як Польща чи Чехія, які ефективно використовують свою культурну спадщину для залучення іноземних туристів.

Однак тут знову виникає питання фінансування і управління: для того, щоб історичні об'єкти стали привабливими для туристів, потрібна професійна підготовка кадрів, сучасні технології (наприклад, віртуальні тури) та інфраструктурна підтримка.

Ще однією перспективною галуззю є екотуризм, що активно розвивається в багатьох країнах. Волинь має унікальні природні ресурси, такі як Шацькі озера, що можуть стати основою для розвитку цього напрямку. В європейських країнах екотуризм є одним із популярних видів відпочинку, який підтримується державою та громадськими організаціями. Однак для успішної інтеграції такого досвіду на Волині потрібні інвестиції у розвиток інфраструктури (екологічні стежки, кемпінги) та підготовку екскурсоводів, що зараз є проблематичним через брак ресурсів.

Отже, інтеграція іноземного досвіду у розвиток туризму Волині можлива, але її перспективи наразі обмежені через низький рівень економічного розвитку, корупцію, війну та соціальну нестабільність. Регіон має значний потенціал для розвитку культурного та екотуризму, але його реалізація вимагає значних фінансових вкладень, інфраструктурних змін і покращення умов для інвестицій. Реальність така, що Волинь у поточних умовах не може дозволити собі масштабних проєктів з інтеграції іноземного досвіду без значної

зовнішньої підтримки, хоча у довгостроковій перспективі цей потенціал можна реалізувати за умов стабілізації ситуації в Україні та покращення економічних показників регіону.

РОЗДІЛ 4

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

4.1. Пропозиції щодо підвищення привабливості історико-культурних об'єктів

Враховуючи військові дії та їхній вплив на туристичний сектор, пропозиції щодо підвищення привабливості історико-культурних об'єктів Волинської області можуть включати адаптацію до сучасних умов, використання новітніх технологій і особливих можливостей, пов'язаних із нинішньою ситуацією.

Віртуальні екскурсії та онлайн-туризм можуть стати чудовою альтернативою для тих, хто не може відвідати історико-культурні об'єкти фізично через війну або інші обмеження. Ця ініціатива може також підвищити інтерес до Волині з боку міжнародної аудиторії. Наприклад, відео з 360-градусним оглядом Кожен ключовий історико-культурний об'єкт Волині можна зняти у форматі 360-градусного відео. Це дозволить туристам самостійно «подорожувати» замками, церквами та музеями, використовуючи комп'ютер або мобільні пристрої. Відео повинні включати інформацію про кожний об'єкт, його історію та цікаві факти.

Створення мобільного додатка або спеціальної вебплатформи, де користувачі можуть обрати об'єкт і відправитися в віртуальну подорож. Користувачі зможуть переміщатися між різними локаціями, переглядати відео, фотографії та читати додаткову інформацію. Додаток може включати різні мови для міжнародної аудиторії.

Важливим аспектом є наявність аудіогідів, які розповідатимуть історію об'єктів. Це можуть бути записані професійними екскурсоводами тури з поясненням найважливіших моментів про кожен історичний об'єкт.

Віртуальні екскурсії та онлайн-туризм, хоч і мають значний потенціал для залучення нових аудиторій, також мають свої недоліки. Одним із основних є обмежена емоційна залученість користувачів. Віртуальні тури не здатні повністю передати ті відчуття, які людина отримує при фізичному відвідуванні історичних місць. Цей аспект важливий для багатьох туристів, які прагнуть особисто доторкнутися до культурної спадщини. Ще одним вагомим недоліком є висока вартість розробки віртуальних екскурсій. Створення якісного контенту, інтерактивних додатків і 360-градусних відео потребує значних інвестицій, що може бути проблематично в умовах обмеженого фінансування під час війни. Також слід враховувати технічні обмеження потенційних користувачів – не всі мають доступ до сучасних гаджетів або стабільного інтернету, що обмежує кількість тих, хто зможе скористатися такими турами. Крім того, ринок віртуального туризму ще не є масовим, і хоча інтерес до таких технологій зростає, користувачі можуть не бути готові до значних витрат на подібні ініціативи без належного маркетингового просування. Волинь також зіткнеться з конкуренцією з іншими туристичними напрямками, де віртуальні тури вже добре розвинені.

Військово-історичний туризм може стати особливо привабливим у період війни, оскільки він поєднує сучасні військові події з історичними оборонними спорудами Волині. Такі тури зможуть не тільки підвищити інтерес до історії регіону, але й сприяти національній самосвідомості та патріотизму. Наприклад, історичні екскурсії по оборонних спорудах. Волинська область має багату історію оборони, яку можна інтегрувати в туристичні маршрути. Наприклад, Луцький замок, який грав ключову роль в обороні міста, може бути частиною тематичних екскурсій, присвячених середньовічним битвам та військовим тактикам того часу.

Створення музею, присвяченого історії війни та обороні Волині протягом століть, включаючи сучасні військові події. Експонати можуть включати артефакти, зброю, військову техніку та особисті історії тих, хто брав участь в обороні регіону у різні періоди.

Організація історичних реконструкцій боїв на території історичних пам'яток. Це можуть бути театралізовані події, в яких реконструктори в автентичних костюмах відтворюють старовинні битви, використовуючи реалістичні військові тактики та зброю. Такі заходи можуть привернути як внутрішніх туристів, так і міжнародних любителів історії.

Туризм військово-історичного спадку також має свої суттєві недоліки. Один із них – це можливість негативного психологічного сприйняття. Військовий туризм, особливо в часи активних бойових дій, може викликати у людей неприємні асоціації або відчуття страху. Для багатьох тема війни є занадто болючою, і не всі будуть готові відвідувати місця, пов'язані з військовими конфліктами, особливо під час реальної загрози. Крім того, туризм на військову тематику може бути сприйнятий як етична проблема. Деякі люди можуть вважати, що на темі війни робиться бізнес, що може викликати критику як в Україні, так і за її межами. Не варто забувати й про те, що міжнародні туристи, найімовірніше, побоюватимуться приїжджати до країни, де тривають військові дії, навіть якщо Волинь є відносно безпечним регіоном. Це зменшує потенційну рентабельність подібних туристичних ініціатив. Ще одним важливим фактором є тимчасова актуальність військового туризму. Після закінчення конфлікту інтерес до цього напрямку може знизитися, і регіону доведеться шукати нові шляхи розвитку туризму. Крім того, навіть у відносно спокійних регіонах ризик для безпеки туристів може залишатися високим, що створює додаткові труднощі для організації подібних турів.

Історико-культурні об'єкти Волинської області, особливо після війни, можуть стати більш привабливими за допомогою волонтерських програм і участі громади. Участь місцевих жителів у збереженні та розвитку своєї культурної спадщини має позитивні соціальні наслідки для всього регіону, а також зміцнює зв'язок із рідним краєм. Реконструкція пам'яток, догляд за історичними об'єктами та благоустрій навколишніх територій можуть бути центрами волонтерських програм. Незважаючи на обмежені ресурси для професійної реставрації, такі ініціативи сприяють збереженню історичної

спадщини. Використовуючи місцевих мешканців і навіть внутрішньо переміщених осіб (ВПО), волонтерські табори можуть сприяти соціальній інтеграції та відновленню емоційної стійкості на об'єктах, які потребують невідкладних робіт.

Благодійний фонд «Карітас-Волинь» відіграє важливу роль у таких проектах, оскільки він допомагає вразливим групам населення, особливо внутрішньо переміщеним особам, і допомагає їм адаптуватися та інтегруватися в нове середовище [46]. Фонд «Карітас-Волинь» може стати партнером у розробці волонтерських програм, спрямованих на підтримку соціальної та культурної сфери громади Волині, зокрема через проведення заходів, спрямованих на збереження культурної спадщини. Спільні ініціативи можуть включати соціальні проекти з реставрації історичних пам'яток або організацію культурно-освітніх заходів для громади, що сприятиме зміцненню соціальної єдності та залученню громади до збереження історії.

Культурно-гуманітарні ініціативи можуть стати ще одним важливим напрямком у підвищенні привабливості історико-культурних об'єктів Волині. Вони можуть поєднувати як благодійну, так і культурно-просвітницьку складову, спрямовану на підтримку місцевої громади та національної спадщини під час війни. Наприклад, можна організовувати благодійні мистецькі фестивалі або виставки, присвячені історії Волині та її культурі, де кошти, зібрані від учасників, спрямовуються на збереження історичних об'єктів або підтримку переселенців. Такі заходи можуть залучати як місцевих, так і національних митців, музикантів, художників, що додасть їм особливої цінності. Крім того, можна створити партнерства з міжнародними культурними фондами та організаціями, що дозволить залучити ресурси для відновлення і популяризації історико-культурної спадщини Волині на міжнародному рівні. Одним із напрямків таких ініціатив може бути проведення виставок, присвячених історії Волині, у великих містах України або за кордоном. Це допоможе не лише зібрати кошти на реставрацію об'єктів, але й підвищити обізнаність про культурне багатство регіону серед ширшої аудиторії. Також можна

організувати міжнародні програми культурного обміну, де митці з інших країн співпрацюватимуть з українськими митцями для створення спільних проєктів, інсталяцій або навіть реставраційних робіт на історичних об'єктах Волині. Такі гуманітарні ініціативи сприятимуть розвитку культурної дипломатії та формуванню позитивного іміджу регіону в очах світової спільноти.

Яскравою практикою є культурно-гуманітарні зв'язки між Україною та Вірменією мають багатовікову історію. Розвиток співробітництва України з Республікою Вірменія в культурно-гуманітарній сфері є однією з важливих складових загального спектру двосторонніх відносин [47].

Сьогодні це співробітництво здійснюється на основі низки підписаних міждержавних документів. Серед них можна виділити Угоду між Кабінетом Міністрів України і Урядом Вірменії про взаємне визнання і еквівалентність документів про освіту і вчені звання від 1 березня 2001 року, яка забезпечує визнання освітніх документів між країнами. У культурній сфері основним документом є Угода про культурне співробітництво між Урядом України та Урядом Республіки Вірменія від 5 серпня 1996 року, що сприяє активній взаємодії у сфері мистецтва, кіно, музеїв та бібліотек. Також важливим кроком для розвитку туристичних відносин стала Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Вірменія про співробітництво у галузі туризму від 19 липня 1999 року.

Додатково, між країнами існують домовленості на рівні міст-побратимів. Так, 28 липня 2000 року було укладено Договір про співробітництво між Одесою та Єреваном, а 1 березня 2001 року було підписано Угоду про встановлення побратимських зв'язків між містом Київ та містом Єреван. Ці домовленості сприяють проведенню культурних обмінів, а також створюють умови для розвитку освіти та науки.

Крім того, діють угоди про співробітництво між навчальними закладами, зокрема, Угода про співробітництво між Київським Національним Університетом імені Тараса Шевченка та Єреванським Державним

Університетом від 22 липня 1997 року, а також Договір про партнерство, співробітництво та науковий обмін між Національним технічним університетом України «Київський політехнічний інститут» та Державним інженерним університетом Вірменії від 26 січня 2004 року [47].

Посольство України в Республіці Вірменія активно підтримує культурні заходи, що організуються спільно з українською громадою та науковими і мистецькими колами Вірменії. Важливими складовими цієї співпраці є відзначення державних та релігійних свят, таких як День незалежності України, День вишиванки, День народження Тараса Шевченка, День Соборності України, а також меморіальні заходи, присвячені жертвам Голодомору та інших трагедій українського народу.

Останніми роками українсько-вірменські культурні зв'язки збагатилися низкою важливих подій. Так, у грудні 2023 року в Єревані відбулася презентація двомовної книги «Таїна слова» українського поета і політичного діяча Василя Куйбіди. У червні 2024 року голова адміністративного району Норк-Норк м. Єреван та Посол Вірменії в Україні відвідали м. Буча, обговорюючи перспективи співпраці та надаючи гуманітарну допомогу медичним закладам. 23 лютого 2024 року в Єревані пройшов арт-захід, що відзначав другу річницю від початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, та демонстрував злочини, скоєні проти українського народу. У квітні 2023 року за підтримки проєкту Першої леді України Олени Зеленської відкрито "Українську книжкову полицку" в Центральній бібліотеці Єревана, що поповнила бібліотечний фонд українськими книгами в перекладі [47].

4.2. Маркетингові стратегії для залучення туристів

Маркетингові стратегії для залучення туристів до Волинської області в умовах війни потребують адаптації до поточних умов та використання інноваційних підходів для підтримки туристичної привабливості регіону.

Цифровий маркетинг та використання соціальних мереж є надзвичайно важливими інструментами для залучення туристів до Волинської області в умовах війни. Оскільки багато людей активно використовують цифрові платформи для пошуку інформації, планування поїздок та взаємодії з іншими користувачами, присутність регіону в соціальних мережах стає ключовим елементом у формуванні позитивного іміджу та підтримці інтересу до місцевих туристичних пропозицій.

Основною метою цифрового маркетингу є створення інтерактивного та емоційного контенту, який привертатиме увагу потенційних туристів і викликатиме у них бажання відвідати Волинь. Одним із перших кроків є розробка стратегії контенту для таких платформ, як Facebook, Instagram, TikTok та YouTube. Важливо постійно публікувати високоякісні фото і відео, які показують найкрасивіші куточки області, такі як Луцький замок, Шацькі озера, старовинні церкви та монастирі. Також доцільно акцентувати увагу на природних ландшафтах, екотуризмі та спокійних зонах для відпочинку. Контент повинен бути не лише візуально привабливим, але й емоційним, щоб викликати у глядачів бажання особисто побачити ці місця.

Інший важливий аспект цифрового маркетингу — це використання таргетованої реклами. За допомогою інструментів рекламних платформ соціальних мереж можна налаштувати кампанії на конкретні аудиторії, наприклад, українських туристів, які шукають безпечні та цікаві варіанти для подорожей всередині країни. Використовуючи функцію геотаргетингу, реклама може бути спрямована на людей, які знаходяться у прилеглих регіонах або великих містах, що підвищує шанси залучення туристів.

Крім цього, варто залучати впливових осіб, блогерів та інфлюенсерів, які мають велику аудиторію. Вони можуть допомогти просувати Волинь як привабливий туристичний напрямок через власні платформи. Запрошення блогерів на екскурсії або співпраця з ними для створення контенту про історико-культурні пам'ятки, місцеву кухню та природні багатства регіону може значно підвищити інтерес до Волині серед їхніх підписників. Крім того, взаємодія з аудиторією через відповіді на коментарі, лайки та репости допомагає створити тісніший зв'язок між туристичним брендом Волині та потенційними відвідувачами.

Додатковим інструментом у цифровому маркетингу є використання віртуальних турів та онлайн-заходів. В умовах, коли фізичні відвідування можуть бути обмежені, віртуальні екскурсії за допомогою VR-технологій або звичайних онлайн-турів дозволяють туристам зануритися в атмосферу регіону, не покидаючи свого дому. Це може бути ефективним способом підтримки інтересу та спонукання туристів планувати реальні візити після нормалізації ситуації.

Стимулюючі акції та знижки, це ще один потужний інструмент для залучення туристів, особливо в періоди невизначеності або спаду. Важливо пропонувати туристам спеціальні умови, які мотивують їх на поїздки. Наприклад, можна організувати сезонні акції, знижки для перших відвідувачів після відновлення роботи туристичних об'єктів, або спеціальні пропозиції для сімейних туристів. Бонуси для постійних клієнтів, програми лояльності та пакети, що включають кілька видів послуг, також сприяють підвищенню зацікавленості.

Інший ефективний метод — проведення конкурсів і розіграшів у соціальних мережах. Наприклад, участь у розігріші безкоштовних квитків на екскурсію або знижок на проживання в місцевих готелях може викликати велику активність та зацікавленість з боку аудиторії. Це не лише підвищує впізнаваність бренду, але й створює додаткові стимули для туристів обирати саме Волинську область для свого відпочинку. Важливо також постійно

оновлювати та адаптувати акційні пропозиції відповідно до поточних умов, щоб вони залишалися актуальними та привабливими для цільової аудиторії.

Таким чином, цифровий маркетинг і стимулюючі акції в соціальних мережах є важливими складовими загальної стратегії залучення туристів до Волинської області, особливо в умовах воєнного часу. Вони дозволяють ефективно комунікувати з аудиторією, підтримувати інтерес до регіону та створювати позитивний імідж Волині як безпечного та цікавого туристичного напрямку.

Але, при реалізації таких програм потрібно враховувати низку негативних сторін і ризиків. По-перше, безпека залишається головним фактором. Якщо туристи вважають, що місце небезпечне для відвідування, навіть найкращі рекламні плани можуть не спрацювати. У ситуації, коли є постійна загроза військових дій або загроза обстрілів, витрати на рекламу можуть не принести очікуваного ефекту, оскільки більшість потенційних туристів просто побоїться приїжджати. Отже, у таких ситуаціях просування регіону може здатися неефективним або навіть непотрібним використанням державних коштів.

По-друге, етика також може стати перешкодою. Інвестування в туристичну інфраструктуру та рекламу може бути розцінено як розкіш або неважливе в умовах, коли країна стикається з економічними труднощами, гуманітарною кризою та втратами людей. Багато людей можуть вважати, що ці гроші повинні бути спрямовані на армію, відновлення зруйнованих територій або допомогу постраждалим сім'ям. Це може спричинити невдоволення серед населення та погіршити єдність соціальних груп.

По-третє, ніхто не знає, чи окупляться ці інвестиції в довгостроковій перспективі. У туристичних проектах зазвичай потрібен час для завершення та отримання фінансових вигод. Ці проекти можуть довго не приносити реального прибутку в умовах війни, коли ситуація нестабільна і неможливо передбачити, коли вона закінчиться. Без стабільного середовища та інфраструктури маркетингові витрати можуть призвести до марнування ресурсів.

Конкуренція з іншими регіонами також є проблемою. У випадку, якщо Волинська область витратить гроші на маркетингові кампанії, інші регіони України також розпочнуть такі ж кампанії, це створить конкуренцію для залучення внутрішніх туристів. Такі витрати не можуть сприяти значному збільшенню кількості туристів на Волині, якщо не буде розроблено чіткої стратегії для визначення унікальних переваг регіону.

Зрештою, будь-які плани можуть бути скасовані через непередбачуваність подальших військових дій. Всі інвестиції в просування туристичної інфраструктури будуть марними, якщо вона буде зруйнована або пошкоджена під час війни. У нинішніх умовах важливо ретельно оцінити ефективність інвестицій у рекламу туризму. З іншого боку, підтримка цієї галузі має потенціал для створення робочих місць, залучення інвестицій і сприяння економічному відновленню. Однак у випадку затяжної війни ці гроші можуть бути використані на більш важливі речі. Отже, короткострокові та довгострокові цілі повинні співпадати, особливо щодо безпеки та найважливіших державних завдань.

4.3. Формування бренду Волинської області як туристичного центру

Формування бренду Волинської області як туристичного центру може бути успішно реалізоване через розвиток гастрономічного туризму. Одним із найважливіших чинників для цього є потужний агропромисловий комплекс області, який не тільки забезпечує продовольчу безпеку регіону, але й створює сприятливі умови для демонстрації унікальних місцевих продуктів і страв. Волинь має розвинений аграрний сектор, зокрема виробництво зернових, технічних культур, картоплі, овочів та цукрових буряків, а також є лідером у м'ясо-молочному скотарстві (рисунок 4.1). Це відкриває широкі можливості для

створення гастрономічних турів, що зможуть представити туристам багатство смаків, властивих цьому регіону.

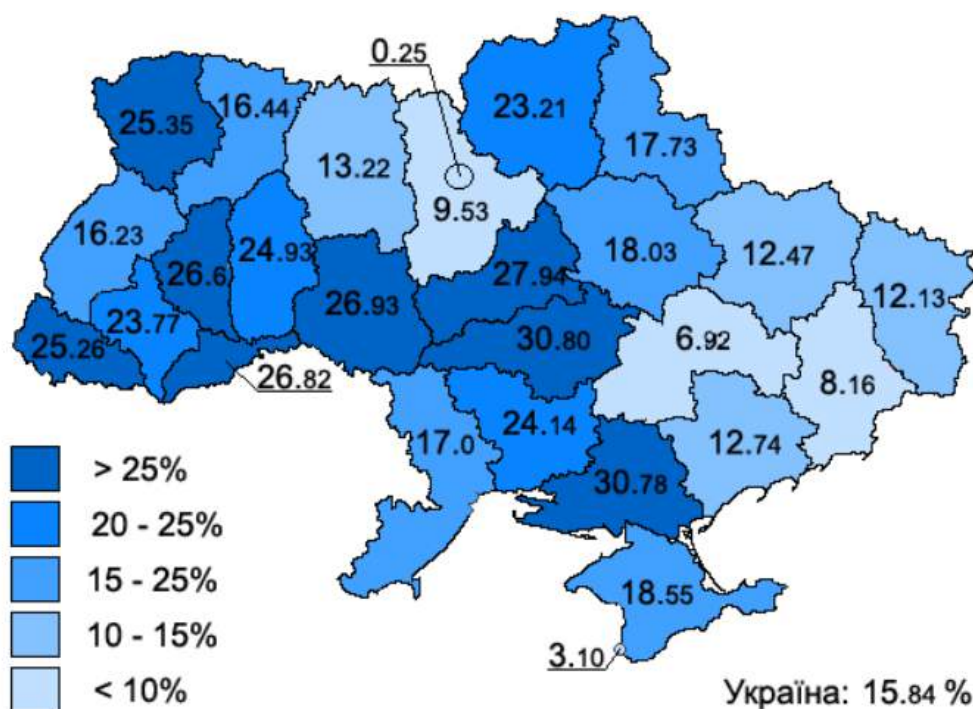


Рисунок 4.1. Частка населення України, зайнятого у галузях сільського та лісового господарства. Волинська область понад 25%.

Аграрний сектор займає значну частину економіки Волині, створюючи близько 20% валової доданої вартості області. Виробничі потужності сільськогосподарських підприємств і фермерських господарств дозволяють не лише постачати продукцію на місцевий ринок, але й активно експортувати її за кордон, що вже в 2023 році принесло 416,2 мільйони доларів США. Туристи могли б безпосередньо знайомитися з процесами виробництва місцевих продуктів, відвідуючи ферми та підприємства, де виробляється молочна продукція, м'ясо, зернові, овочі, а також долучатися до майстер-класів із приготування традиційних страв [48-49].

Розвиток гастрономічного туризму може стати основою формування бренду Волині, оскільки регіон пропонує продукти найвищої якості, які можуть бути представлені на внутрішньому та зовнішньому ринках. Успішне селекційно-племінне виробництво забезпечує високу якість м'ясо-молочних продуктів, що також є важливою складовою унікальної гастрономічної

пропозиції Волині. Крім того, популярність місцевої кухні може бути посилена завдяки активному використанню унікальних місцевих інгредієнтів, таких як овес, жито, картопля та цукрові буряки, що широко вирощуються в регіоні.

Додатково, розвиток сімейних фермерських господарств, яких у 2023 році було зареєстровано ще 26, сприятиме створенню нових кулінарних маршрутів та підвищенню туристичної привабливості регіону. Ці ферми можуть стати невід'ємною частиною туристичної інфраструктури, пропонуючи дегустації місцевих продуктів та інтерактивні екскурсії, що додатково зміцнить бренд Волині як регіону з багатою гастрономічною спадщиною [48-49].

Таким чином, гастрономічний туризм має великий потенціал для просування Волинської області на національному та міжнародному рівнях. Область вже має всі необхідні передумови для цього: розвинений агропромисловий комплекс, багаті культурні традиції та унікальні продукти, які можуть стати основою туристичних пропозицій.

Формування бренду Волинської області як туристичного центру також може базуватися на популяризації традиційних місцевих страв. Волинь — це регіон, де природа, історія та кулінарія поєднуються в єдину гармонію. Традиційні волинські страви є справжнім віддзеркаленням культурних та історичних впливів, що формували регіон протягом століть.

Серед найбільш популярних страв Волині можна виділити драгли, які є традиційним холодцем. Ця страва, що готується з м'яса свинини та кісток, завдяки тривалому варінню має насичений смак і чудову текстуру. Драгли зазвичай подаються на святкових столах, символізуючи важливість кулінарних традицій регіону [50].

Щука з хроном також є важливою частиною волинської кухні. Щука, спіймана в місцевих водоймах, маринується з хроном, який додає страві неперевершений аромат і легку гостроту. Це не лише смачна страва, але й символ зв'язку волинської кухні з природними ресурсами регіону [50].

Не можна оминати увагою й мачанку — традиційну страву на основі сушених грибів, яка відображає багатство волинських лісів. Сушені гриби

готуються з додаванням місцевих овочів та м'яса, що робить страву насиченою й багатогранною за смаком [50].

Грибна юшка є ще одним символом волинської кухні. Приготована зі свіжих або сушених грибів, ця страва втілює смак і аромат волинських лісів. Юшку часто подають з вершковим маслом або сметаною, що додає страві ніжності [50].

Формування бренду Волинської області як туристичного центру через гастрономічний туризм може бути успішно підкріплене реальними прикладами успішних брендів, що вже працюють у регіоні та зробили внесок у популяризацію місцевої продукції.

Одним із яскравих прикладів є компанія "Дмитрук", відомий український виробник м'ясної продукції, включаючи ковбаси, сосиски та м'ясні делікатеси. З 2007 року компанія постійно змінювала свої підходи, адаптуючись до потреб ринку та досліджуючи інновації у сфері харчової промисловості. Їхній фірмовий продукт — кабаноси — став популярним по всій Україні, що доводить потенціал Волині у виробництві високоякісної м'ясної продукції. Такий приклад демонструє, як місцевий бренд може стати частиною туристичної пропозиції регіону, пропонуючи гастрономічні тури з дегустаціями та майстер-класами [51-54].

Інший приклад — сімейний бізнес "Забіяка", що розпочався з невеликої мануфактури у Волині і виріс до відомого бренду м'ясних виробів. Завдяки участі у фестивалях і встановленню рекордів з виготовлення найбільших ковбас, цей бренд привернув увагу до волинської гастрономії не лише на регіональному, але й на національному рівні. Це чудовий приклад того, як родинні традиції можуть стати основою для формування успішного бізнесу, що приваблює туристів своєю автентичністю та якістю продукції [51-54].

Крафтова пивоварня "LUCHAN Brothers' Brewery", заснована у 2020 році, також зробила значний внесок у розвиток місцевої гастрономії. Перші у Луцьку виробники крафтового пива, вони поєднують класичні традиції пивоваріння з новаторськими підходами, що привернуло увагу не тільки місцевих жителів,

але й туристів. Їхні участі у фестивалях та акцент на якості продукції сприяють популяризації Волині як регіону з розвиненою гастрономічною культурою [51-54].

Бренд "Руна", який належить підприємству ПрАТ «Луцьк Фудз», спеціалізується на виробництві соусів, кетчупів, майонезів та інших приправ, що виготовляються за унікальними рецептами. Завдяки високим стандартам якості та екологічній упаковці, продукція цього бренду експортується у понад 15 країн світу. Це показовий приклад того, як волинські компанії можуть виходити на міжнародний рівень, просуваючи не лише продукцію, але й імідж регіону [51-54].

"ТМ Zeman", відома своєю продукцією пива, також внесла вагомий вклад у популяризацію регіонального виробництва. Завдяки модернізації виробництва та участі у місцевих фестивалях, цей бренд став популярним серед місцевих жителів та гостей міста, що сприяє розвитку туризму та формуванню регіонального бренду Волині [51-54].

Не можна не згадати про "Волинські солодоші", що спеціалізуються на виготовленні східних солодошів та шоколадних цукерок. Їхні продукти, виготовлені з використанням сухофруктів та натуральних інгредієнтів, стали відомими не лише в Україні, але й за її межами. Цей бренд демонструє, як місцеві традиції виробництва солодошів можуть бути використані для створення унікального туристичного продукту, який приваблює гостей своєю автентичністю [51-54].

Усі ці приклади доводять, що Волинь має потужний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, який може стати основою для формування сильного туристичного бренду регіону.

Також Волинська область має значний потенціал для розвитку фестивального туризму, враховуючи її багаті природні, історико-культурні ресурси та зручне географічне розташування. Фестивалі в регіоні можуть стати потужним інструментом залучення туристів, сприяючи популяризації регіону

як туристичного центру. Завдяки багатству різнопланових подій, Волинь щорічно привертає велику кількість відвідувачів.

Одним з найвідоміших фестивалів Волині є безалкогольний фестиваль «Бандерштат», що проходить неподалік Луцька в селі Рованці. Цей захід привертає увагу завдяки концертам популярних українських гуртів, таких як «Тартак», «Бумбокс», «Скрябін», «Один в каное» та «Kozak System». Крім музичної програми, фестиваль також пропонує різноманітні майстер-класи, спрямовані на популяризацію української мови, культури та патріотизму. Щороку цей захід збирає тисячі відвідувачів як з України, так і з-за кордону [55].

Іншим важливим заходом є Міжнародний джазовий фестиваль «Art Jazz Cooperation», що проводиться в Луцьку. Фестиваль об'єднує різні види мистецтва, такі як музика, фотографія, графіка та хореографія, створюючи унікальну атмосферу для поціновувачів джазу. Особливістю фестивалю є джем-сейшні, під час яких музиканти мають можливість імпровізувати на сцені, а також спілкуватися з аудиторією в неформальній обстановці [55].

Для любителів гастрономії одним з найбільш популярних фестивалів є Lutsk Food Fest, що відбувається у Замку Любарта. Цей захід збирає представників різних ресторанів та кафе, пропонуючи відвідувачам широкий вибір страв та напоїв. Додатково до гастрономічної програми фестиваль також включає різноманітні майстер-класи, конкурси та розважальні заходи для сімей [55].

Особливої уваги заслуговує арт-фестиваль «Ніч у Луцькому замку», який проходить на території історико-культурного заповідника «Старий Луцьк». Це дійство поєднує історію та сучасне мистецтво, пропонуючи відвідувачам майстер-класи з народної творчості, історичної реконструкції та музичні виступи відомих українських гуртів. Фестиваль створює атмосферу, яка переносить гостей у минуле, водночас даючи можливість насолоджуватися сучасними формами мистецтва [55].

Щорічний Фестиваль Пива і М'яса, який також проводиться в Луцьку, є ще одним важливим заходом для розвитку регіонального туризму. Під час фестивалю відвідувачі можуть скуштувати крафтове пиво від численних приватних пивоварень, а також насолодитися різними м'ясними стравами від найкращих майстрів кулінарії [55].

Окрім вищезгаданих заходів, Волинська область також є місцем проведення численних інших фестивалів, які відображають багатство її культурної спадщини. Серед них варто відзначити Міжнародний музичний фестиваль імені Ігора Стравінського "Стравінський та Україна", який приваблює шанувальників класичної музики. Також тут проходить Фестиваль середньовічної культури «Меч Луцького замку», який дає змогу зануритися в атмосферу середньовіччя. Історичний фестиваль «Волинська княжна» та Фестиваль середньовічного духу «Князівський бенкет» також є важливими подіями, що популяризують історичні традиції регіону [55].

До числа культурних заходів додається і Міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня», який збирає національні колективи для демонстрації традиційної культури. Фестиваль мистецтв «Пісні Великої Волині» відзначається своїм різноманіттям мистецьких жанрів, а Міжнародний фестиваль "Поліське літо з фольклором" привертає увагу етнографічними програмами та виступами фольклорних колективів. Також популярним є Фестиваль «Волинська Голландія», який знайомить гостей з історією та культурою голландської спільноти в регіоні. На завершення варто згадати про Міжнародний фестиваль-конкурс "Зіркові Хвилі Світязя", що об'єднує талановитих виконавців з різних країн, створюючи атмосферу творчого обміну [55].

Загалом, фестивальний туризм на Волині є перспективним напрямком розвитку, який може суттєво зміцнити туристичний потенціал регіону. Успішне проведення фестивалів не лише залучає туристів, але й сприяє економічному зростанню області.

ВИСНОВКИ

У рамках дипломної роботи "Використання іноземного досвіду для розвитку історико-культурного туризму Волинської області" було проведено комплексне дослідження, яке охоплює теоретичні засади історико-культурного туризму, сучасний стан туристичної галузі Волинської області, а також можливості використання іноземного досвіду для стимулювання розвитку цієї важливої сфери. Дослідження підтверджує важливість історико-культурного туризму для соціально-економічного розвитку регіонів, особливо тих, що мають багату культурну спадщину. Туризм не тільки сприяє збереженню історичних пам'яток, але й виступає потужним фактором економічного зростання, залучаючи інвестиції, сприяючи створенню нових робочих місць і підвищенню рівня життя місцевого населення. Волинська область має значний туристичний потенціал, який наразі залишається частково нереалізованим через низку факторів, таких як недостатній рівень розвитку інфраструктури, брак промоції та обмежені фінансові ресурси на реставрацію пам'яток.

У регіоні є численні історико-культурні об'єкти, серед яких виділяються Луцький замок (Замок Любарта), Олицький замок, численні сакральні споруди, монастирі та музеї. Луцький замок є однією з найвідоміших пам'яток Волині, щорічно залучаючи тисячі туристів. Водночас, як показало дослідження, багато з цих об'єктів потребують значних інвестицій для відновлення та реставрації. Наприклад, реставрація Замку Любарта потребує близько 15-20 мільйонів гривень, що дозволить не тільки зберегти архітектурну спадщину, але й підвищити його туристичну привабливість. Крім того, замок є важливим місцем проведення фестивалів і культурних заходів, таких як фестиваль середньовічної культури "Луцький замок", що приваблює туристів з усієї України та з-за кордону.

Порівняння з іноземним досвідом показало, що країни, які успішно використовують свої історичні та культурні об'єкти для розвитку туризму, не тільки залучають мільйони туристів щорічно, але й отримують значні фінансові

надходження. Наприклад, у Великобританії Лондонський Тауер щорічно відвідують понад 2,9 мільйона туристів, що генерує дохід у розмірі приблизно 100 мільйонів фунтів стерлінгів. В Італії Колізей приносить дохід понад 45 мільйонів євро на рік, приймаючи близько 7 мільйонів відвідувачів. Такий іноземний досвід можна адаптувати у Волинській області, використовуючи сучасні технології та інноваційні підходи для популяризації туристичних об'єктів. Зокрема, можна запровадити QR-коди для самостійних екскурсій, інтерактивні віртуальні тури, а також активніше використовувати соціальні мережі для просування туристичного потенціалу регіону.

Одним із головних висновків є те, що розвиток інфраструктури є ключовим фактором успіху для історико-культурного туризму в регіоні. У Волинській області наразі функціонує 152 готелі, 7 санаторіїв, 17 музеїв, проте цього недостатньо для забезпечення зростаючого потоку туристів. Необхідно вдосконалювати транспортну доступність, розширювати кількість готельних закладів і створювати додаткові туристичні об'єкти, такі як автокемпінги, веломаршрути та спеціалізовані інформаційні центри. За даними дослідження, інвестиції в туристичну інфраструктуру Волині можуть досягати понад 500 мільйонів гривень у найближчі п'ять років, що дозволить не тільки покращити якість туристичних послуг, але й сприятиме залученню іноземних туристів.

Особлива увага приділяється перспективам інтеграції іноземного досвіду в розвиток історико-культурного туризму Волині. Європейські країни, такі як Італія, Франція, Польща, активно залучають місцеві громади до туристичної діяльності через підтримку ремесел, гастрономії та культурних заходів. Для Волинської області це означає можливість розвитку гастрономічного та етнографічного туризму, що допоможе не лише зберегти автентичну культуру регіону, але й підвищити його економічну привабливість. Наприклад, розвиток гартотуризму, заснованого на місцевих традиційних стравах, таких як гартаначка, може стати додатковим фактором залучення туристів.

З огляду на сучасну ситуацію, коли війна в Україні наклала свій відбиток на туристичну галузь, особливо важливо розробити стратегії відновлення

туризму в поствоєнний період. Дослідження показує, що впровадження міжнародного досвіду може стати ефективним інструментом для швидкого відновлення туристичної галузі Волині після війни. Відновлення історичних об'єктів, покращення інфраструктури, активна промоція регіону на міжнародному рівні можуть забезпечити стабільний приплив туристів та інвестицій. Прогнозується, що після стабілізації ситуації кількість туристів у Волинській області може зрости до 500 тисяч осіб на рік, що матиме позитивний вплив на економіку регіону.

Отже, результати дослідження підтверджують значний потенціал Волинської області для розвитку історико-культурного туризму. Впровадження іноземного досвіду та адаптація успішних міжнародних практик дозволять підвищити конкурентоспроможність регіону на міжнародному туристичному ринку, забезпечити його сталий розвиток та сприяти соціально-економічному відновленню після війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колотуха О.В. Історико-культурний туризм / Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник). — Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://geohub.org.ua/node/1340> (дата звернення: 14.09.2024).
2. Armin Mikos von Rohrscheidt. Культурний туризм. Феномен, потенціал, перспектива. Гнезно: КМБ Друк, 2008. ISBN 978-83-61352-00-6.
3. Karolina Buczkowska. Культурний туризм — спадщина, мистецтво та творчість. Познань: Вид. Університет фізичного виховання в Познані, 2011.
4. Кудінова І. П., Терзі С. М. Національний університет біоресурсів і природокористування України, кафедра готельно-ресторанної справи та туризму. Культурна спадщина – бренд туристичної України // Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://doi.org/10.23939/semi2023.02>. (дата звернення: 14.09.2024).
5. Wikipedia. World Tourism Rankings // Електронний ресурс. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings (дата звернення: 14.09.2024).
6. OECD. Tourism in the Economy and Outlook for Recovery in Spain // OECD iLibrary. — Електронний ресурс. — Режим доступу: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_fbfbf269-en.
7. Wikipedia. Tourism in Italy // Електронний ресурс. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Italy (дата звернення: 14.09.2024).
8. France.fr. Official French Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.france.fr/en> (дата звернення: 14.09.2024).

9. Poland Travel. Official Polish Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.poland.travel/en/> (дата звернення: 14.09.2024).
10. Wikipedia. Tourism in China // Електронний ресурс. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_China (дата звернення: 14.09.2024).
11. Japan Travel. Official Japanese Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.japan.travel/en/us/> (дата звернення: 14.09.2024).
12. Wikipedia. Tourism in the United States // Електронний ресурс. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_the_United_States (дата звернення: 14.09.2024).
13. Visit Mexico. Official Mexican Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://visitmexico.com/eng/home-2/> (дата звернення: 14.09.2024).
14. Australia.com. Official Australian Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.australia.com/en> (дата звернення: 14.09.2024).
15. Tourist Egypt. Official Egyptian Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.touristegypt.com/> (дата звернення: 14.09.2024).
16. Visit Morocco. Official Moroccan Tourism Website // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.visitmorocco.com/en> (дата звернення: 14.09.2024).
17. Кравчук П. А. Книга рекордів Волині. — Луцьк, 2005.
18. Wikipedia. Свято-Троїцький собор (Луцьк) // Електронний ресурс. — Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Свято-Троїцький_собор_\(Луцьк\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Свято-Троїцький_собор_(Луцьк)) (дата звернення: 14.09.2024).
19. Wikipedia. Собор святих Петра і Павла (Луцьк) // Електронний ресурс. — Режим доступу:

[https://uk.wikipedia.org/wiki/Собор_святих_Петра_і_Павла_\(Луцьк\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Собор_святих_Петра_і_Павла_(Луцьк))
(дата звернення: 14.09.2024).

- 20.Старий Луцьк. Архів оригіналу за 26 березня 2012.
- 21.Золочів // «Галицька брама». — № 1—2 (145–146).
- 22.Офіційний сайт монастиря // Святогорський Успенський Зимненський ставропігійний монастир. — Електронний ресурс. — Режим доступу: zumne.org.
- 23.Скрипник П., Грузін Д. Лесі Українки Літературно-меморіальні музеї // Енциклопедія історії України: у 10 т. — Т. 6. Ла — Мі. — К.: Наукова думка, 2009. — С. 128. — ISBN 978-966-00-1028-1.
- 24.Волинські новини. Історія луцьких бернардинів: барокове минуле Собору Святої Трійці // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.volynnews.com/news/society/istoriia-lutskykh-bernardyniv-barokove-mynule-soboru-sviatoyi-triytsi-/>.
- 25.Шовчко Вікторія. Собор Різдва Христового у Володимирі-Волинському.
- 26.Магдиш Ірина. Любомль і околиці // Шляхами Волині. Архів оригіналу за 5 вересня 2016.
- 27.Денисюк В. Луцьку — 920 років: історико-краєзнавчі нариси. — Луцьк, 2005.
- 28.Електронний доступ: <file:///C:/Users/Denis/Downloads/Hataliak-Turystychna-infrastuktura-Volyns-kokh-oblasti.pdf>.
- 29.Електронний ресурс: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/2513/2517>.
- 30.Географія ЛНУ. Розвиток туризму в історичних населених місцях Волинської області // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/03/Hataliak-Rozvytok-turyzmu-v-istorychnykh-naselenykh-mistsiyakh-Volyns-koi-oblasti.pdf>.

31. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://voladm.gov.ua/article/strategiya-rozvitku-volinskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>.
32. Wikipedia. Список музеїв Волинської області // Електронний ресурс. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_музеїв_Волинської_області (дата звернення: 24.09.2024).
33. Visit Britain. Tower of London statistics // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.visitbritain.org/> (дата звернення: 25.09.2024).
34. Historic Royal Palaces. Tower of London Financial Report 2017-2021 // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.hrp.org.uk/#gs.fjvsaa> (дата звернення: 25.09.2024).
35. Versailles Official Website. Tourist Statistics 2017-2021 // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.chateauversailles.fr/> (дата звернення: 25.09.2024).
36. Italian Ministry of Cultural Heritage and Activities. Colosseum Visitors Report 2017-2021 // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.beniculturali.it/> (дата звернення: 25.09.2024).
37. Norwegian Museum Association. Visitor Numbers and Financial Reports // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://norskfolkemuseum.no/> (дата звернення: 25.09.2024).
38. Statistics Norway. Tourism Data and Museum Visits // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.ssb.no/> (дата звернення: 25.09.2024).
39. OSCE. Guidebook on Standards for Drafting Cultural Heritage Management Plans, July 2020 // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.osce.org/files/f/documents/2/d/461188.pdf> (дата звернення: 25.09.2024).

40. Etalpykla Lituania. Academic Paper on Cultural Heritage Management // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://etalpykla.lituanistika.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2014~1582010382600/J.04~2014~1582010382600.pdf> (дата звернення: 10.10.2024).
41. Google Arts and Culture. The British Museum // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://artsandculture.google.com/partner/the-british-museum> (дата звернення: 10.10.2024).
42. Hromadske. American Scientists Reconstruct Ancient Mesopotamian Texts Using Neural Networks // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://hromadske.ua/ru/posts/amerikanskie-uchenye-vosstanovili-fragmenty-drevnih-mesopotamskih-tekstov-v-etom-pomogla-nejroset> (дата звернення: 10.10.2024).
43. OpenSea. Travel Tiger Club Collection // Электронний ресурс. — Режим доступу: [https://opensea.io/collection/travel-tiger-club-travala?search\[sortAscending\]=false&search\[sortBy\]=LAST_SALE_PRICE](https://opensea.io/collection/travel-tiger-club-travala?search[sortAscending]=false&search[sortBy]=LAST_SALE_PRICE) (дата звернення: 10.00.2024).
44. Metaverse Fashion Week. Official Website // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://mvfw.org/> (дата звернення: 10.10.2024).
45. Blockchain Research Institute. An Intro to Blockchain and NFTs // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.blockchainresearchinstitute.org/an-intro-to-blockchain-and-nfts/> (дата звернення: 10.10.2024).
46. Карітас-Волинь. Офіційний сайт // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://caritas-volyn.com/> (дата звернення: 10.10.2024).
47. Міністерство закордонних справ України. Культурно-гуманітарне співробітництво між Україною та Вірменією // Электронний ресурс. — Режим доступу: <https://armenia.mfa.gov.ua/ukrayina-respublika-virmeniya/388-kulyturno-gumanitarne-spivrobotnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-virmenijeju> (дата звернення: 10.10.2024).

48. Волинська обласна державна адміністрація. Волинь – аграрний регіон // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://invest.volyn.ua/ua/Volin-agrarna.html> (дата звернення: 10.10.2024).
49. Департамент агропромислового розвитку Волинської області. Соціально-економічний розвиток АПК у 2023 році // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://agrovolyn.gov.ua/article/socialno-ekonomichnyu-rozvytok-apk-u-2023-roci#:~:text=%D0%97%D0%B0%202023%20%D1%80%D1%96%D0%BA%D1%83%20%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%97%20%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8,%E2%80%93%2029%2C6%20%D0%BC%D0%BB%D0%BD%20%D0%B4%D0%BE%D0%BB> (дата звернення: 10.10.2024).
50. День Луцька. Волинські страви // Електронний ресурс. — Режим доступу: https://lutsk-day.com/volyn-dishes/#google_vignette (дата звернення: 10.10.2024).
51. Конкурент. Найпопулярніші в області волинські бренди // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://konkurent.ua/publication/14567/najpopulyarnishi-v-oblasti-volinski-brendi/> (дата звернення: 10.10.2024).
52. Конкурент. Пиво, ковбаса, корсети: топ відомих брендів з Луцька // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://konkurent.ua/publication/143037/pivo-kovbasa-korseti-top-vidomih-brendiv-z-lutska/> (дата звернення: 10.10.2024).
53. Kompas. Продукти харчування Волинської області // Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://ua.kompass.com/a/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%B8-%D1%85%D0%B0%D1%80%D1%87%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0>

%BD%D0%BD%D1%8F/03/r/%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%B8%
D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-
%D0%BE%D0%B1%D0%BB/ua_ua07/ (дата звернення: 10.10.2024).

54. Луцьк-Онлайн. Анонси фестивалів на Волині // Електронний ресурс.
— Режим доступу: <https://lutsk-online.com/events/festival/> (дата
звернення: 10.10.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А. Список пам'яток архітектури національного значення Волинської області нараховує 203 об'єкти [Державний реєстр національного культурного надбання].

№ п/п	Найменування пам'ятки	Датування	Місцезнаходження	Охоронний номер та номер у комплексі
місто Луцьк				
774	Замок (Верхній) (мур.):	к.13 ст.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 0
775	В'їзна (Надбрамна) башта	к.13 ст.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 1
776	Башта Стирова (Свидригайла) (мур.)	14 - 15 ст.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 2
777	Владича башта (мур.)	13 - 15 ст.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 3
778	Замкові мури (мур.)	к.13 - п.15 ст.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 4
779	Житловий будинок "Шляхетський" (мур.)	1789 р.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 5
780	Житловий будинок "Єпископський" (мур.)	1814 р.	вул.Кафедральна, 1а	75 / 6
781	Монастир бернардинів (мур.)	1752 р. - п.20 ст.	вул.Лесі Українки, 60	76 / 0
782	Троїцький кафедральний собор (костел монастиря бернардинів) (мур.)	1752-1755 рр.	вул.Лесі Українки, 60	76 / 1
783	Келії (мур.)	1752 - 1755 рр.	пр.Волі, 2	76 / 2
784	Брама (мур.)	1876 р.	вул.Лесі Українки, 60	76 / 3
785	Монастир єзуїтів (мур.):	1606 - 1610 рр.	вул.Кафедральна, 6	77 / 0
786	Петропавлівський костел (мур.)	1606 - 1610 рр.	вул.Кафедральна, 6	77 / 1
787	Дзвіниця (мур.)	1539 р.	вул.Кафедральна, 17	77 / 2

788	Келії (мур.)		вул.Кафедральна, 6	77 / 3		
789	Покровська церква (мур.)	1606 - 1610 рр.	вул. Д. Галицького, 12	78 / 0		
790	Здвиженська церква (мур.)	1619 - 1888рр.	вул.Д.Галицького, 2	79 / 0		
791	Монастир домініканів (мур.):	П.18 ст.	вул.Драгоманова, 26	80 / 0		
792	Келії монастиря домініканів (мур.)	п.18 ст.	вул.Драгоманова, 26	80 / 1		
793	Монастир тринітаріїв (мур.)	1729 р.	вул.Сенаторки Левчанівської, 4	81 / 0		
794	Житловий будинок (мур.)	16 - 17 ст.	вул.Братковського, 35	82 / 0		
795	Монастир василіан (мур.)	1647 р.	вул.Кондзелевича, 5	83 / 0		
796	Монастир бригіток (мур.)	1624 р.	вул.Кафедральна, 16	1005 / 0		
797	Монастир шариток (мур.)	18 - 19 ст.	вул.Кафедральна, 17, 19	1006 / 0		
798	Житловий будинок Пузини (мур.)	16 - 18 ст.	вул.Кафедральна, 23	1007 / 0		
799	Синагога (мур.)	к.14 ст. - 1629 р.	вул.Д.Галицького, 19	1008 / 0		
800	Житловий будинок (мур.)	17 - 19 ст.	вул.Пушкіна, 2	1009 / 0		
801	Башта оборонна князів Чорторійських з муром (мур.)	14 - 15 ст.	Старе місто	1010 / 0		
Володимир-Волинський район						
м.Володимир-Волинський						
802	Комплекс Успенського собору (мур.):	12 - 17 ст.	вул.Князя Всеволода, 1	84 / 0		
803	Успенський собор (Мстиславів храм) (мур.)	1156 р.	вул.Князя Всеволода, 1	84 1		

804	Будинок з дзвіницею (мур.)	1494 р.	вул.Князя Всеволода, 1	84 / 2
805	Мури з брамами (мур.)	17 ст.	вул.Князя Всеволода, 1	84 / 3
806	Василівська церква (мур.)	к.13 ст.	вул.Василівська, 30	85 / 0
807	Костел Йоакима і Анни (мур.)	1752 р.	вул.Героїв, 1	86 / 0
808	Миколаївська церква (мур.)	1780 р.	вул.Миколаївська, 1а	1011 / 0
809	Костел Розіслання Апостолів (мур.)	1766 р.	вул.Миколаївська, 20	1012 / 0
810	Земляні вали замку	10 - 14 ст.	вул.Соборна, 2	1013 / 0
811	Святогірський Успенський монастир (мур.) :	15 - 20 ст.	с.Зимне	88 / 0
812	Успенський собор з печерами (мур.)	1495 - 1550 рр.	с.Зимне	88 / 1
813	Оборонні мури з баштами (мур.)	15 - 16 ст.	с.Зимне	88 / 2
814	Троїцька церква (мур.)	1567 р.	с.Зимне	88 / 3
815	Трапезна (мур.)	15 - 16 ст.	с.Зимне	88 / 4
816	Надбрамна дзвіниця (мур.)	1898 р.	с.Зимне	88 / 5
817	Школа (мур.)	1899 р.	с.Зимне	88 / 6
818	Миколаївська церква (дер.)	1601 р.	с.Зимне	91 / 0
819	Петропавлівська церква (дер.)	1783 р.	с.Новосілки	1014 / 0
820	Михайлівська церква (дер.)	1770 р.	с.Хмелів	1015 / 0
821	Церква Різдва Святої Богородиці (дер.)	1791 р.		
Горохівський район				
821	Троїцький костел (мур.)	1765 р.	м. Берестечко	98 / 1
822	Дзвіниця Троїцького костелу (мур.)	18 ст.	м. Берестечко	98 / 2

823	Каплиця Св.Теклі (мур.)	17 ст.	м. Берестечко	99 / 0
824	Миколаївська церква (дер.)	1678 р.	м. Борочиче	100 / 0
825	Покровська церква (дер.)	1725 р.	с. Брани	1016 / 0
826	Здвиженська церква (дер.)	1782 р.	с. Вільхівка	101 / 1
827	Дзвіниця Здвиженської церкви (дер.)	1782 р.	с. Вільхівка	101 / 2
828	Преображенська церква (дер.)	1765 р.	с. Квасів	102 / 1
829	Дзвіниця Преображенської церкви (дер.)	1765 р.	с. Квасів	102 / 2
830	Георгіївська церква (дер.)	1861 р.	с. Кутрів	103 / 1
831	Дзвіниця Георгіївської церкви (дер.)	1761 р.	с. Кутрів	103 / 2
832	Миколаївська церква (дер.)	1638 р.	с. Охлопів	105 / 0
833	Ганнозачатіївська церква (дер.)	17 ст.	с. Підбереззя	106 / 1
834	Дзвіниця Ганнозачатіїв-ської церкви (дер.)	17 ст.	с. Підбереззя	106 / 2
835	Михайлівська церква (дер.)	1856 - 1779 рр.	с. Ржищів	107 / 1
836	Михайлівська дерква (дер.)	1783 р.	с. Смолява	1017 / 0
Іваничівський район				
837	Богородицька церква (дер.)	1766 р.	с.Бужковичі	87 / 1
838	Дзвіниця Богородицької церкви (дер.)	18 ст.	с.Бужковичі	87 / 2

839	Здвиженська церква (дер.)	1779 р.	с.Колона	1018 / 0
840	Церква Св.Параскеви (мур.)	1778 р.	с.Милятин	1019 / 0
841	Церква Різдва Богородиці (дер.)	1713 р.	с.Мовники	92 / 0
842	Комплекс Успенської церкви (зміш.):	17 ст.	с.Низкиничі	93 / 0
843	Успенська церква (мур.)	1653 р.	с.Низкиничі	93 / 1
844	Дзвіниця Успенської церкви (дер.)	17 ст.	с.Низкиничі	93 / 2
845	Мур (дер.)	17 ст.	с.Низкиничі	93 / 3
846	Миколаївська церква (дер.)	1773 - 1778 рр.	с.Стара Лішня	96 / 0
847	Успенська церква (дер.)	1784 р.	с.Стара Лішня	1020 / 0
Камінь-Каширський район				
848	Церква Різдва Богородиці (дер.)	1723 р.	вул.Воля, 107	108 / 0
849	Іллінська церква (дер.)	1700 - 1886 рр.	вул.Воля, 3	1021 / 0
850	Михайлівська церква (дер.)	1742 р.	с.Верхи	110 / 0
851	Церква Різдва Богородиці (дер.)	1737 р.	с.Видерта	1022 / 0
852	Михайлівська церква (дер.)	1775 р.	с.Грудки (кол.Ольбле-Руське)	111 / 1
853	Дзвіниця Михайлівської церкви (дер.)	1882 р.	с.Грудки (кол.Ольбле-Руське)	111 / 2
854	Успенська церква (дер.)	1795 р.	с.Запруддя	1023 / 0
855	Успенська церква	1589 р.	с.Качин	112 / 0

	(дер.)			
856	Стрітенська церква (дер.)	1642 р.	с.Михнівка	113 / 1
857	Преображенська церква (дер.)	1600 р.	с.Нуйно	114 / 0
858	Церква Св.Параскеви (дер.)	1777 р.	с.Осівці (кол.Ольбле-Лядське)	1024 / 0
859	Михайлівська церква (дер.)	1790 р.	с.Хотешів	1025 / 0
Ківерцівський район				
860	Комплекс колегіати (мур.):	17 ст.	сmt.Олика	116 / 0
861	Троїцький костел (колегіата) (мур.)	1635 - 1640 рр.	сmt.Олика	116 / 1
862	Дзвіниця (мур.)	1650 р.	сmt.Олика	116 / 2
863	Мури з баштами і брамами (мур.)	1650 р.	сmt.Олика	116 / 3
864	Замок Радзивіллів (мур.)	1564 р.	сmt.Олика	117 / 0
865	Петропавлівський костел (мур.)	1450 - 1612 рр.	сmt.Олика	118 / 0
866	В'їзна (Луцька) брама міських укріплень (мур.)	30-ті рр. 17 ст.	сmt.Олика	1026 / 0
867	Миколаївський монастир (мур.):	1703 р. - 18 ст.	с.Жидичин	119 / 0
868	Миколаївська церква (мур.)	1723 р.	с.Жидичин	119 / 1
869	Дзвіниця (мур.)	18 ст.	с.Жидичин	119 / 2
870	Будинок єпископа (мур.)	1723 р.	с.Жидичин	119 / 3
871	Стрітенська церква та дзвіниця (мур.):	1784 р.	с.Залісоче	120 / 0

872	Стрітенська церква (мур.)	1784 р.	с.Залісоче	120 / 1
873	Дзвіниця Стрітенської церкви (дер.)	1806 р.	с.Залісоче	120 / 2
874	Михайлівська церква (дер.)	1770 р.	с.Липне	122 / 1
875	Дзвіниця Михайлівської церкви (дер.)	к.19 ст.	с.Липне	122 / 2
876	Михайлівська церква (дер.)	1776 р.	с.Макаревичі	123 / 1
877	Дзвіниця Михайлівської церкви (дер.)	1776 р.	с.Макаревичі	123 / 2
878	Покровська церкви (дер.)	1810 р.	с.Метельне	124 / 1
879	Дзвіниця Покровської церкви (дер.)	к.19 ст.	с.Метельне	124 / 2
Ковельський район				
880	Костел Св. Михайла (мур.)	1711 - 1728 рр.	смт.Голоби	140 / 0
881	Садиба (мур.):	18 - п.19 ст.	смт.Голоби	1027 / 0
882	Садибний будинок (мур.)	п.20 ст.	смт. Голоби	1027 / 1
883	В'їзна брама (мур.)	18 ст.	смт. Голоби	1027 / 2
884	Георгіївська церква (мур.)	1783 р.	смт. Голоби	1028 / 1
885	Дзвіниця Георгіївської церкви (дер.)	18 ст.	смт. Голоби	1028 / 2
886	Дмитрівська церква (дер.)	1567 р.	с.Гішин	1029 / 0
887	Успенська церква (мур.)	1769 р.	с.Доротище	129 / 1
888	Дзвіниця Успенської церкви (дер.)	п.19 ст.	с.Доротище	129 / 2
889	Михайлівська церква (дер.)	1710 р.	с.Дроздні	130 / 0
Локачинський район				

890	Михайлівська церква (мур.)	1787 р..	с.Великий Окорськ	1030 / 1
891	Дзвіниця Михайлівської церкви (зміш.)	к.18 ст.	с.Великий Окорськ	1030 / 2
892	Костел Св.Трійці (мур.)	1642 р.	с.Затурці	1031 / 0
893	Комплекс Михайлівської Церкви (мур.):	1632 - 1677 рр.	с.Кисилин	89 / 0
894	Михайлівська церква (мур.)	1632 - 1677 рр.	с.Кисилин	89 / 1
895	Дзвіниця (мур.)	сер.17 ст.	с.Кисилин	89 / 2
896	Мур з брамою (мур.)	сер.17 ст.	с.Кисилин	89 / 3
897	Церква Св.Луки (дер.)	1788 р.	с.Сірнички	144 / 0
Луцький район				
898	Михайлівська церква (мур.)	1636 р.	с.Білосток	142 / 0
899	Комплекс церкви Різдва Богородиці (мур.):	1785 - 1869 рр.	с.Воротнів	1032 / 0
900	Церква Різдва Богородиці (мур.)	1785 р.	с.Воротнів	1032 / 1
901	Дзвіниця церкви Різдва Богородиці	1869 р.	с.Воротнів	1032 / 2
902	Мур з брамою (мур.)	1869 р.	с.Воротнів	1032 / 3
903	Здвиженська церква (мур.)	1777 р.	с.Коршів	1033 / 1
904	Мур з брамою (мур.)	к.18 ст.	с.Коршів	1033 / 2
905	Михайлівська церква (дер.)	1771 р.	с.Несвіч	104 / 1
906	Дзвіниця Михайлівської церквим (мур.)	1771 р.	с.Несвіч	104 / 2
907	Покровська церква (мур.)	1745 р.	с.Піддубці	125 / 1
908	Мур з брамою (мур.)	1745 р.	с.Піддубці	125 / 2

909	Миколаївська церква (дер.)	1743 р.	с.Смолигів	1034 / 1	
910	Дзвіниця Миколаївської церкви (дер.)	18 - 20 ст.	с.Смолигів	1034 / 2	
911	Церква Св.Луки (дер.)	1795 р.	с.Усичі	1035 / 0	
912	Успенська церква (дер.)	1780 р.	с.Шепель	146 / 0	
Любешівський район					
913	Келії монастиря піарів (мур.)	1684 р.	Любешів, вул.Незалежності, 54	1036 / 0	
914	Любешів, В'їзна брама садиби (мур.)	18 ст.	вул.Бондаренка, 77	1037 / 0	
915	Йоасафівська церква (дер.)	1769 р.	с.Бірки	1038 / 0	
916	Успенська церква (дер.)	1779 р.	с.Велика Глуша	1039 / 0	
Любомльський район					
917	Георгіївська церква (мур.)	1264 р.	вул.Незалежності, 12	132 / 0	
918	Костел Св. Трійці (мур.)	1412 р.	вул.Самохіна, 16	133 / 1	
919	Дзвіниця костелу Св. Трійці (мур.)	1640 р.	вул.Самохіна, 16	133 / 2	
920	Палац Браницьких (мур.)	к.18 ст.	вул.1-го Травня, 1	1040 / 0	
921	Троїцька церква (мур.)	1841 р.	сmt.Головне	1041 / 1	
922	Надбрамна дзвіниця Троїцької церкви (мур.)	1841 р.	сmt.Головне	1041 / 2	
923	Дмитрівська церква (дер.)	1674 р.	с.Згорани	136 / 1	
924	Дзвіниця Дмитрівської церкви (дер.)	1674 р.	с.Згорани	136 / 2	
925	Церква Іоана Богослова (мур.)	1777 р.	с.Штунь	139 / 1	
926	Дзвіниця церкви Іоана	1777 р.	с.Штунь	139 / 2	

	Богослова (мур.)			
Маневицький район				
927	Михайлівська церква (дер.)	1691 р.	с.Карасин	121 / 0
928	Костел домініканів (мур.)	1736 - 1741 рр.	с.Старий Чорторийськ	126 / 0
929	Церква Різдва Богородиці (дер.)	1772 р.	с.Троянівка	127 / 1
930	Дзвіниця церкви Різдва Богородиці (дер.)	1772 р.	с.Троянівка	127 / 2
931	Преображенська церква (мур.)	1600 р.	с.Четвертня	128 / 1
932	Дзвіниця Преображенської церкви (мур.)	п.20 ст.	с.Четвертня	128 / 2
Ратнівський район				
933	Здвиженська церква (дер.)	1795 р.	сmt.Заболоття	109 / 1
934	Дзвіниця Здвиженської церкви (дер.)	1877 р.	сmt.Заболоття	109 / 2
935	Церква Св.Параскеви (дер.)	1794 р.	с.Заліси	1045 / 0
936	Михайлівська церква (дер.)	1809 р.	с.Замшани	1044 / 0
937	Церква Різдва Богородиці (дер.)	17 ст., 1784 р.	с.Здомишель	1046 / 0
938	Успенська церква (дер.)	1783 р.	с.Краска	1047 / 0
939	Церква Св.Параскеви (дер.)	1830 рю	с.Самари	1048 / 1
940	Дзвіниця церкви Св.Параскеви (дер.)	1876 р.	с.Самари	1048 / 2
941	Миколаївська церква (дер.)	1778 р.	с.Тур	115 / 1
942	Дзвіниця Миколаївської церкви (дер.)	1778 р.	с.Тур	115 / 2
Рожищенський район				

943	Петропавлівська церква (мур.)	1629 р.	с.Іванівка	141 / 0
944	Костел (дер.)	1771 р.	с.Вишеньки	1049 / 0
945	Покровська церква (дер.)	1762 р.	с.Городині	1050 / 0
946	Церква Св.Луки (дер.)	17 - ст., 1881 р.	с.Доросині	1051 / 0
947	Поштова станція (мур.)	сер.19 ст.	с.Копачівка	1052 / 0
948	Стефанівська церква (дер.)	1761 - 1788 р.	с.Пожарки	143 / 1
949	Дзвіниця Стефанівської церкви (дер.)	п.19 ст.	с.Пожарки	143 / 2
950	Троїцька церква	1786 р.	с.Рудка-Козинська	1053 / 0
951	Успенська церква (мур.)	1816 р.	с.Сокіл	145 / 1
952	Дзвіниця Успенської церкви (дер.)	п.19 ст.	с.Сокіл	145 / 2
953	Михайлівська церква (дер.)	1661 - 1767 рр.	с.Щурин	147 / 1
954	Дзвіниця Михайлівської церкви (дер.)	18 ст.	с.Щурин	147 / 2
Старовижівський район				
955	Преображенська церква (дер.)	1869 р.	сmt.Стара Вижівка	1054 / 1
956	Дзвіниця Преображенської церкви (дер.)	сер.18 ст.	сmt.Стара Вижівка	1054 / 2
957	Комплекс Миколаївського монастиря (мур.):	1542 р. - 19 ст.	с.Мильці	131 / 0
958	Миколаївський собор (мур.)	1542 р.	с.Мильці	131 / 1
959	Дзвіниця (мур.)	1901 р.	с.Мильці	131 / 2
960	Будинок ігумена (мур.)	п.18 ст.	с.Мильці	131 / 3
961	Корпус келій з теплою	к.18 ст.	с.Мильці	131 / 4

	трапезною церквою (мур.)				
962	Онуфріївська церква (мур.)	1723 р.	с.Мильці	1055 / 0	
Турійський район					
963	Костел Св.Ганни (мур.)	16 ст.	с.мт.Луків	134 / 0	
964	Церква Св.Параскеви (мур.)	1723 р.	с.мт.Луків	135 / 1	
965	Дзвіниця церкви Св.Параскеви (дер.)	1723 р.	с.мт.Луків	135 / 2	
966	Церква Різдва Богородиці (дер.)	1676 р.	с.Новосілки	137 / 0	
967	Здвиженська церква (мур.)	1821 р.	с.Обеніжи	1056 / 1	
968	Дзвіниуя Здвиженської церкви (мур.)	1821 р.	с.Обеніжи	1056 / 2	
969	Михайлівська церква (дер.)	1772 р.	с.Оса	94 / 0	
970	Здвиженська церква (дер.)	1777 р.	с.Туропин	97 / 0	
Шацький район					
971	Казанська церква (дер.)	1801 р.	с.Піща	1043 / 0	
972	Петропавлівська церква (мур.)	1846 р.	с.Світязь	1043 / 1	
973	Дхвіниця Петропавлів-ської церкви (мур.)	1846 р.	с.Світязь	1043 / 2	