



Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

Віталій ІВАНУНІК^{1*}  <https://orcid.org/0000-0003-3879-1998>

УДК 911.3:338.483.12/.13(477.85)

Степан БРИК¹  <https://orcid.org/0000-0002-2992-1634>

Олександр КОРОЛЬ¹  <https://orcid.org/0000-0002-1114-1090>

АНАЛІТИЧНА СТАТТЯ

¹Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
кафедра географії та менеджменту туризму

Листування – *v.ivanunik@chnu.edu.ua

Ключові слова: історико-культурна спадщина, туристичні ресурси; рецептивний тур продукт, коефіцієнт пізнавальної цінності; ринкова атрактивність.

Анотація: Досліджено сучасний стан залучення атрактивної історико-культурної спадщини у туристичну сферу регіону. В роботі запропоновано та подано пізнавальну оцінку привабливості історико-культурної спадщини Чернівецької області, як туристичного ресурсу. Проаналізовано динаміку розвитку основних пам'яток регіону та представлення їх в рецептивних ринкових пропозиціях. Визначено атрактивність території Чернівецької області за пізнавальною та рецептивною ознакою.

1. ВСТУП

Історико-культурна спадщина є невід'ємною складовою національно-культурного багатства країни, та може використовуватись у просвітницьких, пізнавальних та туристичних цілях.

На сьогоднішній день в Україні сукупно культурні та архітектурні пам'ятки не мають такої конкурентної переваги та привабливості як природні локації, на відміну світовим тенденціям де це більш збалансовано. Значна частина історико-культурних пам'яток не мають належного інфраструктурного, організаційного та матеріального оформлення і через це не включені у туристичні маршрути, що з рештою призводить до їх використання в обмежених масштабах. Все це в значній мірі впливає на обмеженість туристичного ринку та рецептивну пропозицію, на відміну від сусідніх країн.

Окремий досвід деяких країн засвідчує, що історико-культурна спадщина може бути визначальною при формуванні попиту на рецептивний туристичний продукт та впливати на отримання потенційних прибутків від її залучення на комерційній основі. У таких країнах, як Італії, Іспанії, Румунії, Франції, Німеччині Великобританії та Австрії історичні та культурні пам'ятки знаходяться під охороною, інфраструктурно організовані, добре впорядковані, та періодично реставруються, що дозволяє вміло їх використовувати, в тому числі і для потреб туристичного ринку.

2024, 849; DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2024.849.46-55>

 Open Access. © 2024 В. ІВАНУНІК, С. БРИК, О. КОРОЛЬ
опубліковано у Чернівецькому національному університеті

Ця робота ліцензується відповідно до

CC BY-NC-ND із Зазначенням Авторства – Некомерційна – Без Похідних 4.0 Міжнародна



Пам'ятки історії та культури можуть бути об'єктом зацікавлення з різних точок зору, зокрема і туристично-комерційної. У більшості випадків культурна та історична спадщина це пам'ятні місця, відомі будівлі, об'єкти пов'язані з різноманітними подіями, твори духовної та матеріальної культури, які мають мистецьку та історичну цінність.

2. АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

За найпростішими оцінками привабливість історико-культурних об'єктів визначається як відношення кількості туристів за одиницю часу. Такий підхід зручно використовувати в лінійних дослідженнях, де кількість туристів множить на вартість послуг та отримуємо економічний ефект [Євдокименко \(1996\)](#). Якщо, оцінювати територію, а не окремих об'єкт, необхідно додатково враховувати естетичність ландшафту, інформаційну привабливість, пасіонарність історії тоді суттєво змінюється загальне враження та сприйняття про всі об'єкти і регіон в цілому [Завада \(2011\)](#).

Багатофакторність, що впливає на оцінку привабливості історико-культурної спадщини, ускладнюється тим, що історичні об'єкти, як правило, розташовані нерівномірно. Проте, сумарний загальний показник, не забезпечує усвідомлення про рівень їх затребуваності в рецептивному туризмі, пізнавальної цінності та привабливості для пересічного туриста, щоб залучати їх у відповідні туристичні маршрути [Мацола \(1997\)](#). Оцінювати туристичну затребуваність території за густотою локацій на 100 км², пропонував [Долішній та ін. \(1994\)](#). При цьому визначати щільність пам'яток національного та міжнародного значення необхідно від базового показника на території України, де середня густина всіх об'єктів історії та культури складає 7,9 пам'яток на 100 км². Такий метод можна використовувати для оцінювання великих територій (окремих країн), а не для встановлення туристичного історико-культурного потенціалу міста чи області.

Щоб оцінити пізнавально-туристичну цінність окремого історико-культурного об'єкта, необхідно запропонувати рівень його інфраструктурного забезпечення для огляду туристами та позиціонування їх по відношенню до пропонованої атракції. За рівнем організації та розташування туриста, пам'ятки в даній ситуації розподіляються на підготовлені для огляду та не підготовлені, а за місцем розташування туриста до об'єкту огляду – на екстер'єрні та інтер'єрні [Кузик, Касянчук \(1993\)](#). Використовуючи принципи методики [Кравціва та ін. \(1999\)](#), система оцінок застосовується, коли класично явище не підлягає точному метричному виміру, але існує потреба в його оцінці. На основі даного підходу буда проведена пізнавальна оцінка атрактивності історико-культурних туристичних ресурсів Чернівецької області за бальною шкалою [Іванунік, Явкін \(2011\)](#). Оціночні шкали сформовані на основі типових компонентів у відповідності з культурно-історичною цінністю та тривалістю огляду відповідних пам'яток. Чим більше необхідно часу для споживчого пізнання, тим більша цінність, а це означає, що відповідно присвоюється вищий оціночний бал.

3. РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОБГОВОРЕННЯ

Така різноманітна та строката історія області представлена в великій кількості пам'яток архітектури та сакральних спорудах історії, пам'ятках мистецтва, культурних спорудах та народних ремеслах.

У Чернівецькій області налічується значна кількість пам'яток архітектури XVII –XX ст., що віднесені до списку національного спадку України, а саме тисячолітній Хотин з фортецею (яка увійшла до переліку «Сім чудес України»). Свято Успенський монастир старообрядців в с. Біла Криниця, пов'язаний з старообрядцями, які переселялись з дозволу цісаря Австро-Угорщини на територію Буковини в кінці XVIII ст. Монастир Святої Праведної Анни у м. Вашківці з своєю легендарною історією. А також перлиною краю містом Чернівці з багатою архітектурною

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

спадщиною, різноманітною в історичному відношенні, етнічному, стилістичному аспектах. Розквіт Чернівців розпочався з 1780 року коли стали переїжджати торговці, ремісники та промисловці. Споруди та будівлі австрійських архітекторів та художників які прикрасили місто в XVII–XVIII ст., дали йому прізвисько, Чернівці – місто купців та митців (Іванунік 2010).

За суб'єктивними оцінками Чернівці є вузловим центром туристичної привабливості та транспортно-інфраструктурним магнітом. На наш погляд, не всі, історико-культурні пам'ятки, що входять до спадщини, потрібно розглядати як складову рецептивних туристичної пропозиції. Окремі об'єкти потрібно сприймати як привабливі з історико-культурної точки зору, але вони залишаються з незадоволеним людським попитом, проте, мають високу цінність, можливо наукову, але не для комерційно туристичного використання (Ivanunik et al. 2021).

Потенціал Чернівців як туристичного центру насамперед, зумовлений представленою кількістю пам'яток різних історичних періодів та етнічних культур, строкатою палітрою культурних традицій. Збереглося кілька об'єктів середньовічної архітектури. Найдавніша з них дерев'яна Миколаївська церква (1604) – нині відновлена після пожежі 1992. Але найпрекраснішим архітектурним магнітом є колишня резиденція митрополитів Буковини та Далмації. Сьогодні тут розташований Чернівецький національний університет імені Юрія. Федьковича. З 2011 року об'єкт світової спадщини ЮНЕСКО (Інформаційний портал ... 2024).

При оцінці історико-культурної спадщини Чернівецької області скористаємося вже запропонованою адаптованою методикою Іванунік, Явкін (2021). Початковим етапом якої є складання списку історико-культурних пам'яток Чернівецької області за новим адміністративно-територіальним принципом.

Після групування та систематизації історико-культурних об'єктів тільки Хотинська фортеця та колишня Резиденція митрополитів Буковини та Далмації (корпуси Чернівецького національного університету) отримали найвищий оціночний бал «5».

В подальшому етап оцінки історико-культурної спадщини це об'єднання балів окремих компонентів, в інтегральну величину. Яка характеризує оціночну пізнавальну цінність окремого поселення чи місцевості

$$A = \sum_{i=1}^f P_i + \sum_{i=1}^f T_i + \sum_{i=1}^f S_i + \sum_{i=1}^f R_i + \sum_{i=1}^f F_i, \quad (1)$$

де: A – сумарний показник пізнавальної цінності історико-культурних пам'яток окремої місцевості; P_i – об'єкти історії та культури; T_i – об'єкти архітектури; S_i – об'єкти мистецтва; R_i – об'єкти етнографії; F_i – об'єкти народної творчості.

При співставленні оцінок потрібно ввести показник "коефіцієнта пізнавальної цінності" (Kp), це відношення суми балів окремої місцевості до максимальної кількості балів, за шкалою оцінок:

$$Kp = \frac{A}{A_{\max}}, \quad (2)$$

де: A – загальна сума балів пізнавальної цінності історико-культурної спадщини окремої місцевості; $A_{\max}$ – максимальна сума балів за шкалою оцінок.

В практичному відношенні, проміжним підсумком є визначення привабливості території Чернівецької області (коефіцієнт пізнавальної цінності історико-культурної спадщини), а також встановлення закономірностей залучення окремих об'єктів до формування рецептивного туристичного продукту.

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

Таблиця 1. Інтегральний показник привабливості історико-культурної спадщини Чернівецької області
(складено за даними Іванунік, Явкін 2021)

Території	Інтегральний показник пізнавальної цінності (A)	Об'єкти історії та культури (P _i)	Архітектурні об'єкти (T _i)	Об'єкти мистецтва (S _i)	Етнографічні об'єкти (R _i)	Об'єкти народної творчості (F _i)	Коефіцієнт пізнавальної цінності (K _p)
Дністровський район	61	29	24	7	-	1	0,62
Вижницький район	69	14	35	14	-	6	0,54
Чернівецький район	319	72	191	31	21	4	0,71
Чернівецький район (без м. Чернівці)	164	47	85	15	17	-	0,60
м. Чернівці	155	25	106	16	4	4	0,82
Всього	449	115	250	52	21	11	0,64

Як показав розрахунок територія Чернівецької області загалом є високоатрактивною з пізнавальним коефіцієнтом 0,64, окрім адміністративно-територіального поділу нами виділено м. Чернівці (0,82), як окрема унікальна територія (Іванунік, Явкін 2021) (таблиця 1). Місто Чернівці це «архітектурний заповідник» який варто розвивати як рецептивну пропозицію на туристичному ринку України враховуючи результати оцінки. Решта територій мають середньоатрактивні та високоатрактивні показники (рис. 1), що можуть використовуватись для сезонного розвантаження високоатрактивних територій зокрема міста Чернівці та туристичного транзитного потоку. Через міста Хотин та Вижниця доречно прокладати локальні, маршрути турів вихідного дня, а також мережеві радіальні відгалуження для маршрутів із високоатрактивних центрів.

Одним із недоліків даної оцінки є те що враховуються всі пам'ятки на конкретній адміністративній одиниці, що призводить до розмивання підсумкового показника. Проведена оцінка історико-культурних пам'яток в сільській місцевості показала, що ці території переважно не представлені високою концентрацією історико-культурних туристичних об'єктів. Винятками є в Чернівецькому районі села Банчени і Біла Криниця, а у Вижницькому місто Вашківці, які позиціонуються значно вищою пізнавальною цінністю ніж решта. Існуючий історико-культурний потенціал у сільській місцевості, за результатами проведеної оцінка, демонструє переважання територій середньої привабливості.

Окремо виділяється місто Хотин з одним майже унікальним фортифікаційним комплексом, але відсутність самодостатньої супутньої інфраструктури призводить до транзитного статусу об'єкта туризму, в тому числі і через наближення до унікальних культурних центрів зокрема Чернівців та Кам'янець-Подільського.

Дозволимо собі, запропонувати ранжування ступенів атрактивності історико-культурної спадщини Чернівецької області за коефіцієнтом пізнавальної цінності (K_p) на:

- 0,81-1,00 – унікальні;
- 0,61-0,80 – високоатрактивні;
- 0,41-0,60 – середньоатрактивні;
- 0,21-0,40 – малоатрактивні;
- менше 0,20 – неатрактивні.

В територіальному відношенні пам'ятки на території Чернівецької області розміщені дуже не рівномірно. Переважна більшість пам'яток розташована в західній та центральній частинах області. Для споживача туристичних послуг культурно-пізнавального спрямування перш за все викликає інтерес не посередні локації, а унікальні, легендарні, з історичною пасіонарністю та всесвітньо відомі. Переважно такі пам'ятки розташовані в м. Чернівці та

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

більша половини яких є високоатрактивні та унікальні, що дозволяє створювати на основі них типові та оригінальні туристичні пропозиції.

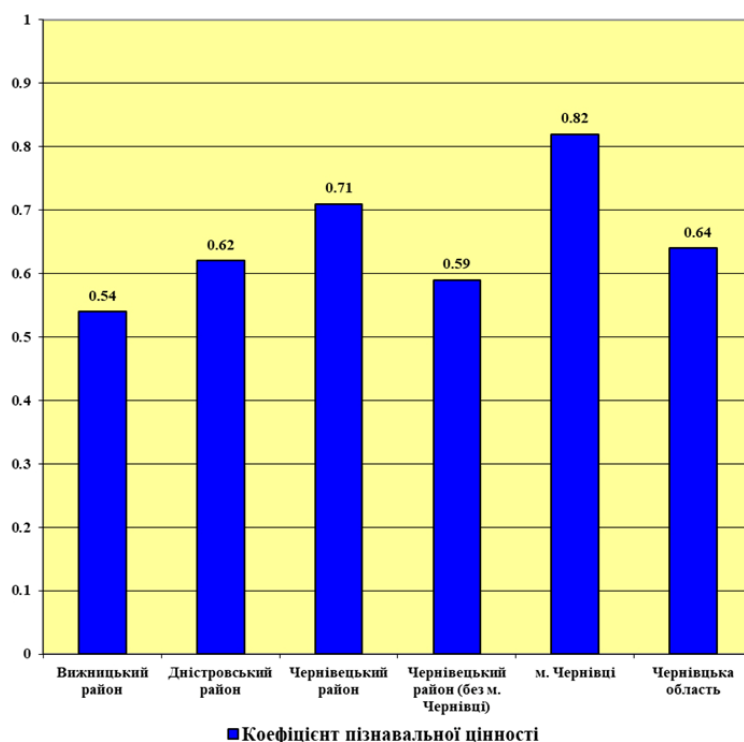


Рис. 1. Пізнавальний потенціал історико-культурної спадщини Чернівецької області

Для оцінки історико-культурної спадщини, визначення коефіцієнта пізнавальної цінності є показником потенційним, а не комерційним. Щоб запропонувати привабливість історико-культурного спадку для туристичної галузі варто розглядати показник відвідуваності того, чи іншого поселення або території в цілому. Кількість туристів за одиницю часу в конкретному місці, це показник, що характеризує як історико-культурну привабливість так і розвиток інфраструктурної ємності основних сервісних складових (заклади розміщення, транспортне забезпечення тощо).

Враховуючи всю складність обліку та підрахунку туристичного потоку, через недосконалість визначення мети перебування у закладах розміщення, одноденних туристів та велику розбіжність в статусі приїжджих людей, звичайна статистика не вирізняє конкретного туриста. Зважаючи, на всі недосконалості цього процесу, для розуміння можливостей рецептивного туроперейтингу, необхідно знати скільки туристів прибуває на конкретну локацію, місце, територію, щоб визначити економічні перспективи розвитку галузі туризму.

Особливістю Чернівецької області є її географічне положення з центром в м. Чернівці, як основним магнітом для гостей міста та транзитних туристів. Рахувати відвідувачів через застарілі методики та протоколи обліку, вважаємо не доцільно, тому що багато туристів залишаються поза розрахунком через велику кількість точок входу в міське середовище. Як перспективний варіант обліку пропонуємо, використовувати за точку відліку найголовніший об'єкт всього регіону це колишню Резиденцію митрополитів Буковини і Далмації, сьогодні це корпуси Чернівецького національного університету, об'єкт світової спадщини ЮНЕСКО на якому існує можливість підрахунку туристів, через купівлю вхідних квитків на територію. Існує приказка «хто не бачив Ейфелеву вежу той не був в Парижі». Перефразувавши даний вислів та застосувавши його до Чернівецького університету, можна проаналізувати

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

відвідуваність м. Чернівці туристами в цілому та екстраполювати дані результати для використання в рецептивному туropolерейтингу.

За період з 2014 по 2019 рік відвідуваність об'єкту сягала 496 тис. відвідувачів згідно [Звіту культурно-історичного центру Чернівецького національного університету ... \(2014–2019\) \(таблиця 2\)](#), з стійкою динамікою до зростання як серед громадян України так і закордонних гостей. Для аналітичної вибірки був взятий період без врахування пандемії COVID-19 та повномасштабної війни в Україні з 2022 року. В даний період спостерігалась чітка тенденція, як з приросту відвідин, особливо 2014–2016 року та і з зростання кількості іноземних туристів.

Зважаючи на стійку динаміку, дозволимо собі припустити, що туристичний рецептивний потенціал можна розраховувати з показника 100 тис. відвідин на рік. Проте, необхідно детальніше дослідити дане питання у відношенні на скільки часу туристи можуть залишатися в м. Чернівці, які можливості готельної інфраструктури та проведення дозвілля в міському просторі.

Таблиця 2. Відвідуваність Чернівецького національного університету

(складено на за даними [Звіту культурно-історичного центру Чернівецького національного університету ... 2014–2019](#))

№	Місяць	К-сть відвідувачів українці / іноземці	К-сть відвідувачів українці / іноземці	К-сть відвідувачів українці / іноземці	К-сть відвідувачів українці / іноземці	К-сть відвідувачів українці / іноземці	К-сть відвідувачів українці / іноземці
		2014	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
1	Січень	3008 / 168	3526 / 126	3756 / 113	3829 / 109	4332 / 104	2937 / 141
2	Лютий	1270 / 73	1873 / 111	2575 / 118	2418 / 104	2537 / 197	2644 / 164
3	Березень	2077 / 56	2705 / 57	4156 / 158	5335 / 123	4496 / 189	5291 / 396
4	Квітень	2527 / 132	3745 / 174	6962 / 189	7538 / 327	10333 / 642	9206 / 694
5	Травень	7504 / 200	11028 / 179	10424 / 416	12450 / 797	11872 / 1423	12022 / 1876
6	Червень	6555 / 151	7291 / 170	10519 / 312	9931 / 658	10465 / 1037	10535 / 1022
7	Липень	5215 / 197	7010 / 293	9599 / 553	9993 / 972	8646 / 1232	7256 / 1351
8	Серпень	7635 / 499	7797 / 306	8763 / 640	9997 / 1353	8615 / 1663	8382 / 1742
9	Вересень	5958 / 240	6309 / 156	7061 / 623	8038 / 910	7369 / 1605	8124 / 1386
10	Жовтень	7025 / 94	8611 / 199	10925 / 336	12038 / 318	10210 / 669	13124 / 876
11	Листопад	3945 / 110	3580 / 194	4524 / 252	5075 / 373	4359 / 520	4580 / 462
12	Грудень	1774 / 59	2231 / 54	2373 / 201	3098 / 240	1881 / 169	2164 / 142
	Всього:	54493 / 1979	65207 / 2019	81637 / 3940	89740 / 6284	85115 / 9450	86265 / 10252
		96,5 % / 3,5 %	96,2 % / 3,8 %	95,1 % / 4,9 %	93,5 % / 6,5 %	90 % / 10 %	89,4 % / 10,6 %
	Загалом	56472	67226	85577	96024	94565	96517

Окремо, хотілось би звернути увагу, на присутній характер сезонності в туристичному потоці до м. Чернівці. Зокрема чітко виділяється синусоїда з двома піковими значеннями це травень і жовтень місяці ([рис. 2](#)), які на протязі всього періоду спостереження мають стабільну динаміку.

Сезоні коливання можна пояснити об'єктивною реальністю при процесі споживання рецептивного туристичного продукту з історико-культурною та пізнавальною складовою. А саме, це пов'язано з температурним режимом зовнішнього середовища. Взимку тільки у січні місяці спостерігається збільшення відвідуваності, що пов'язано з різдвяно-новорічними святами на відміну від інших місяців холодної пори року. Зростання температури повітря призводить до поживавлення туристичного потоку, що максимально проявляється у травні місяці. Спостерігається чітка кореляційна залежність між комфортними температурами зовнішнього середовища та об'ємом екскурсійних прибуттів.

Комфортні температури зовнішнього середовища кінця весни, плавно переходять в жарке літо, що призводить до падіння тур потоку в середньому на 15–20 %. Однією з причин, тут може виступати перерозподіл туристів в напрямку купально-пляжного відпочинку. Температура жаркого літа має здатність знижувати тур потік порівняно з травнем місяцем але всі літні місяці мають приблизно однакові об'єми потоку.

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

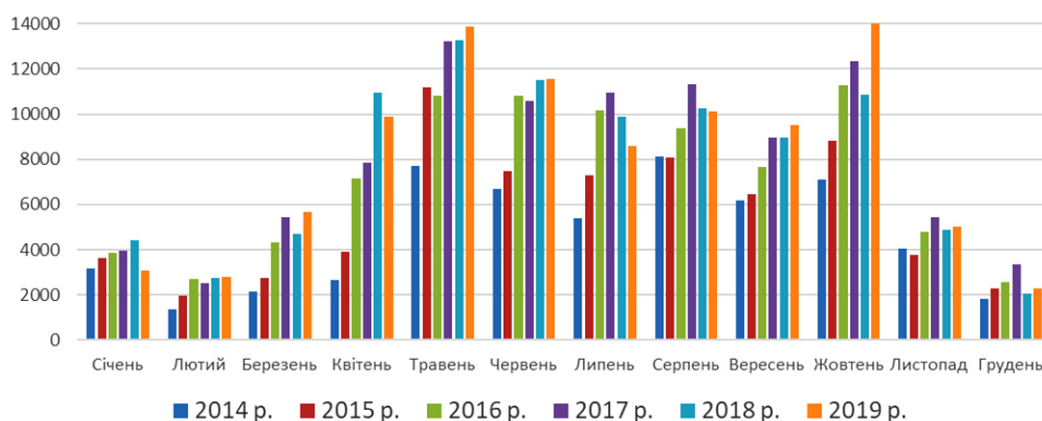


Рис. 2. Динаміка відвідуваності Чернівецького національного університету

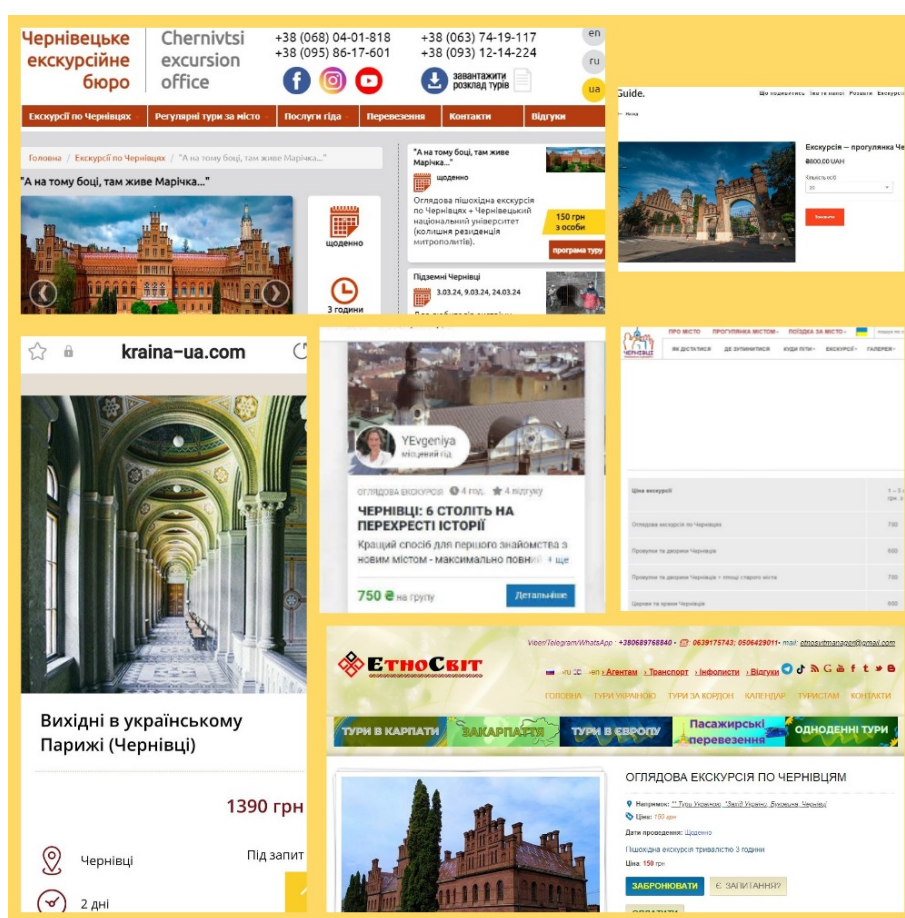


Рис. 3. Маркетингові пропозиції на туристичному ринку м. Чернівці

Завершення літа призводить до незначного зниження відвідуваності у вересні але в жовтні фіксуємо вже майже пікові показники відвідуваності, що пов'язуємо з наближенням холодних періодів. Сумарна відвідуваність в жовні та травні складає майже 25 % від річних прибуттів, а це значить що туристичні компанії які працюють на ринку в рецептивному сегменті мають мотивацію для розвитку та заробітку.

На туристичному ринку області працюють різні суб'єкти рецептивного туризму (Екскурсійний маркетинг 2024). Найбільшою присутністю вибіляються приватні гідів та

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

екскурсоводи (Туристично-інформаційний центр міста Чернівці 2024; Чернівецький путівник 2024), які працюють індивідуально або на екскурсійні агенції, зокрема Чернівецьке екскурсійне бюро (2024), що представленні як другий суб'єкт ринку рецептивних послуг. Найменше на ринку закріпились класичні туроператори, що надають послуги з формування місцевого цілісного туристичного продукту.

Проте, якщо розглядати маркетингові пропозиції, що реально існують на ринку то це як правило в переважній більшості екскурсійні одноденні тури, що часто мають транзитний характер або короткотривалий відпочинок (рис. 3).

Цінова політика на одноденний туристичний продукт коливається від 150 грн. з особи в збірній групі у приватних гідів та Чернівецькому екскурсійному бюро і тур агенції Етносвіт (Туристичний оператор Етносвіт 2024). Вартість індивідуальних екскурсійних програм починається від 700 грн. за програму у приватних гідів. Комплексний рецептивний продукт сьогодні представлений на сайті туроператора КраїнаUA (Туристичний оператор КраїнаUA 2024). Дана пропозиція надає можливість отримати повноцінний дводенний тур з ночівлею по вартості 1300 грн. з особи у збірній групі.

На замовлення рецептивний туристичний пакет на ринку можуть пропонувати такі фірми, як DESADMI (Туристичний оператор DESADMI 2024), BUKTRAVEL (Туристичний оператор BUKTREVEL 2024), Квітка Буковини (Туристичний оператор Квітка Буковини 2024), Median (Туристичний оператор Median 2024), проте на їх офіційних сайтах дані продукти не представлені як сформовані рецептивні туристичні позиції.

4. ВИСНОВКИ

Треба відзначити, що оцінені історико-культурні туристичні ресурси за методикою атрактивності дають можливість зрозуміти рівень якості історико-культурної спадщини. Дана ситуація засвідчує, що результати оцінювання мають використовуватись для розвитку екскурсійно-пізнавального потенціалу туризму. Об'єм відвідуваності головної пам'ятки регіону дозволяє припустити, що потенціал рецептивного туристичного продукту на сьогоднішній день в річному вимірі приблизно 100 тис. туристів в рік. Очевидним поєднанням високої пізнавально-екскурсійної цінності історико-культурного спадку з природними ресурсами території підсилює, перспективу розвитку усіх видів туризму. Але обмежувачем в цій ситуації виступає низька інфраструктурна забезпеченість м. Чернівці готелями з місткістю від 100 ліжко-місць. Хоча, кількісно закладів розміщення є достатньо, але їх місткість не дозволяє розміщувати великі групи в одному місці, що призводить до пошуку туроператорами та агенціями альтернатив. Таку проблему закриває м. Яремче та м. Кам'янець-Подільський, що формує з м. Чернівці транзитний туристичний пункт, а його спадщина пізнається по залишковому принципу. Відсутність великих готелів з класичними двомісними номерами типу *TWIN* позбавляє місто великих організованих груп та корпоративного туриста, що в результаті проявляється в обмежених рецептивних пропозиціях від туристичних підприємств. Потенціал для адаптації ринку під рецептивного туриста існує в межах унікального історико-культурного спадку. Місто Чернівці це справжній заповідник австрійської архітектури в Україні, що варто використовувати до ширших можливостей туристичного ринку. Можливо тоді місцеві туроператори зможуть запропонувати більш довготривалий в плані споживання туристичний продукт, що базується на історико-культурному спадку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Долішній, М. І., Нудельман, М. С. & Ткаченко, К. К. (1994) *Карпатський рекреаційний комплекс*. Київ : Наукова думка. [Dolishnii, M. I., Nudelman, M. S. & Tkachenko, K. K. (1994) *Karpatskyi rekreatsiynyi kompleks*. Kyiv : Naukova dumka.]

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

2. **Євдокименко, В. К.** (1996). *Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації)*. Чернівці : Прут. [Yevdokymenko, V. K. (1996). *Rehionalna polityka rozvytku turizmu (Metodolohiia formuvannia, mekhanizm realizatsii)*. Chernivtsi : Prut.]
3. **Завада, В. Т.** (2011). Архітектурна спадщина України як об'єкт туризму. Регіональний аспект. *Туристично-краєзнавчі дослідження*, (1), 23-28. [Zavada, V. T. (2011). *Arkhitekturna spadshchyna Ukrainy yak ob'ekt turizmu. Rehionalnyi aspekt. Turystychno-kraieznachchi doslidzhennia*, (1), 23-28.]
4. *Звіт культурно-історичного центру Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича про надання екскурсійних послуг (2014–2019)*. [Zvit kulturno-istorychnoho tsentru Chernivetskoho natsionalnogo universytetu imeni Yurii Fedkovycha pro nadannia ekskursiinykh posluh (2014–2019).]
5. **Іванунік, В. О.** (2010) Особливості поширення історико-культурних туристичних ресурсів Чернівецької області. В *Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі) : монографія*. (с. 122-130). Чернівці : Чернівецький національний університет. [Ivanunik, V. O. (2010) Osoblyvosti poshyrennia istoryko-kulturnykh turystychnykh resursiv Chernivetskoï oblasti. V *Heohrafichni aspekty rozvytku turizmu (na prykladi Ukrainy ta Polshchi) : monohrafiia*. (s. 122-130). Chernivtsi : Chernivetskyi natsionalnyi universytet.]
6. **Іванунік, В. О., Явкін, В. Г.** (2011) *Концепції оцінки рекреаційно-туристичних ресурсів: навчальний посібник*. Чернівці : ЧНУ. [Ivanunik, V. O., Yavkin, V. H. (2011) *Kontseptsii otsinky rekreatsiino-turystychnykh resursiv: navchalnyi posibnyk*. Chernivtsi : ChNU.]
7. **Іванунік, В. О. & Явкін, В. Г.** (2012) *Атрактивність рекреаційно-туристичних територій: навчальний посібник, 2-ге видання*. Чернівці : ЧНУ. [Ivanunik, V. O. & Yavkin, V. H. (2012) *Atraktyvnist rekreatsiino-turystychnykh terytorii: navchalnyi posibnyk, 2-he vydannia*. Chernivtsi : ChNU.]
8. **Кравців, В. С., Гринів, Л. С., Копач, М. В. & Кузик, С. П.** (1999) *Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери*. Львів : НАН України. [Kravtsiv, V. S., Hryniv, L. S., Kopach, M. V. & Kuzyk, S. P. (1999) *Naukovo-metodychni zasady reformuvannia rekreatsiinoi sfery*. Lviv : NAN Ukrainy.]
9. **Кузик, С. П. & Касянчук, З. О.** (1993) Оцінка туристичної придатності території Карпат. *Карпати. Український міст в Європу: проблеми і перспективи*, 100-103. [Kuzyk, S. P. & Kasianchuk, Z. O. (1993) Otsinka turystychnoi prydatnosti terytorii Karpat. *Karpaty. Ukrainyskyi mist v Yevropu: problemy i perspektyvy*, 100-103.]
10. **Мацола, В. І.** (1997). *Рекреаційно-туристичний комплекс України*. Львів : Інститут регіональних досліджень НАНУ. [Matsola, V. I. (1997). *Rekreatsiino-turystychnyi kompleks Ukrainy*. Lviv : Instytut rehionalnykh doslidzhen NANU.]
11. **Ivanunik, V., Krul, H. & Bryk, S.** (2021). Assessment of the impact and interrelation of UNESCO World Heritage on the tourism attractiveness of the country. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 186-204.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

12. *Екскурсійний маркетплейс* (2024). [Ekskursiinyi marketpleis (2024).] [Джерело](#)
13. *Інформаційний портал світової спадщини ЮНЕСКО* (2024). [Informatsiinyi portal svitovoi spadshchyny YuNESKO (2024).] [Джерело](#)
14. *Туристично-інформаційний центр міста Чернівці* (2024). [Turystychno-informatsiinyi tsentr mista Chernivtsi (2024).] [Джерело](#)
15. *Туристичний оператор Етносвіт* (2024). [Turystychnyi operator Etnosvit (2024).] [Джерело](#)
16. *Туристичний оператор Квітка Буковини* (2024). [Turystychnyi operator Kvitka Bukovyny (2024).] [Джерело](#)
17. *Туристичний оператор BUKTREVEL* (2024). [Turystychnyi operator BUKTREVEL (2024).] [Джерело](#)
18. *Туристичний оператор DESADMI* (2024). [Turystychnyi operator DESADMI (2024).] [Джерело](#)
19. *Туристичний оператор Median* (2024). [Turystychnyi operator Median (2024).] [Джерело](#)
20. *Туристичний оператор КраїнаUA* (2024). [Turystychnyi operator KrainaUA (2024).] [Джерело](#)
21. *Чернівецьке екскурсійне бюро* (2024). [Chernivetske ekskursiine biuro (2024).] [Джерело](#)
22. *Чернівецький путівник* (2024). [Chernivetskyi putivnyk (2024).] [Джерело](#)

V. Ivanunik, S. Bryk, O. Korol

Principles of assessment and integration of historical and cultural heritage Chernivtsi region into a receptive tourist product

Keywords: historical and cultural heritage, tourist resources; receptive tour product, coefficient of cognitive value; market attractiveness.

Abstract: The current state of attraction of attractive historical and cultural heritage in the tourism sphere of the region is studied. The paper offers and presents an

В. Іванунік, С. Брик, О. Король.

Принципи оцінки та інтеграція історико-культурної спадщини Чернівецької області в рецептивний туристичний продукт

informative evaluation of the attractiveness of the historical and cultural heritage of the Chernivtsi region as a tourist resource. The dynamics of the development of the main attractions of the region and their presentation in receptive market offers are analyzed. The attractiveness of the territory of Chernivtsi region was determined based on cognitive and receptive characteristics.

It should be noted that the historical and cultural tourist resources evaluated by the method of attractiveness provide an opportunity to understand the level of quality of the historical and cultural heritage. This situation suggests that the evaluation results should be used mainly for the development of the cognitive potential of tourism. The volume of visits to the main attraction of the region allows us to assume that the potential of the receptive tourist product today is approximately 100 000 visitors per year. tourists per year.

Of course, the combination of the high cognitive value of the historical and cultural heritage with the natural resources of the region strengthens the prospects for the development of all types of tourism. But the limitation in this situation is the low infrastructure provision of the city. Chernivtsi hotels with a capacity of 100 beds or more. Although the number of accommodation facilities is sufficient, their capacity does not allow large groups to be accommodated in one place, which leads tour operators and agencies to search for alternatives. Such a problem is covered by the city. Yaremche and Kamianets-Podilskyi, forming from the city Chernivtsi is a transit tourist destination, and its heritage can be recognized by the residual principle. The lack of large hotels with classic TWIN double rooms deprives the city of large organized groups and corporate tourists, which results in limited receptive offers from tourism enterprises.

The potential for adapting the market to a receptive tourist exists within the unique historical and cultural heritage. The city of Chernivtsi is a real reserve of Austrian architecture in Ukraine, which should be attracted to the wider opportunities of the tourist market. Maybe then local tour operators will be able to offer a more durable tourist product based on historical and cultural heritage.