

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Галузь знань

Спеціальність

«Управління туристичними проектами»

24 «Сфера обслуговування»

242 «Туризм і рекреація»

Форма навчання: денна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

**на тему: «Сакральна спадщина Прилуччини як ключовий елемент формування
унікального туристичного бренду регіону та його інтеграції у національні
культурно-освітні маршрути»**

здобувача Дутенко Ірини Олександрівни

**Науковий керівник: к. е. н., доц.,
Богославець Оксана Григорівна**

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

**Завідувач кафедри: д. е. н., проф., академік НАН України
Данилишин Богдан Михайлович**

Київ - 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ САКРАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ.....	10
1.1. Концепція брендингу туристичних destinations: сутність, інструменти та сучасні наукові підходи.....	10
1.2. Сакральна спадщина як ключовий ресурс і чинник розвитку культурного туризму	13
1.3. Український і зарубіжний досвід інтеграції сакральної спадщини в національні та міжнародні туристичні маршрути.....	15
РОЗДІЛ 2. САКРАЛЬНА СПАДЩИНА ПРИЛУЧЧИНИ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ.....	28
2.1. Аналіз історико-культурної спадщини Прилуччини та ступню її готовності до туристичного споживання	28
2.2. Аналіз сучасного стану туристичної інфраструктури та можливостей регіону	35
2.3. Унікальні характеристики сакральної спадщини Прилуччини як основа розробки унікального туристичного продукту та бренду destinations	37
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНІ ПІДХОДИ ДО ІНТЕГРАЦІЇ САКРАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ ПРИЛУЧЧИНИ У НАЦІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРНО-ОСВІТНІ МАРШРУТИ.....	39
3.1. Концепція туристичного бренду Прилуччини та його стратегічні цілі	39
3.1.1 Методика розробки проєкту	40
3.2. Дерево проблем, дерево цілей і логіко-структурна матриця проєкту розвитку туристичної destinations Прилуччини	43
3.2.1. Дерево проблем.....	44
3.2.2. Дерево цілей	47
3.2.3. Логіко-структурна матриця	51
3.2.4 Календар виконання (орієнтовно, 3 роки)	53
3.2.4. Орієнтовний розрахунок обсягу коштів, необхідних для реалізації проєкту	56
3.3. Інструменти промоції та маркетингові підходи до просування бренду Прилуччини у національних і міжнародних туристичних мережах	58
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	77

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації, інформаційного суспільства та посилення культурної мобільності туристичний брендинг регіонів набуває стратегічного значення. Конкуренція між туристичними дестинаціями дедалі більше залежить не лише від природних ресурсів чи інфраструктури, а й від здатності території створювати унікальний, емоційно насичений образ, який відображає її історію, цінності та духовну сутність.

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO, 2023), понад 40% світового туристичного потоку сьогодні пов'язано з культурними, духовними або історичними мотивами. Це свідчить про глибокі трансформації у структурі попиту: туристи дедалі частіше шукають не розваг, а духовного досвіду, автентичності, відчуття дотику до історії.

Україна має надзвичайно багатий культурний і духовний потенціал. Вона є колыскою християнства у Східній Європі, територією, де формувалися унікальні архітектурні стилі, монастирські комплекси, релігійні традиції, що стали невід'ємною частиною європейської цивілізації. У контексті воєнних викликів і потреби збереження національної ідентичності сакральна спадщина набуває ще більшого значення як фактор духовної стійкості, культурного єднання й національного брендингу.

З огляду на це особливої ваги набуває питання використання сакральної спадщини як ресурсу сталого розвитку територій. Сучасні дослідження (Гончаренко, 2021; Дутчак, 2022; Richards, 2018) доводять, що сакральні об'єкти — це не лише пам'ятки архітектури чи культові споруди, а цілісні простори духовності, навколо яких формується соціокультурна ідентичність громади. Їхній потенціал може бути перетворений на потужний інструмент розвитку культурного та релігійного туризму, створення робочих місць, активізації місцевого бізнесу, формування позитивного іміджу регіону.

Одним із регіонів, де сакральна спадщина особливо виразна й водночас малодосліджена, є Прилуччина — історико-культурний осередок Чернігівщини. Територія регіону має глибокі релігійні традиції, зберігає численні храми, монастирі, каплиці, старовинні кладовища, святі джерела, що стали невід’ємною частиною духовного ландшафту. Тут переплітаються православна, католицька й старообрядницька культура, що створює своєрідну мозаїку духовного життя. Водночас туристичний потенціал Прилуччини використовується недостатньо. У більшості туристичних довідників регіон майже не представлений, відсутня системна стратегія брендингу, не сформовано єдиного туристичного образу території.

Як зазначає Козак (2020), формування туристичного бренду на основі локальної ідентичності — це не лише інструмент маркетингу, а засіб консолідації громади, відновлення історичної пам’яті та підвищення якості життя населення. У випадку Прилуччини сакральна спадщина може стати тим об’єднавчим чинником, навколо якого вибудовується сучасна культурна стратегія регіону.

Отже, актуальність обраної теми визначається низкою факторів:

- зростанням інтересу до культурно-релігійного туризму в Україні та світі;
- необхідністю збереження сакральної спадщини в умовах децентралізації та змін у культурній політиці держави;
- потребою у формуванні позитивного туристичного іміджу регіонів;
- відсутністю цілісної моделі брендингу для Прилуччини як потенційного культурного центру.

Мета та завдання дослідження:

Мета роботи — комплексне дослідження процесу формування туристичного бренду Прилуччини на основі її сакральної спадщини, а також розроблення проектних і маркетингових підходів до інтеграції цього бренду у національні культурно-освітні маршрути.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

1. Розкрити сутність і зміст брендингу туристичних дестинацій у сучасній науковій літературі.
2. Проаналізувати роль сакральної спадщини у формуванні туристичної привабливості регіонів.
3. Дослідити історико-культурну специфіку Прилуччини та здійснити інвентаризацію її сакральних об'єктів.
4. Провести оцінку туристичної інфраструктури регіону та визначити ключові проблеми її розвитку.
5. Розробити концептуальну модель туристичного бренду Прилуччини.
6. Визначити механізми промоції та просування бренду на національному та міжнародному рівнях.
7. Запропонувати рекомендації для органів місцевої влади та стейкхолдерів щодо практичної реалізації проекту.

Об'єкт і предмет дослідження:

Об'єкт дослідження — процес формування туристичного бренду регіону на основі культурної та сакральної спадщини.

Предмет дослідження — методологічні підходи, механізми й інструменти брендингу туристичних дестинацій із використанням сакральних ресурсів.

Наукова новизна:

Наукова новизна роботи полягає у формуванні комплексної моделі бренду туристичної дестинації на основі сакральної спадщини, розробленої для конкретного регіону — Прилуччини.

Уперше:

здійснено систематизацію сакральних ресурсів Прилуччини як складових туристичного потенціалу;

визначено взаємозв'язок між духовною ідентичністю території та брендовими елементами дестинації;

розроблено структуру бренду, що включає ціннісну основу, візуальні символи, маркетингові інструменти та механізми промоції;

обґрунтовано доцільність використання інноваційних технологій (AR, VR, цифрові гіди) у просуванні сакрального туризму.

Методологічна основа дослідження:

Методологічну основу дослідження становить поєднання міждисциплінарних підходів, що забезпечують комплексний аналіз формування туристичного бренду Прилуччини на основі сакральної спадщини. До них належать культурологічний, соціокомунікаційний, маркетинговий, проектний, системний, історико-географічний та регіональний підходи. Їх інтеграція дала змогу виявити закономірності розвитку туристичних дестинацій, визначити механізми брендингу території, а також сформулювати практичні рекомендації для місцевих громад і туристичних організацій.

У процесі дослідження було використано такі методи наукового аналізу:

Метод аналізу і синтезу — застосовувався для розкриття сутності понять «брендинг туристичних дестинацій», «сакральна спадщина», «туристичний бренд території», а також для систематизації наукових підходів до формування бренду на регіональному рівні.

Порівняльний аналіз — використано для дослідження українського та зарубіжного досвіду інтеграції сакральної спадщини в туристичні маршрути. Проаналізовано практику формування брендів таких центрів, як Львів, Почаїв, Зарваниця (Україна), а також закордонні приклади: Вільнюс (Литва), Ченстохова (Польща), Сант'яго-де-Компостела (Іспанія). Це дало можливість визначити спільні закономірності, успішні моделі та інноваційні інструменти розвитку сакрального туризму.

SWOT-аналіз — проведено для визначення сильних і слабких сторін туристичної дестинації Прилуччини, можливостей і загроз розвитку сакрального

туризму. Цей метод дозволив окреслити пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності регіону.

Метод картографування (mapping) — застосовано для просторової візуалізації сакральних об'єктів, створення туристичної карти Прилуччини та визначення логістичних зв'язків між головними святинами. Картографічні дані дали змогу сформувати потенційні маршрути, оцінити їх транспортну доступність та інтеграційні можливості.

Методи проектного менеджменту — використано для побудови логіко-структурної моделі розвитку туристичного бренду регіону, створення дерева проблем і дерева цілей, а також визначення ключових етапів реалізації проекту. Цей підхід забезпечив системність і практичну орієнтованість дослідження.

Історико-культурний метод — застосовано для аналізу еволюції сакральної спадщини Прилуччини, визначення хронології формування духовних центрів і дослідження їхньої ролі в соціокультурному розвитку регіону.

Системно-структурний метод — дозволив розглядати туристичний бренд Прилуччини як цілісну систему, де взаємодіють культурна, економічна, інформаційна та управлінська підсистеми. Це дало можливість виявити причинно-наслідкові зв'язки між елементами розвитку бренду.

Соціокомунікаційний метод — дав змогу оцінити роль інформаційних каналів, медіа та цифрових технологій у формуванні позитивного іміджу території. Зокрема, проаналізовано ефективність використання соціальних мереж, сайтів, блогів і туристичних платформ для популяризації бренду.

Метод експертного оцінювання — використано для збору думок місцевих фахівців, працівників туристичних організацій, представників влади, духовенства та громадськості щодо перспектив розвитку сакрального туризму в регіоні. Це дозволило врахувати локальні реалії та потреби громади.

Контент-аналіз — застосовано для вивчення текстів, публікацій, промоційних матеріалів і медіа-контенту, що стосуються туристичного

потенціалу Прилуччини. Цей метод допоміг виявити особливості комунікаційної подачі бренду та визначити напрямки його вдосконалення.

Застосування сукупності зазначених методів забезпечило комплексність дослідження, поєднання теоретичних і практичних аспектів, а також дало можливість сформувати цілісну концепцію брендингу Прилуччини як духовно-туристичної дестинації.

Практичне значення результатів дослідження:

Результати дослідження мають важливе прикладне та суспільно-корисне значення, оскільки розроблені підходи, пропозиції та моделі можуть бути використані для розвитку туристичної дестинації Прилуччини на основі сакральної спадщини.

1. Для органів місцевого самоврядування:

Отримані результати можуть бути використані для розроблення стратегічних програм розвитку туризму, брендингу територій та популяризації культурної спадщини. На основі запропонованої моделі можна формувати комплексні плани розвитку громади, включати сакральні об'єкти до регіональних туристичних маршрутів, розробляти програми співпраці між владою, церквою та бізнесом. Це сприятиме залученню інвестицій, підвищенню податкових надходжень і створенню нових робочих місць.

2. Для туристичних підприємств і бізнесу:

Розроблена концепція бренду «Сакральна Прилуччина» може бути основою для створення тематичних турів, культурно-пізнавальних і паломницьких маршрутів, сувенірної продукції та промоційних матеріалів. Туроператори можуть застосовувати ці напрацювання для розробки крос-регіональних маршрутів («Шляхами духовної спадщини Сіверщини»), організації фестивалів, виставок та інформаційних турів. Це сприятиме підвищенню привабливості регіону для внутрішнього і міжнародного туризму.

3. Для закладів освіти, культури та науки:

Матеріали дослідження можуть бути використані у навчальних програмах з туризму, культурології, географії та менеджменту. Вони можуть стати основою для підготовки курсових, магістерських і наукових робіт, а також для створення навчально-методичних матеріалів із теми «Туристичний брендинг територій». Музеї та культурні установи можуть використовувати напрацювання для організації виставок, освітніх заходів і патріотичних проєктів.

4. Для релігійних громад і духовних центрів:

Розроблені рекомендації допоможуть об'єднати сакральні об'єкти у спільну мережу паломницьких маршрутів, покращити комунікацію з туристичними операторами, залучити волонтерів і благодійників до підтримки історичних пам'яток. Завдяки цьому відроджується духовна спадщина, формується позитивний образ регіону як духовного центру Чернігівщини.

5. Для місцевих громад і населення:

Проєкт стимулює економічну активність, створює нові робочі місця, підтримує розвиток малого бізнесу (сфера гостинності, сувенірна продукція, гастрономічний туризм). Крім того, підвищується рівень громадської свідомості, гордості за рідний край і залученості мешканців до культурних ініціатив.

6. Для міжнародної співпраці:

Запропоновані підходи можуть бути використані для участі у грантових програмах ЄС, ЮНЕСКО, USAID, UNWTO, що відкриває можливості для міжрегіональних і транскордонних проєктів у сфері культурного туризму. Створення якісного бренду території дає шанс позиціонувати Прилуччину як частину європейської культурної спадщини та залучити туристів із Польщі, Литви, Чехії, Німеччини та інших країн.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ САКРАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ

1.1. Концепція брендингу туристичних DESTИНАЦІЙ: сутність, інструменти та сучасні наукові підходи

Брендинг туристичних DESTИНАЦІЙ у сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції на ринку туристичних послуг є одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності територій. Туристична DESTИНАЦІЯ в науковій літературі розглядається як географічний простір, що пропонує інтегрований туристичний продукт і забезпечує відповідні умови для перебування туристів. Водночас DESTИНАЦІЯ формується не лише за рахунок фізичних характеристик території, а й завдяки комплексному сприйняттю у свідомості відвідувачів, що включає матеріальні та нематеріальні ресурси, атмосферу, унікальний культурний код і соціальні практики. Саме на перетині цих складових виникає необхідність формування бренду, який дозволяє створити цілісний, упізнаваний та привабливий образ регіону.

Під брендом туристичної DESTИНАЦІЇ розуміють сукупність асоціацій, символів, образів і вражень, що виникають у потенційних туристів і формують унікальне сприйняття певної території. Бренд виконує низку важливих функцій: ідентифікаційну, що дозволяє відокремити DESTИНАЦІЮ від інших конкурентів; комунікаційну, яка забезпечує зрозумілий і доступний канал взаємодії з туристами; емоційну, пов'язану зі створенням прихильності та позитивних вражень; а також стимулюючу, що сприяє розвитку туристичної інфраструктури, залученню інвестицій і формуванню сталих соціально-економічних процесів у регіоні. На відміну від звичайної реклами, яка має короткотерміновий ефект, бренд створює довготривалі зв'язки з цільовою аудиторією та формує підґрунтя для повторних візитів і лояльності.

Формування бренду DESTINATION є складним і багаторівневим процесом, у якому важливу роль відіграють спеціальні інструменти. До першочергових інструментів належать елементи візуальної ідентичності – логотипи, слогани, корпоративні кольори, символіка, що дозволяють створити цілісний стиль території та забезпечити її впізнаваність. Окрему роль відіграють комунікаційні інструменти, серед яких рекламні кампанії, PR-стратегії, просування у соціальних мережах, співпраця з блогерами та лідерами думок. У добу цифровізації значення набувають цифрові інструменти – мобільні додатки, інтерактивні карти, віртуальні тури, використання технологій доповненої реальності для знайомства з культурними та історичними пам'ятками. Важливим напрямом є також організація подієвих заходів – фестивалів, виставок, спортивних і культурних подій, які створюють унікальні приводи для відвідування DESTINATION й формують позитивний імідж території. Інфраструктурні інструменти, що охоплюють розвиток транспортної доступності, створення туристичних маршрутів, облаштування інформаційних центрів і систем навігації, забезпечують практичне підґрунтя для ефективного функціонування бренду та його підтримки.

У сучасній науковій думці існують різні підходи до брендингу DESTINATION. Маркетинговий підхід трактує бренд як інструмент комерційної диференціації й просування території на ринку туристичних послуг, роблячи акцент на конкурентних перевагах і економічних вигодах. Культурологічний підхід орієнтується на формування бренду на основі культурної та духовної спадщини, що є носієм автентичності та унікальності регіону. Соціокомунікативний підхід наголошує на взаємодії всіх стейкхолдерів – місцевих громад, органів влади, бізнесу та туристів, які спільно формують і підтримують бренд. Емоційний брендинг передбачає акцент на створенні вражень і емоційного зв'язку, що спонукає туриста до повторних візитів. Водночас дедалі більшої актуальності набуває концепція сталого брендингу, яка поєднує туристичний розвиток із

принципами збереження культурної спадщини, екологічної безпеки та соціальної відповідальності.

Міжнародна практика доводить ефективність використання брендингу для просування DESTИНАЦІЙ. Так, бренд Нью-Йорка «I Love NY» став глобальним символом і прикладом успішної візуальної ідентичності, а Венеційський карнавал або Октоберфест у Мюнхені виконують роль ключових подієвих інструментів, що підтримують туристичний імідж територій. У багатьох європейських країнах бренди активно інтегрують сакральні та культурні об'єкти: у Кракові – це численні християнські святині, у Римі – духовна спадщина Ватикану. Український досвід також демонструє позитивні приклади, зокрема бренди «Kyiv – the City of Freedom», «Lviv – Open to the World», «Чернігів – місто легенд», які значною мірою спираються на історико-культурні та сакральні ресурси.

Значення брендингу туристичних DESTИНАЦІЙ для розвитку територій є багатограним. Він підвищує впізнаваність регіону на національному та міжнародному рівнях, стимулює зростання туристичних потоків і розвиток підприємництва, створює додаткові робочі місця та підвищує якість життя місцевих громад. Бренд сприяє популяризації та збереженню культурної спадщини, оскільки включення сакральних і культурних об'єктів у туристичний обіг забезпечує їхню охорону й водночас робить їх доступними для широкого загалу. Крім того, успішний бренд формує позитивний імідж регіону, підвищує його інвестиційну привабливість і забезпечує сталі економічні вигоди.

Отже, концепція брендингу туристичних DESTИНАЦІЙ поєднує теоретичні підходи, практичні інструменти та механізми взаємодії, що спрямовані на створення унікального образу території. Її сутність полягає у формуванні впізнаваного та автентичного іміджу, який водночас відповідає очікуванням туристів і відображає ідентичність місцевої громади. У контексті використання сакральної спадщини брендинг набуває особливої ваги, адже саме духовні та

культурні цінності здатні забезпечити унікальність дестинації, сформувати її відмінність від конкурентів і створити підґрунтя для сталого розвитку туризму.

1.2. Сакральна спадщина як ключовий ресурс і чинник розвитку культурного туризму

Сакральна спадщина у сучасному науковому дискурсі розглядається як один із найцінніших і найчутливіших ресурсів культурного туризму. Вона охоплює матеріальні (храми, монастирі, ікони, артефакти) та нематеріальні елементи (ритуали, духовні практики, фольклор, музично-обрядові традиції) і відіграє ключову роль у формуванні культурної ідентичності, збереженні історичної пам'яті та духовної тяглості суспільства. Як зазначає О. Гончаренко (2021), сакральна спадщина є індикатором духовної зрілості нації та основою ціннісної єдності.

Історично сакральні центри виконували комплексні функції: релігійні, освітні, культурно-просвітницькі та соціальні. Монастирі Києво-Печерської, Почаївської, Святогірської лавр були одночасно духовними й культурними осередками, навколо яких формувалися паломницькі шляхи. Сьогодні ці маршрути перетворюються на важливі культурно-туристичні коридори.

Згідно з ЮНЕСКО (2023), культурний туризм спрямований на пізнання матеріальної та нематеріальної культурної спадщини. У цьому контексті сакральна спадщина займає центральне місце, адже забезпечує глибший рівень міжкультурного діалогу і дозволяє туристу не лише оглянути архітектуру, а й осягнути символіку, історію та духовний зміст місця. Потенціал сакральної спадщини України надзвичайно високий: за даними МКІП (2022), в Україні понад 12 тисяч об'єктів сакрального мистецтва, з яких близько трьох тисяч — у Чернігівській області. Проте значна частина цих об'єктів не інтегрована у системні туристичні маршрути.

Сакральна спадщина виконує водночас культурну та економічну функції. Вона сприяє збереженню національної пам'яті й створює можливості для розвитку туризму, малого бізнесу, ремесел і сфер гостинності. Як зазначає Н. Гудзь (2020), туризм, побудований на сакральних цінностях, не лише генерує дохід, а й сприяє вихованню поваги до духовної спадщини та підвищує культурний рівень суспільства.

Європейський досвід демонструє ефективні моделі інтеграції сакральної спадщини в туристичні системи. Французький «Шлях готичних соборів» об'єднує понад 70 об'єктів і вирізняється поєднанням сакральної архітектури зі сучасними мультимедійними технологіями та культурними подіями. Італійські паломницькі маршрути, зокрема шлях Рим — Ассізі, базуються на розвиненій інфраструктурі, онлайн-навігації, підтримці церков та муніципалітетів, що сприяє розвитку локальних громад. Іспанський Camino de Santiago є прикладом успішної моделі, де поєднано духовність, культурну спадщину та сервіс і сформовано сильний економічний та соціальний ефект.

В Україні також реалізуються аналогічні ініціативи: «Шлях святинь Сіверщини», маршрути дерев'яних храмів Карпат (об'єкти ЮНЕСКО) та регіональні культурно-освітні програми. Для Прилуччини створення проєкту «Сакральна Прилуччина» є цілком реалістичним напрямом розвитку туризму. Регіон має значний потенціал: Спасо-Преображенська церква XVII ст., Миколаївський собор, Успенська церква, монастирські комплекси, давні кладовища, святі джерела.

Перспективним є поєднання сакрального туризму з освітньо-культурними практиками. Показовими є проєкти «Шляхами монастирів Волині», «Духовна спадщина Галичини», «Стежками Карпатських святинь», що включають екскурсії, лекції, майстер-класи, польові практики та мистецькі заходи. Такі ініціативи підсилюють роль сакральної спадщини в освітньому процесі, сприяють формуванню локальної ідентичності та культурної активності молоді.

Ефективне використання сакральної спадщини потребує дотримання принципів сталого туризму: збереження автентичності, реставрації, обмеження комерціалізації, взаємодії з духовними та місцевими громадами. Лише за таких умов сакральні об'єкти можуть стати ресурсом не лише туристичного, а й духовного та культурного відродження.

У брендингу туристичних дестинацій сакральні пам'ятки виступають потужними символічними маркерами. Їхні архітектурні форми, легенди, візуальні образи можуть формувати впізнаваний туристичний бренд регіону, підсилюючи асоціації з духовністю, автентичністю та історичною глибиною.

Отже, сакральна спадщина — це не лише пам'ять минулого, а й активний ресурс майбутнього. Її інтеграція в туристичний простір може забезпечити економічний розвиток, культурне оновлення та формування позитивного іміджу територій. Для Прилуччини цей напрям відкриває можливість поєднати історію, духовність і сучасні туристичні практики, створивши унікальну дестинацію всеукраїнського значення.

1.3. Український і зарубіжний досвід інтеграції сакральної спадщини в національні та міжнародні туристичні маршрути

Інтеграція сакральної спадщини у туристичні маршрути є одним із найважливіших напрямів розвитку сучасного культурного туризму. У світі спостерігається тенденція до зростання інтересу туристів до духовних практик, історико-релігійних об'єктів, паломницьких шляхів і місць, пов'язаних із культурною ідентичністю народів. Саме тому сакральна спадщина дедалі частіше стає центральним елементом туристичного брендингу держав і регіонів, поєднуючи духовну, культурну, освітню та економічну складові.

Європейські країни накопичили значний досвід у сфері використання сакральної спадщини для розвитку національних і міжнародних туристичних

маршрутів. Найвідомішим прикладом є паломницький шлях Каміно-де-Сантьяго (Camino de Santiago), який охоплює територію кількох країн Європи — Іспанії, Франції, Португалії та Італії. Щороку цей маршрут долають понад 2,5 млн паломників і туристів, що робить його одним із найпопулярніших духовних шляхів у світі. Каміно-де-Сантьяго не лише має релігійне значення, а й виступає важливим чинником економічного розвитку регіонів, через які він проходить — створюються робочі місця, розвиваються готелі, кав'ярні, сувенірні майстерні.

У Франції сакральна спадщина інтегрована в туристичну інфраструктуру через “Шлях готичних соборів”, який об’єднує понад 70 архітектурних шедеврів середньовіччя — від собору Нотр-Дам у Парижі до собору в Шартрі. Цей маршрут поєднує архітектурні, мистецькі й духовні елементи, формуючи цілісну культурну пропозицію для туристів.

Маршрут працює як цілісна туристична система:

- єдиний маркетинговий бренд, який просувається на національному рівні;
- мережа туристичних центрів, що забезпечують супровід, інформаційні буклети, маршрути різної складності;
- цифрові інструменти — офіційний мобільний додаток із 3D-моделями соборів, віртуальні реконструкції первісного вигляду фасадів, аудіогіди з історичними коментарями;
- вечірні світлові шоу, під час яких на фасадах проєктуються сцени з біблійних історій та елементи середньовічної іконографії (найвідоміше — “Chartres en Lumières”);
- спеціальні маршрути для школярів і студентів, які включають інтерактивні заняття, знайомство з техніками готичного будівництва, постановочні майстер-класи.

Такий підхід робить сакральну спадщину не статичним об'єктом, а активною туристичною та освітньою платформою, що розвиває регіони й забезпечує постійний потік туристів.

В Італії прикладом успішної інтеграції сакральної спадщини є “Шлях святого Франциска” — мережа маршрутів, що охоплює Ассізі, Губбіо, Сполето, Перуджу та Рим. Вони з'єднують місця, пов'язані з життям і діяльністю святого Франциска Ассізького. Цей маршрут сформований як простір духовного, культурного та молодіжного паломництва, в якому поєднано:

- інфраструктуру для паломників (притулки, хостели, інформаційні пункти, сертифікати проходження маршруту);
- музеї францисканської традиції та відкриті експозиції сакрального мистецтва;
- освітні центри, де відбуваються лекції й воркшопи щодо іконопису, середньовічної літератури, історії монаших орденів;
- участь релігійних громад, які проводять тематичні зустрічі та бесіди;
- екотуристичний компонент — маршрути проходять через природні заповідники Умбрії, де встановлені інформаційні стенди про символіку природи у францисканському вченні.

Via di Francesco працює як цілісна модель сталого сакрального туризму, що поєднує духовний досвід, культурне навчання та природну спадщину.

У Греції монастирі Метеори, внесені до списку світової спадщини ЮНЕСКО, є одним із найвідоміших прикладів гармонійного поєднання духовності, архітектури та природи. Метеори — це не лише сакральний комплекс, а й високорозвинена туристично-культурна система, що включає:

- музейні експозиції, присвячені історії монашества, писанню ікон та рукописів;
- освітні програми, розроблені для студентів архітектури, богослов'я та культурології, які вивчають особливості скельних монастирів;

- організовані екскурсії з професійними гідами, що пояснюють символіку розписів, устрій монастирського життя та роль Метеор у візантійській традиції;
- доступні туристичні стежки, які поєднують пішохідний туризм із вивченням духовної спадщини;
- інформаційні центри з мультимедійними матеріалами, документальними фільмами та картами маршрутів;
- сувенірні майстерні, де демонструються традиційні техніки виготовлення ікон і церковних предметів.

Метеори є прикладом того, як сакральний об'єкт може бути одночасно потужним духовним центром і туристичним брендом державного масштабу, не втрачаючи автентичності та релігійного значення.

Додатковим чинником привабливості є сучасна мультимедійна інтерпретація сакральних пам'яток — аудіогіди, VR-екскурсії, інтерактивні додатки.

У межах “Шляху готичних соборів” створено низку цифрових рішень, що значно підсилюють туристичний досвід. Зокрема:

- VR-тур “Notre-Dame before the Fire”, який дозволяє побачити собор Нотр-Дам у його історичному вигляді до пожежі 2019 року;
- 3D-візуалізації в соборі Ам'єна, де відвідувачі через планшети та спеціальні екрани можуть побачити первісне кольорове оздоблення порталу, відтворене за допомогою лазерного сканування;
- мультимедійний проєкт “Chartres en Lumières”, у межах якого на фасади собору в Шартрі щовечора проєктуються світлові реконструкції сцен зі Старого та Нового Завітів;
- інтерактивний мобільний застосунок “Gothic France”, що містить геолокаційні маршрути, аудіолекції істориків, AR-анімації готичних елементів та віртуальні моделі вітражів.

Ці приклади демонструють, як цифрові технології роблять сакральні об'єкти доступнішими, зрозумілішими та привабливішими для широкої аудиторії, зокрема молоді та іноземних туристів.

В Італії прикладом успішної інтеграції сакральної спадщини є “Шлях святого Франциска” (Via di Francesco) — мережа маршрутів, що охоплює Ассізі, Губбіо, Сполето, Перуджу та Рим. Вони з'єднують місця, пов'язані з життям і діяльністю святого Франциска Ассізького. Проєкт підтримується державними і церковними структурами, а також туристичними асоціаціями, що забезпечує його сталість і високу якість сервісу.

Комплекс Метеорів сформував навколо себе розгалужену культурно-туристичну екосистему, що поєднує духовну спадщину з освітніми та науковими практиками. На території монастирів функціонують музеї рукописів та ікон, де представлені унікальні зразки візантійського сакрального мистецтва, богослужбові книги, стародруки та релігійні артефакти. Для відвідувачів організовуються освітні програми, серед яких тематичні тури для студентів архітектури, історії та богослов'я, екскурсії з вивчення технік фрескового розпису, лекції про історію монашества у Візантійській імперії.

Окрему увагу приділено поєднанню сакральності з природною спадщиною. У Метеорах облаштовані маршрути та оглядові майданчики, що дозволяють туристам зрозуміти геологічні особливості скель і водночас розкрити символіку “духовного піднесення”, характерну для аскетичних традицій східного монашества. Працюють інформаційні центри, де представлено мультимедійні експозиції, відеореконструкції стародавніх будівельних технік, історичні хроніки та етнографічні матеріали.

Додатковою складовою є культурні події та тимчасові виставки, які організовуються спільно з університетами та дослідницькими інститутами — наприклад, виставки ікон XIV–XVI століть, археологічні презентації, демонстрації традиційного монастирського ремесла. Така комплексна модель

дозволила Метеорам стати не лише духовним центром, а й однією з найбільш впізнаваних культурних дестинацій Греції, що поєднує релігійну спадщину, освіту, науку й туризм у цілісну інфраструктурну систему.

У Польщі особливе місце займає паломницький центр у Ченстохові (Ясна Гура). Щороку його відвідують понад 4 млн паломників і туристів, а сам маршрут включений до міжнародної мережі “Шляхів віри” Європи. Польща активно розвиває тематичні маршрути — “Шлях дерев’яної архітектури”, “Шлях католицьких святинь”, “Шлях духовної спадщини Малопольщі”, які отримали підтримку ЄС у межах програм збереження культурної спадщини.

Європейські принципи інтеграції сакральної спадщини

Порівняльний аналіз європейського досвіду дає змогу виокремити кілька ключових принципів, які забезпечують ефективну інтеграцію сакральної спадщини у туристичні маршрути:

Комплексність — сакральні об’єкти розглядаються не ізольовано, а в контексті історико-культурного простору.

Сталий розвиток — туризм організовується з урахуванням збереження автентичності та духовних цінностей.

Інклюзивність — активна участь місцевих громад і церковних структур у формуванні маршрутів.

Цифровізація — використання сучасних технологій (онлайн-мапи, QR-коди, мобільні гіді) для популяризації об’єктів.

Брендинг — створення єдиного візуального стилю, логотипів, медіаконтенту, що формують упізнаваний образ маршруту.

В Україні інтеграція сакральної спадщини у туристичні маршрути має значний потенціал, але перебуває на етапі активного формування. Найуспішніші приклади можна спостерігати у Києві, Львові, Почаєві, Зарваниці та Карпатському регіоні.

Київ — один із найпотужніших центрів релігійного туризму у Східній Європі. Його сакральні об’єкти, зокрема Києво-Печерська лавра, Софія Київська, Михайлівський Золотоверхий монастир, формують ядро національного туристичного бренду України. Вони активно інтегровані в міжнародні програми, зокрема “Шляхи християнської культури Європи” (Council of Europe, 2022).

Суть міжнародної програми “Шляхи християнської культури Європи” полягає у створенні спільного європейського культурного простору, який об’єднує країни через їхню християнську спадщину. Програма передбачає формування цілісної мережі туристичних маршрутів, що поєднують найважливіші християнські пам’ятки різних держав — собори, монастирі, місця паломництва, сакральну архітектуру, об’єкти мистецтва та пов’язані з ними історичні локації. Її завдання не просто популяризувати релігійну спадщину, а інтегрувати її у сучасну туристичну інфраструктуру Європи.

Учасники цієї програми отримують можливість залучати міжнародні гранти на реставрацію пам’яток, розвиток туристичних сервісів, створення мультимедійних центрів, проведення культурних подій і освітніх проєктів. Програма також підтримує розробку єдиних стандартів якості для екскурсій, інформаційних матеріалів, мультимедійних посібників, інфраструктури для паломників і туристів. Важливою її складовою є міжкультурний діалог — завдяки спільним виставкам, фестивалям, науковим конференціям, транскордонним освітнім маршрутам.

Таким чином, “Шляхи християнської культури Європи” — це не просто про туризм. Це масштабна система європейського партнерства, яка допомагає країнам зберігати й популяризувати свою сакральну спадщину, розвивати туристичну економіку, зміцнювати міжнародні зв’язки та підвищувати впізнаваність власних культурних центрів на міжнародному рівні. Для України участь у таких програмах означає можливість інтегрувати свої святині в

європейський культурний простір і підвищити статус на світовій туристичній карті.

Львів представляє унікальний феномен сакрального багатоконфесійного простору — на відносно невеликій території розташовано православні, греко-католицькі, римо-католицькі, вірменські храми, що разом формують автентичний образ міста. Це один із найкращих прикладів поєднання духовного та культурного туризму в Україні.

Карпатський регіон є окремим туристичним брендом, основу якого складають дерев'яні церкви Гуцульщини і Бойківщини, включені до списку ЮНЕСКО. Маршрути “Дерев'яними церквами Карпат” стали популярними не лише серед українців, а й серед туристів з Польщі, Чехії, Словаччини.

На Чернігівщині збереглося понад 300 сакральних об'єктів, частина з яких має статус національних пам'яток. Однак регіон ще не має єдиної концепції використання цього потенціалу. Для Прилуччини це відкриває широкі можливості створення власного туристичного маршруту — “Сакральна Прилуччина”. До нього можуть увійти:

Проблеми та перспективи

Основними перешкодами ефективної інтеграції сакральної спадщини в Україні залишаються:

- нестача фінансування на реставрацію об'єктів;
- слабка туристична інфраструктура у сільських місцевостях;
- недостатня співпраця між державою, церквою та громадами;
- відсутність системного маркетингу та промоції.

Для подолання цих проблем важливо впроваджувати державно-приватне партнерство, створювати туристичні кластери навколо сакральних об'єктів, застосовувати цифрові платформи для промоції (віртуальні тури, сайти, інтерактивні карти).

Досвід європейських країн свідчить, що сакральна спадщина може стати фундаментом для розвитку сталого, прибуткового та культурно збагачувального туризму. Для України, зокрема Прилуччини, це напрям із великим потенціалом, який поєднує історичну пам'ять, духовність і сучасні туристичні технології. Створення інтегрованих маршрутів, таких як “Сакральна Прилуччина”, може стати важливим кроком до зміцнення культурної ідентичності, розвитку регіональної економіки та формування позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Сучасні тенденції розвитку туризму вказують на те, що сакральна спадщина поступово виходить за межі виключно релігійного контексту і стає інструментом формування регіональної ідентичності. Для багатьох країн Європи саме духовно-культурні маршрути стали не лише шляхом пізнання історії, а й способом утвердження спільних цінностей, толерантності та міжкультурного діалогу.

Досвід інтеграції сакрального туризму у системи культурної дипломатії

Європейський Союз приділяє особливу увагу розвитку проєктів, пов'язаних із сакральною спадщиною, розглядаючи їх як складову своєї стратегії “м'якої сили”. У цьому контексті сакральні маршрути використовуються як інструмент формування позитивного іміджу європейського культурного простору, зміцнення міжкультурного діалогу, поглиблення взаєморозуміння між народами та популяризації спільних духовних цінностей. Одним із ключових інструментів такої політики є програма Ради Європи “Cultural Routes”, яка охоплює понад 40 офіційно визнаних маршрутів. Значна частина з них присвячена саме сакральній та духовній традиції: це “Шлях святого Якова”, “Шляхи цистеріанської спадщини”, “Шляхів християнської культури Європи”, “Шлях паломників до Риму” та інші.

Ці маршрути не лише демонструють історичні й релігійні пам'ятки, але й сприяють культурній співпраці, освітнім проєктам, збереженню святих місць,

розвитку локального туризму та залученню інвестицій. Для України участь або інтеграція у такі міжнародні ініціативи відкриває можливості підвищення міжнародної впізнаваності сакральних об'єктів, доступу до грантових програм ЄС, обміну досвідом у сфері реставрації та менеджменту культурної спадщини, а також формування конкурентоспроможних туристичних продуктів на європейському рівні.

Вона базується на принципах сталого розвитку, культурного різноманіття та інтеграції місцевих громад.

Маршрути, подібні до “Шляху святого Мартина Турського” (який проходить через 13 країн Європи), або “Шляху цистерціанських абатств”, мають не лише релігійне, а й освітньо-виховне значення. Їх мета — відновлення цінності спільної європейської духовної спадщини. Вони поєднують культурні установи, університети, муніципалітети, бізнес та громадські організації.

Такі практики можуть бути корисними для України, зокрема для регіонів, які прагнуть посилити свою роль у сфері культурної дипломатії. Включення маршруту «Сакральна Прилуччина» до європейських мереж — це не лише туристичний, а й іміджевий проєкт, що зміцнює позиції України як країни глибокої духовності та історичної тяглості.

Останніми роками дедалі більшої уваги набуває тренд цифрової спадщини (digital heritage). Європейські країни активно впроваджують технології 3D-моделювання, доповненої реальності (AR) та віртуальних турів (VR). Наприклад, у Ватикані реалізовано проєкт “Virtual Sistine Chapel”, який дозволяє віртуально відвідати капелу без фізичної присутності.

У Польщі в межах національної ініціативи “Sacrum Poloniae” створено інноваційний цифровий інструмент — мобільний додаток, що поєднує функції туристичного навігатора, освітньої платформи та інтерактивного каталогу сакральної спадщини. Додаток дозволяє користувачам прокладати персоналізовані маршрути між сакральними об'єктами, отримувати історичні

відомості, слухати професійні аудіогіди, переглядати оцифровані архівні матеріали та сучасні 3D-моделі храмів. Такий формат значно розширює можливості пізнання культурної спадщини та створює нову форму взаємодії туристів із духовними пам'ятками.

В Україні подібні технології лише починають впроваджуватись. Потенціал цифрової популяризації сакральних об'єктів Прилуччини є надзвичайно високим. Створення онлайн-каталогу пам'яток, інтерактивних карт, мобільного додатку з віртуальними турами храмами Прилуцького району дозволить не лише залучити туристів, а й зберегти пам'ятки в цифровому форматі для майбутніх поколінь.

Цифровізація також відкриває нові можливості для віртуальних паломництв, що стали особливо актуальними під час пандемії COVID-19. Це дає змогу залучати міжнародну аудиторію без територіальних обмежень.

Успішна інтеграція сакральних маршрутів має мультиплікативний ефект. Вона створює нові робочі місця у сфері готельно-ресторанного бізнесу, ремісництва, транспортних послуг, ІТ та медіа. За даними Європейської комісії, кожен євро, інвестований у розвиток культурно-релігійного туризму, генерує до 5 євро прибутку у суміжних галузях.

Для Прилуччини це може означати пожвавлення локальної економіки, стимулювання розвитку малого бізнесу (садиби зеленого туризму, кафе, сувенірні майстерні), а також збільшення податкових надходжень до місцевого бюджету. Водночас сакральний туризм має важливу соціальну функцію — він сприяє збереженню духовних традицій, зміцненню громади та формуванню почуття гордості за власний край.

Європейські грантові програми Creative Europe, Horizon Europe, Erasmus Plus та Interreg Europe підтримують розвиток культурної та сакральної спадщини, надаючи фінансування для проєктів, які допомагають зберігати, популяризувати й осучаснювати історичні об'єкти. Їхня основна суть полягає в тому, що вони

дають можливість країнам і регіонам отримати кошти на відновлення храмів, створення туристичних маршрутів, розробку мобільних застосунків, аудіогідів та цифрових 3D моделей, а також на організацію освітніх програм і міжнародного обміну досвідом.

Такі програми розглядають сакральну спадщину не лише як релігійний елемент, а як важливий компонент європейської культури, який може сприяти розвитку туризму, економічному зростанню, формуванню позитивного міжнародного іміджу та налагодженню міжкультурного діалогу. Для України це означає можливість отримати фінансування на модернізацію туристичної інфраструктури, оцифрування церковних пам'яток, створення сучасних мультимедійних продуктів, залучення молоді до культурних проєктів і включення українських сакральних об'єктів до європейських культурних маршрутів.

Іншими словами, суть цих програм полягає в тому, щоб забезпечити підтримку регіонам і громадам у перетворенні сакральної спадщини на сучасний туристичний, культурний та освітній ресурс, який відповідає європейським стандартам якості та інноваційності.

Для Прилуччини можливим є залучення фінансування через партнерство з європейськими містами-побратимами, університетами, фондами культурної спадщини та церквами. Важливим завданням є створення проєктних заявок, які відповідали б міжнародним критеріям сталого розвитку: збереження культурної спадщини, екологічність, інклюзивність, участь громади.

Реалізація подібних грантових проєктів дозволить не лише залучити інвестиції, а й створити імідж Прилуччини як інноваційного культурного простору, відкритого до міжнародного співробітництва.

У глобальному вимірі сакральний туризм стає частиною ширшої концепції «повільного туризму» (slow tourism) — мандрівок, спрямованих не на споживання вражень, а на глибоке пізнання культури, історії та духовності.

Туристи дедалі частіше шукають автентичність, гармонію, внутрішній спокій, що робить сакральні об'єкти ідеальними місцями для такого досвіду.

Порівняльний аналіз українського та європейського досвіду показує, що інтеграція сакральної спадщини у туристичні маршрути є ефективним засобом сталого розвитку регіонів. Для Прилуччини цей напрям може стати основою формування туристичного бренду, який поєднує історію, духовність і сучасність.

Успіх цього процесу залежить від трьох ключових чинників:

1. Наявності чіткої стратегії брендингу регіону;
2. Залучення фінансування з державних та міжнародних джерел;
3. Активної участі громади та церковних структур у промоції маршруту.

Реалізація проєкту «Сакральна Прилуччина» уможливить створення цілісного культурного продукту, здатного конкурувати на національному рівні, сприятиме зміцненню духовного потенціалу регіону та підвищенню його престижу в Україні й за кордоном.

РОЗДІЛ 2. САКРАЛЬНА СПАДЩИНА ПРИЛУЧЧИНИ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ

2.1. Аналіз історико-культурної спадщини Прилуччини та ступню її готовності до туристичного споживання

Прилуччина є одним із найстаріших історико-культурних регіонів Чернігівщини, що зберіг значний комплекс сакральних об'єктів різних епох. Сформована тут духовна традиція поєднує релігійні практики, народну культуру та локальну історичну спадщину, що створює основу для розвитку культурно-духовного туризму.

Серед ключових об'єктів вирізняється Спасо-Преображенська церква XVII ст. — пам'ятка козацької доби з автентичним розписом та збереженою архітектурою. Миколаївський собор XVIII ст. у стилі українського бароко з іконами й церковним начинням XVIII–XIX ст. має потенціал стати центральним пунктом туристичних маршрутів. Успенська церква також є важливим об'єктом з цінними іконами та елементами різьблення.

До сакральної спадщини регіону належать старовинні цвинтарі, святі джерела біля Заїзду й Малківки, а також ікони, богослужбові книги, рукописи, церковне начиння й елементи усної традиції, що можуть бути використані у музейних та освітніх програмах. Більшість об'єктів потребує оновлення інфраструктури, інформаційного супроводу та промоційних матеріалів.

Історичні витоки духовної культури Прилуччини сягають часів Київської Русі та Сіверського князівства. У XVII–XVIII ст. регіон став важливим осередком духовного життя козацької доби. Саме тоді активно розвивалися храмове будівництво, іконопис і церковна освіта, що сформувало сучасний духовний ландшафт краю.

Сакральна спадщина Прилуччини має значний туристичний потенціал, проте потребує комплексного підходу до збереження, інтерпретації та популяризації.

Однією з найвизначніших пам'яток регіону є

1. Миколаївський собор (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14). Монументальний кам'яний храм доби Гетьманщини, споруджений у стилі козацького бароко. Собор є одним із найвиразніших зразків сакрального монументального будівництва Прилуччини. У його інтер'єрі частково збереглися фрагменти старого іконостасу XVIII століття, окремі ікони місцевої школи живопису, стародруки церковного вжитку, богослужбові предмети, що мають музейну цінність. Архітектурна домінанта собору дозволяє формувати навколо нього туристичний простір із фокусом на історичну та культурну спадщину Гетьманщини (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14).

2. Спасо-Преображенська церква (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.8) Одна з найстаріших сакральних споруд краю, що поєднує риси українського бароко та традиційної дерев'яної архітектури Лівобережжя. Храм має унікальну планувальну структуру, характерні декоративні елементи та зберігає внутрішнє оздоблення, частина якого належить до пізнього бароко. Значну цінність становлять старовинні ікони, серед яких виділяються образи Спаса та Богородиці, виконані місцевими майстрами. Храм зберіг навколо себе цілісний історичний простір, що дозволяє інтегрувати його в тематичні екскурсійні маршрути, духовно-пізнавальні програми та культурні заходи.

3. Важливу роль у формуванні духовного обличчя краю відіграє Густинський Свято-Троїцький монастир (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.8), розташований поблизу Прилук. Заснований у 1600-х роках, він став одним із найвідоміших монастирів Лівобережної України. У XVII–XVIII ст. Густиня була центром іконопису та книгописання; тут діяла власна друкарня, а монастирські ікони славилися далеко за межами Чернігівщини. Архітектурний ансамбль

монастиря, що включає Троїцький собор (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.8), келії, дзвіницю, муровані стіни та брами, має високу мистецьку цінність. Сьогодні Густинський монастир є діючим релігійним осередком і популярним об'єктом духовного туризму.

4. Успенська — один із визначних храмів Прилуччини, що має важливе духовне та історичне значення для місцевої громади. Храм присвячений Успінню Пресвятої Богородиці — одному з найшанованіших християнських свят. Успенська церква є прикладом традиційної української сакральної архітектури та виступає осередком релігійного життя, місцем богослужінь, святкових обрядів і громадських ініціатив. Біля церкви зберігається особлива духовна атмосфера, що приваблює як місцевих жителів, так і відвідувачів регіону. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

5. Різдво-Богородична церква — один із найдавніших і найшанованіших храмів Прилуччини. Збудована у традиціях українського бароко, вона вирізняється гармонійною архітектурою, масивними стінами та світлим інтер'єром. Храм має важливе духовне значення для місцевої громади: у ньому зберігаються старовинні ікони, проводяться великі релігійні свята та обряди. Це також цінна пам'ятка історії, пов'язана з розвитком церковного життя регіону. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

6. Вознесенська церква — один із найстаріших і найцінніших храмів Прилуччини. Споруда зведена у стилі українського бароко та вирізняється гармонійними пропорціями, характерними банями та ошатним декоративним оздобленням. Храм має важливе історичне значення: протягом століть він був духовним центром громади, місцем проведення богослужінь, святкових обрядів та громадських подій. Усередині збереглися окремі елементи традиційного іконостасу та давні образи, що відображають регіональні релігійні традиції. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

7. Каплиця-усипальниця Галаганів — унікальна архітектурна пам'ятка Прилук, зведена у 19 столітті як родинний мавзолей відомого українського роду Галаганів. Споруда виконана у стилі неоготики: гостроверхі арки, декоративні елементи та стримана кам'яна пластика надають їй особливої монументальності. Каплиця розташована на території старого кладовища і є важливою частиною духовної та культурної спадщини міста. Сьогодні об'єкт становить інтерес для дослідників історії, туристів та поціновувачів архітектури. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Стародавні цвинтарі Прилуччини є важливою частиною духовної спадщини регіону. Вони зберігають поховання місцевих священників, козацьких родів і старожитніх громад. З деякими з цих місць пов'язані народні легенди. Наприклад, у селах розповідають про випадки, коли на старих могильних хрестах нібито з'являлося м'яке світіння, яке сприймали як знак благословення предків. Також існують перекази про похованих праведників, до могил яких люди приходили просити зцілення.

Святі джерела поблизу Заїзду і Малківки мають особливе значення. Джерело біля Заїзду здавна вважалося цілющим, і сюди приходили по воду при хворобах очей та слабкості. Джерело біля Малківки має переказ про мандрівного старця, після появи якого почала бити вода, що вважалася благословенною. Ці місця й нині залишаються духовними осередками для місцевих мешканців.

Ступінь готовності цих об'єктів до туристичного використання загалом низький. Частина старовинних поховань пошкоджена, території місцями зарослі, відсутні інформаційні таблички, навігація, оглядові доріжки чи будь-яка інтерпретаційна інфраструктура. Святі джерела потребують благоустрою, облаштування підходів і базової інформації про їхнє походження. Проте духовний потенціал цих місць високий, і після мінімального впорядкування вони можуть стати цінними об'єктами сакрального та культурно-пізнавального туризму.

Важливе місце в духовній традиції Прилуччини займають народні промисли та види мистецтв, що формувалися протягом століть. Чимало цих ремесел виникли при місцевих храмах і монастирях, а з часом стали невід'ємною складовою культурної ідентичності регіону. Сьогодні їх збереження і відродження забезпечують музейні установи, навчальні заклади та окремі майстри. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Іконопис є одним із найдавніших мистецьких напрямів Прилуччини. Центри іконописання діяли при монастирях і великих парафіях, де створювалися ікони для храмів і домашніх іконних кутків. Значна частина історичної колекції ікон зберігається у Прилуцькому краєзнавчому музеї, де доступні оглядові екскурсії. Іконописні традиції підтримують також приватні майстерні у Прилуках та селах Івковці й Малківка. Рівень готовності цього ресурсу до туристичного використання є високим, оскільки музей має експозиційні зали, супровід екскурсоводів і зручні умови для відвідувачів. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Вишивка є важливим складником народного мистецтва Прилуччини. Місцеві орнаменти вирізняються традиційною червоно чорною кольоровою гамою та геометричними мотивами. Найкраще збережені зразки можна побачити у шкільних етнографічних кімнатах і музейних колекціях Прилук, а також у селах Яблунівка та Малківка. Рівень готовності туристичного продукту є середнім, оскільки зразки доступні для огляду, проте майстер класи організовуються нерегулярно. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Гончарство було поширене у селах навколо Прилук, зокрема у Линовиці та Товкачівці, де було достатньо природної глини. Гончарі виготовляли кухонний посуд, декоративні та ритуальні вироби. На сьогодні традиція збереглася лише частково завдяки окремим майстрам та музейним зібранням. Рівень готовності до туристичного використання є низьким, оскільки повноцінні гончарні майстерні

майже не функціонують, а відтворення ремесла можливе у форматі окремих тематичних заходів. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Писанкарство залишається важливою складовою місцевих великодніх традицій. У школах Прилук та селах Галка і Линовиця діють гуртки, де діти та дорослі вчаться розписувати писанки традиційними орнаментами. У період свят проводяться виставки та освітні зустрічі. Готовність туристичного ресурсу є середньою, оскільки активність є сезонною і залежить від святкового календаря. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

До нематеріальної духовної спадщини регіону належать церковний спів, стародавні молитви, народні духовні пісні та процесії на великі свята. Хорові традиції особливо активно зберігаються в Успенському соборі та Вознесенській церкві, де проводяться богослужіння із співом церковних хорів. Процесії на Великдень, Трійцю та Покрову проходять у Прилуках та селах навколишньої громади, залучаючи парафіян і гостей. Рівень готовності цих традицій до туристичного використання є високим, оскільки вони є живими, регулярними та відкритими для відвідувачів. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Важливим осередком збереження духовної культури є Прилуцький краєзнавчий музей імені Василя Маслова. У музеї зібрано колекцію ікон, стародруків, рукописів, предметів церковного побуту та виробів народних майстрів. Тут проводяться тематичні виставки, освітні заходи, лекції, зустрічі з майстрами та священнослужителями. Музей має високий рівень готовності до прийому туристів, оскільки володіє експозиційними залами, інформаційними матеріалами та кваліфікованими екскурсоводами. (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.14)

Серед інституцій, що відіграють важливу роль у збереженні духовної та культурної спадщини Прилуччини, особливе місце належить Прилуцькому краєзнавчому музею ім. В. Маслова (див. Додаток Д, рис. Д.1–Д.8). У його фондах зосереджено значну колекцію ікон різних художніх шкіл, стародруків, рукописних церковних книг, предметів церковного начиння та етнографічних

матеріалів, які відображають духовні традиції й релігійний побут населення регіону. Колекція ікон охоплює зразки хатнього та храмового живопису XVIII–XX ст., що дозволяє простежити еволюцію місцевих стилістичних та технічних особливостей. Стародруки походять із різних українських та сусідніх друкарських центрів, демонструючи розвиток духовної літератури та церковної освіти. Значний інтерес становить церковне начиння — хрести, потири, лампади, кадила, дароносиці — що відображає високий рівень ювелірного ремесла регіону.

Музей не лише зберігає, а й популяризує духовну спадщину Прилуччини: організовує виставки, присвячені іконопису та історії місцевих храмів, проводить лекції, наукові зустрічі, інтерактивні заняття для школярів і студентів. Важливою є співпраця з художниками, реставраторами, священнослужителями та краєзнавцями, які беруть участь у майстер-класах і тематичних заходах, спрямованих на поглиблення знань про релігійну культуру краю. Завдяки діяльності музею духовні та етнографічні цінності стають доступними широкому загалу, сприяючи формуванню історичної пам'яті й зміцненню культурної ідентичності громади.

Значну роль у збереженні сакральної спадщини відіграють громадські та волонтерські ініціативи. Вони займаються впорядкуванням територій храмових комплексів, реставрацією окремих архітектурних елементів, доглядом за старовинними кладовищами, на яких збереглися поховання священнослужителів, діячів культури та представників місцевих родів. Проводяться толоки, фотофіксація надгробків та створення електронних каталогів, що сприяє дослідженню історії громади та відновленню родових традицій.

Громадські організації реалізують і просвітницькі проєкти: тематичні екскурсії («Сакральні пам'ятки Прилуччини», «Історія храмового життя краю»), публічні лекції, виставкові ініціативи в закладах освіти та культури, зустрічі з краєзнавцями й духовенством. Такі заходи формують цілісне уявлення про роль

сакральних інституцій у розвитку місцевої громади та збереженні культурної ідентичності.

У ХХІ ст. сакральна спадщина Прилуччини набула нового значення. Вона розглядається не лише як об'єкт охорони, а й як ресурс сталого розвитку. Релігійні об'єкти дедалі активніше інтегруються в культурно-туристичні програми, які поєднують духовні, освітні та екологічні елементи. Маршрут «Сакральні перлини Прилуччини» знайомить відвідувачів з історією та архітектурою Спасо-Преображенського собору, Іванівської та Миколаївської церков. Проєкт «Духовними стежками Прилук» передбачає лекції, заняття та виїзні екскурсії, спрямовані на популяризацію християнських традицій регіону.

Важливу роль відіграють і мистецько-духовні заходи, зокрема фестиваль «Покровські зустрічі», який об'єднує виставки іконопису, концертні програми та майстер-класи. Паралельно реалізуються еколого-духовні ініціативи, спрямовані на догляд за церковними територіями та кладовищами, у яких беруть участь парафіяни та молодіжні волонтерські групи.

Поступовий розвиток паломницького, етнографічного та еко-туризму підвищує роль сакральної спадщини як чинника формування позитивного іміджу регіону. Сучасні виклики — урбанізація, руйнація споруд, міграція молоді — зумовлюють необхідність системного підходу до збереження духовного надбання, що передбачає не лише реставрацію об'єктів, а й активне залучення громади, освітні програми та культурні ініціативи.

2.2. Аналіз сучасного стану туристичної інфраструктури та можливостей регіону

Розвиток туризму на Прилуччині неможливий без якісної інфраструктури, що забезпечує комфорт туристів та інтеграцію культурних і сакральних об'єктів

у туристичний простір. До туристичної інфраструктури належать транспорт, заклади розміщення й харчування, культурні установи, інформаційні ресурси, екскурсійні послуги та управлінські структури. Аналіз її сучасного стану дозволяє оцінити готовність регіону до прийому туристів і визначити перспективи розвитку.

Нині Прилуччина має лише базові елементи інфраструктури, які потребують модернізації. Транспортна доступність є задовільною, але якість автомобільних доріг низька, а залізничне сполучення обмежене. Готелі та приватні міні-садиби не завжди відповідають сучасним вимогам, бракує комплексних туристичних осередків. Ресторанна мережа орієнтована переважно на місцеве населення та не відзначається достатнім різноманіттям для іноземних туристів.

Культурна інфраструктура — музеї, бібліотеки, будинок культури — має потенціал, однак сучасні туристично-екскурсійні продукти розвинені недостатньо. Особливо відчутним є брак якісного інформаційного забезпечення: карт, путівників, мобільних застосунків, актуальних веб-ресурсів. Слабкою є й промоція регіону у цифровому просторі, що знижує його конкурентоспроможність.

Разом із тим, Прилуччина має значні перспективи: багата сакральна спадщина, вигідне розташування між Києвом і Черніговом та зростання інтересу до внутрішнього туризму відкривають нові можливості.

Необхідними є інвестиції в дороги, реставрацію пам'яток, розвиток готельно-ресторанної інфраструктури, цифрову промоцію та партнерство між владою, бізнесом і культурними установами. Важливим напрямом є створення регіонального туристичного бренду, зокрема концепції «Сакральна Прилуччина», та активне використання соціальних мереж для популяризації.

У регіоні вже реалізуються культурно-туристичні практики: маршрут «Сакральні перлини Прилук», освітній проєкт «Духовними стежками Прилук»,

фестиваль «Покровські зустрічі», діяльність волонтерської спільноти «Прилуцька варта спадщини». Паломницькі маршрути поєднують духовний і культурно-пізнавальний компоненти. Завдяки цим ініціативам сакральні об'єкти інтегруються в життя громади, слугують джерелом туристичної привабливості та формують локальну ідентичність.

Отже, туристична інфраструктура Прилуччини перебуває на етапі становлення, але має значний потенціал. Комплексний підхід до її розвитку, збереження автентичності та сучасні маркетингові стратегії здатні перетворити регіон на впізнавану туристичну дестинацію та частину загальноукраїнського маршруту «Сакральна Україна».

2.3. Унікальні характеристики сакральної спадщини Прилуччини як основа розробки унікального туристичного продукту та бренду дестинації

Сакральна спадщина Прилуччини, що поєднує історичну глибину, архітектурне розмаїття та живі духовні традиції, створює підґрунтя для формування кількох туристичних маршрутів. Перший — історико-духовний тур, який знайомить із провідними культовими спорудами козацької доби (Миколаївський собор, Спасо-Преображенська церква) та пов'язаними з ними історичними подіями. Другий — архітектурно-пізнавальний, орієнтований на стилістичне різноманіття сакральних об'єктів регіону. Третій — духовно-обрядовий маршрут, що демонструє традиційні форми релігійності, святі джерела та елементи народно-християнської обрядовості.

Важливою специфікою сакральної спадщини є її органічне поєднання з природним ландшафтом. Храми Прилук, зокрема Спасо-Преображенська церква та Миколаївський собор, вирізняються вдалим розташуванням у зелених і рекреаційних зонах. Особливе місце посідає Густинський монастир, занурений у природне середовище долини Удаю й придатний для ландшафтно-паломницьких

турів. Святі джерела та природні маршрути доповнюють туристичний потенціал регіону, формуючи можливість для розвитку еколого-духовних стежок.

Сакральна спадщина також є носієм локальної ідентичності та культурної спадкоємності: храми й монастирі виступають центрами духовного та культурного життя громади. Це створює основу для брендингу території, зокрема позиціонування Прилуччини як краю духовної спадщини Чернігівщини, центру автентичної релігійної культури або відкритого музею сакрального мистецтва.

Важливим ресурсом є освітньо-комунікативний потенціал: бібліотеки, архіви й колекції при храмах можуть стати базою для культурно-освітніх турів, майстер-класів та інтерактивних програм. Досвід інших міст України доводить, що фестивалі духовної музики, виставки чи просвітницькі заходи здатні істотно підсилити туристичну привабливість регіону. Перспективним напрямом є розроблення маршрутів, що поєднують сакральні та природні об'єкти, наприклад «Шляхами духовних джерел Прилуччини», який інтегрує храми, природні джерела, етнографічні локації та ландшафтні комплекси.

Додаткову цінність становить нематеріальна спадщина: церковний спів, духовні пісні, традиційні обряди, локальне ремесло, що може бути представлено у форматі майстер-класів і фестивалів. Для промоції необхідне створення єдиного інформаційного середовища — електронних карт, вебпорталу чи мобільного застосунку «Сакральна Прилуччина».

Цільовими аудиторіями можуть стати паломники, культурні туристи, молодь, іноземні відвідувачі та дослідники. Для кожної групи варто підготувати окремі інформаційні продукти — аудіогіди, буклети, маршрути, сувенірну продукцію.

Унікальність Прилуччини полягає у гармонійному поєднанні духовних, природних, історичних і культурних компонентів. Їх популяризація сприятиме збереженню спадщини, формуванню регіональної ідентичності та інтеграції Прилуччини в загальноукраїнський культурно-туристичний простір.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНІ ПІДХОДИ ДО ІНТЕГРАЦІЇ САКРАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ ПРИЛУЧЧИНИ У НАЦІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРНО-ОСВІТНІ МАРШРУТИ

3.1. Концепція туристичного бренду Прилуччини та його стратегічні цілі

Концепція туристичного бренду Прилуччини базується на репрезентації регіону через його унікальну сакральну спадщину, духовність та автентичність місцевої культури. Туристичний бренд виступає інструментом позиціонування території та просування її туристичної пропозиції на ринку. Він не формує стратегічних цілей розвитку — його призначення полягає у створенні впізнаваного образу дестинації, підсиленні її конкурентоспроможності та налагодженні ефективної комунікації з туристами.

Основою бренду є такі цінності, як духовність, що виявляється у численних храмах і монастирях; автентичність, яка проявляється у традиціях, обрядах і ремеслах; та відкритість, що демонструє готовність регіону до прийому туристів і впровадження інноваційних підходів. Бренд орієнтований на кілька груп відвідувачів: українських туристів, паломників, іноземних мандрівників, дослідників історії та культури, а також молодь, яка поєднує пізнання з сучасними туристичними практиками.

Роль туристичного бренду полягає у формуванні привабливого іміджу Прилуччини, підвищенні її впізнаваності, забезпеченні єдиного стилю комунікації та презентуванні території як простору духовної та культурної спадщини. Через бренд територія передає свою головну ідею, формує очікування та створює у туристів чітке уявлення про унікальність дестинації.

Стратегічні напрями розвитку стосуються не бренду, а безпосередньо туристичної дестинації. До них належать інтеграція сакральних об'єктів у туристичні маршрути України, популяризація та збереження пам'яток, підвищення якості туристичних послуг, створення нових форматів туристичного

продукту та активне просування регіону через сучасні маркетингові інструменти. Розвиток інфраструктури не є стратегічною ціллю, а базовою умовою функціонування туристичної дестинації, тому він не розглядається як окреме стратегічне завдання.

Таким чином, туристичний бренд Прилуччини є важливим інструментом комунікації й просування регіону, тоді як стратегічні цілі формуються для розвитку самої дестинації. Коректне розмежування цих понять дозволяє вибудувати логічну та професійну структуру проєкту.

3.1.1 Методика розробки проєкту

Методика розробки проєкту «Цифрова Прилуччина: інтеграція сакральної спадщини через сучасні цифрові технології та підготовку локальних гідів» базується на класичному проєктному підході, який передбачає послідовне проходження усіх етапів проєктного циклу — від аналізу проблеми до оцінки результатів. Такий підхід забезпечує логічність, структурованість і реалістичність реалізації ініціативи.

Основними етапами розробки проєкту є такі:

1. Аналітичний етап (діагностика проблеми).

На цьому етапі здійснюється глибокий аналіз сучасного стану використання сакральної спадщини Прилуччини в туристичній діяльності. Збираються статистичні дані, проводиться SWOT-аналіз, аналізуються існуючі маршрути, інформаційні ресурси, рівень цифровізації та кадрового забезпечення у сфері туризму. Особлива увага приділяється виявленню причин низької промоційної активності та слабкої залученості місцевої громади до процесів туристичного брендингу. Результатом етапу є формулювання конкретної проблеми, яку доцільно вирішувати проєктним способом — *відсутність*

сучасних цифрових інструментів промоції сакральних об'єктів Прилуччини та нестача кваліфікованих місцевих гідів.

2. На підставі проведеного аналізу визначаються стратегічна мета, конкретні завдання, очікувані результати та ключові індикатори ефективності. Мета проєкту полягає у створенні цифрової екосистеми для популяризації сакральної спадщини Прилуччини та розвитку професійних компетенцій місцевих гідів, які безпосередньо працюють з туристами.

Завдання проєкту включають:

1. Створення інтерактивної карти об'єктів сакральної спадщини з аудіогідами;
2. Розробка туристичних маршрутів, програм перебування та івентових заходів, орієнтованих на сакральну спадщину Прилуччини
3. розробку мобільного застосунку та офіційного туристичного порталу «Сакральна Прилуччина»;
4. проведення навчальних програм, тренінгів і сертифікації саме для місцевих гідів, відповідальних за екскурсійне супроводження сакральними маршрутами;
5. підготовку промоційної кампанії у соціальних мережах;
6. формування партнерської мережі між владою, бізнесом, освітніми закладами та релігійними громадами, що сприятиме сталому розвитку туристичної пропозиції регіону.

Розробка туристичних маршрутів, програм перебування та івентових заходів, орієнтованих на сакральну спадщину Прилуччини

- розробку мобільного застосунку та офіційного туристичного порталу «Сакральна Прилуччина»; творення інтерактивної карти об'єктів сакральної спадщини з аудіогідами;
- проведення навчальних програм для місцевих гідів та менеджерів туризму;

- підготовку промоційної кампанії у соціальних мережах;
- формування партнерської мережі між владою, бізнесом, закладами освіти та церквою.

3. Етап структурування проєкту.

На цьому етапі формується логіко-структурна матриця (ЛСМ), яка визначає взаємозв'язок між цілями, завданнями, заходами, очікуваними результатами, індикаторами виконання, джерелами перевірки та можливими ризиками. ЛСМ виступає основним інструментом управління реалізацією проєкту та контролю за досягненням запланованих результатів.

4. Етап планування ресурсів і бюджету.

Передбачає розроблення детального кошторису, який охоплює витрати на технічну реалізацію (створення сайту, застосунку, цифрових матеріалів), навчання персоналу, інформаційно-просвітницьку кампанію, а також моніторинг ефективності. Визначаються потенційні джерела фінансування — місцевий бюджет, грантові програми Українського культурного фонду, державні ініціативи з розвитку туризму, благодійні внески та партнерські інвестиції.

5. Етап реалізації проєкту.

На цьому етапі здійснюється практична реалізація запланованих заходів. Передбачено послідовне виконання таких дій: проведення інвентаризації сакральних об'єктів; створення цифрових фото- і відеоматеріалів; розроблення дизайну, структури та контенту для сайту й мобільного застосунку; організація навчальних семінарів для гідів; проведення промоційної кампанії в соціальних мережах та медіа. Реалізація триває орієнтовно 18 місяців і здійснюється у тісній взаємодії місцевих органів влади, церковних громад, бізнесу, освітніх закладів і громадських організацій.

6. Етап моніторингу та оцінки результатів.

Передбачає систематичне відстеження ходу реалізації проєкту, аналіз досягнутих показників, порівняння їх із запланованими індикаторами, виявлення відхилень і

проблемних моментів. Оцінювання проводиться за кількісними (кількість користувачів платформи, кількість підготовлених гідів, кількість туристів) та якісними критеріями (задоволеність учасників, зростання обізнаності про регіон, залучення нових партнерів). На підставі моніторингу готується підсумковий звіт із рекомендаціями для масштабування проєкту.

Таким чином, методика розробки проєкту забезпечує логічну послідовність дій — від аналітичного дослідження до практичного впровадження і контролю результатів. Вона поєднує елементи стратегічного планування, управління ресурсами, цифрових технологій і соціального партнерства. Дотримання цієї методики гарантує реалістичність, ефективність і стійкість результатів проєкту, спрямованого на розвиток культурно-релігійного туризму Прилуччини.

3.2. Дерево проблем, дерево цілей і логіко-структурна матриця проєкту розвитку туристичної дестинації Прилуччини

У цьому підпункті представлено структурований проєктний аналіз розвитку туристичної дестинації «Прилуччина» на основі сакральної спадщини. Використано інструменти проєктного циклу: дерево проблем для виявлення причинно-наслідкових зв'язків; дерево цілей для формалізації позитивного бачення; логіко-структурну матрицю (ЛСМ) для визначення очікуваних результатів, показників, джерел перевірки та ризиків. Табличне оформлення дозволяє наочно відобразити структуру проблем, цілей і заходів для подальшого використання в програмі розвитку.

3.2.1. Дерево проблем

Побудова «дерева проблем» є одним із ключових інструментів проектного аналізу, який дозволяє структуровано визначити основну проблему, її першопричини, другорядні чинники та наслідки. Такий підхід забезпечує логічне розуміння ситуації, допомагає визначити сфери впливу проекту та сформувати подальше «дерево цілей».

У процесі аналізу розвитку туристичної дестинації Прилуччини встановлено, що попри багатий потенціал сакральної спадщини — численні храми, монастирі, святі джерела, старовинні кладовища — регіон залишається малопомітним на туристичній карті України. Проблема не лише у відсутності фінансування чи загальному стані інфраструктури, а насамперед у недостатній цифровій присутності регіону та відсутності системної промоції сакральних об'єктів.

Тому головною проблемою, визначеною в межах проекту, є:

Відсутність сучасних цифрових інструментів промоції сакральної спадщини Прилуччини та нестача кваліфікованих місцевих гідів.

Ця проблема має комплексний характер, адже поєднує інформаційні, управлінські, кадрові та інфраструктурні аспекти. Вона негативно впливає не лише на імідж регіону, а й на його соціально-економічний розвиток.

Причини основної проблеми

1. Недостатній рівень цифровізації туристичної сфери. На сьогодні у Прилуччині відсутній офіційний туристичний вебсайт або мобільний застосунок, який би містив інформацію про сакральні пам'ятки, маршрути, події, засоби розміщення та харчування. Більшість даних про храми чи монастирі подано у фрагментарному вигляді на приватних сторінках або в соціальних мережах, без системного оновлення та професійного дизайну. Через

це потенційні туристи не мають зручного доступу до інформації, а регіон втрачає конкурентоспроможність на туристичному ринку.

2. Відсутність інтегрованої маркетингової стратегії та єдиної візуальної айдентики. Попри унікальний духовно-культурний потенціал, Прилуччина не має власного бренду або впізнаваного візуального стилю, який би відображав її ідентичність як сакрального осередку. Не створено брендбук, логотип, рекламні матеріали чи контент, який можна використовувати на національному рівні. Це призводить до того, що регіон сприймається як «сіра зона» без яскравого туристичного образу.

3. Кадрова нестача та низький рівень професійної підготовки гідів. У місцевих громадах практично відсутні сертифіковані гіді, які могли б проводити якісні екскурсії сакральними маршрутами. Часто роль екскурсоводів виконують волонтери або працівники музеїв, які не мають спеціальної туристичної освіти, знань іноземних мов та навичок комунікації з туристами. Це обмежує можливості розвитку туризму та негативно впливає на рівень сервісу.

4. Слабка взаємодія між владою, церквою, громадськими організаціями та бізнесом. Різні сторони, які мають стосунок до сакральної спадщини (органи місцевого самоврядування, релігійні громади, краєзнавчі музеї, підприємці), діють розрізнено. Відсутня координаційна рада чи партнерська платформа для об'єднання зусиль у сфері розвитку культурно-релігійного туризму. Через це навіть цінні ініціативи залишаються локальними, без системного ефекту.

5. Недостатнє фінансування інформаційно-просвітницьких заходів. Більшість заходів, спрямованих на популяризацію сакральної спадщини, реалізуються на ентузіазмі громадських активістів або за рахунок невеликих грантів. Відсутність довгострокової програми фінансування робить неможливим створення масштабних цифрових продуктів (порталів, VR-турів, інтерактивних карт).

6. Обмежена туристична інфраструктура. Незадовільний стан доріг, нестача готелів середнього класу, інформаційних центрів, навігаційних вказівників та зон відпочинку зменшує комфорт перебування туристів у регіоні. Навіть якщо потенційний турист зацікавиться Прилуччиною, відсутність базових сервісів може стати перешкодою для відвідування.

Наслідки проблеми:

- Низька впізнаваність Прилуччини як туристичної дестинації. Без цифрової присутності регіон фактично “невидимий” для національного та міжнародного туристичного простору. Його сакральні пам’ятки не представлені на популярних платформах (Ukraine.Travel, TripAdvisor, Google Maps), тому кількість відвідувачів залишається мінімальною.

- Скорочення туристичних потоків та економічних надходжень. Брак маркетингу й фахового персоналу безпосередньо впливає на економіку громади. Місцеві заклади харчування, сувенірні майстерні, садиби зеленого туризму не отримують прибутку, тому не мають стимулу інвестувати у розвиток.

- Занепад сакральних пам’яток та зниження їх соціальної ролі. Відсутність належної промоції і туристичного потоку призводить до того, що багато об’єктів залишаються поза увагою громадськості. Частина з них поступово руйнується, інші — потребують реставрації чи догляду.

- Міграція молоді та втрата локальної ідентичності. Через обмежені можливості самореалізації в культурній і туристичній сфері молоді фахівці виїжджають до більших міст. Втрачається зв’язок між поколіннями, знижується рівень зацікавленості місцевих мешканців у збереженні духовної спадщини.

- Зниження конкурентоспроможності регіону. Без сучасних цифрових інструментів та маркетингової підтримки Прилуччина не може конкурувати з

іншими DESTИНАЦІЯМИ, ТАКИМИ ЯК Львів, Почаїв чи Чернігів, де сакральний туризм уже став економічним драйвером розвитку.

Таким чином, проведений аналіз засвідчив, що головна проблема розвитку сакрального туризму Прилуччини полягає не лише у фізичному стані пам'яток чи недостатньому фінансуванні, а передусім у дефіциті сучасних цифрових інструментів і людського потенціалу для їх використання. Створення цифрової екосистеми популяризації сакральної спадщини та підготовка фахових гідів є ключем до вирішення цієї проблеми. Саме навколо цього завдання формуватиметься подальше “дерево цілей” і логіко-структурна модель проєкту.

3.2.2. Дерево цілей

Після побудови дерева проблем логічним наступним кроком є формування дерева цілей, яке відображає систему очікуваних результатів, здатних усунути причини головної проблеми. Методика побудови дерева цілей базується на перетворенні негативних тверджень, наведених у «дереві проблем», у позитивні, що описують бажаний стан речей після реалізації проєкту. Такий підхід дає змогу сформувати структуровану систему завдань і заходів, які ведуть до досягнення головної мети.

Головною метою проєкту є створення сучасної цифрової екосистеми промоції сакральної спадщини Прилуччини та формування кадрового потенціалу у сфері культурно-релігійного туризму. Досягнення цієї мети дозволить забезпечити інтеграцію сакральних об'єктів регіону в національні туристичні маршрути, підвищити рівень впізнаваності Прилуччини як духовно-культурного центру, а також сприятиме соціально-економічному розвитку місцевих громад.

Головна мета безпосередньо впливає з основної проблеми, визначеної у попередньому підпункті — відсутності сучасних цифрових інструментів промоції та нестачі кваліфікованих гідів. Її досягнення можливе через реалізацію

низки стратегічних і тактичних завдань, спрямованих на усунення ключових причин проблеми.

Для досягнення поставленої мети визначено кілька основних завдань, реалізація яких забезпечить комплексне вирішення проблеми та створення умов для сталого розвитку туристичної дестинації Прилуччини.

Перше завдання полягає у створенні цифрової платформи «Сакральна Прилуччина», яка включатиме офіційний вебсайт і мобільний застосунок. Платформа стане основним джерелом інформації про сакральні об'єкти регіону, маршрути, події, місця розміщення та харчування, а також міститиме інтерактивну карту, аудіогіди та фотогалереї. Такий ресурс забезпечить доступність і зручність отримання інформації для внутрішніх і зовнішніх туристів.

Друге завдання — підготовка та сертифікація місцевих гідів, які зможуть професійно представляти духовну спадщину краю. Для цього передбачається проведення навчальних курсів із залученням експертів у галузі туризму, історії, культурології, а також тренінгів із сервісу, комунікації, роботи з іноземними туристами. Підвищення професійного рівня гідів сприятиме формуванню якісного туристичного продукту та створенню нових робочих місць у громаді.

Третє завдання — розроблення маркетингової стратегії бренду «Сакральна Прилуччина». Йдеться про створення єдиного візуального стилю, логотипу, рекламних матеріалів і системи просування в соціальних мережах. У межах цього завдання буде проведено промоційні кампанії, виготовлено друковану продукцію, знято відеоролики, створено сторінки в соцмережах і розміщено рекламу на туристичних порталах.

Четверте завдання стосується підвищення цифрової грамотності місцевих мешканців та працівників сфери туризму. У рамках проєкту заплановано провести серію воркшопів і навчальних семінарів, під час яких учасники опанують навички створення фото-, відео- та текстового контенту для онлайн-

просування туристичних об'єктів, що підвищить рівень залученості громади до реалізації проєкту.

П'яте завдання — налагодження партнерської взаємодії між владою, церквою, бізнесом та освітніми установами. Заплановано створення координаційної ради або дорадчої платформи, яка забезпечить узгодженість дій усіх зацікавлених сторін у сфері розвитку сакрального туризму. Такий формат співпраці сприятиме залученню грантів, обміну досвідом і реалізації спільних ініціатив.

Виконання запланованих завдань дозволить досягти конкретних результатів, які можна поділити на короткострокові, середньострокові та довгострокові.

Короткострокові результати (до 1 року):

- створення вебсайту та мобільного застосунку «Сакральна Прилуччина»;
- проведення перших тренінгів для гідів і місцевих активістів;
- підготовка промоційних матеріалів та запуск інформаційної кампанії;
- формування партнерської мережі між владою, громадами та бізнесом.

Середньострокові результати (1–2 роки):

- наповнення цифрової платформи контентом про щонайменше 100 сакральних об'єктів;
- сертифікація щонайменше 30 місцевих гідів;
- збільшення кількості туристів, які відвідали Прилуччину, на 20–25%;
- проведення щорічного фестивалю «Сакральна Прилуччина» з культурно-освітніми заходами.

Довгострокові результати (понад 3 роки):

- підвищення іміджу Прилуччини як духовного центру Лівобережної України;
- зростання рівня зайнятості у сфері туризму та креативних індустрій;
- залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури;
- формування сталої цифрової системи просування сакральної спадщини.

Показники ефективності (індикатори досягнення цілей)

Для контролю ефективності реалізації проєкту визначено кілька ключових показників, які можна виміряти кількісно та якісно. До основних індикаторів належать:

- кількість користувачів цифрової платформи (не менше 10 000 осіб у перший рік);
- кількість підготовлених і сертифікованих гідів (щонайменше 30 осіб);
- кількість розроблених туристичних маршрутів (не менше 3);
- охоплення аудиторії промоційних кампаній у соціальних мережах (понад 100 000 переглядів);
- кількість партнерських угод, укладених у межах реалізації проєкту (10 і більше);
- рівень задоволеності відвідувачів, за результатами анкетування (понад 80% позитивних оцінок).

Побудоване дерево цілей демонструє логічну послідовність між проблемою, завданнями та очікуваними результатами. Усунення причин головної проблеми через створення цифрової інфраструктури, підготовку кадрів, розвиток партнерства та підвищення обізнаності громади забезпечить формування сталого туристичного продукту на основі сакральної спадщини.

Проект «Цифрова Прилуччина» має реалістичні цілі, чіткі етапи реалізації та вимірювані показники ефективності, що робить його перспективною моделлю розвитку культурно-релігійного туризму регіону.

3.2.3. Логіко-структурна матриця

Логіко-структурна матриця є важливим інструментом управління проектом, який допомагає встановити логічний зв'язок між метою, завданнями, очікуваними результатами, показниками ефективності та ресурсами. Вона дає змогу побудувати чітку систему реалізації, де кожен етап має конкретну мету, вимірювані результати та відповідальних виконавців.

У межах проекту «Цифрова Прилуччина: інтеграція сакральної спадщини через сучасні цифрові технології та підготовку локальних гідів» логіко-структурна матриця відображає основні елементи його реалізації.

Головною метою проекту є створення сучасної цифрової системи промоції сакральної спадщини Прилуччини, підвищення туристичної привабливості регіону та розвиток кадрового потенціалу у сфері культурно-релігійного туризму. Реалізація проекту має сприяти збереженню духовних цінностей, активізації місцевої громади та інтеграції Прилуччини у національні туристичні маршрути.

Для досягнення визначеної мети передбачено реалізацію таких завдань:

- розроблення бренду та маркетингової стратегії «Сакральна Прилуччина»;
- створення вебсайту та мобільного застосунку, які об'єднують інформацію про сакральні пам'ятки, маршрути та події;
- проведення навчальних програм і тренінгів для підготовки місцевих гідів;
- налагодження партнерства між органами влади, бізнесом, церковними громадами та закладами освіти;

- проведення рекламної кампанії у соціальних мережах і засобах масової інформації.

У результаті впровадження проєкту очікується:

- формування туристичного продукту «Сакральна Прилуччина»;
- створення функціонуючої цифрової платформи «Сакральна Прилуччина»;
- збільшення кількості туристів, які відвідують сакральні об'єкти регіону;
- підготовка не менше 30 сертифікованих місцевих гідів;
- підвищення рівня обізнаності населення про духовну спадщину Прилуччини;
- формування позитивного іміджу регіону як духовно-культурного осередку;
- зростання доходів від туристичної діяльності та пожвавлення економічної активності громади.

Для оцінки виконання проєкту використовуються такі основні показники:

- кількість користувачів вебсайту та мобільного застосунку;
- кількість підготовлених гідів;
- кількість партнерських організацій;
- кількість проведених промоційних заходів;
- рівень задоволеності туристів і мешканців громади.

Досягнення цих показників свідчить про ефективність реалізації проєкту та його вплив на розвиток території.

Для реалізації проєкту передбачається залучення фінансових, людських та інформаційних ресурсів.

Основними джерелами фінансування є кошти місцевого бюджету, гранти Українського культурного фонду, благодійні внески та партнерська підтримка

бізнесу. Участь громади забезпечуватиметься через волонтерські ініціативи, участь у промоційних заходах і підтримку культурних подій.

Логіко-структурна матриця проекту «Цифрова Прилуччина» демонструє послідовність дій від визначення проблеми до досягнення конкретних, вимірюваних результатів. Вона поєднує аналітичний, організаційний і практичний компоненти, що дозволяє забезпечити ефективність, реалістичність і сталість результатів проекту.

3.2.4 Календар виконання (орієнтовно, 3 роки)

Реалізація проекту «Цифрова Прилуччина: інтеграція сакральної спадщини через сучасні цифрові технології та підготовку локальних гідів» розрахована на три роки та передбачає послідовне виконання заходів, згрупованих за основними етапами. Такий підхід забезпечує логічність, контрольованість і досягнення конкретних, вимірюваних результатів, як цього вимагає методика проектного менеджменту.

Перший рік — аналітичний і підготовчий етап

Основна мета першого року — створення організаційних, інформаційних і технічних передумов для запуску проекту. На цьому етапі здійснюється:

- проведення аналізу сучасного стану використання сакральної спадщини Прилуччини, виявлення об'єктів, що мають туристичний потенціал, формування туристичного продукту;
- формування робочої групи проекту та підписання партнерських угод між владою, церквою, бізнесом і громадськими організаціями;
- розроблення концепції бренду «Сакральна Прилуччина» (логотип, кольорова палітра, візуальна айдентика);
- створення брендбуку та маркетингової стратегії;
- підготовка технічного завдання для розроблення вебсайту та мобільного застосунку;

- розроблення бази даних сакральних об'єктів (опис, фото, координати);
- підготовка та подання заявок на грантове фінансування (наприклад, до Українського культурного фонду або Державного агентства розвитку туризму).

Очікуваний результат першого року — повна готовність до запуску практичних робіт: затверджено бренд, підготовлено контент і партнерську базу, створено проєктну команду, сформовано технічну специфікацію на цифрові продукти.

Другий рік — етап практичної реалізації

Другий рік є ключовим у реалізації проєкту, адже саме на цьому етапі здійснюється втілення запланованих заходів. Основні дії включають:

- розроблення й запуск офіційного вебсайту та мобільного застосунку «Сакральна Прилуччина»;
- створення інтерактивної карти сакральних об'єктів із фото, аудіогідами та описами;
- організацію навчальних програм і сертифікацію місцевих гідів (не менше 30 осіб);
- створення навчальних відеоуроків і методичних посібників для гідів та екскурсоводів;
- виготовлення інформаційних буклетів, банерів, плакатів, рекламних матеріалів;
- запуск рекламно-просвітницької кампанії в соціальних мережах, співпраця з блогерами та журналістами;
- проведення презентаційного заходу або фестивалю «Сакральна Прилуччина», присвяченого офіційному відкриттю платформи.

До кінця другого року очікується повноцінний запуск цифрової екосистеми, розширення партнерської мережі, залучення перших туристичних груп і значне підвищення впізнаваності бренду на регіональному рівні.

Третій рік — етап моніторингу, оцінювання та масштабування

Третій рік передбачає системний моніторинг досягнутих результатів, оцінку ефективності реалізації та удосконалення створених інструментів. На цьому етапі виконуються такі завдання:

- збір статистичних даних і проведення опитувань серед користувачів цифрової платформи;
- аналіз кількісних і якісних показників (відвідуваність, завантаження застосунку, активність у соцмережах, відгуки туристів);
- внесення технічних і контентних оновлень до сайту й застосунку;
- розроблення нових тематичних туристичних маршрутів («Святі місця Прилуччини», «Дорога храмів» тощо);
- організація щорічного фестивалю або ярмарку «Сакральна Прилуччина»;
- підготовка підсумкового звіту, який включатиме результати реалізації, фінансовий аналіз і пропозиції щодо подальшого масштабування;
- розроблення концепції розширення проєкту на сусідні регіони (Чернігівщину, Полтавщину) та інтеграція у національні туристичні маршрути.

За підсумками третього року очікується сталий розвиток туристичного продукту, збільшення потоку туристів, активізація місцевого бізнесу та підвищення соціально-культурної активності громади.

Календарна структура реалізації проєкту «Цифрова Прилуччина» забезпечує логічну послідовність і керованість усіх етапів. Кожен рік має чітку мету, конкретні завдання й реалістичні результати. Такий підхід відповідає сучасним принципам проєктного менеджменту, підвищує ефективність

використання ресурсів і створює умови для довготривалого впливу на розвиток сакрального туризму в регіоні.

3.2.4. Орієнтовний розрахунок обсягу коштів, необхідних для реалізації проекту

Орієнтовна загальна вартість реалізації проекту «Цифрова Прилуччина: інтеграція сакральної спадщини через сучасні цифрові технології та підготовку локальних гідів» становить близько 1 200 000 грн. Розрахунок сформовано на основі середньоринкових цін у сферах IT-розробок, маркетингових послуг, організації культурних заходів, підготовки кадрів та адміністративного забезпечення.

Фінансування проекту передбачається за рахунок грантових програм Українського культурного фонду та Міністерства культури та інформаційної політики України, а також шляхом залучення спонсорської підтримки, благодійних внесків, партнерських ресурсів місцевого бізнесу й цільових надходжень з місцевих бюджетів. Змішана модель фінансування забезпечує стабільність реалізації проекту та мінімізує залежність від одного джерела коштів.

Запропонована структура витрат охоплює всі ключові етапи: підготовчий (близько 30 % загального бюджету), основний (50 %) та завершальний (20 %). Бюджет включає витрати на аналітичні дослідження, створення брендбуку, розроблення вебсайту та мобільного застосунку, програмування інтерактивної карти, сертифікацію гідів, підготовку та проведення культурно-просвітницьких подій, промоційну діяльність і технічну підтримку.

Важливим компонентом планування є аналіз ризиків реалізації проекту та визначення способів їх мінімізації.

Фінансові ризики можуть виявлятися у вигляді затримки або неповного надання грантових коштів, а також у підвищенні вартості IT-розробок. Їх

мінімізація забезпечується залученням кількох джерел фінансування, укладанням договорів з фіксованими цінами та використанням резервного бюджету.

Технічні ризики пов'язані з можливими затримками під час створення цифрових продуктів, технічними помилками або недостатньою якістю контенту. Запобігання цим ризикам передбачає розроблення детального технічного завдання, вибір підрядників із підтвердженням досвідом, багаторівневе тестування та залучення експертів до контентного наповнення.

Організаційні ризики можуть проявлятися у низькій координації між учасниками, громадами та партнерами. Зменшення цього ризику можливе завдяки створенню координаційної ради, регламентованим механізмам комунікації та укладанню угод про партнерство з чітко визначеними обов'язками.

Соціально-культурні ризики можуть виникати через обережне ставлення частини релігійних громад до цифровізації сакральних об'єктів. Їх подолання забезпечується проведенням інформаційних зустрічей, консультацій з духовенством, узгодженням контенту та дотриманням канонічних вимог під час його підготовки.

Кадрові ризики стосуються можливої нестачі кваліфікованих гідів або недостатньої мотивації учасників навчальних програм. Для їх мінімізації передбачено сертифікацію, систему стимулювання, співпрацю з освітніми закладами та залучення місцевих краєзнавців.

Репутаційні ризики можуть виникати у разі некоректного подання інформації або оцінок щодо сакральної спадщини. Їх зменшення забезпечується експертизою істориків, культурологів та представників духовенства, а також регулярним моніторингом відгуків користувачів цифрових сервісів.

Урахування зазначених ризиків і механізмів їх мінімізації забезпечує реалістичність, керованість і стійкість проєкту. Запропонований фінансовий

розрахунок є обґрунтованим, відповідає рівню соціальної значущості ініціативи й демонструє ефективність використання ресурсів у середньо- та довгостроковій перспективі.

Етап	Стаття витрат	Вартість (грн)
Підготовчий етап	Аналітичні дослідження, інвентаризація, база даних	60000
Підготовчий етап	Брендбук, логотип, маркетингова концепція	80000
Підготовчий етап	Технічне завдання для сайту та застосунку	30000
Підготовчий етап	Координаційна рада, конференція	20000
Підготовчий етап	Фото- та відеоконтент	60000
Підготовчий етап	Адміністративні витрати	50000
Підготовчий етап	Грантові заявки та консультації	50000
Основний етап	Розроблення вебсайту та мобільного застосунку	200000
Основний етап	Інтерактивна карта, сервер	100000
Основний етап	Навчання та сертифікація 30 гідів	120000
Основний етап	Рекламні матеріали	80000
Основний етап	Фестиваль «Сакральна Прилуччина»	50000
Основний етап	Промоція в соцмережах	50000
Завершальний етап	Моніторинг, опитування	30000
Завершальний етап	Технічна підтримка	60000
Завершальний етап	Підсумковий звіт та публікації	30000
Завершальний етап	Другий фестиваль/ярмарок	80000
Завершальний етап	Адміністративні та непередбачені витрати	50000

Рис. 3.1 Стаття витрат на реалізацію концепції

Джерело: розроблене автором на основі власних досліджень

3.3. Інструменти промоції та маркетингові підходи до просування бренду

Прилуччини у національних і міжнародних туристичних мережах

Успішне просування туристичного бренду Прилуччини потребує комплексного використання маркетингових інструментів, які охоплюють як традиційні, так і цифрові підходи. З огляду на досвід Львова, Почаєва, Кракова та Сант'яго-де-Компостела, можна виокремити низку ключових практик, що здатні забезпечити підвищення впізнаваності регіону.

До традиційних інструментів належать друковані путівники, карти та сувенірна продукція. Для Прилуччини актуальним є створення серії буклетів «Сакральна спадщина Прилуччини», які можна поширювати в Києві, Чернігові, Полтаві та інших туристичних центрах. Окремо варто розробити настінні карти маршрутів і спеціальні туристичні поштові марки. Найбільшого ефекту можна досягти завдяки цифровим інструментам. Передусім це створення офіційного туристичного сайту з інтерактивними картами, 3D-турами храмів, мобільним додатком та аудіогідами. Активна присутність у соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) дозволить охопити різні цільові аудиторії: від молоді до іноземних туристів. Додатковим засобом стане використання VR/AR-технологій для віртуальних відвідин храмів та святинь. Подієвий маркетинг має важливе значення для просування бренду. У Прилуччині доцільно організовувати фестиваль духовної музики, релігійно-культурні ярмарки, тематичні паломницькі тури («Святі джерела Прилуччини»), а також інтерактивні театралізовані екскурсії. Такі заходи сприятимуть формуванню позитивного іміджу регіону.

Партнерські стратегії є необхідною умовою для розвитку бренду. Важливими є співпраця з церковними громадами, туроператорами Києва та Чернігова, місцевим бізнесом і міжнародними культурними фондами. Це дозволить Прилуччині інтегруватися в міжнародні культурні маршрути, зокрема пов'язані з православною спадщиною Східної Європи. Очікуваним результатом реалізації маркетингових стратегій стане зростання туристичних потоків на 30–40% протягом п'яти років, збільшення доходів місцевих підприємців, створення нових робочих місць, а також реставрація й популяризація сакральних пам'яток. Таким чином, Прилуччина має всі шанси стати провідним осередком культурно-релігійного туризму України.

ВИСНОВКИ

1. У процесі теоретичного дослідження теми було з'ясовано, що сучасна концепція брендингу туристичних дестинацій ґрунтується на поєднанні маркетингових, соціокультурних і комунікативних підходів. Бренд території розглядається не лише як інструмент просування, а як комплексна система формування уявлення про регіон, що відображає його ідентичність, культурні цінності, економічний потенціал та емоційне сприйняття. В основі брендингу лежить ідея створення позитивного іміджу, який дозволяє території вирізнитися серед інших, привертаючи увагу туристів, інвесторів та місцевих жителів.

Аналіз наукових джерел засвідчив, що процес формування бренду дестинації передбачає використання інтегрованих інструментів маркетингових комунікацій, серед яких: розробка візуальної айдентики, створення слогану, визначення цільової аудиторії, використання PR-технологій, цифрового контенту та елементів історико-культурного позиціонування. Особливе місце у цьому процесі посідає культурна й духовна спадщина, адже саме вона забезпечує автентичність бренду, його змістовне наповнення та емоційну привабливість.

Було встановлено, що сакральна спадщина є унікальним видом культурного ресурсу, який поєднує матеріальні та нематеріальні аспекти. Вона охоплює релігійні споруди, ікони, пам'ятки архітектури, християнські ритуали, традиції святкування, пісенну та обрядову творчість, що відображають духовну історію народу. З точки зору туризму, сакральна спадщина є не лише об'єктом показу, а й чинником формування глибшого розуміння культури, духовності й історії території. Саме ця спадщина створює особливу емоційну атмосферу, що сприяє розвитку паломницького, культурно-пізнавального та духовно-рекреаційного туризму.

У ході аналізу наукової літератури встановлено, що сакральні об'єкти відіграють ключову роль у формуванні національної та регіональної

ідентичності. Вони є носіями історичної пам'яті, символами стійкості й духовної єдності суспільства.

У дослідженні розглянуто досвід зарубіжних країн у сфері інтеграції сакральної спадщини до національних і міжнародних туристичних маршрутів. Аналіз показав, що країни Європи, зокрема Іспанія, Італія, Франція, Польща, Греція, успішно реалізують моделі використання сакральних пам'яток у межах комплексних туристичних продуктів. Такі приклади, як шлях паломників Каміно-де-Сантьяго в Іспанії, туристичні маршрути до Ватикану в Італії, монастирі Метеори в Греції чи абатства Бургундії у Франції, доводять ефективність системного підходу до управління духовними ресурсами як складової туристичного бренду. У більшості випадків ці маршрути поєднують духовний досвід, пізнання культури, архітектурну спадщину та екологічний туризм.

Для України важливим є врахування зазначеного досвіду, адже наша держава має надзвичайно багату сакральну спадщину — Києво-Печерську лавру, Софію Київську, Почаївську лавру, Святогірський монастир, дерев'яні церкви Карпатського регіону, Зарваницький духовний центр тощо. Проте більшість локальних сакральних об'єктів, зокрема на Прилуччині, залишаються маловідомими. Саме тому актуальним завданням є створення умов для їхньої популяризації, реставрації та включення до національних культурно-освітніх маршрутів.

Визначено, що ефективний брендинг сакральної спадщини передбачає поєднання кількох ключових компонентів:

інформаційно-комунікативного — створення системи промоції регіону через медіа, туристичні платформи, соціальні мережі, інтерактивні карти;

організаційно-управлінського — розробку стратегії розвитку туризму з участю місцевих громад, церковних структур та бізнесу;

інфраструктурного — покращення доступу до сакральних пам'яток, облаштування паломницьких маршрутів, туристичних центрів, музеїв;

освітньо-культурного — залучення молоді, краєзнавців, митців до дослідження та популяризації духовної спадщини.

Проведене теоретичне узагальнення дозволило сформувати концептуальне бачення сакральної спадщини Прилуччини як основи для побудови унікального туристичного бренду регіону. Зроблено висновок, що саме поєднання матеріальних та нематеріальних компонентів духовної культури створює підґрунтя для розвитку нового напрямку культурного туризму — духовно-пізнавального. У цьому полягає особлива місія бренду Прилуччини: не лише показати туристам історичну красу й релігійні пам'ятки, а й відкрити духовний вимір української культури.

Таким чином, теоретичний розділ довів, що:

Сакральна спадщина є вагомим елементом формування регіональної ідентичності й конкурентоспроможності туристичного бренду.

Брендинг DESTINACIЙ має будуватися на засадах автентичності, емоційності, сталого розвитку та участі громади.

Світовий досвід інтеграції сакральних ресурсів у туристичну сферу підтверджує ефективність цього напрямку для економічного й культурного піднесення територій.

Прилуччина володіє значним потенціалом для створення власного туристичного бренду на основі духовних і культурних цінностей, однак потребує розробки стратегії їх збереження та просування.

Отже, теоретичний аналіз став підґрунтям для подальшого дослідження практичних аспектів використання сакральної спадщини Прилуччини у контексті розвитку туристичної інфраструктури, формування туристичних маршрутів та інтеграції регіону в загальнонаціональний культурний простір.

2. Аналітична частина дослідження, присвячена оцінці сучасного стану розвитку туризму на Прилуччині та вивченню потенціалу сакральної спадщини як ресурсу для створення туристичного бренду, дозволила сформулювати системне бачення ситуації в регіоні. Проведений аналіз свідчить, що Прилуччина має унікальне поєднання історико-культурних, духовних і природних ресурсів, однак їх використання в туристичній сфері залишається обмеженим і потребує комплексного підходу до управління.

Історико-культурний аналіз показав, що регіон має значний спадковий потенціал, який формувався протягом кількох століть. На території Прилуччини збереглися численні архітектурні пам'ятки XVII–XIX ст., серед яких Миколаївський собор, Спасо-Преображенська церква, Густинський Свято-Троїцький монастир, церква Різдва Пресвятої Богородиці, каплиця святого Миколая та інші об'єкти сакрального мистецтва. Ці пам'ятки становлять важливу частину духовного і культурного обличчя Чернігівщини та є невід'ємними носіями історичної пам'яті. Разом із тим, багато з них потребують реставраційних робіт, консервації або додаткового догляду, що зумовлено браком фінансування, відсутністю фахових реставраторів і слабкою державною підтримкою культурних проєктів.

Результати аналізу туристичної інфраструктури Прилуччини засвідчили, що регіон лише частково готовий до прийому значних туристичних потоків. Попри вигідне географічне розташування та наявність природних ресурсів, спостерігається дефіцит сучасних засобів розміщення, відсутність розвиненої мережі туристичних інформаційних центрів і належного транспортного сполучення між населеними пунктами. Готельна база представлена переважно малими приватними садибами, що не відповідають вимогам сучасних стандартів сервісу. Наявні заклади харчування переважно орієнтовані на місцеве населення і не мають чіткої гастрономічної концепції, яка б відображала культурну ідентичність регіону. Крім того, не створено єдиної системи навігації та

туристичних знаків, що суттєво ускладнює пересування туристів та зменшує зручність відвідування сакральних об'єктів.

Виявлено, що інформаційна присутність Прилуччини в національному туристичному просторі є мінімальною. Регіон практично відсутній у спеціалізованих туристичних онлайн-ресурсах, бракує офіційного сайту з актуальними маршрутами, фото- та відеоматеріалами, інтерактивними картами. У соціальних мережах просування сакральних об'єктів здійснюється переважно зусиллями ентузіастів або релігійних громад. У результаті формується розрив між реальним потенціалом території та її впізнаваністю серед потенційних туристів, що негативно впливає на загальний туристичний імідж регіону.

Дослідження соціально-економічних умов показало, що рівень зайнятості населення у сфері туризму є незначним. Потенціал для створення нових робочих місць у цій галузі практично не використовується. Туризм міг би стати каталізатором розвитку малого та середнього бізнесу, особливо в таких напрямках, як ремесла, виготовлення сувенірної продукції, народні промисли, організація культурних подій і фестивалів. Водночас спостерігається відтік молоді до більших міст, що зумовлено низьким рівнем оплати праці та відсутністю сталих робочих місць у сфері культури і туризму. Таким чином, активізація туристичної діяльності може стати важливим чинником соціально-економічного зростання Прилуччини.

Підсумовуючи результати аналітичного етапу, можна констатувати, що Прилуччина володіє значним, але недостатньо реалізованим туристичним потенціалом. Основними проблемами залишаються слабкий рівень інфраструктурного забезпечення, нестача фінансування реставраційних робіт, недостатня координація між ключовими учасниками туристичної діяльності та відсутність комплексної маркетингової стратегії. Разом із тим, високий рівень збереження сакральних об'єктів, автентичність культурних традицій, сприятливе географічне положення й активність місцевих громад створюють сприятливі

умови для формування унікального туристичного бренду регіону. У перспективі ці фактори можуть забезпечити стаке економічне зростання, залучення інвестицій і розвиток креативних індустрій, якщо буде реалізовано системну політику управління сакральною спадщиною та її інтеграції в національний туристичний простір України.

3. Практичний етап магістерського дослідження був присвячений формуванню концептуальної моделі розвитку туристичного бренду Прилуччини на основі її сакральної спадщини, а також визначенню шляхів інтеграції цього бренду у національні культурно-освітні маршрути. Проведена робота підтвердила, що сакральна спадщина може стати фундаментом не лише для культурного, а й для економічного зростання регіону, адже духовні пам'ятки — це не лише об'єкти віри, а й матеріальні свідчення історії, які мають потужний потенціал для створення туристичного продукту.

Запропонована концепція бренду Прилуччини спирається на ключову ідею позиціонування регіону як духовно-культурного центру Чернігівщини. Основний акцент робиться на збереженні автентичності, історичної пам'яті та гармонійному поєднанні традицій із сучасними засобами промоції. У рамках дослідження визначено основні елементи бренду: унікальну ідентичність, слоган, візуальну символіку, а також базові напрями комунікаційної стратегії. Концептуальним гаслом бренду може стати вислів «Прилуччина — земля духовності та живої історії», який передає глибинний зміст культурного спадку регіону та підкреслює його неповторність серед інших туристичних дестинацій України.

У ході практичного дослідження було розроблено комплекс проєктних заходів, спрямованих на реалізацію брендування регіону. Серед них — створення офіційного туристичного порталу «Visit Pryluchchyna», який має стати інформаційною платформою для туристів, містити інтерактивні карти, історичні довідки, фотогалереї, віртуальні тури сакральними об'єктами, а також календар

культурно-релігійних подій. Важливою частиною цифрової стратегії є мобільний додаток із системою QR-кодів, які будуть розміщені біля храмів, монастирів і пам'яток. Це дозволить туристам самостійно ознайомлюватися з історією кожного об'єкта, слухати аудіогіди українською та англійською мовами, що значно підвищить рівень доступності інформації та інтерактивності відвідування.

Одним із ключових практичних результатів дослідження стало створення інтегрованої моделі туристичних маршрутів. У межах Прилуччини запропоновано запровадити кілька тематичних напрямів:

- «Дорогою віри» – маршрут паломницького характеру, який поєднає Густинський монастир, Спасо-Преображенську церкву, Миколаївський собор та святе джерело в селі Сухополова;
- «Шляхом історичної пам'яті» – культурно-пізнавальний маршрут, що охопить сакральні пам'ятки, пов'язані з розвитком козацької традиції;
- «Світло духовності» – освітній маршрут для молоді, який включатиме відвідування храмів і майстер-класів з іконопису, писанкарства, традиційного співу.

Такі маршрути сприятимуть не лише туристичному розвитку, але й збереженню нематеріальної культурної спадщини, залучаючи молоде покоління до пізнання історії рідного краю.

Для забезпечення ефективної реалізації туристичного бренду Прилуччини запропоновано створити координаційний центр або агенцію розвитку туризму, яка виконуватиме функції управління, промоції, партнерства та моніторингу проєктів. Її завданням стане залучення інвестицій, організація заходів міжнародного рівня, участь у грантових програмах ЄС і ЮНЕСКО, а також розробка навчальних курсів для фахівців туристичної галузі, гідів і волонтерів. Такий інституційний підхід дозволить забезпечити сталість і системність реалізації туристичної політики регіону.

Окрему увагу в проєкті приділено розвитку інфраструктури. Пропонується реконструкція доріг до ключових сакральних об'єктів, облаштування парковок, зон відпочинку, встановлення вказівників, інформаційних стендів і туристичних навігаційних табличок. Важливим компонентом є створення мережі туристичних садиб, хостелів і тематичних кафе, які відображатимуть локальну культуру та кухню. Реалізація таких заходів сприятиме підвищенню рівня комфорту відвідувачів і тривалості їхнього перебування в регіоні.

У рамках практичного розділу також розроблено логіко-структурну матрицю розвитку туристичної дестинації, яка визначає взаємозв'язки між основними проблемами, цілями, завданнями та очікуваними результатами. Аналіз дерева проблем засвідчив, що головними бар'єрами для розвитку є низький рівень промоції, відсутність сучасної інфраструктури, обмежені фінансові ресурси та слабка взаємодія між органами влади й громадськими інституціями. У процесі побудови дерева цілей було сформульовано стратегію, спрямовану на створення цілісного туристичного образу Прилуччини, підвищення її конкурентоспроможності та інтеграцію у всеукраїнські культурно-освітні маршрути.

Розрахунки економічного ефекту свідчать, що реалізація запропонованих заходів може забезпечити зростання туристичного потоку на 25–30% протягом перших п'яти років, збільшення доходів місцевого бюджету та створення понад 150 нових робочих місць у сфері туризму, гостинності й ремесел. Паралельно очікується розвиток суміжних галузей – транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, що сприятиме пожвавленню місцевої економіки.

Соціальний ефект полягає у відродженні духовних цінностей, збереженні історичної пам'яті, формуванні позитивного іміджу громади та підвищенні рівня культурної свідомості населення. Активна участь місцевих жителів у реалізації проєкту сприятиме формуванню нової моделі соціальної відповідальності,

розвитку волонтерського руху, підвищенню ролі громади у збереженні культурної спадщини.

Важливим компонентом проєкту є екологічна складова, що передбачає гармонійне поєднання розвитку туризму зі збереженням природного середовища. Розвиток сакральних маршрутів має базуватися на принципах сталого туризму: мінімізація впливу на природу, використання енергоефективних технологій у туристичних об'єктах, організація екологічних акцій та просвітницьких заходів для місцевих мешканців і туристів.

4. У ході виконання магістерської роботи на тему «Сакральна спадщина Прилуччини як ключовий елемент формування унікального туристичного бренду регіону та його інтеграції у національні культурно-освітні маршрути» було досягнуто поставлену мету та виконано всі завдання дослідження. Результати роботи підтвердили, що сакральна спадщина є надзвичайно важливим ресурсом для розвитку туристичного потенціалу територій, адже поєднує духовну, культурну, історичну та соціальну складові, які формують основу регіональної ідентичності та привабливості.

У теоретичному аспекті дослідження узагальнено основні підходи до брендингу туристичних DESTINACIЙ. З'ясовано, що сучасна концепція брендування регіонів ґрунтується на поєднанні маркетингових, культурологічних та соціально-комунікаційних інструментів. Бренд території розглядається не лише як інструмент просування туристичного продукту, а як система цінностей, символів і смислів, що відображають унікальність регіону. Проаналізовано наукові підходи українських і зарубіжних дослідників, що дозволило виявити тенденції у формуванні туристичних брендів на основі культурної та сакральної спадщини. Обґрунтовано, що використання духовно-культурних ресурсів забезпечує глибшу емоційну взаємодію туристів з територією, сприяє розвитку сталого туризму та збереженню нематеріальних традицій.

Аналітична частина магістерського дослідження дозволила комплексно оцінити потенціал Прилуччини як перспективного туристичного регіону. Проведено історико-культурний аналіз, який показав, що Прилуччина має багатий сакральний фонд — храми, монастирі, святі джерела, ікони, місцеві традиції, релігійні обряди. Особливу цінність становить Густинський Свято-Троїцький монастир, Миколаївський собор, Спасо-Преображенська церква, а також численні місцеві святині, які зберегли свою автентичність і духовну функцію. Водночас встановлено низку проблем: недостатній рівень популяризації регіону, слабку туристичну інфраструктуру, відсутність брендової стратегії, нестачу координації між владою, бізнесом і громадами. Визначено, що ці чинники гальмують процес інтеграції Прилуччини у всеукраїнський культурно-освітній простір, однак за наявності цілеспрямованої політики вони можуть бути подолані.

Практична частина роботи містить розроблений проєкт створення туристичного бренду Прилуччини на основі сакральної спадщини. Розроблено концепцію бренду, визначено його місію, візуальні символи, слоган та комунікаційну стратегію. Запропоновано конкретні заходи з розвитку туристичної інфраструктури, створення інтерактивних маршрутів, цифрових інструментів (мобільний додаток, віртуальні тури, QR-навігація), а також проведення подієвих заходів — фестивалів, ярмарків, паломницьких турів. У межах роботи побудовано логіко-структурну матрицю, яка визначає послідовність дій, очікувані результати та показники ефективності реалізації проєкту. Особливий акцент зроблено на залученні місцевої громади, формуванні партнерств між владою, бізнесом і культурними інституціями.

Досягнуті результати мають теоретичну і практичну значущість. Теоретично обґрунтовано підхід до формування бренду території на основі сакральної спадщини як чинника регіональної ідентичності та сталого розвитку. Практичне значення полягає у можливості безпосереднього застосування

розроблених пропозицій органами місцевого самоврядування, туристичними операторами та культурними інституціями. Запропонована модель бренду Прилуччини може бути адаптована для інших регіонів України з подібним історико-культурним потенціалом.

Реалізація запропонованої стратегії передбачає позитивний економічний ефект, зокрема збільшення туристичного потоку, підвищення доходів місцевого бюджету, створення нових робочих місць у сфері туризму, креативних індустрій і послуг. Соціальний ефект полягає у зростанні культурної активності громади, підвищенні рівня патріотизму та духовної свідомості, залученні молоді до збереження культурної спадщини. Культурний ефект проявляється у відродженні традицій, популяризації нематеріальної спадщини та формуванні позитивного іміджу Прилуччини як центру духовності й історичної пам'яті.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці механізмів фінансування проєктів культурного туризму, створенні системи моніторингу ефективності брендування, розширенні міжнародного співробітництва у сфері промоції регіональної спадщини. Надалі доцільно здійснити апробацію розробленої моделі на рівні інших регіонів України, що дозволить сформувати загальнодержавну платформу туристичних брендів на основі духовних та культурних цінностей українського народу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко, В. (2021). Туристичний брендинг регіонів України: сучасні підходи та виклики. Київ: КНТЕУ, 212 с.
2. Бойко, І. (2020). Сакральна спадщина як ресурс розвитку культурного туризму. Вісник туризму, №4, с. 45–53.
3. Власенко, Н., & Петренко, О. (2022). Маркетингова стратегія розвитку регіональних туристичних дестинацій. Економіка та управління, №8, с. 60–69.
4. Державна стратегія розвитку туризму та курортів України до 2030 року. — Постанова Кабінету Міністрів України від 16.03.2021 №187.
5. European Travel Commission. (2023). Sustainable Tourism Branding in Europe. Brussels: ETC Publications, 198 p.
6. Кузьменко, С. (2020). Інфраструктурні аспекти розвитку сільського туризму. Регіональна економіка, №3, с. 72–80.
7. Маслов, В. (2021). Історико-культурна спадщина Прилуччини як туристичний ресурс. Прилуцький краєзнавчий збірник, №5, с. 15–27.
8. Герасименко, Н. (2022). Проблеми та перспективи розвитку сакрального туризму в Україні. Культура і туризм, №2, с. 33–42.
9. Кравченко, Л. (2020). Інноваційні підходи до брендингу туристичних територій. Маркетинг і менеджмент інновацій, №1, с. 58–67.
10. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР (із змінами станом на 2023 р.).

11. Мельник, О. (2021). Роль сакральної спадщини у формуванні туристичного потенціалу регіонів України. Наукові записки НУ «Острозька академія», №9, с. 84–91.
12. Official Tourism Portal of Ukraine. (2023). Religious and Pilgrimage Routes of Northern Ukraine.
13. UNWTO. (2022). Tourism and Cultural Heritage: A Global Review. Madrid: World Tourism Organization, 154 p.
14. Яременко, І. (2019). Управління розвитком туристичних дестинацій у регіональному вимірі. Київ: Центр учбової літератури, 256 с.
15. Черненко, О. (2023). Цифрові інструменти промоції туристичних дестинацій: український та європейський досвід. Маркетинг і туризм, №3, с. 41–49.
16. Андрієнко, В. (2018). Прилуки: історія, культура, люди. Прилуки: Видавництво «Сяйво», 312 с.
17. Ващенко, П. (2020). Сакральна архітектура Чернігівщини XVII–XIX ст.: історико-мистецький аспект. Чернігів: Деснянська правда, 248 с.
18. Ігнатенко, О. (2021). Пам'ятки сакрального мистецтва Лівобережної України. Київ: АртЕк, 198 с.
19. Колісник, Ю. (2020). Туристичний потенціал Прилуччини: історико-культурна спадщина та перспективи розвитку. Наукові записки Ніжинського університету, №3, с. 54–63.
20. Олійник, Н. (2021). Проблеми збереження пам'яток сакральної архітектури Чернігівщини. Історико-культурна спадщина України, №2, с. 29–37.
21. Маслова, І. (2019). Культурна ідентичність регіонів України: між спадщиною та сучасністю. Харків: Ранок, 204 с.

22. Черниш, Л. (2022). Формування бренду території в контексті культурної спадщини. Економіка культури і туризму, №1, с. 18–25.
23. Зінченко, Т. (2020). Туристичні маршрути сакральної спадщини Північного регіону України. Вісник географії і туризму, №5, с. 61–70.
24. Історія міст і сіл Української РСР: Чернігівська область. (1972). Київ: УРЕ, с. 512–527.
25. Нечипоренко, О. (2021). Сакральний туризм як чинник регіонального розвитку. Регіональна економіка, №4, с. 42–50.
26. Smith, M. K. (2020). Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge, 320 p.
27. Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. Tourism Management Perspectives, Vol. 25, p. 187–193.
28. Hall, C. M. & Weiler, B. (2019). Tourism, Heritage and Sustainability. New York: Routledge, 286 p.
29. Kotler, P., Haider, D. & Rein, I. (2021). Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations. New York: Free Press, 350 p.
30. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2023). World Heritage and Sustainable Tourism Programme. Paris: UNESCO Publishing, 144 p.
31. Атаманчук, Н. (2020). Сакральний туризм як складова культурного простору України. Вісник КНТЕУ, №5, с. 92–101.
32. Бакуменко, Л. (2021). Маркетингові підходи до розвитку регіонального туризму. Економічні інновації, №3, с. 66–73.

33. Беляєва, Н. (2022). Туристичні бренди українських регіонів: стан та перспективи розвитку. Маркетинг і цифрові технології, №4, с. 18–26.
34. Гаврилюк, В. (2020). Сакральні маршрути Чернігівщини: туристичний потенціал та проблеми розвитку. Регіональні дослідження, №6, с. 50–59.
35. Гнатенко, Ю. (2019). Духовно-культурна спадщина Полтавщини та Чернігівщини у розвитку туризму. Культурологічні студії, №3, с. 77–83.
36. Грищенко, О. (2022). Інноваційні технології промоції культурного туризму в Україні. Економіка і держава, №2, с. 39–44.
37. Дутченко, І. (2021). Проєктний підхід до управління розвитком туристичних дестинацій. Менеджмент та інновації, №3, с. 58–66.
38. Ємельянова, С. (2022). Брендинг малих міст як інструмент територіального маркетингу. Економіка регіонів, №1, с. 70–78.
39. Іваненко, М. (2019). Туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. Вісник НТУУ «КПІ», №5, с. 55–63.
40. Камінська, О. (2021). Цифровізація туристичного простору України: виклики та можливості. Інформаційні технології в туризмі, №2, с. 28–34.
41. Климчук, Т. (2020). Релігійний туризм як форма збереження духовної спадщини. Духовність і культура, №1, с. 44–52.
42. Корнієнко, С. (2018). Проблеми розвитку туристичної інфраструктури малих міст. Регіональна економіка, №4, с. 35–42.
43. Котенко, І. (2021). Історико-культурна спадщина як туристичний ресурс Чернігівщини. Історія та туризм, №7, с. 91–99.

44. Кравець, О. (2019). Маркетинг територій у системі управління регіональним розвитком. *Маркетинг в Україні*, №6, с. 57–65.
45. Литвиненко, Н. (2020). Культурна спадщина як фактор формування туристичної привабливості регіону. *Туристичний вісник*, №3, с. 41–49.
46. Луценко, Р. (2022). Розвиток подієвого туризму як інструмент формування іміджу території. *Культура і туризм*, №4, с. 73–80.
47. Назаренко, І. (2019). Збереження сакральних пам'яток у процесі розвитку туризму. *Музейна справа і туризм*, №2, с. 26–33.
48. Омельчук, В. (2020). Розвиток бренду території як елемент регіональної політики. *Соціально-економічні проблеми регіонів*, №5, с. 59–68.
49. Поліщук, Т. (2021). Механізми залучення інвестицій у сферу туризму. *Фінанси і економіка*, №2, с. 21–29.
50. Сидоренко, А. (2022). Підготовка кадрів для сфери гостинності в Україні: сучасні тенденції. *Професійна освіта і туризм*, №1, с. 31–38.
51. Ashworth, G. J. & Kavaratzis, M. (2018). *Place Branding: A Research Agenda*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 256 p.
52. Baggio, R., & Cooper, C. (2020). *Smart Tourism Destinations: Theory and Practice*. London: Channel View Publications, 310 p.
53. Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2019). Smart Tourism Destinations: Enhancing Tourism Experience through Digital Transformation. *Tourism Review International*, Vol. 23(2), p. 141–153.
54. Dredge, D. & Jenkins, J. (2018). *Tourism Planning and Policy*. Milton: John Wiley & Sons, 412 p.

55. Hall, C. M. (2020). *Cultural Heritage and Tourism: A Global Perspective*. London: Routledge, 298 p.
56. Hospers, G. J. (2021). City Branding and the Tourist Experience. *Journal of Place Management and Development*, Vol. 14(3), p. 220–233.
57. Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (2021). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: Free Press, 350 p.

ДОДАТКИ

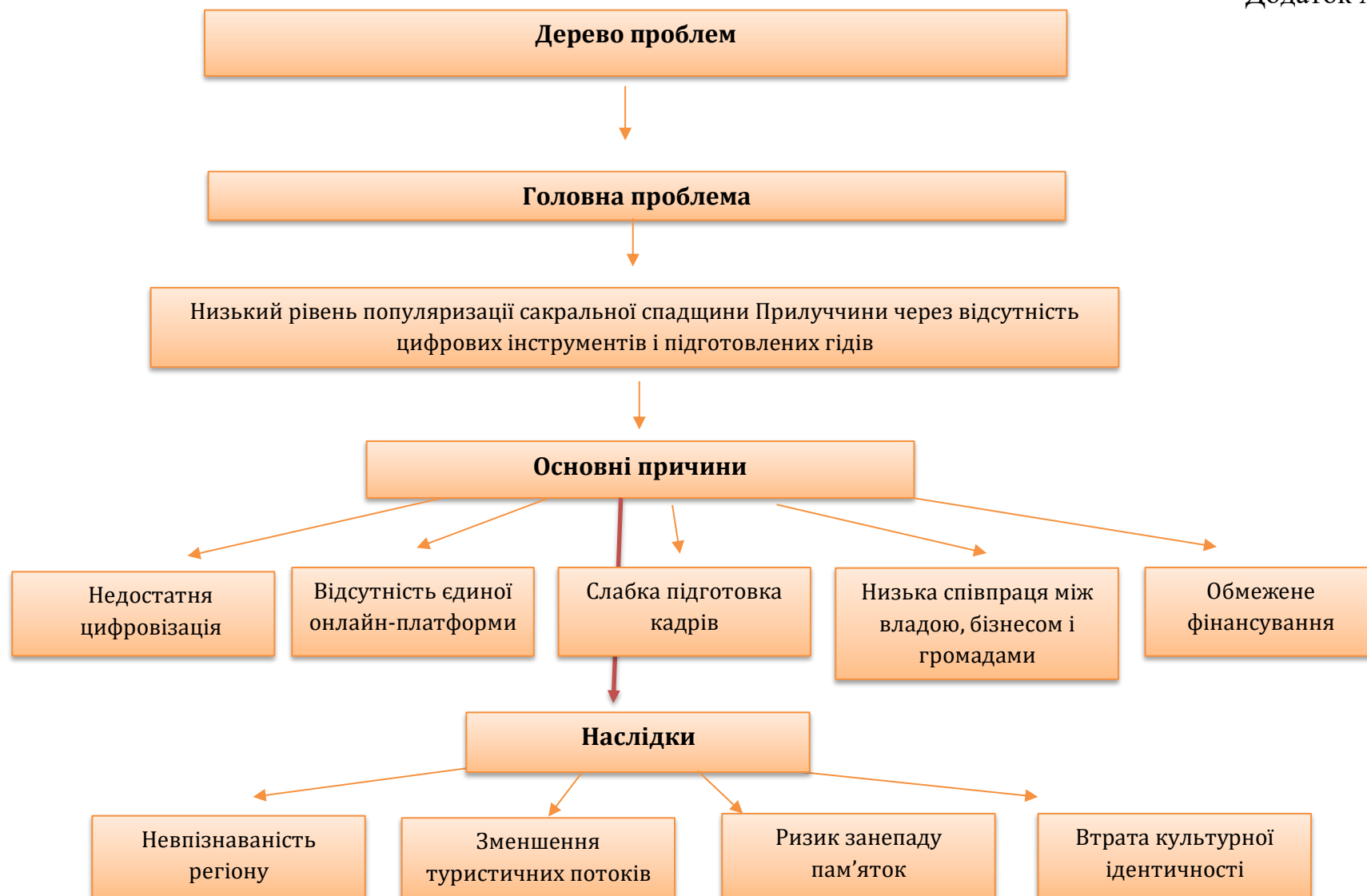


Рис. А.1. Дерево проблем розвитку туристичної дестинації “Прилуччина”



Рис. Б.1. Дерево цілей розвитку туристичної дестинації “Прилуччина”

Рівень логіки	Зміст	Індикатори	Джерела перевірки	Припущення
Загальна мета	Збереження та промоція сакральної спадщини через цифровізацію туризму.	+25% туристів, 10 тис. онлайн-відвідувань.	Звіти, статистика, аналітика.	Підтримка влади, стабільність.
Мета проєкту	Створення цифрової платформи “Сакральна Прилуччина” і підготовка гідів.	Платформа, 30 гідів, 10 партнерів.	Сертифікати, звіти, угоди.	Є фінансування й фахівці.
Завдання	1. Розробка бренду. 2. Створення сайту і застосунку. 3. Навчання гідів. 4. Партнерство влади–церкви–бізнесу. 5. Промоція онлайн.	5+ заходів, 10 партнерів, 10 тис. користувачів.	Протоколи, статистика.	Активність партнерів.
Результати	Підготовлені гідів, запущена платформа, зросла впізнаваність Прилуччини.	30 гідів, 3 нові маршрути.	Анкетування медіа-звіти.	Підтримка громади.

Таблиця В.1. Логіко-структурна матриця розвитку туристичної дестинації “Прилуччина”

Ілюстрації сакральної спадщини Прилуччини

Рис. Д.1. Миколаївський собор (м. Прилуки)



Рис. Д.2. Спасо-Преображенська церква (м. Прилуки)



Рис. Д.3. Густинський Свято-Троїцький монастир



Рис. Д.4. Троїцький собор (м. Прилуки)



Рис. Д.5. Успенська церква

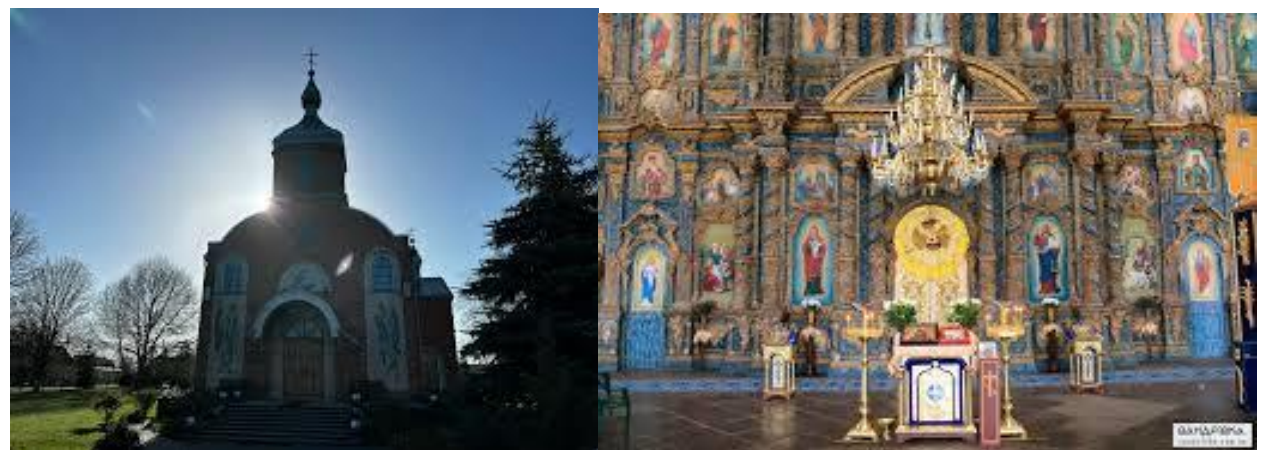


Рис. Д.6. Різдво-Богородична церква

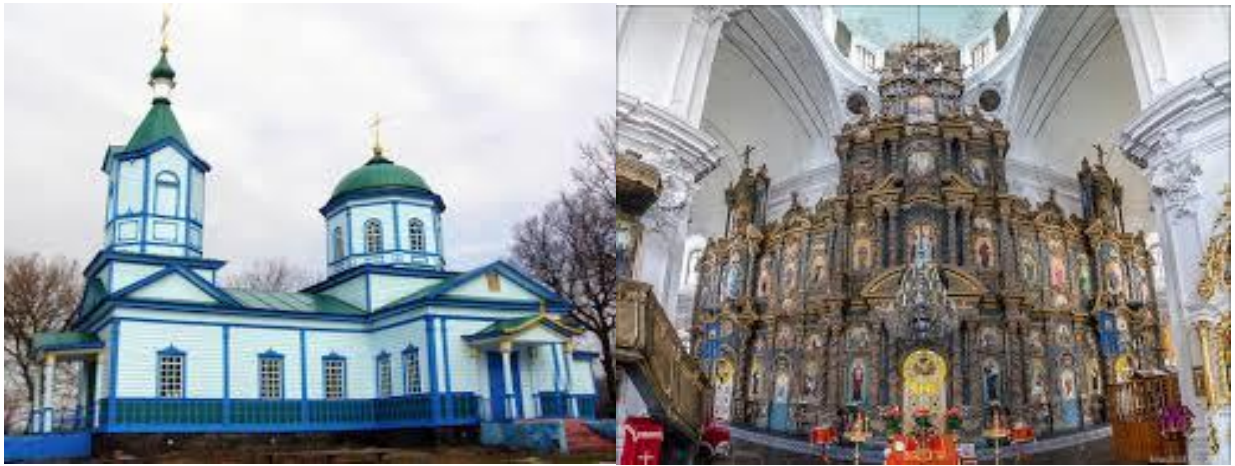


Рис. Д.7. Каплиця-усипальниця Галаганів

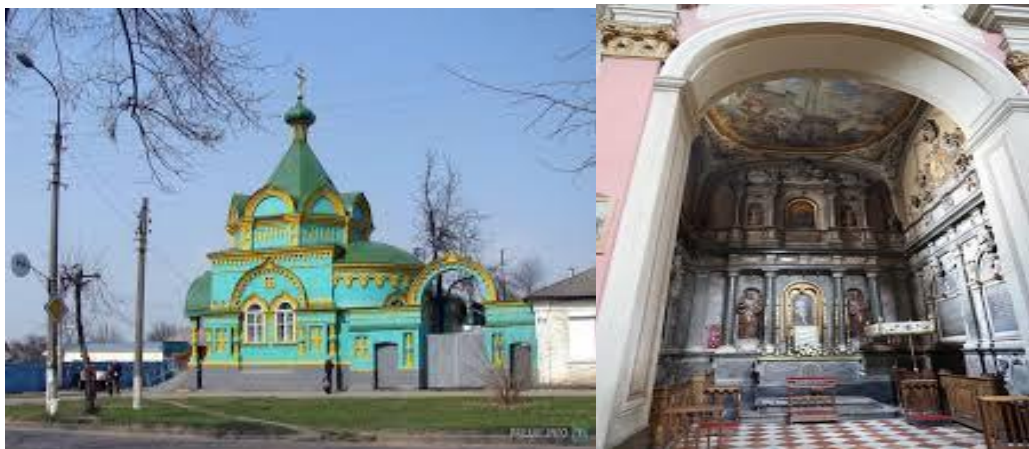


Рис. Д.8. Ікони

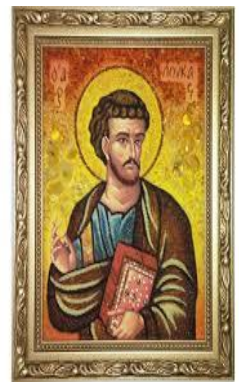


Рис. Д.9. Вишиванки

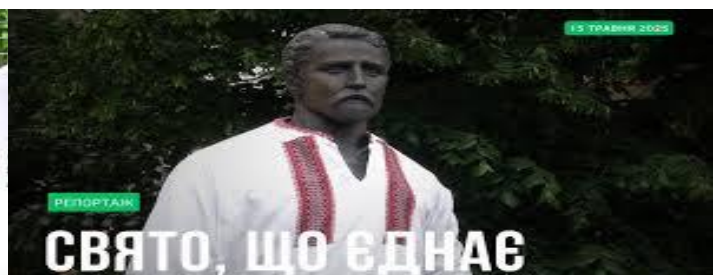


Рис. Д.10. Гончарство



Рис. Д.11. Писанкарство



Рис. Д.12. Різьба



Рис. Д.13. Прилуцький церковний хор



Рис. Д.14. Музей краєзнавчий музей ім. Маслова

