

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

«Можливості та перспективи організації етнотуризму в м. Чернівці»

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка IV курсу 412 групи
спеціальності 242 «Туризм»

ОП «Готельно-ресторанний сервіс та
туроперейтинг»

Нестерук Ірина Федорівна

Керівник: доктор географічних наук,
доцент

Бучко Ж. І.

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри № ____ від «____» _____ 2026 р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О. Д.

Чернівці – 2026

Анотація

У кваліфікаційній роботі досліджено можливості та перспективи організації етнотуризму в м. Чернівці. Проаналізовано теоретичні підходи до етнотуризму, ресурсну базу міста, музейні, ремісничі, фестивальні й етногастрономічні складники, а також вплив воєнного стану на подієвий туризм. Запропоновано концепцію етнотуристичного продукту «Чернівецька Маланка: місто традицій» та практичні напрями його просування.

Ключові слова: етнотуризм, Чернівці, Буковина, Маланка, етнофестиваль, туристичний продукт, культурна спадщина, гастрономічний туризм.

Abstract

The bachelor thesis examines the possibilities and prospects for organizing ethno-tourism in Chernivtsi. It analyses theoretical approaches, the city resource base, museum, craft, festival and ethno-gastronomic components, and the impact of martial law on event tourism. The study proposes the concept of the ethno-tourism product “Chernivtsi Malanka: the city of traditions” and practical directions for its promotion.

Keywords: ethno-tourism, Chernivtsi, Bukovyna, Malanka, ethno-festival, tourism product, cultural heritage, gastronomic tourism.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Нестерук І. Ф.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНОТУРИЗМУ.....	8
1.1. Сучасні підходи до визначення поняття і сутності етнотуризму.....	8
1.2. Науково-методичні підходи до дослідження етнотуризму.....	11
1.3. Стан наукових досліджень етнотуризму у Чернівцях.....	13
РОЗДІЛ ІІ. АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ЕТНОТУРИЗМУ М. ЧЕРНІВЦІ... 17	
2.1. Етнографічні музеї та експозиції як основа етнотуристичної привабливості міста.....	17
2.2. Народні ремесла та майстри декоративно-прикладного мистецтва.....	20
2.3. Етнокультурні фестивалі та народні свята в етнотуристичному продукті міста.....	22
2.4. Етногастрономічний потенціал Чернівців: традиційна буковинська, єврейська та польська кухня.....	25
РОЗДІЛ ІІІ. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНОТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЦЯХ.....	28
3.1. Сучасний стан і особливості розвитку етнотуризму в місті.....	28
3.2. Вплив воєнного стану на функціонування етнотуристичної сфери Чернівців.....	31
3.3. Стратегічні напрями розвитку етнотуризму в Чернівцях.....	33
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	49

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ДАРТ - Державне агентство розвитку туризму України

ЗВО - заклад вищої освіти

КМУ - Кабінет Міністрів України

НКС - нематеріальна культурна спадщина

ОТГ - об'єднана територіальна громада

ТІЦ - туристично-інформаційний центр

ЮНЕСКО - Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

КРІ - ключові показники ефективності

SWOT - метод аналізу сильних і слабких сторін, можливостей і загроз

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена потребою переосмислення туристичного потенціалу міст України в умовах воєнного стану, зміни туристичних потоків, зростання ролі внутрішніх подорожей та актуалізації культурної спадщини як ресурсу стійкості громад. Етнотуризм у цьому контексті не може розглядатися лише як форма дозвілля або як додаток до культурно-пізнавальних екскурсій. Йдеться про комплексну практику знайомства з локальною історією, традиціями, святами, ремеслами, гастрономією та способом життя мешканців певної території. Для Чернівців така проблематика має особливе значення, оскільки місто сформувалося як багатокультурний простір, де взаємодіяли українська, румунська, єврейська, польська, німецька, вірменська та інші традиції. Саме ця історична багатошаровість створює передумови для формування конкурентного етнотуристичного продукту.

Чернівці мають кілька ресурсних переваг, які роблять тему дослідження практично значущою. По-перше, місто володіє впізнаваним архітектурним образом, у якому особливе місце належить Резиденції митрополитів Буковини і Далмації, включеній до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [44]. По-друге, у місті функціонують музейні установи, здатні виконувати не лише експозиційну, а й інтерпретаційну функцію в етнотуристичних маршрутах [24]. По-третє, Чернівці є природним організаційним центром для презентації традицій Буковини, зокрема Маланки, яка у різних формах зберігається у Чернівцях, Чагорі, Красноільську, Вашківцях та інших населених пунктах регіону [1]. Тому розвиток етнотуризму в Чернівцях повинен бути пов'язаний не лише з оглядом пам'яток, а й із проєктуванням подієвих, ремісничих та гастрономічних маршрутів.

Ступінь наукової розробленості теми є достатнім для теоретичного обґрунтування роботи, але недостатнім у частині прикладного моделювання

саме міського етнотуризму Чернівців на основі фестивального ресурсу. Загальні питання організації туризму розглядаються у працях В. Ф. Кифяка, який акцентує увагу на взаємозв'язку туристичних ресурсів, інфраструктури та управління туристичною діяльністю [13]. Методологічні основи туристичних досліджень висвітлює Я. О. Мариняк, підкреслюючи необхідність поєднання аналізу джерел, польових спостережень, статистичних даних і проєктних рішень [20]. Проблематика міського туризму розкрита М. П. Мальською та О. М. Гаталяк, які наголошують на ролі міста як простору концентрації культурних ресурсів, сервісу та туристичних комунікацій [19]. Водночас Чернівці потребують окремого аналізу як етнотуристична дестинація, оскільки їхній потенціал не зводиться до класичного екскурсійного маршруту центральною частиною міста.

Особливо важливими для цієї теми є праці Ж. І. Бучко, у яких етнотуризм розглядається не як абстрактний різновид культурного туризму, а як практика, пов'язана з конкретними традиціями Буковини, етнокультурною пам'яттю, святами та локальними спільнотами [4]. У сучасних публікаціях дослідниця уточнює сутність етнотуризму, пов'язуючи його з пізнанням способу життя, звичаїв і культурної самобутності регіону, що особливо важливо, оскільки практична частина орієнтована на реальний фестивальний ресурс - Маланку. Саме Маланка дозволяє показати, як нематеріальна культурна спадщина може бути перетворена на туристичний продукт без втрати автентичності, надмірної комерціалізації та поверхневої видовищності.

Об'єктом дослідження є м. Чернівці як туристична дестинація, що має етнокультурний, музейний, фестивальний, ремісничий і гастрономічний потенціал для розвитку етнотуризму.

Предметом дослідження є можливості та перспективи організації етнотуризму в м. Чернівці на основі використання етнокультурної спадщини, туристичної інфраструктури, фестивального ресурсу Маланки та прикладних інструментів формування туристичного продукту. Такий предмет

дослідження дає змогу перейти від загального опису ресурсів до оцінки їхньої організаційної придатності, тобто визначити, які саме ресурси можуть бути включені до маршруту, хто може бути партнером, які ризики треба врахувати та який очікуваний ефект може отримати громада.

Метою роботи є обґрунтування можливостей і перспектив організації етнотуризму в м. Чернівці та розроблення прикладних рекомендацій щодо формування етнотуристичного продукту на основі міської культурної спадщини і буковинської традиції Маланки.

Для досягнення мети у роботі поставлено такі **завдання**:

- розкрити теоретико-методологічні засади дослідження етнотуризму;
- проаналізувати наукові підходи до вивчення етнотуризму в контексті міських DESTИНАЦІЙ;
- охарактеризувати ресурсну базу етнотуризму Чернівців;
- оцінити роль музеїв, ремесел, фестивалів і гастрономії у формуванні етнотуристичної привабливості міста;
- визначити сучасні проблеми розвитку етнотуризму в умовах воєнного стану;
- запропонувати прикладну модель етнотуристичного продукту, пов'язану з Маланкою.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНОТУРИЗМУ

1.1. Сучасні підходи до визначення поняття і сутності етнотуризму

Етнотуризм у сучасному науковому дискурсі розглядається як один із різновидів культурного туризму, однак його зміст є вужчим і водночас глибшим, ніж звичайне відвідання історичних пам'яток або музеїв. Якщо культурний туризм може включати архітектуру, мистецтво, міські події та освітні програми, то етнотуризм зосереджується на знайомстві з етнічно маркованими традиціями, обрядами, ремеслами, побутом, мовними практиками, гастрономією та символічними формами локальної ідентичності. У такому розумінні турист не просто споживає інформацію, а входить у простір міжкультурної комунікації. Саме ця особливість робить етнотуризм важливим для Чернівців, де етнокультурна багатосаровість є базовою рисою міської історії [4].

У працях українських дослідників етнотуризм часто пов'язується з пізнанням традиційної культури певного народу або регіону. Ж. І. Бучко визначає етнотуризм через інтерес туриста до традицій, звичаїв, побуту і способу життя місцевої спільноти, що особливо важливо для регіонів із виразною етнокультурною специфікою [5]. Такий підхід дозволяє відмежувати етнотуризм від екскурсійного туризму, який може обмежуватися оглядом об'єктів без занурення в живу традицію. Для Чернівців це означає, що потенційний етнотуристичний продукт повинен включати не лише Резиденцію, театр чи ратушу, а й історії родин, ремесел, свят, локальних страв і повсякденних практик.

Організаційний підхід до етнотуризму виходить з того, що культурна спадщина стає туристичним продуктом лише після професійного структурування. В. Ф. Кифяк підкреслює значення взаємозв'язку ресурсів, інфраструктури, кадрів та інформаційного забезпечення. Тому у цій роботі

етнотуризм розглядається як організована діяльність, у межах якої автентичність має бути поєднана з сервісом [13].

Ресурсний підхід дає змогу оцінити, які саме елементи етнокультурної спадщини можуть бути використані для туризму. О. О. Бейдик трактує туристичні ресурси як передумови, що можуть бути залучені до задоволення туристичних потреб. У випадку Маланки ресурсом виступає не тільки подія, а й костюм, музика, маршрут ходи, спільна підготовка та образ громади [2].

Таблиця 1.1

Наукові підходи до трактування етнотуризму

Підхід	Зміст підходу	Значення для теми роботи
Культурологічний	акцент на традиціях, обрядах, культурній пам'яті	формує зміст екскурсій та інтерпретаційних програм
Географічний	аналіз територіального розміщення ресурсів	дає змогу будувати маршрути й картосхеми
Економічний	оцінка витрат, доходів, туристичного збору й зайнятості	підтримує обґрунтування ефекту для громади
Соціокультурний	взаємодія туриста, громади й носіїв традицій	знижує ризик поверхневої комерціалізації
Подієвий	використання свят, фестивалів і обрядових практик	дозволяє розглядати Маланку як туристичний магніт

Джерело: узагальнено автором на основі наукових підходів до туризмознавства [17].

Міський підхід до етнотуризму є особливо важливим для Чернівців, оскільки місто не є етнографічним селом у класичному розумінні. М. П. Мальська та О. М. Гаталяк розглядають міський туризм як концентрацію пам'яток, сервісу, образів, маршрутів і подій. Отже, етнотуризм у Чернівцях має поєднувати центральну історичну частину міста з простором довколишніх буковинських традицій [19].

Сервісний підхід наголошує на тому, що туристичний продукт повинен бути зрозумілим, безпечним і доступним для споживача. М. П. Мальська, Н. В. Антонюк і Н. М. Ганич пов'язують якість туристичного продукту з рівнем послуг та інформаційного забезпечення. Для етнотуризму це означає потребу

у підготовлених гідах, навігації, бронюванні, програмі туру та поясненні правил участі в обрядах [18].

Важливо розмежовувати етнотуризм із культурним, ностальгійним і подієвим туризмом. Для Чернівців це розмежування має практичне значення, оскільки дає змогу не змішувати загальне ознайомлення з містом із власне етнокультурною взаємодією. Етнотуристичний продукт повинен показувати традиції, носіїв спадщини, локальні практики та їхній зв'язок із міським простором [17].

Таблиця 1.2

Критерії відмежування етнотуризму від суміжних видів туризму

Вид туризму	Основний зміст	Співвідношення з етнотуризмом
Культурний туризм	архітектура, музеї, мистецтво, події	ширше поняття, не завжди має етнічну основу
Ностальгійний туризм	відвідання місць походження родини або громади	може бути частиною етнотуризму, але не охоплює всіх туристів
Подієвий туризм	відвідання фестивалів, свят, концертів	стає етнотуризмом тоді, коли подія презентує локальну традицію
Гастрономічний туризм	дегустації, кулінарні маршрути, локальні продукти	підсилює етнотуризм через смакову інтерпретацію культури
Етнотуризм	традиції, звичаї, ремесла, обряди, кухня, носії спадщини	центральна категорія даної роботи

Джерело: складено автором на основі [18].

Зарубіжні дослідники культурного туризму акцентують увагу на партнерстві між установами спадщини і туристичним бізнесом. Б. Маккерчер і Г. дю Крос вказують, що спадщина потребує управління, а не випадкового комерційного використання. Для Чернівців це означає необхідність координації між музеями, туроператорами, міською владою, гідами і носіями Маланки [40].

Досвідний підхід до культурного туризму пов'язаний із переходом від пасивного огляду до участі, співпереживання і творчого залучення туриста. Г. Річардс показує, що сучасний культурний турист шукає не тільки об'єкт, а й досвід. Маланка має перевагу саме як досвідний ресурс, оскільки вона поєднує ходу, музику, маскування, гумор, соціальну сатиру та ритуальну дію.

1.2. Науково-методичні підходи до дослідження етнотуризму

Науково-методичне дослідження етнотуризму повинно поєднувати кілька рівнів аналізу: понятійний, ресурсний, просторовий, організаційний та проєктний. Понятійний рівень потрібний для з'ясування того, що саме в роботі вважається етнотуризмом і чим він відрізняється від культурного, подієвого, гастрономічного чи екскурсійного туризму. Ресурсний рівень дає змогу визначити, які об'єкти, події, традиції, майстри, музеї та заклади можуть бути включені до туристичного продукту. Просторовий рівень показує розміщення цих ресурсів у межах міста та навколишніх громад. Організаційний рівень пов'язаний з інфраструктурою, партнерами, безпекою та просуванням.

Загальна методика роботи ґрунтується на вимогах до бакалаврського дослідження, відповідно до яких робота має містити теоретичну, аналітичну та прикладну частини [21]. Наведене означає, що простий опис етнокультурних пам'яток Чернівців не є достатнім. Потрібно показати, як теоретичні підходи пояснюють зміст етнотуризму, як фактичні ресурси міста можуть бути класифіковані та оцінені, а також яким чином на їх основі можна сформувати практичний туристичний продукт.

Джерелознавчий аналіз застосовується для опрацювання наукової літератури, законодавчих актів, офіційних сайтів, публікацій у медіа та матеріалів туристичних організацій. Методологічні рекомендації з туризмознавства підкреслюють необхідність критичного ставлення до

джерел і поєднання різних типів інформації. У цій роботі наукові джерела використовуються для теорії, офіційні ресурси для фактів, а медійні повідомлення для аналізу сучасної практики Маланки [20].

Описовий метод використовується для характеристики етнографічних музеїв, експозицій, ремесел, фестивалів і гастрономічних ресурсів. Утім опис не є самоціллю, оскільки кожен ресурс аналізується через критерії доступності, автентичності, туристичної придатності та партнерського потенціалу. Такий підхід дає змогу виділити ресурси, які реально можуть працювати у структурі маршруту [14].

Таблиця 1.3

Методи, використані для дослідження етнотуризму Чернівців

Метод	Призначення
Аналітичний	опрацювання наукових праць, нормативних актів, статистики
Порівняльний	зіставлення ресурсів, форматів подій і моделей просування
Картографічний	локалізація музеїв, маршрутів і фестивальних точок
SWOT-аналіз	оцінка переваг, недоліків, можливостей і загроз
Проектний	розробка маршруту, бюджету, очікуваного ефекту

Джерело: сформовано автором відповідно до методики наукових досліджень у туризмі [20].

Порівняльний метод застосовується для зіставлення різних типів етнотуристичних ресурсів. Музей має стабільний графік і контрольовану експозицію, тоді як Маланка є сезонною, подієвою та залежною від безпекових умов. Саме порівняння дозволяє обґрунтувати комбінований продукт, де статичні й динамічні ресурси доповнюють один одного [29].

Картосхематичний метод потрібний для просторового відображення ресурсної бази Чернівців. У міському етнотуризмі важливо знати не лише перелік об'єктів, а й їхню логістичну сумісність. Картосхема допомагає сформувати пішохідну частину маршруту, визначити точки збору групи та місця підключення транспорту для виїздів до громад [2].

Методика дослідження поєднує ресурсний, просторовий, маркетинговий і соціокультурний аналіз. Така комбінація дає змогу не обмежуватися описом окремих об'єктів, а оцінити їхню придатність для створення маршруту, туристичного пакета, партнерської мережі та системи просування [20].

SWOT-аналіз використовується для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей та загроз розвитку етнотуризму. Його перевага полягає в тому, що він дозволяє одночасно врахувати ресурсний потенціал, управлінські обмеження, зовнішні ризики і ринкові перспективи. Для Чернівців цей метод допомагає побачити різницю між наявністю спадщини і здатністю перетворити її на стійкий туристичний продукт [17].

Елементи статистичного аналізу застосовуються через обмежену, але важливу інформацію про туристичний збір. За відкритими даними, у січні-вересні 2025 року туристичний збір у Чернівецькій області зріс порівняно з аналогічним періодом 2024 року. Цей показник не відображає безпосередньо стан етнотуризму, однак підтверджує збереження туристичної активності в регіоні та наявність економічної бази для спеціалізованих культурних продуктів.

1.3. Стан наукових досліджень етнотуризму у Чернівцях

Наукові дослідження етнотуризму в Чернівцях і на Буковині мають кілька взаємопов'язаних напрямів. Перший напрям пов'язаний з етнографічним вивченням Буковини як історико-культурного регіону, де протягом тривалого часу співіснували різні етнічні та конфесійні групи. Другий напрям охоплює туристичне ресурсознавство, тобто оцінку музеїв, архітектурної спадщини, фестивалів, ремесел і гастрономії як складників туристичного потенціалу. Третій напрям стосується прикладного

використання цієї спадщини у маршрутах, екскурсіях, подіях і брендингу DESTINATION.

Вагомий внесок у вивчення етнотуристичного потенціалу Буковини зробила Ж. І. Бучко. Її праця про етнотуристичні дослідження Буковини є важливою для даної роботи, оскільки в ній регіон розглядається як територія, де етнічна спадщина може бути основою туристичної спеціалізації. Для Чернівців це означає, що місто має виступати не лише самостійною DESTINATION, а й інтерпретаційним центром ширшої буковинської культури [4].

Сучасні дослідження дедалі частіше розглядають етнотуризм не лише як відвідання місць компактного проживання етнічних груп. Місто має український, румунський, єврейський, австрійський, польський та інші культурні пласти, які не можна звести до одного наративу. Саме тому етнотуристичний продукт Чернівців повинен бути поліфонічним і показувати взаємодію культур у міському просторі [19].

Окремим об'єктом уваги є Резиденція митрополитів Буковини і Далмації. За інформацією ЮНЕСКО, комплекс був збудований у 1864-1882 роках за проєктом Йозефа Главки та відображає синтез архітектурних стилів і культурних впливів. Для етнотуризму ця пам'ятка важлива як матеріальне свідчення багатокультурної історії міста [44].

Музейні установи Чернівців формують наукову та практичну основу етнотуризму. Чернівецький обласний краєзнавчий музей позиціонує себе як один із найбільших і найстаріших музеїв області, а його колекція налічує понад 120 тисяч експонатів. Музей може виконувати роль бази для підготовки гідів, тематичних екскурсій і освітніх програм [34].

Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту є особливо цінним ресурсом. У музеї представлено понад 35 архітектурних експонатів, серед яких житлові, господарські, виробничі та громадські споруди. У практичній частині роботи скансен розглядається як партнер для майстер-класів і підготовки туристів до сприйняття Маланки [36].

Таблиця 1.4

Проблематика сучасних досліджень етнотуризму Чернівців

Напрямок	Зміст досліджень	Прикладне значення
Мультикультурна спадщина	дослідження співіснування етнічних традицій у міському просторі	формує основу бренду Чернівців
Музейна інтерпретація	аналіз експозицій і просвітницької роботи	забезпечує цілорічний зміст етнотуризму
Фестивальні практики	вивчення Маланки, Буковинських зустрічей та інших подій	створює подієві туристичні піки
Гастрономічна спадщина	дослідження локальної кухні як туристичного ресурсу	підсилює комплексність продукту
Цифрове просування	оцінка сайтів, соціальних мереж і онлайн-карт	розширює доступність туристичної інформації

Джерело: узагальнено автором на основі аналізу літератури та туристичних ресурсів [24].

Дослідження етнотуризму в Чернівцях неможливе без аналізу фестивального ресурсу. У 2020 році Укрінформ повідомляв, що у Маланка-фесті брали участь понад 30 колективів, зокрема гості з Румунії і Словенії. Наведене підтверджує, що фестиваль мав не лише локальне, а й ширше транскордонне значення [32].

Для дослідження етнотуризму Чернівців важливим є зв'язок між академічними працями, музейною практикою та діяльністю міських туристичних інституцій. Саме така взаємодія дозволяє перетворити науковий опис спадщини на зрозумілий туристичний продукт із маршрутом, партнерами, інформаційним супроводом і правилами відповідального відвідування [4].

У 2022 році Маланка-фест зберігав високий рівень видовищності. За повідомленням «Шпальти», у фестивалі взяли участь 32 колективи, а хода проходила центральними вулицями Чернівців. Для дослідження це важливо, оскільки демонструє реальний досвід міського подієвого етнотуризму [38].

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ЕТНОТУРИЗМУ М. ЧЕРНІВЦІ

2.1. Етнографічні музеї та експозиції як основа етнотуристичної привабливості міста

Етнографічні музеї та експозиції Чернівців є базовою частиною етнотуристичної привабливості міста, оскільки вони забезпечують матеріальну фіксацію культурної пам'яті. На відміну від подій і обрядів, музейні ресурси мають стабільний режим роботи, постійну експозицію, підготовлений персонал і можливість контрольованої інтерпретації. Саме тому музейний компонент повинен бути початковою ланкою етнотуристичного маршруту. Турист, який прибуває до Чернівців, потребує пояснення історичного і культурного контексту міста, а музей здатний дати таке пояснення без втрати наукової достовірності [24].

Чернівецький обласний краєзнавчий музей є одним із ключових центрів збереження історико-етнографічної спадщини Буковини. Офіційний сайт музею зазначає, що його колекція налічує понад 120 тисяч експонатів і охоплює природу, археологію, історію, етнографію та культуру краю. Для етнотуризму особливо важливими є матеріали про народний одяг, традиційні ремесла, побут і міжетнічну історію Буковини [34].

Важливою перевагою краєзнавчого музею є його здатність подавати Чернівці не ізольовано, а в регіональному контексті. Турист може побачити, як місто було пов'язане з довколишніми селами, торгівлею, міграціями, конфесійними громадами та ремісничими практиками. Завдяки цьому формується цілісне розуміння Буковини як простору культурної взаємодії, а не набору окремих етнографічних сюжетів [24].

Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту виконує іншу, але не менш важливу функцію. Його експозиція просто неба дає можливість побачити архітектурні форми, інтер'єри та господарські споруди, які відтворюють традиційний спосіб життя буковинського села. Саме цей

музей може стати місцем підготовки туриста до розуміння Маланки, адже обрядова культура тісно пов'язана з сільським середовищем [35].

Скансен має значний потенціал для інтерактивного етнотуризму. Крім оглядової екскурсії, він може пропонувати майстер-класи, театралізовані елементи, демонстрацію традиційного побуту, тематичні події і дитячі програми. У межах запропонованого продукту скансен доцільно включати як локацію для денного блоку маршруту перед вечірнім або сезонним маланкуванням [36].

Таблиця 2.1

Основні музейні ресурси етнотуризму Чернівців

Об'єкт	Профіль	Ресурсна ознака	Значення для етнотуризму
Чернівецький обласний краєзнавчий музей	історія, природа, етнографія Буковини	понад 120 тис. музейних предметів	базова оглядова локація
Музей народної архітектури та побуту Буковини	традиційне житло й господарство	понад 35 архітектурних об'єктів	пояснення матеріальної культури
Музей етнографії та стародавньої історії ЧНУ	археологія, етнографія, навчальні колекції	університетська музейна база	зв'язок науки й туризму
Чернівецький обласний художній музей	мистецтво, орнамент, сакральна й міська культура	пам'ятка архітектури	візуальна культура регіону
Резиденція митрополитів Буковини і Далмації	архітектурна й конфесійна спадщина	об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО	міжнародна впізнаваність

Джерело: складено автором на основі офіційних музейних матеріалів [34].

Резиденція митрополитів Буковини і Далмації є центральною архітектурною домінантою Чернівців. Її значення для етнотуризму полягає не лише в статусі пам'ятки ЮНЕСКО, а й у здатності пояснити культурну поліфонію міста, його зв'язок з православною традицією, Австро-Угорщиною та освітньою історією. Тому екскурсія цією локацією повинна

бути пов'язана з темою багатокультурності, а не лише з архітектурним описом [44].

Музейна база Чернівців охоплює краєзнавчий, художній, університетський етнографічний музей та музей народної архітектури. Така мережа створює основу для цілорічного етнотуризму, оскільки дає змогу працювати з відвідувачами не лише в період фестивалів, а й упродовж усього туристичного сезону [24].



Рис. 2.1. Карта-схема центральної частини м. Чернівців як просторової основи етнотуристичного маршруту

Джерело: карта-схема центральної частини м. Чернівців, автор О. Д. Король [15].

Офіційний туристичний портал Чернівців виконує функцію цифрової вітрини міської туристичної інфраструктури. На ньому представлені музеї, галереї, архітектурні пам'ятки, екскурсії, події, гідни та інші компоненти туристичної пропозиції. Для етнотуризму такий ресурс важливий як канал навігації, але його потрібно посилити спеціальними тематичними добірками про Маланку, ремесла і гастрономію.

2.2. Народні ремесла та майстри декоративно-прикладного мистецтва

Народні ремесла та декоративно-прикладне мистецтво є важливим елементом етнотуристичної пропозиції Чернівців, оскільки вони переводять культурну спадщину з площини споглядання у площину практичної участі. Турист може не лише побачити вишивку, кераміку, дерев'яні вироби чи традиційний костюм, а й дізнатися про техніку їх створення, символіку орнаменту, матеріали та майстрів. У цьому полягає перевага ремісничого блоку над суто оглядовою екскурсією: він створює емоційний контакт із культурою і підвищує готовність туриста придбати локальний продукт.

Буковинська вишивка є одним із найвиразніших елементів локальної ідентичності. Вона поєднує геометричні та рослинні мотиви, насичену кольорову палітру і відмінності між локальними традиціями різних частин регіону. У туристичному продукті вишивка може бути представлена через експозиції, майстер-класи, сувенірні набори, лекції та елементи костюму під час Маланки [4].

Гончарство, ткацтво, лозоплетіння та дереворізьблення можуть бути використані як інтерактивні компоненти маршруту. Їхня цінність полягає не лише у готовому виробі, а й у демонстрації процесу, який дозволяє туристу зрозуміти працю майстра. Такий досвід має високу додану вартість, оскільки турист платить не лише за предмет, а й за участь, знання і спогад [27].

Ремесла важливі також з погляду економіки локальних спільнот. Якщо туристичний продукт включає майстер-класи або продаж виробів, частина коштів безпосередньо надходить майстрам, а не лише посередникам. Це робить етнотуризм соціально корисним і зменшує ризик використання культурної спадщини без вигоди для її носіїв [45].

Для Чернівців перспективним є створення ремісничого модуля, який можна додавати до різних маршрутів. Такий модуль може включати коротку лекцію про буковинський орнамент, практичний майстер-клас, демонстрацію костюмів і невеликий сувенір. Він може працювати протягом року, що зменшує сезонність етнотуризму і доповнює зимовий маланковий продукт [13].

Таблиця 2.2

Ремісничі напрями, придатні для етнотуристичного використання

Ремесло	Зміст ресурсу	Форма туристичного використання
Буковинська вишивка	орнаментика, сорочки, рушники, декоративний текстиль	майстер-клас, сувенір, музейне пояснення
Ткацтво	пояси, килимки, елементи традиційного інтер'єру	демонстрація технології
Писанкарство	календарна символіка, кольори, локальні мотиви	сезонний майстер-клас
Різьблення по дереву	побутові речі, декоративні елементи, предмети обряду	сувенірна лінійка
Виготовлення масок	образи Маланки, костюмні елементи, переберія	прив'язка до фестивального продукту

Джерело: складено автором за матеріалами про нематеріальну культурну спадщину [23].

Особливе значення має зв'язок ремесел із Маланкою. Костюми, маски, великі рухомі конструкції, музичні атрибути і декоративні елементи створюються руками учасників або локальних майстрів. Тому туристичне пояснення Маланки повинно включати не тільки саму ходу, а й підготовку костюмів, майстерність, матеріали та час, необхідний для створення образів [38].

Народні ремесла доцільно включати до етнотуристичного продукту як практичний, а не лише сувенірний компонент. Вишивка, ткацтво, різьблення, писанкарство, виготовлення масок і сувенірів можуть бути основою майстер-класів, демонстрацій та коротких інтерпретаційних занять для туристів [27].

Ремісничий компонент може бути інтегрований у діяльність музеїв. Скансен і краєзнавчий музей здатні надати простір, історичний контекст та аудиторію, тоді як майстри забезпечують живу практику. Таке партнерство дозволить уникнути перетворення ремесла на випадковий ярмарковий додаток і зробити його повноцінним елементом маршруту.

2.3. Етнокультурні фестивалі та народні свята в етнотуристичному продукті міста

Етнокультурні фестивалі та народні свята є найбільш динамічною частиною етнотуристичного продукту, оскільки вони перетворюють спадщину на подію. На відміну від музею, фестиваль має часову обмеженість, емоційну напругу, присутність громади, музику, рух, костюм і непередбачуваність живого виконання. Саме тому фестивальні ресурси мають високу туристичну привабливість. Для Чернівців найважливішим прикладом такого ресурсу є Маланка, яка поєднує обрядову традицію, карнавальність, гумор, соціальну сатиру, локальну ідентичність і видовищність.

Маланка-фест у Чернівцях був прикладом урбанізованого подання буковинської обрядовості. У 2020 році фестиваль зібрав понад 30 колективів із кількох областей України, а також гостей із Румунії та Словенії. Даний факт демонструє, що Чернівці вже мали досвід перетворення регіональної традиції на подію міського і міжнародного масштабу [32].

У 2022 році фестиваль також мав значний масштаб. За повідомленням «Шпальти», у ньому брали участь 32 колективи, зокрема переберії та традиційні маланки, а карнавальна хода проходила центром міста. Наведене підтверджує, що Маланка-фест міг виконувати функцію зимового туристичного магніту для Чернівців [38].

Після 2022 року масовий формат Маланка-фесту фактично був поставлений на паузу. Управління культури Чернівецької міської ради пояснювало це воєнним станом, обмеженням масових заходів і неможливістю гарантувати безпеку великої кількості людей. Тому нині варто говорити не про просте відновлення фестивалю, а про нову модель подієвого етнотуризму [28].

Водночас традиція Маланки не зникла, а змінила форми існування. У Чернівцях молодь організовувала «Маланку за донат», поєднуючи традиційне віншування з благодійним збором для військових. Такий приклад показує, що етнокультурна традиція може адаптуватися до суспільних обставин і залишатися актуальною [30].

Таблиця 2.3

Етнокультурні події Чернівців і Буковини, релевантні для етнотуризму

Подія	Період	Етнокультурний зміст	Туристичне значення
Маланка / Маланка-фест	січень	буковинська переберія, маски, обрядові ходи	центральний кейс роботи
Буковинські зустрічі	літо	міжнародний фольклорний формат	транскордонний культурний обмін
День міста Чернівці	жовтень	міська культура, концерти, ярмарки	загальноміська подієва платформа
Єврейські культурні події	протягом року	пам'ять про єврейську спадщину Чернівців	тематичні маршрути й лекції
Музейні та ремісничі ярмарки	сезонно	вироби майстрів, локальні продукти	підтримка малого бізнесу

Джерело: складено автором за матеріалами туристичного порталу Чернівців [25].

Красноїльськ є важливою локацією для розуміння автентичної буковинської Маланки. У 2025 році там відбулося традиційне маланкування, хоча голова громади зазначав, що учасників менше, ніж у довоєнні роки. Для Чернівців це створює можливість бути базовим центром для організованих виїздів до громад із живою традицією [31].

Вашківці та Чагор також належать до найвідоміших маланкарських локацій Буковини. Місцеві медіа називають їх серед ключових центрів переберії разом із Красноїльськом. Отже, Маланку доцільно розглядати не як один міський фестиваль, а як регіональну мережу подій, у якій Чернівці можуть виконувати координаційну роль [1].

створення концентрованого туристичного попиту в конкретні дати саме тому фестиваль потребує окремого управління потоками, безпекою, інформацією та сервісом [45].



Рис. 2.2. Структура етнотуристичного потенціалу Маланки
Джерело: складено автором.

Маланка-фест має значення як міський формат презентації буковинської переберії. Попри паузу у проведенні масового фестивалю після початку повномасштабного вторгнення, бренд події зберігає туристичну

впізнаваність і може бути використаний у майбутньому для відновлення подієвого етнотуризму [28].

Важливо, що буковинське маланкування має статус елемента нематеріальної культурної спадщини України. Міністерство культури включило відповідні традиції до Національного переліку, що підвищує їхню культурну вагу і потребу в охороні. Туристичне використання такого ресурсу має бути особливо відповідальним і погодженим із носіями традиції.

2.4. Етногастрономічний потенціал Чернівців: традиційна буковинська, єврейська та польська кухня

Етногастрономічний потенціал Чернівців є важливою складовою етнотуризму, оскільки кухня дозволяє туристу безпосередньо відчувати культурну багатшаровість міста. Їжа в етнотуризмі є не лише послугою харчування, а й способом розповіді про історію, побут, родинні традиції, міграції, міжкультурні контакти та локальні продукти. Для Чернівців гастрономія має особливе значення, тому що буковинська кухня сформувалася на перетині українських, румунських, молдавських, єврейських, польських, австрійських і балканських впливів.

Буковинська кухня може бути використана як базовий гастрономічний блок етнотуристичного маршруту. До неї належать страви з кукурудзяної крупи, бринзи, грибів, м'яса, квасолі, капусти, домашньої випічки та сезонних продуктів. У туристичному продукті важливо не лише подати страву, а й пояснити її походження, локальні варіанти і зв'язок із календарною обрядовістю [27].

Єврейська гастрономічна спадщина Чернівців є окремим перспективним напрямом. Місто історично мало потужну єврейську громаду, а пам'ять про неї може бути представлена через маршрути, історії родин,

архітектуру, літературу та кухню. Гастрономічний компонент дає змогу зробити цю спадщину більш відчутною для туриста [42].

Польські, румунські та австрійські впливи також можуть бути інтегровані в етногастрономічний продукт. Чернівці як колишнє місто Габсбурзької монархії мають кавову, кондитерську та міську ресторанну традицію, яка поєднується з регіональною кухнею. Тому гастрономічний маршрут не повинен обмежуватися сільською традицією, а має показувати міську мультикультурність [19].

Заклади харчування можуть стати партнерами етнотуризму за умови тематизації меню. Для маршруту, пов'язаного з Маланкою, доцільно створити сезонне меню з буковинськими стравами, гарячими напоями, локальною випічкою та коротким поясненням походження страв. Таке меню збільшить середній чек туриста і водночас поглибить зміст маршруту [16].

Таблиця 2.4

Етногастрономічні компоненти туристичного продукту Чернівців

Компонент	Приклади	Форма використання
Буковинська кухня	банаш, мамалига, голубці, домашня випічка	дегустаційні обіди, тематичні вечери
Румунсько-молдовські впливи	мамалига, бринза, м'ясні страви, вина	пояснення прикордонної культурної взаємодії
Єврейська кулінарна спадщина	форшмак, хала, маца, традиційна випічка	тематичні маршрути історичним центром
Польська традиція	пироги, журек, солодка випічка	розширення мультикультурної інтерпретації
Фестивальне меню Маланки	зимові страви, гарячі напої, локальні десерти	підвищення витрат туриста під час події

Джерело: складено автором на основі підходів до гастрономічного туризму [19].

Гастрономія допомагає зменшити сезонність етнотуризму. Якщо Маланка є зимовою подією, то буковинська кухня, кавова культура, ринки і дегустації можуть працювати протягом усього року. Це дає змогу створювати

різні версії продукту: зимову фестивальну, весняну ремісничу, літню екскурсійну та осінню гастрономічну [17].

поєднання української, румунської, єврейської, польської та австро-угорської кулінарної спадщини через харчування турист отримує простий і зрозумілий канал знайомства з багатокультурністю міста [19].

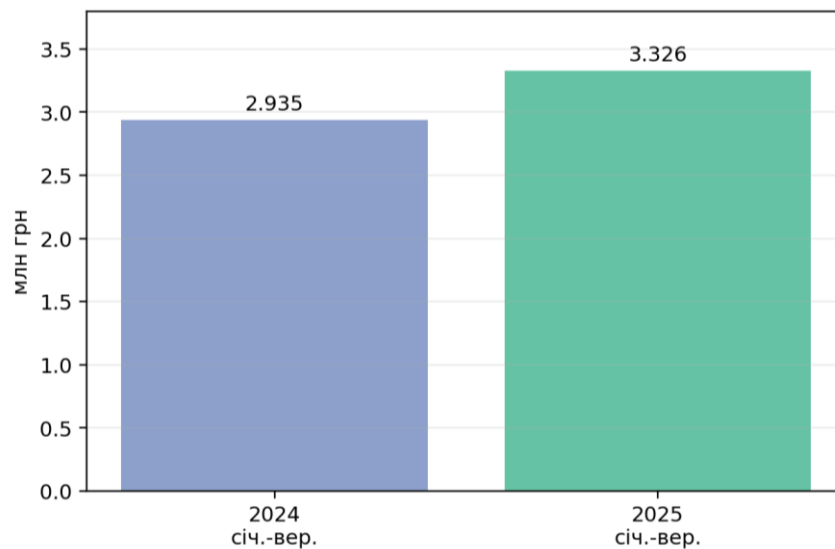


Рис. 2.3. Динаміка туристичного збору Чернівецької області за 9 місяців 2024-2025 рр.

Джерело: складено автором на основі [33].

Етногастрономічний ресурс повинен бути пов'язаний із локальними продуктами. Використання місцевої бринзи, меду, грибів, випічки, трав'яних напоїв або традиційних соусів створює додану вартість і підтримує локальних виробників. Для туриста це також важливо, оскільки він отримує не стандартне ресторанне меню, а смак конкретної території.

РОЗДІЛ III. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНОТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЦЯХ

3.1. Сучасний стан і особливості розвитку етнотуризму в місті

Сучасний стан етнотуризму в Чернівцях можна охарактеризувати як ресурсно сильний, але організаційно недостатньо інтегрований. Місто має потужну культурну базу, впізнавану архітектуру, музейні установи, гастрономічну різноманітність і зв'язок із буковинськими традиціями. Водночас ці елементи часто функціонують окремо: турист відвідує центр міста, окремий музей або заклад харчування, але не завжди отримує цілісний етнотуристичний продукт. Саме тому ключовою проблемою є не відсутність ресурсів, а недостатня організація їх у зрозумілі маршрути, пакети й події пропозиції.

Чернівецька громада є лідером області за туристичним збором. За даними Укрінформу, за січень-вересень 2025 року Чернівецька громада отримала 2 161,6 тис. грн туристичного збору, що свідчить про концентрацію туристичної активності саме в місті. Така база створює фінансові й організаційні передумови для розроблення спеціалізованих продуктів, зокрема етнотуристичних [33].

Зростання туристичного збору в області свідчить про поступове відновлення туристичної активності. За той самий період 2025 року туристичний збір у Чернівецькій області становив 3,326 млн грн проти 2,935 млн грн у 2024 році. Хоча ці дані не відображають структуру туризму за видами, вони підтверджують наявність попиту на подорожі до регіону [33].

Сильним боком Чернівців є сформований туристичний образ. Місто асоціюється з архітектурою, університетом, кавовою культурою, старими вулицями, мультикультурністю і Буковиною. Однак цей образ потребує тематичного уточнення, щоб турист розумів Чернівці не лише як красиве місто, а як центр етнокультурного досвіду [24].

SWOT-аналіз розвитку етнотуризму в м. Чернівці

Елемент SWOT	Зміст для Чернівців
Сильні сторони	мультикультурна спадщина; компактний центр; музеї; бренд Маланки; об'єкт ЮНЕСКО
Слабкі сторони	нестача пакетних продуктів; фрагментарне просування; обмежена статистика попиту; залежність від сезонності
Можливості	внутрішній туризм; цифрове просування; партнерство з громадами; благодійні формати; гастрономічні тури
Загрози	воєнні ризики; обмеження масових подій; комерціалізація традиції; конкуренція інших дестинацій

Джерело: складено автором за результатами аналізу ресурсної бази.

Музейна база міста є достатньою для розроблення кількох тематичних маршрутів. Краєзнавчий музей, скансен, художній музей, університетський комплекс і міські експозиції можуть бути пов'язані єдиним наративом про Буковину. Проблема полягає не в нестачі об'єктів, а в недостатній пакетизації: туристу часто пропонується окрема екскурсія, але не завершений маршрут із логікою, тривалістю, партнерами та зрозумілим результатом [34].

Фестивальний ресурс є найсильнішим, але водночас найвразливішим елементом етнотуризму. Маланка-фест у довоєнні роки показував, що Чернівці здатні приймати значні подієві потоки. Після початку повномасштабної війни масовий формат став залежним від безпекових рішень, тому розвиток доцільно спрямовувати на гнучкі рішення: малі події, камерні покази, цифровий контент і тури до громад [28].

Наявність офіційного туристичного порталу є перевагою для інформаційного просування. На порталі зібрано дані про пам'ятки, музеї, події, гідів та інфраструктуру. Водночас етнотуризм потребує окремої тематичної сторінки, де були б представлені маршрути, календар Маланки, контакти майстрів, гастрономічні партнери та правила відповідальної участі [25].

Головною організаційною проблемою є те, що музейні, фестивальні, ремісничі й гастрономічні ресурси поки що не об'єднані у впізнаваний продукт. Перспективним рішенням може стати пакет «Чернівецька Маланка: місто традицій», розрахований на перебування туриста протягом одного або двох днів. Такий формат дає змогу поєднати екскурсію, майстер-клас, гастрономію, музейне пояснення традиції та сезонну подію без хаотичного набору окремих активностей [21].

Таблиця 3.2

Проблеми й управлінські рішення для розвитку етнотуризму

Проблема	Прояв	Рішення
Сезонність	низька активність поза датами фестивалів	створення цілорічного маршруту й музейних подій
Недостатня координація	окремі ресурси не працюють як єдиний продукт	координаційна група при ТЦ
Слабка комунікація	турист не завжди розуміє зміст Маланки	QR-гід, короткі відео, пояснювальні матеріали
Безпекові обмеження	ризик скасування або обмеження масових заходів	гнучкі сценарії проведення
Етичні ризики	поверхневе використання традиції	участь носіїв спадщини у підготовці продукту

Джерело: складено автором.

Одна з головних проблем полягає у слабкій видимості етнотуристичних продуктів для зовнішнього туриста. Навіть за наявності цікавих об'єктів відвідувачу складно самостійно скласти повний маршрут без допомоги гйда або туроператора. Тому варто пропонувати готові пакети різної тривалості: двогодинну міську екскурсію, одноденний маршрут і дводенний фестивально-етнографічний тур.

3.2. Вплив воєнного стану на функціонування етнотуристичної сфери Чернівців

Воєнний стан суттєво змінив умови функціонування туристичної сфери України, зокрема подієвого та етнотуризму. Найбільш очевидним наслідком стали обмеження масових заходів, зміна туристичної мотивації, підвищення значення безпеки, скорочення міжнародних потоків і посилення ролі внутрішнього туризму. Для Чернівців ці процеси мають подвійний характер. З одного боку, місто відносно віддалене від лінії фронту і зберігає туристичну активність. З іншого боку, організація великих фестивалів, нічних подій і масових ходів залежить від рішень військової адміністрації, поліції та місцевої влади.

Найбільш помітним наслідком війни стало тимчасове припинення традиційного масового формату Маланка-фесту. За повідомленням С4, у 2025 році управління культури Чернівецької міської ради не планувало відновлювати фестиваль до завершення воєнного стану через чинні обмеження на масові заходи [28]. Для етнотуристичної сфери це означає перехід від великих скупчень до керованих малих форматів: тематичних екскурсій, музейних показів, камерних зустрічей із носіями традиції та благодійних подій.

Водночас війна не ліквідувала потребу в культурних практиках. Навпаки, у кризових умовах традиції виконують функцію підтримки ідентичності, психологічної стійкості та зв'язку між поколіннями. Саме тому маланкування в менших форматах має не лише туристичне, а й соціокультурне значення: воно підтримує відчуття безперервності місцевої культури навіть тоді, коли великі фестивалі неможливі [12].

Показовою для Чернівців стала благодійна трансформація традиції. У 2026 році молодь організувала «Маланку за донат»: учасники співали традиційні пісні, залучали перехожих і збирали кошти для військових. Такий формат поєднав обрядовість, громадянську позицію і міський публічний

простір. Для туризму це важливо, бо демонструє здатність традиції пристосовуватися до сучасних умов без повного розриву з автентичним змістом [30].

Красноїльська Маланка показує інший варіант адаптації. У 2025 році традиційне маланкування відбулося, однак із меншою кількістю учасників; за повідомленнями медіа, поліція не фіксувала порушень [31]. Цей приклад свідчить, що локальні традиції можуть функціонувати навіть у складних умовах, якщо їхня організація погоджена з громадою, поліцією та місцевою владою.

Воєнний стан змінив і поведінку туристів. Під час планування подорожі люди частіше звертають увагу на наявність укриттів, транспортну доступність, комендантську годину, розмір групи та репутацію організатора. Через це етнотуристичний продукт має містити не лише культурну програму, а й прості інструкції щодо дій у разі повітряної тривоги, перенесення події або зміни маршруту [3].

Таблиця 3.3

Вплив воєнного стану на елементи етнотуристичної сфери

Складова	Вплив	Адаптаційне рішення
Фестивалі	обмеження масових заходів, імовірність скасування	камерні, благодійні та онлайн-формати
Музеї	залежність від безпекової ситуації та відвідуваності	завчасне інформування, тематичні екскурсії
Гіди	нестабільний попит і потреба в нових сценаріях	короткі маршрути, індивідуальні групи
Готелі й ресторани	менша передбачуваність туристичного потоку	пакетні пропозиції на вихідні
Громади-носії	ризик переривання традиції	підтримка участі молоді й документування практик

Джерело: складено автором на основі аналізу сучасних умов організації подій [28].

Подієвий туризм у таких умовах потребує сценарного планування. Організатор повинен мати основний сценарій, скорочений сценарій, онлайн-

супровід, варіант перенесення або заміни події музейно-лекційним блоком. Для Маланки це особливо важливо, оскільки сезонність не дозволяє просто перенести традицію на будь-яку іншу дату без втрати її календарного змісту [21].

Отже, воєнний стан змінив логіку організації подій: на перше місце вийшли безпека, благодійність, контроль скупчень і готовність до повітряних тривог. Етнотуризм у Чернівцях за таких умов має розвиватися не через неконтрольовані масові заходи, а через малі групи, попередню реєстрацію, резервні сценарії та чітку взаємодію з відповідальними службами [28].

Війна вплинула також на кадровий і демографічний склад носіїв традиції. У багатьох громадах частина молодих чоловіків служить у війську або перебуває за межами громади, що зменшує кількість учасників переберії. Тому туристичне використання Маланки має бути обережним: воно не повинно створювати додаткового навантаження на громаду або підміняти живу традицію штучною виставою для відвідувачів [31].

З іншого боку, внутрішній туризм набув нового значення. Для багатьох українців подорожі всередині країни стали способом підтримати економіку, відкрити власну культурну спадщину і відчутти зв'язок із різними регіонами. Чернівці можуть використати цю тенденцію через акцент на безпечних культурних маршрутах, які поєднують міську історію, буковинську обрядовість, музеї та гастрономію.

3.3. Стратегічні напрями розвитку етнотуризму в Чернівцях

Стратегічні напрями розвитку етнотуризму в Чернівцях мають виходити з реального стану ресурсів, безпекових обмежень і потреб туристичного ринку. Найбільш перспективним є не створення абстрактного бренду «етнічні Чернівці», а розроблення конкретних продуктів, які можна реалізувати, просувати й оцінювати. У межах цієї роботи запропоновано

прикладну модель етнотуристичного продукту «Маланка як етнотуристичний бренд Чернівців». Вона базується на поєднанні міського маршруту, музейної інтерпретації, гастрономії, ремесел, виїзду до маланкарських громад і цифрового супроводу.

Перший стратегічний напрям - формування тематичного маршруту «Маланка і багатокультурна Буковина». Його доцільно починати у центральній частині Чернівців, де турист отримує вступ до історії міста, бачить Резиденцію митрополитів Буковини і Далмації, відвідує краєзнавчий музей або скансен, а наприкінці долучається до гастрономічного блоку чи виїзду до громади. Такий маршрут поєднує міську спадщину з живими традиціями регіону й робить Маланку не ізольованою подією, а частиною ширшого буковинського контексту [44].

Другий напрям - створення музейно-освітнього блоку про Маланку. Його можна проводити у скансені, краєзнавчому музеї або туристично-інформаційному центрі. До блоку варто включити коротку лекцію, демонстрацію костюмів, пояснення персонажів, перегляд фотоархіву та майстер-клас. Така підготовка допоможе туристам зрозуміти обряд і зменшить ризик поверхневого сприйняття традиції як простої розваги [36].

Таблиця 3.4

Паспорт проєктованого маршруту «Чернівецька Маланка: місто традицій»

Параметр	Характеристика
Тип продукту	пішохідний етнотуристичний маршрут з фестивальною та музейною складовою
Тривалість	4-5 годин у базовому форматі; 1-2 дні у розширеному пакетному форматі
Цільова аудиторія	внутрішні туристи, студентська молодь, сімейні туристи, українська діаспора, іноземні гості
Основні локації	історичний центр, ТПЦ, краєзнавчий музей, музей народної архітектури, реміснича майстерня, гастрономічна локація
Ключова ідея	пояснити Маланку як живу буковинську традицію і включити її в ширший образ Чернівців

Параметр	Характеристика
Очікуваний результат	зростання впізнаваності Чернівців як центру етнотуризму та збільшення витрат туриста в місті

Джерело: розроблено автором.

Третій напрям - партнерство з громадами, де Маланка зберігається як жива практика. Чернівці можуть забезпечити проживання, інформаційний супровід, гідів і трансфер, а громади - автентичний зміст, носіїв традиції та локальну участь. Умовою такого партнерства має бути справедливий розподіл доходу, попереднє погодження сценарію і повага до правил самої громади [31].

Практичну модель доцільно вибудувати на трьох рівнях: базовий пішохідний маршрут, зимовий фестивальний пакет і розширена програма з виїздом до осередків Маланки. Такий поділ дає змогу працювати з різними бюджетами, тривалістю перебування та мотиваціями туристів: від короткого знайомства з містом до глибшого етнографічного досвіду [13].

Четвертий напрям пов'язаний із гастрономічною інтеграцією. Для маршруту доцільно розробити сезонну пропозицію «Смак Маланки», яка включатиме гарячі напої, буковинські страви, локальну випічку і короткі історії про походження страв. Це збільшить тривалість перебування туриста у місті, посилить емоційне сприйняття маршруту та підвищить доходи закладів харчування [16].

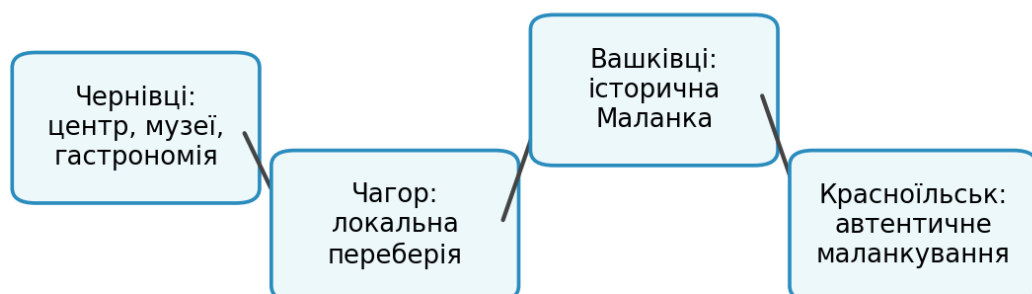


Рис. 3.1. Проєкт етнотуристичного маршруту «Чернівецька Маланка: місто традицій»

Джерело: розроблено автором.

П'ятий напрям стосується сувенірної і ремісничої складової. До маршруту варто включити майстер-клас із виготовлення маски, елементів костюму, святкової звізди або декоративного сувеніра, пов'язаного з буковинською обрядовістю. Участь у такому занятті поглиблює контакт туриста з традицією і створює додатковий дохід для майстрів [23].

Шостий напрям передбачає цифрове просування. Потрібна окрема сторінка на туристичному порталі Чернівців, інтерактивна карта, календар маланкових подій, правила безпеки, контакти гідів, форма бронювання та короткі відео про традицію. Цифрова інфраструктура зробить продукт помітним для внутрішніх туристів і зручним для самостійного планування подорожі [25].

Таблиця 3.5

Орієнтовний бюджет запуску етнотуристичного продукту

Стаття витрат	Кількість	Вартість, грн	Сума, грн
Розробка маршруту і методичних матеріалів	1 пакет	15000	15000
Дизайн QR-гіда, карти та інформаційних матеріалів	1 пакет	18000	18000
Фото- і відеоконтент для просування	1 пакет	25000	25000
Оплата гідів і консультантів-носіїв традиції	10 залучень	2000	20000
Майстер-класи і тестові події	4 події	6000	24000
Рекламне просування	2 місяці	12000	24000
Організаційний резерв	1 пакет	14000	14000
Разом	-	-	140000

Джерело: розраховано автором.

Сьомий напрям пов'язаний із підготовкою гідів. Гіди повинні знати не лише маршрут, а й історію Буковини, етнографічну термінологію, символіку Маланки, етичні правила взаємодії з громадою та безпекові процедури. Це

підвищить якість інтерпретації і зменшить ризик помилкового або стереотипного подання традиції [20].

Восьмий напрям - створення кількох версій продукту. Коротка версія може тривати 2-3 години і охоплювати центр Чернівців та музейний блок; одноденна - включати скансен, гастрономію і майстер-клас; дводенна - передбачати виїзд до Красноїльська, Вашківців або Чагора. Завдяки цьому один змістовий задум можна адаптувати до різних груп туристів [13].

Економічний ефект потрібно оцінювати ширше, ніж прямий продаж екскурсій. До розрахунків слід включати витрати туриста на харчування, сувеніри, транспорт, проживання та оплату послуг локальних партнерів. Такий підхід показує реальну користь етнотуризму для міської економіки і допомагає обґрунтувати участь бізнесу в маршруті [8].

Стійкість проєкту залежить від партнерської моделі. Доцільно сформувати коаліцію між туристично-інформаційним центром, музеями, готелями, ресторанами, ремісниками, гідами та громадами-носіями. У такій системі продукт не залежить від одного організатора, а кожен партнер отримує зрозумілу роль і частину очікуваного ефекту [26].

Дев'ятий напрям стосується безпекового протоколу. Кожний маршрут повинен містити інформацію про укриття, відповідальну особу, план дій під час повітряної тривоги, часові обмеження, резервний сценарій та правила поведінки туристів. Без такого протоколу подієвий етнотуризм у воєнний час не може вважатися професійно організованим [3].

Таблиця 3.6

Орієнтовний економічний ефект від реалізації продукту протягом першого сезону

Показник	Значення	Пояснення
Кількість туристів у базовому сценарії	600 осіб	10 груп по 30 осіб + індивідуальні відвідувачі
Середня ціна участі	450 грн	екскурсія, базові матеріали, організаційний супровід

Показник	Значення	Пояснення
Прямий дохід від маршруту	270000 грн	600 × 450 грн
Додаткові витрати туристів у місті	720000 грн	середньо 1200 грн на харчування, сувеніри, транспорт
Потенційний сукупний оборот	990000 грн	прямий дохід + додаткові витрати
Орієнтовна окупність стартових витрат	1 сезон	за умови виконання базового сценарію

Джерело: розраховано автором.

Десятий напрям полягає у впровадженні моніторингу ефективності. Після кожного туру доцільно збирати короткі анкети, відстежувати кількість учасників, середній чек, витрати туристів у партнерів, відгуки, повторні звернення і перегляди цифрового контенту. Ці дані потрібні не лише для звітності, а й для поступового покращення продукту [9].

Одинадцятий напрям - створення зимового бренду Чернівців. Маланка може стати основою сезонного позиціонування міста у січні, коли туристичний ринок потребує яскравих подій після новорічного періоду. У довгостроковій перспективі це допоможе розподілити туристичні потоки протягом року і зменшити залежність від літнього сезону [32].

Дванадцятий напрям полягає у транскордонному позиціонуванні. Чернівці можуть розглядати Маланку як частину ширшого культурного простору Буковини, пов'язаного також із румунськими громадами та історичною спадщиною регіону. Після стабілізації безпекової ситуації це відкриє перспективу міжнародних партнерств, спільних маршрутів і транскордонного культурного промоціювання [45].

Тринадцятий напрям стосується охорони автентичності. Потрібно уникати ситуації, коли громада перетворюється на декорацію для туриста, а обряд виконується лише для камери. Правила участі мають бути чіткими: спостереження без нав'язливого втручання, повага до приватного простору, погоджена фото- і відеозйомка та пріоритет інтересів носіїв традиції [39].

Чотирнадцятий напрям пов'язаний із включенням молоді. Молодіжні ініціативи, подібні до «Маланки за донат», показують, що традиція може бути сучасною, громадянською і зрозумілою новому поколінню. Підтримка таких ініціатив допоможе зберегти спадкоємність і посилить соціальний ефект етнотуризму [30].

Таблиця 3.7

КРІ оцінювання ефективності запропонованих заходів

Показник	Одиниця	Ціль	Значення
Кількість учасників маршруту	осіб/сезон	не менше 600	оцінка туристичного попиту
Середній бал задоволеності	1-5	не нижче 4,5	оцінка якості продукту
Частка туристів, які придбали сувеніри	%	не менше 35	ефект для ремісників
Кількість партнерів	організацій	не менше 10	стійкість мережі
Охоплення цифрових матеріалів	переглядів	не менше 50000	ефективність просування
Кількість повторних заявок	%	не менше 15	лояльність аудиторії

Джерело: розроблено автором.

Освітній супровід має включати тексти для гідів, QR-матеріали, короткий словник термінів Маланки та правила відповідальної фотофіксації. Завдяки цьому турист краще розумітиме побачене, а організатор зменшить ризик спотворення сенсу традиції в публічних матеріалах [22].

Цифрову комунікацію варто вести не лише як рекламу окремого туру, а як системне пояснення етнотуризму Чернівців. Окрема рубрика в соціальних мережах і на офіційному туристичному порталі може містити історії про громади, персонажів Маланки, ремесла, гастрономію та безпечні формати відвідування. Це підвищить впізнаваність міста серед молоді аудиторії та внутрішніх туристів [25].

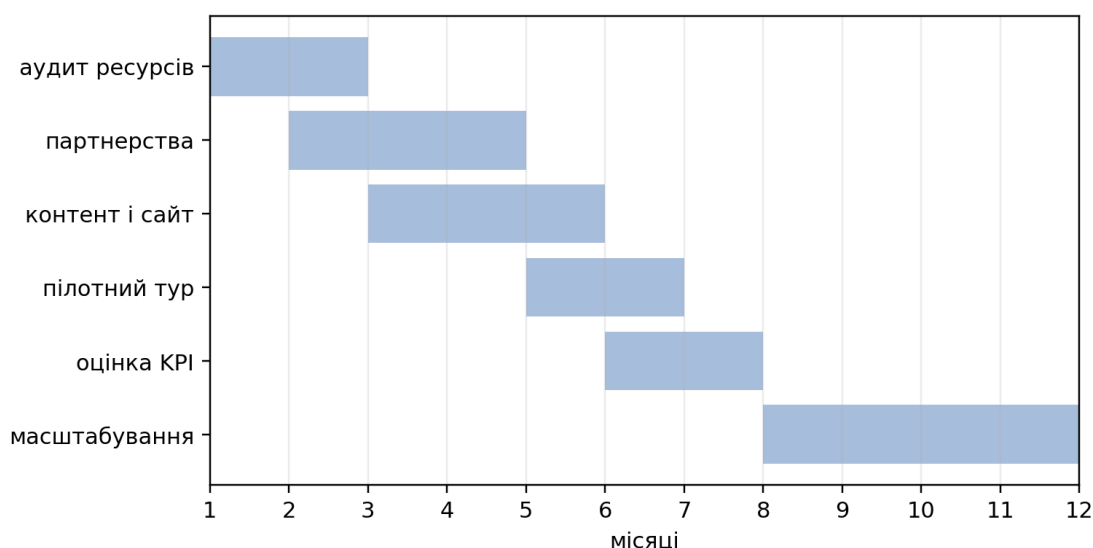


Рис. 3.2. Орієнтовний календар реалізації проекту

Джерело: розроблено автором.

П'ятнадцятий напрям полягає у розробленні економічної моделі маршруту. Попередній розрахунок має включати оплату гіда, транспорт, музейні квитки, майстер-клас, харчування, маркетинг, резервний фонд і внесок громаді або носіям традиції. Такий підхід робить продукт прозорим, реалістичним і придатним для переговорів із партнерами [13].

Запропонований базовий продукт може мати назву «Буковинська Маланка: Чернівці як ворота до традиції». Його цільовими аудиторіями є внутрішні туристи з великих міст України, студентські та шкільні групи старшого віку, сімейні туристи, культурні мандрівники, представники української діаспори та в перспективі іноземні гості. У базовому сценарії продукт розрахований на групу 15-20 осіб, що дозволяє зберегти керованість, не створювати надмірного навантаження на громаду і забезпечити достатній економічний ефект для партнерів.

Таблиця 3.8

Ризики реалізації проекту та способи їх мінімізації

Ризик	Рівень	Мінімізація
Скасування події через безпекову ситуацію	високий	мати резервні дати, онлайн-компонент, камерний формат
Недостатня участь носіїв	середній	укладати домовленості завчасно, передбачати

Ризик	Рівень	Мінімізація
традиції		оплату консультацій
Низький попит у перший сезон	середній	запустити тестові групи, партнерські продажі через гідів і готелі
Критика через комерціалізацію	середній	використовувати етичний кодекс і пояснювальні матеріали
Нестача фінансування	середній	залучати гранти, спонсорів, партнерські внески

Джерело: складено автором.

Програма одноденного маршруту може включати зустріч групи біля туристично-інформаційного центру, вступну екскурсію про багатокультурні Чернівці, відвідання Резиденції або краєзнавчого музею, обід із буковинською кухнею, майстер-клас із маски чи елемента костюму, лекційний блок про Маланку, а у сезонний період - участь у погодженому маланковому дійстві або виїзд до громади. У несезонний період замість виїзду може проводитися камерна реконструкція з участю фольклорного колективу та переглядом відеоматеріалів.

ВИСНОВКИ

1. У роботі розкрито теоретико-методологічні засади дослідження етнотуризму. Встановлено, що етнотуризм не зводиться до огляду пам'яток або участі у фестивалі, а передбачає цілісне знайомство з традиціями, обрядами, ремеслами, гастрономією, локальною пам'яттю та носіями культурної спадщини. Для Чернівців такий підхід є особливо важливим, оскільки місто сформувалося як багатокультурний простір із взаємодією української, румунської, єврейської, польської, німецької та інших традицій.

2. Проаналізовано наукові підходи до вивчення етнотуризму в контексті міських дестинацій. Найбільш придатними для теми роботи є культурологічний, географічний, ресурсний, сервісний, подієвий та досвідний підходи, оскільки вони дозволяють розглядати місто не лише як місце концентрації пам'яток, а як середовище взаємодії туриста з локальною культурою. У випадку Чернівців це означає потребу поєднувати архітектурну спадщину, музеї, події, ремесла, гастрономію та цифрову навігацію в єдину туристичну пропозицію.

3. Охарактеризовано ресурсну базу етнотуризму Чернівців. Вона включає Резиденцію митрополитів Буковини і Далмації, музейні установи, історичний центр, скансен, ремісничі практики, традиції Маланки, гастрономічні ресурси та туристичний портал міста. Ці ресурси мають різну сезонність і різний рівень готовності до використання, однак у поєднанні можуть формувати комплексний етнотуристичний продукт, орієнтований як на внутрішніх туристів, так і на майбутнє відновлення міжнародних потоків.

4. Оцінено роль музеїв, ремесел, фестивалів і гастрономії у формуванні етнотуристичної привабливості міста. Музеї забезпечують наукову та інтерпретаційну основу маршруту, ремесла створюють можливість практичної участі туриста, фестивалі формують подієвий інтерес, а етногастрономічний компонент робить туристичний досвід повнішим і емоційно зрозумілішим. Саме поєднання цих елементів дає змогу уникнути

фрагментарності та перейти від окремих атракцій до керованого туристичного продукту.

5. Визначено сучасні проблеми розвитку етнотуризму в умовах воєнного стану. Основними обмеженнями є безпекові ризики, нестабільність масових заходів, скорочення міжнародних туристичних потоків, недостатня координація між учасниками туристичної сфери та ризик поверхневої комерціалізації традицій. Водночас Чернівці зберігають туристичну активність, а традиція Маланки продовжує існувати в адаптованих формах, зокрема через локальні й благодійні ініціативи.

6. Запропоновано прикладну модель етнотуристичного продукту «Чернівецька Маланка: місто традицій». Її базовими елементами визначено пішохідний маршрут історичним центром, музейну інтерпретацію буковинської культури, ремісничий майстер-клас, гастрономічний блок, QR-гід, етичні правила участі та можливість розширення до дводенного фестивального пакета. Орієнтовний бюджет запуску продукту становить 140 тис. грн, а базовий сценарій першого сезону передбачає залучення 600 туристів і формування сукупного обороту близько 990 тис. грн, що підтверджує практичну доцільність запропонованої моделі за умови якісної координації, безпекового планування та маркетингового супроводу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. АСС. Чи будуть цьогоріч святкувати переберію відомі маланкарі Буковини: Чагор, Вашківці та Красноільськ. URL: <https://acc.cv.ua/news/chernivtsi/chi-budut-na-bukovini-cogorich-provoditi-malanku-116528> (дата звернення: 18.04.2026).
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
3. Брусільцева Г. М., Зима О. Г. Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 214 с.
4. Бучко Ж. І. Етнотуристичні дослідження Буковини. Географія та туризм. 2010. Вип. 6. С. 154-158.
5. Бучко Ж. І. Сутність поняття етнотуризму. Географічна освіта і наука: виклики і поступ: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 2023. С. 150-153. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/8743> (дата звернення: 18.04.2026).
6. Відвідай. Чортків, СПА + Маланка-фест: туристичний маршрут. URL: <https://vidviday.ua/malanka-fest> (дата звернення: 18.04.2026).
7. Головне управління ДПС у Чернівецькій області. Місцеві бюджети Буковини отримали понад 6,6 млн грн туристичного збору та збору за місця для паркування. URL: <https://cv.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/947593.html> (дата звернення: 18.04.2026).
8. Державне агентство розвитку туризму України. Податкові надходження від туризму зросли на третину: за перше півріччя 2025 року індустрія сплатила більше півтора мільярда гривень. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/podatkovyi-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-tretinu-za-pershe-pivrichchya-2025-roku-industriya-splatila-bilshe-pivtora-milyarda-griven> (дата звернення: 18.04.2026).

9. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Туризм. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 18.04.2026).
10. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 18.04.2026).
11. Закон України «Про охорону культурної спадщини» від 08.06.2000 № 1805-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14> (дата звернення: 18.04.2026).
12. Закон України «Про культуру» від 14.12.2010 № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (дата звернення: 18.04.2026).
13. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 298 с.
14. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344 с.
15. Король О. Д. Карта-схема центральної частини м. Чернівців. URL: http://www.trip.cv.ua/other/map_chern.html (дата звернення: 18.04.2026).
16. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
18. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання, 2008. 661 с.
19. Мальська М. П., Гаталяк О. М. Туризм у містах: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 224 с.
20. Мариняк Я. О. Методологія наукових досліджень в туризмі: навчально-методичний посібник. Тернопіль: Вектор, 2016. 60 с.
21. Методичні рекомендації до написання та захисту кваліфікаційної роботи (перший рівень – бакалаврський). Чернівці: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2023. 35 с.

22. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. URL: <https://mincult.gov.ua/kulturna-spadshchyna/natsionalnyy-perelik-elementiv-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-ukrainy/> (дата звернення: 18.04.2026).

23. Український центр культурних досліджень. Елементи нематеріальної культурної спадщини України. URL: <https://uccr.org.ua/nks/elementy-nks/> (дата звернення: 18.04.2026).

24. Офіційний туристичний портал Чернівців. Музеї та галереї. URL: <https://travel.chernivtsi.ua/category/12> (дата звернення: 18.04.2026).

25. Офіційний туристичний портал Чернівців. Події та фестивалі. URL: <https://travel.chernivtsi.ua/> (дата звернення: 18.04.2026).

26. Програма економічного і соціального розвитку Чернівецької міської територіальної громади: звітні матеріали. URL: <https://city.cv.ua/> (дата звернення: 18.04.2026).

27. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 440 с.

28. С4. Чи будуть у 2025 році проводити традиційний фестиваль маланок: відповідь управління культури. URL: <https://c4.com.ua/novyny/chi-budut-u-2025-roci-provoditi-festival-malanok-vidpovid-upravlinnya-kulturi/> (дата звернення: 18.04.2026).

29. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник. Київ: Грамота, 2006. 264 с.

30. Суспільне Чернівці. Буковинська Маланка у Чернівцях: як провели дійство. URL: <https://suspilne.media/chernivtsi/1203524-u-kostumah-mindica-i-nabu-ak-bukovinska-malanka-zbirala-grosi-dla-vijskovih-u-cernivcah/> (дата звернення: 18.04.2026).

31. Суспільне Чернівці. Повернення Маланки: як на Буковині зберігають традицію переберії під час повномасштабної війни. URL: <https://suspilne.media/chernivtsi/924481-povernenna-malanki-ak-na-bukovini->

zberigaut-tradiciu-pereberii-pid-cas-povnomasstabnoi-vijni/ (дата звернення: 18.04.2026).

32. Укрінформ. Маланка-фест у Чернівцях зібрав 30 колективів. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2854236-malankafest-u-chernivcah-zibrav-30-kolektiviv.html> (дата звернення: 18.04.2026).

33. Укрінформ. На Буковині від початку року туристичний збір зріс на понад 13%. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/4060447-na-bukovini-vid-pocatku-roku-turisticnij-zbir-zris-na-ponad-13.html> (дата звернення: 18.04.2026).

34. Чернівецький обласний краєзнавчий музей. Офіційний сайт. URL: <https://regmus.cv.ua/> (дата звернення: 18.04.2026).

35. Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту. Офіційний сайт. URL: <https://skansen.cv.ua/> (дата звернення: 18.04.2026).

36. Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту. Опис експозиції та об'єктів музею. URL: <https://skansenbuk.cv.ua/> (дата звернення: 18.04.2026).

37. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. UNESCO World Heritage. URL: <https://www.chnu.edu.ua/en/culture/university-and-unesco/unesco-world-heritage/> (дата звернення: 18.04.2026).

38. Шпальта. Гігантські костюми та старі традиції. Репортаж з Маланки-фест 2022 у Чернівцях. URL: <https://shpalta.media/2022/01/15/gigantski-kostyumi-ta-stari-tradicii-reportazh-z-malanki-fest-2022-u-chernivcyah/> (дата звернення: 18.04.2026).

39. ICOMOS. International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance. Mexico, 1999. URL: https://www.icomos.org/charters/tourism_e.pdf (accessed: 18.04.2026).

40. McKercher B., du Cros H. Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. New York: Routledge, 2002. 262 p.

41. Richards G. Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management. 2018. Vol. 36. P. 12-21.

42. Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. 3rd ed. London: Routledge, 2016. 286 p.
43. Timothy D. J. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Bristol: Channel View Publications, 2011. 528 p.
44. UNESCO World Heritage Centre. Residence of Bukovinian and Dalmatian Metropolitans. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/1330/> (accessed: 18.04.2026).
45. UN Tourism. Tourism and Culture Synergies. Madrid: UNWTO, 2018. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978> (accessed: 18.04.2026).
46. UNWTO. Global Code of Ethics for Tourism. URL: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (accessed: 18.04.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета для оцінювання попиту на етнотуристичний маршрут «Чернівецька Маланка: місто традицій»

№	Питання	Варіанти відповіді
1	Звідки Ви прибули до Чернівців?	☐ Чернівецька область ☐ інший регіон України ☐ інша країна
2	Яка головна мета Вашого візиту?	☐ відпочинок ☐ культура ☐ фестиваль ☐ родичі/друзі ☐ інше
3	Чи знали Ви про буковинську Маланку до поїздки?	☐ так ☐ частково ☐ ні
4	Який формат Вам найбільш цікавий?	☐ екскурсія ☐ майстер-клас ☐ фестиваль ☐ гастровечеря ☐ комбінований пакет
5	Яка прийнятна тривалість маршруту?	☐ до 2 год ☐ 3-4 год ☐ цілий день ☐ 2 дні
6	Оцініть важливість автентичності традиції	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
7	Оцініть важливість безпекової організації події	1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐
8	Чи готові Ви придбати локальний сувенір?	☐ так ☐ можливо ☐ ні
9	Чи цікавить Вас дегустація буковинської кухні?	☐ так ☐ можливо ☐ ні
10	Чи порекомендували б Ви такий маршрут іншим?	☐ так ☐ можливо ☐ ні

Орієнтовний сценарій проведення одноденної програми

Час	Елемент програми	Зміст
10:00-10:20	Зустріч біля ТПЦ	реєстрація групи, короткий вступ про Чернівці й Буковину
10:20-11:10	Пішохідна екскурсія історичним центром	пояснення міської багатокультурності
11:10-12:00	Музейний блок	етнографічні колекції, традиційний одяг, побутові предмети
12:00-13:00	Ремісничий майстер-клас	елемент маски, орнаменту або сувеніру
13:00-14:00	Етногастрономічний обід	буковинські страви й пояснення їх походження
14:00-15:00	Блок «Маланка як жива традиція»	історія, образи, етичні правила фотофіксації
15:00-15:30	Підсумок і анкетування	збір відгуків і рекомендацій

Етичний кодекс відповідального відвідувача Маланки

1. Турист повинен сприймати Маланку не лише як видовищну подію, а як живу традицію громади.
2. Фото- і відеозйомка має здійснюватися з повагою до учасників, без нав'язливого втручання в обрядову дію.
3. Не допускається висміювання костюмів, мовних особливостей, локальних звичаїв або поведінки учасників.
4. Перевага надається купівлі локальних виробів у майстрів і виробників, а не масових сувенірів без походження.
5. У разі благодійного формату події туристу рекомендується підтримати збір або ініціативу організаторів.
6. Під час воєнного стану відвідувач зобов'язаний дотримуватися правил безпеки, реагувати на повітряні тривоги й виконувати інструкції організаторів.