

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра туризму та економіки

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри
_____ Казаков В.Л.
« _____ » _____ 2025 р.

Реєстраційний № _____
« _____ » _____ 2025 р.

РОЗРОБКА ІНСТАТУРУ ХМЕЛЬНИЧЧИНОЮ

Кваліфікаційна робота здобувачки
освіти групи ТУР-21

(шифр групи)

ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальності 242 Туризм

Віннік Яни Володимирівни

Керівник к.г.н., доцент

Остапчук І.О.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS ____ Кількість балів ____

Голова ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

Кривий Ріг – 2025

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Віннік Яна Володимирівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

ЗМІСТ

	Стор.
ЗАПЕВНЕННЯ	2
ЗМІСТ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи інстатуризму	6
1.1. Instagram та туризм.....	6
1.1.1.Історія формування інстатуризму.	6
1.1.2.Сутність та особливості інстатуризму.	10
1.2. Портрет інстатуриста	15
1.2.1. Визначення поняття «інстатурист».	15
1.2.2. Відомі інстатуристи світу та України.	18
1.3. Особливості географії інстатуризму	25
1.4. Специфіка та особливості інстатуру. Найвідоміші інстатури світу та України	28
РОЗДІЛ 2. Розробка інстатуру Хмельниччиною	33
2.1. Аналіз туристичного потенціалу Хмельниччини для створення інстатурів.....	33
2.2. Розробка авторського інстатуру Хмельниччиною	36
2.2.1 Характеристика маршруту	36
2.2.2. Характеристика туристичних об'єктів.....	42
2.2.3. Особливості підготовки інстатуру.	50
2.3. Розробка бюджету інстатуру.....	51
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	60
ДОДАТКИ.....	69
Додаток А.....	70
Додаток Б	72
Додаток В	74

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний туризм набуває нових реалій під впливом соціальних мереж, зокрема і Instagram, який став одним з ключових чинників для вибору подорожі.

В наш час соціальні мережі, такі як TikTok, Facebook, Instagram, мають великий вплив на людей. Вони відіграють одну з важливих ролей під час вибору локацій для відвідування під час подорожі, на вподобання вибору країни, яку турист планує відвідати, на вибір місць розташування, харчування, перевезення і багато іншого. Також, велика кількість подорожуючих ведуть власні блоги стосовно їх життя або на певну тематику, наприклад: про подорожі, гастрономію, цікаві архітектурні об'єкти тощо, через що більшість з них обирають туристичні маршрути орієнтуючись на візуальній привабливості дестинацій.

Хмельниччина, маючи велику історичну, природну та архітектурну спадщину, може стати одним з інстаграмних напрямків для інстатуристів, які зможуть побачити, відзняти та залучити велику кількість охочих подорожувати саме до цього регіону, який не дивлячись на своє багатство, все ж таки залишається недостатньо розкритим у цифровому просторі.

Розвиток туризму в даному регіоні може мати значний економічний вплив. Популяризація локацій через соціальні мережі допоможе залучати туристів, що сприятиме розвитку інфраструктури. Наприклад, можуть відкриватися нові заклади ресторанного господарства, створення нових готельних комплексів та поява додаткових робочих місць у туристичній сфері.

Таким чином, дослідження даної теми є актуальним, з огляду на те, як стрімко розвивається попит на ведення соціальних мереж, створення власного контенту та цифровізації в цілому.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити інстатур Хмельниччиною.

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні основи інстатуризму;

2. Визначити сутність, особливості та дати визначення поняття «інстатурист»;
3. Проаналізувати пропозиції інстатурів Світу та України;
4. Розробити авторський інстатур Хмельниччиною.

Об'єктом дослідження є інстатуризм.

Предметом дослідження є розробка авторського інстатуру Хмельниччиною «Відкрий красу Хмельниччини».

Методи дослідження: теоретичні (аналіз літератури та джерел), емпіричні наукові (спостереження, аналіз, розрахунки, узагальнення) та економічні (створення кошторису туристичного продукту).

Новизна: розробка та обґрунтування авторського інстатуру Хмельниччиною.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості реалізації авторського туристичного продукту - інстатуру Хмельниччиною.

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, основна частина, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг складає 70 стор. друкованого тексту, список використаних джерел налічує 78 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНСТАТУРИЗМУ

1.1. Instagram та туризм

1.1.1. Історія формування інстатуризму.

Інстатуризм – це новітній вид туризму, який користується великою популярністю в сучасному світі. На жаль, не має загальної та достовірної інформації про те, хто запропонував даний термін та хто його запровадив, але можна сказати що він виник органічно, як популярний термін у культурі соцмереж завдяки блогерам і масовій практиці публікування фотографій з подорожей. Мільйони користувачів з усього світу використовують платформу Instagram для поширення власних фотографій з широкою аудиторією на тисячі або мільйони підписників або просто з близькими друзями та родиною [77]. Таким чином, при відвідуванні різних місць на планеті, люди діляться власними фото з іншими, чим саме підвищують зацікавленість до об'єкту відвідування. Для більшого розуміння, як соціальна мережа Instagram впливає на туризм, можна процитувати Хейлі Стейнтон: *«Інстатуризм передбачає використання соціальної media-платформи Instagram, яка дозволяє організаціям і окремим особам рекламувати або досліджувати можливості подорожей. Інстатуризм зазвичай асоціюється з впливовими людьми в соціальних мережах і не обов'язково відображає правдиву картину»* [77].

Можна сказати, що інстатуризм має походження з кінця XVII ст. і корені його лежать у запам'ятовуванні відомої пам'ятки історії чи природи і туриста, який її відвідав на полотні. Тоді ставав популярним «The Grand Tour», який був освітнім туром по Європі серед багатой молоді. Багато молодиків почали замовляти свої власні портрети з Великої подорожі. Наприклад, Помпео Батоні (1708 – 1787рр.) був найвідомішим портретистом серед мандрівників і часто зображував своїх клієнтів на тлі відомих італійських пам'яток та

будівель. Картина нижче демонструє це - на задньому плані праворуч видно Колізей, а натурник зображений, поклавши руку на карту Риму.



Рис. 1.1. Батоні, Помпео; Сер Грегорі Пейдж-Тернер; Манчестерська художня галерея [66].

Ці портрети слугували доказом фізичної присутності мандрівника в Європі, а також демонстрували нові знання, одяг і культурні об'єкти, які вони придбали під час подорожі. По суті, портрет Великої подорожі був найвищим сигналом елітного статусу. Гранд-тур залишався модним атрибутом життя європейської еліти до 1840-х років, коли європейська залізнична система почала значно розширюватися, відкриваючи можливість подорожувати на дозвіллі середнім і нижчим верствам населення.

Слідом за розвитком транспорту, як продовження портретного живопису з туристами почав розвиватися і **фотографічний туризм**. Одну з перших фотографічних експедицій здійснили французькі фотографи Франсіс Фріт і Максим Дю Камп до Північної Африки, а їхні фотографії згодом були перетворені на принти і листівки. Цей розвиток демонструє, як фотографії з

подорожей швидко перетворилися на бажані об'єкти для колекціонування та демонстрації споживчої досконалості. Однак тоді не було такого захоплення у відображенні фактичної присутності туриста в певному місці.

Саме з розвитком соціальних мереж розпочинається бурхливий етап розвитку фототуризму, та як його різновиду - інстатуризму. І саме в інстатуризмі є важливим зробити фотографію туриста в конкретному визначному місці.

Оскільки популярність Instagram продовжує зростати в останні роки, то відбувається закономірно і зростання інстатуризму. Зараз він налічує понад мільярд користувачів щомісяця. У зв'язку зі зростанням Instagram можна побачити, що зростає і кількість подорожей, які здійснюються виключно з метою самопрезентації в соціальних мережах або спровоковані такою популярністю туристичної дестинації презентованої через цю соціальну мережу [66].

Таким чином, **інстатуризм є одним з видів фототуризму**. З моменту, коли з'явилася концепція «індукованого соціальними мережами туризму», яка означає схильність людей подорожувати до місця призначення або атракцій, зацікавившись контентом, який був розміщений в соціальних мережах, люди все більше почали вірити зображенням туристичних місць з інтернету. Сам фототуризм виник ще за довго до появи соціальних мереж, але він став великим кроком в розвитку сучасних тенденцій в сфері туризму.

На сьогодні вплив Instagram дуже сильний на туристичні дестинації – він формує рейтинг і виступає маркетинговим механізмом в туризмі. Перед поїздкою та бронюванням білетів в готель, кожен турист заздалегідь проглядає в інтернеті та соціальних мережах як саме виглядає місце дестинації, продивляється різні огляди як в Instagram так і в інших соціальних мережах для більшої впевненості у виборі. Але все ж таки, є декілька відмінностей між «інста» та «фото» туристами. Наприклад, фототуристи більше орієнтуються на вузьке коло професіоналів і тих, хто не женеться за створенням «красивої» та «інстаграмної» картинки, вони намагаються робити кадри так, як самі

бачать це. Інстатуристи ж навпаки, націлені на створення «гарного» кадру для великого кола підписників у соціальній мережі й часто зациклюються над ідеальністю та естетичністю кадру. Також існують відмінності між такими туристами в тому, що інстатуристи просто роблять безліч фото, не знаючи про процес або історію створення фото. Їх знімки спрямовані на те, щоб більша кількість людей зберегла їх, й тим самим підвищила активність профілю та додала нових підписників. У свою чергу - фототуристи намагаються притримуватися правил та процесу створення фотографій, вони використовують професійне обладнання (дзеркальні камери, об'єктиви, дрони) для того, щоб знімок вийшов чітким та «живим» [60].

Також слід додати, що фототуристи можуть залишатися в одній локації на день або два, для того щоб зробити якомога більше фото в різні періоди дня (зранку, вдень, ввечері та вночі), під різним освітленням та з різних ракурсів, в свою чергу інстатуристи намагаються зробити якомога більше фото в популярних місцях і переходити до інших локацій для продовження створення контенту.

Зараз туристи обирають місця для подорожей не лише задля відпочинку, а й для того щоб створити ідеальні кадри. Важливу роль у цьому відіграли відомі блогери, які публікують фотографії з віддалених або дуже цікавих локацій на планеті, тим самим почали надихати людей своїм прикладом подорожувати та намагатися робити «інстафото» з відпустки.

Існує багато різних технологій, які допомагають як блогерам так і звичайним людям робити дуже чіткі та цікаві кадри із різних куточків планети. Це можуть також бути коротенькі відео, які були зняті з квадрокоптеру або екшен-відео з камер GoPro (наприклад швидкісний спуск на лижах або дайвінг з акулами), та звичайні естетичні відео, якими люди потім діляться в інстаграм. Туристичні агенції намагаються не відставати від трендів, через що почали пропонувати тури до «інсталокацій».

У відповідь на тенденцію до подорожей, зумовлену Instagram, багато компаній у туристичному секторі адаптувалися, створюючи «інстаграмні»

враження. Ця тенденція виходить за межі традиційних туристичних підприємств, таких як готелі та ресторани, і охоплює широкий спектр послуг, включаючи кафе, бутіки і навіть транспортні послуги. Ці підприємства часто розробляють простір і послуги спеціально для Instagram, надаючи пріоритет естетиці та фотогенічним елементам, щоб привабити відвідувачів, які прагнуть покращити свої стрічки в соціальних мережах. Наприклад, деякі готелі та курорти тепер пропонують номери та зони, розроблені спеціально для Instagram, з унікальним декором, краєвидами та фотогенічними зручностями. Ресторани та кафе все більше уваги приділяють не лише презентації своїх страв, але й атмосфері та декору, розуміючи, що візуально приваблива обстановка може привабити клієнтів, які користуються соціальними мережами.

1.1.2. Сутність та особливості інстатуризму.

Термін «Інстатуризм» має багатогранний зміст, який можна трактувати з різних точок зору, залежно від контексту. Наприклад існують такі тлумачення:

- Інстатуризм як форма самовираження. В наших реаліях існує безліч шляхів для самовираження й інстатуризм є одним з них. У сучасному світі соціальні мережі стали інструментом для демонстрації різних стилів життя, цінностей та смаків, тому зараз подорожі, які раніше сприймалися лише як спосіб пізнання світу, часто можуть розглядатися як інструмент для створення «ідеальної» картини в очах підписників. Через фотографії природних ландшафтів, культових пам'яток, новітніх та старовинних готелів, інстатуристи можуть формувати власний бренд, що буде відповідати стилю життя людини й який зможе розповідати таким чином власну історію [63].
- Інстатуризм як цифровий маркетинг. З точки зору маркетингу, інстатуризм слугує дієвим інструментом для просування туристичних послуг. Туристичні фірми, готелі, трансфери та навіть авіакомпанії можуть співпрацювати з інстатуристами, які мають велику кількість підписників. Таким чином, вони створюють красивий та естетичний контент, який

подобається підписникам й тим самим роблять більш популярними ті сервіси, якими вони користуються [74].

- Інстатуризм як форма віртуального туризму – суть цього полягає в тому, що багато людей можуть ніколи не відвідати ті місця, які вони бачать у соцмережах. Завдяки інстатуризму, ці люди мають можливість побачити різноманітну кількість цікавих місць та міст з великою варіацією фото та відео, які роблять мандрівники і викладають в Instagram. Такий вид туризму може добре підходити людям, які через певні фінансові або інші обмеження не можуть собі дозволити подорожувати. Такі віртуальні подорожі дозволяють більше дізнатися про світ, культуру інших народів і природу, не покидаючи власного дому [65].

- Інстатуризм як культурний обмін – інстатуризм ще можна розглядати як спосіб відкриття та висвітлення різних культур та традицій з усього світу. За допомогою фотографій, відео та розповідей туристи діляться своїми враженнями від культур, які вони відкривають. Це сприяє глобалізації та взаєморозумінню між народами, а також дозволяє популяризувати маловідомі місця та традиції [70].

Термін «інстатуризм» є поєднанням двох слів: «Instagram» та «туризм», що відображає тенденцію коли мандрівники діляться своїм досвідом з подорожей саме в цій соціальній мережі.

Instagram – це сучасна соціальна мережа, яка з'явилася 6 жовтня 2010 року. Ідея створення додатку належить американському випускнику Стенфордського Університету Кевіну Систрону. Спочатку додаток планували зробити з елементами онлайн-гри, але після багатьох змін в інтерфейсі, залишилися лише функції для фотографування, редагування, публікування та коментування фотографій. З моменту, коли Instagram був придбаний Марком Цукербергом, ця мережа почала активно розвиватися й мати гарну систему монетизації, що слугує зручним майданчиком для ведення бізнесу та місцем де можна ділитися великою кількістю фото з підписниками й розвивати власні блоги на різні теми [55].

З моменту створення, Instagram стрімко розвивався, швидко ставши ключовою платформою в соціальних мережах. Що робить Instagram особливо впливовим у туристичному секторі, так це його візуальний підхід, що робить його ідеальною вітриною для відображення різних видів творчості і фото, відео в тому числі. Платформа може похвалитися вражаючою статистикою: мільйони користувачів активно залучаються до контенту, пов'язаного з подорожами та унікальними туристичними об'єктами [76].

Зростання популярності Instagram безпосередньо вплинуло на вибір місць призначення. Мандрівники все частіше вибирають місця для відпочинку, виходячи з їхнього потенціалу для інстамоментів. Це явище призвело до різкого зростання популярності певних туристичних дестинацій, іноді переважаючи місцеву історію та навколишнє середовище. У таких напрямках, як Санторіні, Балі та Мачу-Пікчу, які пропонують візуальні фони, кількість туристів помітно зросла. Цей сплеск часто пояснюють впливом Instagram, тому що фото цих місць збирають тисячі лайків і поширень, надихаючи глядачів додавати ці місця до свого списку подорожей [73].

Сьогодні інстатуризм є досить популярним словом, але в недалекому минулому, до прикладу в 2019 році, навіть у пошуковій системі Google не можна було знайти тлумачення даного терміну. Тоді інстаіндустрія лише починала набирати обертів в різних галузях, наприклад: інстамагазини, інстаблоги і т.д. З того моменту люди все частіше починали викладати свої фотографії з відпочинку, роблячи ці місця більш відомими та впізнаваними що послугувало створенню ще одного популярного терміну «інстамісця».

Інстамісця - це локації, які вирізняються своєю естетичною привабливістю або унікальністю та здобули своє використання завдяки соціальним мережам, зокрема Instagram. Вони приваблюють відвідувачів можливістю створення фотогенічного контенту, що відповідає сучасним тенденціям цифрової комунікації. До таких місць належать природні ландшафти, архітектурні пам'ятки, дизайнерські інтер'єри чи будь-які інші об'єкти, які сприяють створенню візуально ефектного зображення. Під цей

термін також можуть підпадати країни (Тайланд, Італія, Греція, США, Іспанія тощо), острови (Гаваї, Балі, Мальдіви тощо), міста (Нью-Йорк, Париж, Рим, Лондон, Прага тощо) або відомі пам'ятки (статуя Свободи, Колізей, Ейфелева вежа, Триумфальна арка тощо). Також дуже відомі місця такі як Мачу-Пікчу або Стоунхендж стали відомими завдяки соціальним мережам, зокрема Instagram.

Отже, інстатуризм – популярний вид туризму, який являє собою значно більше, ніж просто подорож з фотоапаратом або смартфоном. Instagram змінив підхід до туризму на глобальному рівні, інтегрувавши в нього соціальні медіа, цифрові технології та нові форми самовираження. Сьогодні інстатуризм є не лише способом популяризації туристичних напрямків, але й інструментом культурного обміну, створення економічних можливостей і навіть формування нових цінностей у суспільстві.

Перш за все, інстатуризм демонструє, як соціальні мережі змінили наше сприйняття світу. Для багатьох людей місця, які вони бачать в Instagram, стали мірилом бажаних подорожей. Ці «віртуальні карти світу» формують нові тренди, спонукаючи людей досліджувати віддалені куточки планети або, навпаки, створюючи сильний потік туристів у певні популярні місця. Можливо, інстатуризм ще не є концепцією, яку визнають і розуміють усі, але він швидко стає великим гравцем у туристичній індустрії. Від маркетингового потенціалу до ризиків надмірного туризму, інстатуризм є ще одним видом туризму, яким потрібно керувати, щоб забезпечити сталий туризм [77].

Інстатуризм має позитивні і негативні аспекти впливу на туристичні дестинації. З одного боку, це демократизувало натхнення для подорожей, дозволяючи людям відкривати та досліджувати нові місця за межами традиційних туристичних локацій. З іншого боку - це велике скупчення людей, що може погано впливати на стан навколишнього середовища, роботу інфраструктури або ж на стан унікальних об'єктів та історичних місць.

Багато туристів подорожують до Санторіні, щоб побачити культові білосніжні будівлі [43], але нажаль через велику кількість людей острів

бореться з дефіцитом прісної води, утилізацією великої кількості відходів та перевантаженню інфраструктури, через стрибок кількості відвідувачів. У туристичний сезон столиця острову Фіра просто потерпає від шаленого натовпу [61]. Здебільшого, це виникає через прибування круїзних лайнерів до острова. Місцеві жителі скаржаться не лише на це, а й на те, що така велика кількість туристів зовсім не приносить коштів, тому що на лайнерах є все, починаючи від продуктів завершуючи сувенірними лавками [38].



Рис. 1.2. Ілюстрація негативних аспектів інста-туризму на о. Санторіні [38].

Останніми роками туризм, керований Instagram, зазнав значної критики через згубні наслідки надмірного туризму, коли громади в місцях, які стали популярними завдяки Instagram, погано підготовлені до того, щоб впоратися з масовим потоком туристів, які відвідують їхні міста і села. Через такі ситуації з'явилося ще одне поняття: «надмірний туризм» – це значний потік відвідувачів до дестинації, що призводить до погіршення стану навколишнього середовища, напруги інфраструктури та культурного переміщення [61]. Це стало глобальною проблемою, особливо для історично та географічно чутливих місць. Термін «надмірний туризм» є відносно новим, його було введено більше десяти років тому, щоб підкреслити зростання кількості відвідувачів, які завдають шкоди містам, пам'яткам і ландшафтам [68]. З'являються дестинації, які вводять заборони, штрафи, податки та

системи часових проміжків, а в деяких випадках навіть розпочинають кампанії знеохочення, щоб зменшити кількість туристів.

Причинами надмірного туризму є: дешева авіація з бюджетними авіалініями до певних туристичних дестинацій; розвиток індустрії гостинності призвів до широкомасштабної розбудови готелів у раніше неосвоєних туристами місцях; зростання доходів, можливостей і бажання людей подорожувати далі і частіше. Не останню роль в цьому переліку відіграв розвиток туризму обумовленого соціальними мережами та відеоблогінг на YouTube [75].

1.2. Портрет інстатуриста

1.2.1. Визначення поняття «інстатурист».

Інстатуристом можна назвати людину, яка любить активно подорожувати, ділитися своїми враженнями та фотографіями з іншими людьми у соціальних мережах й використовує Instagram, як основну платформу для розповідей про свої мандрівки. Така людина завжди буде перейматися своїм зовнішнім виглядом. Вона буде намагатися мати трендовий та стильний одяг на своїх фотографіях або відео, не важливо чи це фото з берега океану чи то похід в гори, також буде ретельно підбирати одяг та аксесуари під місце зйомки. Головною рисою є активне ведення соціальних мереж, в наш час це називається «блогерство» або «блог», для якого необхідно знімати цікавий та якісний контент щоб підписникам було цікаво стежити за цією людиною.

Взагалі будь-який блогер повинен чітко розуміти який контент він буде знімати, на яку тему і наскільки цікавим він буде підписникам. Сам контент повинен бути якісним та професійним і відповідати стилю блогу, мати приємний вигляд профілю в Instagram для задоволення естетичних потреб відвідувача профілю. Також він повинен бути відкритим до своєї аудиторії, проводити взаємодію через коментарі, сторіс та відповідати на повідомлення

чи коментарі. Для утримання інтересу аудиторії до блогу, блогер може проводити різні конкурси, челенджі та інтерактиви. Здебільшого, блогери створюють власний стиль або підхід до контенту, задля того щоб виділятися серед інших.

Повертаючись до інстатуриста, можна сказати що він також являється блогером, який може використовувати свою популярність та вплив для просування різних ідей або цінностей. Головними рисами діяльності інстатуриста є:

1. Фокусування на туристичних локаціях – весь блог пов'язаний з подорожами, тому він має на меті робити акцент саме на місцях, які будуть цікавими для його блогу. Публікувати контент можна з маловідомих місць, для того щоб їх популяризувати, але сама картинка в кадрі повинна бути приємна для перегляду.

2. Використання трендових хештегів, та слідування трендам – для більшого просування власного блогу інстатурист може використовувати хештеги, наприклад: #travelwithme, #instatravel, #wanderlust, #vacationmode, #travelgram.

3. Рекламування туристичних послуг – інстатурист може співпрацювати з різними туристичними підприємствами, для того щоб зробити їх більш відомими, та при створенні рекламних постів з готелем або кафе, він може отримувати певний дохід.

4. Показ деталей подорожі – інстатуристи публікують більш детальну інформацію про маршрут подорожі, місце розміщення, трансфер, цікаві заклади які можна відвідати у дестинації та інші моменти які відбуваються під час мандрівки. Також вони можуть розробляти фото- або відеогіди для мандрівників, які вперше відвідують дану локацію.

5. Розвиток «сторіс-культури» - для показу деталей, або непередбачуваних моментів під час подорожі в реальному часі, інстатурист може використовувати сторіс в «Instagram». Більше того, в сторіс можна викладати короткі відео відгуки про цікаві місця, або фото об'єктів, які можуть

не потрапити до основного відео-блогу. Також в сторіс можна показувати бекстейдж зйомок або файні моменти.



Рис. 1.3. Зображення інстатуриста (фотографія згенерована ШІ).

Інстатурист може використовувати велике різноманіття зйомки, шукати мальовничі місця для відео або фото (це можуть бути куточки незайманої природи, архітектурні споруди, унікальна забудова або заклади харчування тощо). Інстатурист майже завжди буде робити насичені підписи під фото, або якісно озвучувати власно-відзняте відео з описом усіх справ що він робив, об'єктів на відео та може розповісти цікаві факти про це місце. Такі люди полюбляють обирати місця з вау-ефектом для гарної картинки, це можуть бути: Ейфелева вежа, Венеція, водоспад Єллоустон і т.д, тому щоб мати потрібні кадри, деякі інстаблогери можуть наймати фотографів або відео-операторів.

Вартість подорожей в інстатуризмі залежить від мети та різноманітності мандрівки, які саме країни та місця хоче відвідати інстатурист. Чималу роль вартості відіграє популярність місця, чим більше воно висвітлюється в

інтернеті, тим більше має попиту серед туристів й може слугувати причиною підвищення вартості авіаквитків, проживання, харчування і т.д.. Також ще впливає сезонність та туристичний потік – інстатуристи можуть орієнтуватися на конкретний сезон, коли місця виглядають найбільш ефективно, наприклад: цвітіння сакури в Японії, або квіт тюльпанових полів в Нідерландах. Ще в вартість можуть входити витрати на зйомку (оренда дронів, студій, монтаж і т.д.), рівень інфраструктури (деякі місця можуть бути важкодоступними або не мати достатньо розвиненої інфраструктури що може змусити витратити більше коштів на транспорт та комфортне перебування), та додаткові послуги й розваги. До прикладу можна розглянути подорож Кріса Беркарда, відомого інстатуриста, до Нової Зеландії:

Нова Зеландія (ціни написані в середньому):

Вартість переліту – 25 650 грн;

Вартість проживання – від 3 254 грн і вище (за ніч).

Пересування - міський транспорт коштує 1-3 NZD (23-69 грн), а проїзд між містами починається від 100 NZD (2 308 грн).

Оренда автомобіля – 5 698 грн (на день) (1 літр бензину – 71.73 грн).

Харчування в недорогому ресторані – 376 грн, чашка кави – 95 грн, буханець свіжого хлібу – 47 грн.

Загалом: 34 978 грн (без урахування проїзду міським транспортом).

Загалом, головною метою інстаблогінгу є показати те, який світ різноманітний та надихати інших людей подорожувати.

1.2.2. Відомі інстатуристи світу та України.

Сьогодні в світі існує велика кількість інстатуристів, починаючи з тих хто лише починає займатися цією діяльністю й закінчуючи тими, хто має велику аудиторію користувачів та свій власний блог (див. табл. 1.1).

Одним із найвідоміших інстатуристів є **Кріс Беркард (@chrisburkard)**. Він один із найкращих людей, які впливають на подорожі, відомий своїми фірмовими приголомшливими пейзажними фотографіями, зробленими

зверху. Його зображення мають на меті зобразити види з повітря як мистецтво, а також включають випадкові фото тварин чи людей. Він є професійним фотографом, автором, оратором і одним із найбільш популярних людей, які подорожують. Кріс живе в регіоні Центрального узбережжя Каліфорнії [2].

Дженіфер Таффен (@izkiz) - одна з найпопулярніших британських інстаграм-інфлюенсерів про подорожі. Вона добре відома своїми барвистими і мрійливими зображеннями деяких з найбажаніших туристичних напрямків. Її акаунт в Instagram схожий на книгу історій, що демонструє цікаві і популярні готелі, їжу, краєвиди та багато іншого. Якось Дженніфер розповіла, що зацікавилася створенням фото після того, як придбала свій перший iPhone 3gs і поїхала у відпустку та фотографувала, однак зробивши безліч фото не знала, що з ними далі робити. По поверненню додому - завантажила Instagram. Дженніфер висловила про це наступним чином: «Я була захоплена дуже швидко, і саме тоді я серйозно зацікавилася фотографією. Коли я була молодшою, моя сім'я багато подорожувала на сімейні канікули, а ще я все життя ходила до міжнародних шкіл, тому мене завжди надихали іноземні культури та мови».

Іншим впливовим інстатуристом є **Джек Моппик (@doyoutravel)** - 30-річний британський креативний діяч родом з Рівінгтона, Великобританія, зайняв нішу одного з найвпливовіших людей у сферах фотографії, моделінгу та подорожей. Як натхненник відомого Instagram-каналу «Do You Travel?», Джек запросив світ у візуальну подорож до екзотичних місць, демонструючи життя, сповнене розкоші та пригод. Його досвід виходить за рамки захопливих зображень, оскільки він також є розробником фотографічних додатків. Спочатку Джек розпочав свою подорож в Instagram разом зі своїм колишнім партнером, іншим відомим туристичним інфлюенсером, @gypsea_lust. Однак з тих пір він наважився на самотійну діяльність, ведучи власний акаунт під ніком @jackmorriss. Джек, який проживає на Балі, став затребуваним інфлюенсером, відомим своїми богемними, сповненими пригод фотографіями з подорожей. Його портфоліо включає співпрацю з відомими брендами:

American Express, що закріпило за ним статус інфлюенсера найвищого рівня, який успішно перетворив свою пристрасть на прибуткову професію [2].

Сім'я **Bucket List (@ thebucketlistfamily)**, яка проживає на Гаваях, є одним з найвідоміших сімейних Instagram-інфлюенсерів у сфері подорожей. Вони відомі тим, що пропонують ідеї для сімейних канікул, орієнтовані на дітей. Їхні яскраві фотографії та життєрадісні образи зібрали 2,4 мільйона підписників на їхньому акаунті в Instagram. У 2015 році Гаррет і Джессіка Гі вирішили ризикнути, продати все, що мали, і дослідити світ, щоб насолодитися якомога більшою кількістю розваг і пригод зі свого списку бажань. Сім'я Гі - «Сім'я списку бажань» зарекомендувала себе як одна з найцікавіших родин у світі подорожей.

Алекс Штрол (@ alexstrohl) - один з найвідоміших авторитетів у сфері подорожей, фотограф, режисер, викладач, який відомий своїми пейзажними фотографіями, зокрема, зображенням гірських регіонів. Фотографії Алекса були представлені у таких відомих виданнях, як Forbes, Vanity Fair та Gentleman's Journal. Алекс Штрол - відомий інстаграм-інфлюенсер зі значною кількістю підписників у соціальних мережах. Станом на 2024 рік він зібрав 2 мільйони підписників (див. табл. 1.1). Статки Алекса Штрола невідомі, проте припускають, що вони становлять 9,53 мільйона доларів [2].

До українських інстатуристів можна віднести команду **Hush.chi**. Це команда хлопців, які подорожують Україною та спеціалізуються на доволі неочікуваних локаціях, що саме й символізує їх назва [48]. Вони спілкуються з місцевими жителями й надають своїм підписникам цікаві історії та факти про ту локацію в якій вони знаходяться. Допмагають благодійними зборами ЗСУ й розробляють власний мерч.

Анна Кравченко (@nyouto4ka) – інстаблогер зі Львова. Вона подорожує як світом, так і Україною але все ж таки більша частина її подорожей відбувається територією України. У її блозі можна знайти багато цікавих та красивих локацій, також вона робить гарні фото, які доповнюють

блог яскравістю та естетичністю. Також Анна пропонує небанальні ідеї мандрівок машиною, об'єкти з яких можна об'єднати в один маршрут.

Яна Ліскунова – яскравий приклад інстатуриста. Вона подорожує популярними місцями України, де намагається робити контент та інстаграмні фотографії. Ділиться власними враженнями про місце перебування та намагається надати якісну інформацію про туристичну дестинацію.

Також до цього списку можна додати відомих **трєвел блогерів**, які спеціалізується на фотографії та інформаційному наповненні, оскільки намагаються дати інформацію про особливості туристичних дестинацій, їх переваги, недоліки, особливості організації подорожей тощо, та намагаються популяризувати маловідомі туристичні дестинації України (див. табл. 1.1).

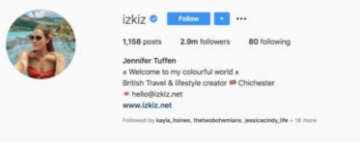
Антон Птушкін - один із найвідоміших українських мандрівників, телеведучих та контент-творців, що здобув популярність завдяки своїм унікальним подорожам і захоплюючому підходу до створення контенту. Його діяльність і стиль подачі можна віднести до категорії фототуризму, оскільки він вміло передає атмосферу та емоції місця, яке відвідує, через візуальний матеріал. Його контент є натхненням для тих, хто хоче подорожувати та ділитися своїми враженнями через фотографії чи відео. Він популяризує ідею бюджетних насичених подорожей [16].

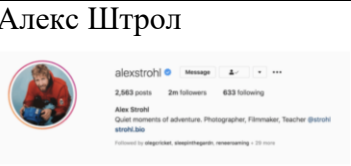
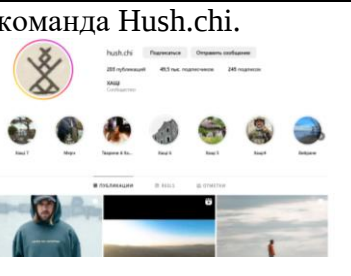
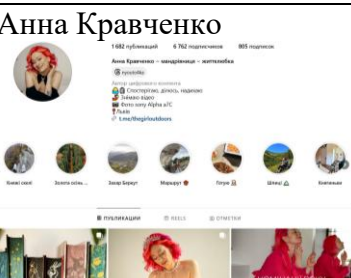
Ще одним популярним українським інстаблогером є **Євген Синельников** - мандрівник, режиссер, провідний та співзасновник популярного трєвел-шоу «Орел і Решка». Він відомий своєю діяльністю у сфері подорожей та відеопродакшну, а також проектами, що розкривають красу різних куточків світу, і останні роки саме України.

Отже, відомі інстатуристи, як світові, так і українські, не лише надихають мільйони людей на нові відкриття, а й сприяють розвитку туризму, популяризуючи маловідомі локації та унікальні культурні місця. Завдяки їхнім професійним фотографіям, відео та захопливим історіям, мандрівники отримують корисну інформацію про туристичні дестинації, що допомагає їм краще планувати власні поїздки (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Специфіка подорожей insta-блогерів (розробка автора)

Ім'я та фото інстатуриста	Регіони подорожей	Мотиви подорожей	Географія подорожей	Особливості подорожі
Кріс Беркард 	Незвичні, унікальні локації: безлюдні острови, вулкани, гори, печери, каньйони	Подорожі всім світом і показ величі та краси через професійно відзняті фото та відео	Аляска, Нова-Зеландія, Гренландія, Америка, Африка.	Подорожує разом з командою на різних видах транспорту (велосипеди, гвинтокрили, човни, квадроцикли тощо). Відвідує віддалені місця
Дженіфер Таффен 	Подорожує по більш відомим та інстаграмним регіонам: Європа, Африка, Мальдіви, Близький схід, Північна та Південна Америка.	Показ відомих «інстаграмних місць», таких як готелі, набережні, вулички та ресторани.	Велика Британія, Катар, Єгипет, Амстердам, Англія, Барселона, Лісабон, Мальдіви, Кастелорізо, Дубаї, Гавана, Турція, Дубровнік, Прага, Відень, Монтенегро, Пераст, Португалія, Колумбія, Франція, Греція, Казахстан, Саудівська Аравія, Сейшельські острови, Куба, Ізмір, Каппадокія, Абу-Дабі, Йорданія.	Демонстрація яскравих фото з відомих дестинацій, огляди готелів, креативний та різноманітний контент
Джек Морріс 	Відвідує відомі регіони: Європа, Індонезія, Великі Зондські острови, Північна Америка, Азія	Робить естетичний контент про подорожі. Він живе в дорогих готелях, робить фотографії що виглядають «дорого».	Токіо, Каліфорнія, Балі, Тайланд, острів Пхіхі, Мальдіви, Йорданія, Абу Дабі, Турція, Дубаї, Дубровнік, Барселона, Ібіца, Лондон, Мексика, Єгипет,	Відвідує екзотичні або відомі місця й робить професійні фотографії, що показують всю велич та багатство цих місць.
Сім'я Bucket List	Відвідують відомі регіони: Європа, Північна Америка, країни Азії, різні острови.	Роблять сімейний контент	Гаваї, США, Тайланд, Аргентина, Мадагаскар та ін.	Зйомка сімейного контенту разом із маленькими дітьми. Вони показують як можна відпочивати, та чим можна

				займатися з дітьми під час відпустки.
Алекс Штрол 	Гори, Північна Америка, Європа, Близький Схід, острови, Європа, Південа Америка.	Фотографує природні місця та об'єкти з різних куточків світу використовуючи різні прилади для зйомок.	Альпи, Колорадо, Монтана, Франція, Норвегія, Мексика, Турція, Ісландія, Гренландія, Швейцарія, Польща.	Показує красу природи в різний час і з різних місць, Намагається робити знімки з різноманітних місць.
команда Hush.chi. 	Мандрують лише Україною.	Команда Хаці намагається показати Україну з різних сторін, відвідуючи старі та запущені місця, історичні дестинації, культурну спадщину і тд.	Вінницька область, Нікополь, Запоріжжя, Одеська область, Сумська область, Івано-Франківська область, Львівська область, Волинська область, Донецька область, Поділля, Харків, Гульськ тощо.	Вони відкривають та показують Україну з різних боків, приділяючи особливу увагу занедбаним місцям, старим будівлям та напівзруйнованим замкам.
Анна Кравченко 	Україна, Європа.	Мотив подорожей полягає в тому, щоб показати яка гарна природа України, та надихнути інших подорожувати країною.	Львів та область, Карпати, Львівська політехніка, Рим, Яремче, Трускавець, Ужгород, гора Захар Беркут, Східниця, Княжі Скелі та багато іншого.	При відвідуванні історичних пам'яток або музеїв дівчина ділиться цінами про вхідний квиток та де саме знаходиться певна дестинація, розповідає про власний шлях до місця та ділиться цікавими фактами.
Яна Ліскунова 	Україна	Створює «інстаграмні» фотографії з відповідних місць, також робить підписи під фото з певною інформацією про місце дестинації.	О. Світязь, Одеса, Сатанів, Трускавець, Східниця, Київ, Черкаси, Львів, Верховина, Солотвино, Ужгород, Яремче, Буковель, Івано-Франківськ, Луцьк, Драгобрат тощо.	Дівчина знаходить естетичні локації, які відповідають слову «insta-місця», під кожним постом пише інформацію про власні враження та про розташування і особливості дестинації.

Антон Птушкін 	Україна, Північна та Південна Америка, країни Азії, Близький Схід, Європа, острови, Африка, Австралія	Відвідує різні країни з метою показати глядачам всі плюси та мінуси, також використовуючи велику кількість засобів для фото- та відео зйомки й ділиться своїми враженнями.	Україна, храм Майя, Гаваї, Азорські острови, Балі, Швейцарія, Канада, Чорнобиль, Токіо, Нова-Зеландія, Австралія, Мельбурн, Абіско, Стокгольм, Фарерські острови, Наїті, Вашингтон, Нью-Йорк, Ісландія, Гренландія, Йорданія, Перу, Коста-Ріка, Ямайка, Арізона, Даллас, Гранд Каньйон, Сеул та багато інших місць.	Показує країну такою як вона є, спілкуючись з місцевим розповідає підписникам цікаві факти та інформацію, намагається відвідати безліч цікавих місць для більшого пізнання та занурення в ту чи іншу країну.
Євген Синельников 	Україна, Північна та Південна Америка, Європа, Азія, Близький Схід, Африка, Австралія.	Відвідування багатьох місць щоб показати цікаві об'єкти, місця та культуру в різних країнах світу та про можливості які існують.	Кіліманджаро, Франція, Миколаїв, Черкаси, Одеса, Ібіца, Барселона, Арізона, Житомир, Запоріжжя, Монголія, Армения, Нью-Йорк, Перу, Рим, Париж, Ісландія, Санта-Моніка, Сеул, Китай, Лос-Анджелес, Бразилія тощо.	Відвідування місць з метою отримання нових емоцій та гарних видів, Євген показує всі можливі види розваг та незвичні місця. Також розкажує про цінову політику проживання та пересування по містам.

1.3. Особливості географії інстатуризму

Сучасний світ суттєво змінився з моменту появи сучасних технологій та соціальних мереж і сфера туризму не є винятком. Зараз подорожі можуть слугувати методом самовираження, через появу та вплив Instagram у житті мандрівників, а фотографії - головним способом фіксування вражень. Саме тому інстатуризм є явищем, через яке люди обирають місця та локації які визначаються своєю популярністю в соціальних мережах.

В свою чергу географія інстатуризму аналізує, як соціальні мережі (в особливості Instagram) впливають на туристичні потоки, які місця стають популярними завдяки фото та відео, а також які зміни відбуваються під час туристичного потоку. Іншим, не менш важливим фактором є визначення привабливості місць: природні красоти, історичні та культурні пам'ятки, події. Інстатуристи орієнтуються саме на фотогенічність місця, унікальність кадру та популярності локації в соціальних мережах. Існує умовний поділ інстаграмних туристичних destinations на: популярні, екзотичні та інстамісця.

Популярні туристичні дестинації приваблюють туристів своєю відомістю в соціальних мережах, розвиненою інфраструктурою та видатними місцями:

Європа – Лондон, Париж, Рим, Барселона, Венеція, Амстердам, Прага.

Північна Америка – Лос-Анджелес, Нью-Йорк, Маямі, Вашингтон, Сан-Франциско, Лас-Вегас.

Південна Америка – Ріо-де-Жанейро, Буенос-Айрес, Мачу-Пікчу.

Азія – Балі, Токіо, Сеул, Бангкок, Гонконг, Пхукет, Джакарта.

Близький Схід – Дубай, Абу-Дабі, Єрусалим, Каїр, Анкара, Стамбул.

Острови – Мальдіви, Гаваї, Бора-Бора, Кіпр, Маврикій, Сицілія, Гренландія, Ісландія, Пуерто-Ріко, Куба.

Африка – Сахара, Ель-Гіза, Мадагаскар, Шарм-Ель-Шейх.

Унікальні, екзотичні та слабо висвітлені DESTИНАЦІЇ – займають окреме місце для туристів які прагнуть зафіксувати нові, небачені і привабливі місця, наприклад:

Безлюдні острови – в усіх океанах та морях.

Вулкани - Ейяф'ядлайекюдль, Акатенанго, Бромо.

Гори – Альпи, Гімалаї, Аппалачі, Мармолехо, Кавказькі гори, Карпати.

Печери – Шондонх, Айсрізенвельт, Окс-бель-Ха.

Каньйони – Гранд каньйон, Чаринський каньйон, каньйон Тара.

Відомі місця, які набули популярності завдяки Instagram. Віднедавна більшість з цих місць мали дуже низьку популярність, але саме завдяки інстатуризму вони знаходяться в топі найпопулярніших туристичних місць. Нижче наведено **ТОП-10 найінстаграмніших місць світу** за даними туристичного порталу Big 7 Travel [представлено у табл. А1 додатку А]:

1. *Мілан, Італія* – італійське місто, яке в Instagram згадали понад 22 мільйони разів, а на платформі TikTok – 97 мільярди раз. Це місто являється столицею моди, тому користується шаленою відвідуваністю серед іноземців та туристів. Мілан має багато знакових пам'яток та модні райони, що саме слугує чудовим фоном для фото в Instagram. Однією з популярних пам'яток Мілану є собор Дуомо ді Мілано, заснований у 1386 році й виготовлений у готичному стилі з білого мармуру [6].

2. *Гранд Каньйон, США* – являється однією з найунікальніших природних пам'яток, що вражає своїм видом і має велику відвідуваність серед туристів. В Instagram каньйон згадувався більш ніж 1,2 мільйони рази [56].

3. *Приморський парк Хітачі, Японія* – одне з найпопулярніших місць в Instagram, відоме своїми виставками сезонних квітів. Весною в парку розцвітають яскраво-блакитні квіти немофіли, а восени вогняний відтінок надають кущі кохії. В інші сезони в парку розцвітають тюльпани та космічні квіти. В Instagram нараховується більше 800 тис. дописів з цим садом [72].

4. *Лондон, Велика Британія* – це місто в 2024 році стало дуже популярним та має велику кількість переглядів в Instagram (162 737 992) та

TikTok (107 600 000 000). Лондон є найбільш фотогенічним містом в світі, має надмірну кількість пам'яток, які туристи не обходять стороною, наприклад такі як Лондонське око, Біг Бен, Лондонський Тауер, Букінгемський палац і т.д. [62].

5. *Дубайськи Чудо-сад, ОАЕ* – є найбільшим квітковим садом у світі, де можна зробити багато фото на фоні квітів, квіткових арок або будиночків, які обплетені квітами. В Instagram цей сад має майже мільйон дописів [72].

6. *Париж, Франція* – романтичний та особливий шматочок фотографічного раю знаходиться саме в Парижі. Відомі усьому світу круасани, цвітіння вишні, та Ейфелева вежа, що притягують до себе велику кількість туристів, тим самим має більше 141 млн. дописів в Instagram [62].

7. *Бібліотека Starfield, Південна Корея* – одна з найстильніших та сучасних бібліотек, що розташовується у торговому центрі COEX в Сеулі. В цій бібліотеці книжкові полиці мають висоту 13 метрів, мають підсвітку і слугують ідеальним фоном для фотографій. В Instagram налічується близько 800 тис. дописів [72].

8. *Нью-Йорк, США* – місто, що славиться магією кіно, великими нью-йорськими вулицями та жовтими таксі, що стали символом міста. Нью-Йорк покорає людей своїм стилем, красою та величчю, також в цьому місці дуже популярні такі пам'ятки та місця як Статуя Свободи, район Манхеттен, Тайм Сквер і т.д. В Instagram це місто має аж 127 727 683 відміток [62].

9. *Ворота Раю в храмі Пура Лемпуянг Лухур, Індонезія* – найнезвичайніший об'єкт архітектури, який неможливо знайти ніде в світі крім Індонезії. Це місце можна назвати одним з відомих місць на Балі, що складається з 7 храмів і є одним з найстаріших і найбільш шанованих культових споруд на острові. Усі вони розташовані вздовж пішохідної стежки, яка веде до вершини гори Лемпуянг. Але для інстатуристів цей підйом на гору дуже довгий та виснажливий, тому вони взяли за головний об'єкт саме ворота Чанді-Бентар, що саме й називаються воротами Раю. В Instagram мають більше 1,5 млн дописів [72].

10. *Стамбул, Туреччина* – місто, яке наповнене історією, багатовіковою архітектурою та в повітрі якого відчувається аромат пряностей. Стамбул ідеально підходить для інстафото своїми видами, архітектурними пам'ятками такими як Блакитна мечеть, палацом Топкапи, гранд-базаром та багатьма іншими спорудами. В Instagram має близько 129 млн дописів [62].

Отже, завдяки Instagram багато раніше невідомих місць отримали світове визнання, змінивши свій туристичний статус. Хоча інстатуризм сприяє розвитку місцевої економіки, він також може призвести до перенаселеності популярних DESTINATION і знизити інтерес до глибоких культурних досліджень. Тому інстатуризм є важливим елементом сучасної туристичної індустрії, який слід розглядати як окремий сектор зі своїми особливостями, викликами та перспективами.

1.4. Специфіка та особливості інстатуру. Найвідоміші інстатури світу та України

Інстатур – це сучасна форма організації подорожей, що орієнтується на створенні естетично привабливого контенту у соціальних мережах, особливо в Instagram. Він відрізняється від звичайних турів тим, що має акцент саме на фотогенічність локацій.

Маршрути в інстатурах формуються таким чином, щоб в них були включені ефектні локації, що користуються попитом у користувачів соціальних мереж або також можуть бути додані маловідомі локації, що мають естетичний вигляд для фотознімку. Зазвичай такі тури розробляються туристичними агенціями, але їх також можуть розробляти блогери-мандрівники, які мають певний досвід у веденні контенту та подорожах. Оскільки головною метою такого виду туризму є створення максимально привабливих фотографій, то під час розробки туру варто брати до уваги сезонність та підбирати найкращі години (наприклад, золотий час, світанок або захід сонця).

Спираючись на мету подорожей в інстатуризмі, контент та різноманітність локацій для фото, важливо щоб їх відвідування не займало багато часу. Туристи хочуть не лише побачити різні місця, а й зробити якісні фото та відео за допомогою дронів, професійних фотокамер та штативів. Це також є однією з відмінностей від звичайного туризму, де туристи можуть проводити значно більше часу. Деякі туроператори можуть пропонувати маловідомі або ексклюзивні місця та локації, які можуть бути чудовим доповненням до основного туру.

Інстатуристи можуть стимулювати хороший розвиток для економіки та розвитку інфраструктури в тих регіонах, які раніше не мали потоку мандрівників, але тим самим це може призвести до перевантаження локацій, екологічних проблем та втрати автентичності в унікальних місцях.

Особливості інстатуру:

- різні формати: *групові, індивідуальні та VIP-тури*. *Групові* – організовуються для блогерів, фотографів або тих туристів, які хочуть зробити професійні знімки. В багатьох випадках такі тури можуть мати в супроводі професійного фотографа та екскурсоводів. *Індивідуальні* – самостійні подорожі, де туристи самі планують та створюють маршрут, спираючись на популярні місця в Instagram. *VIP-тури* – це організовані тури для впливових та видатних осіб, що включають в себе ексклюзивні локації, спеціальні фотосесії та комфортні умови;
- високий темп подорожей, тому що складаються з короткотривалих зупинок на локаціях;
- відсутність культурно-пізнавальної мети в подорожах;
- прибутковість, при умові платності для туристів за унікальність і екзотику локацій (плату за «секретні або таємні» місця).

Отже, інстатуру властиві традиційні ознаки туристичних подорожей (добір тематичних туристичних локацій, закладів розміщення та харчування, логістика маршруту та ін.), але в той же час є риси відмінності обумовлені

необхідністю швидко і якісно відзняти кращі кадри локації і вивантажити їх у Instagram.

У дослідженні нижче проаналізовано відомі інстатури світу та України:

Інстатур на Балі «Найвідоміші місця». Це одноденний тур з системою «все включено», який розпочинається з ранку. Туристів забирає особистий водій та гід прямо з готелю. Гід проведе мандрівника до всіх відомих місць Балі з Instagram, а саме: *Ворота раю в храмі Лемпуан, прекрасний вид на гору Агунг, Тірта Ганга, водоспад Тукад Чепунг, рисові тераси Тегалаланг, місцева балійська кавова плантація з дегустацією кави, відомі гойдалки в джунглях.* Цей тур визнаний одним із популярніших інстатурів протягом чотирьох років тим, що дарує цілий день захвату, унікальні фотографії та незабутні спогади.

Розклад туру:

- 6:00. Зустріч у готелі (точний час може відрізнятись залежно від місцезнаходження);
- 9:00. Прибуття до храму Пура Лемпуанг (вид на гору Агунг);
- 10:00. Прибуття в Тірта Ганга;
- 12:00 Час обіду;
- 14:00. Прибуття до водоспаду Тукад Чепунг;
- 16:00. Прибуття на рисові тераси Тегалаланг;
- 17:00. Можливість погойдатися на знаменитих гойдалках у джунглях і відвідування кавової плантації;
- 18:00. Виїзд і повернення до готелю;

Тур включає: індивідуальний транспорт від готелю в обидві сторони, англомовний водій та гід, приватний автомобіль з кондиціонером на острові, обід, шведський стіл, всі входні внески, квиток на гойдалку в джунглях, дегустація кави, бутильована вода, вологі серветки.

Вартість інстатуру: дорослий квиток - 169\$ (7018 грн) за особу, дитячий квиток – 71\$ (2948 грн).

Тривалість туру: 13 годин [59].

Інстатур Нуса-Пеніда «найвідоміші місця» - Нуса-Пеніда – острів в Індонезії, відомий своїми незайманими пляжами, екзотичною природою, білими пляжами та кришталево чистим океаном.

Розклад туру

6:30 – Зустріч у готелі (точний час може змінюватися залежно від місцезнаходження);

7:45 – прибуття до порту Санур і переїзд на швидкісному катері до Нуса-Пеніда;

8:45 – прибуття в Нуса-Пеніда;

10:00 – відвідування Даймонд-Біч і Атух-Біч;

12:00 – Відвідування оглядового майданчика Тисячі островів;

13:30 – обід;

15:00 – відвідування пляжу Келінгкінг;

16:00 – повернення до порту Нуса-Пеніда;

16:30 – прибуття до порту Нуса-Пеніда та відправлення на швидкісному катері до порту Санур;

17:15 – прибуття до порту Санур і повернення до готелю;

18:00 – повернення до готелю (точний час може відрізнятись залежно від вашого місцезнаходження);

Тур включає: Всі входні внески, бутильована вода, англomовний водій та гід, обід, приватний автомобіль з кондиціонером, індивідуальний транспорт від готелю в обидві сторони, квитки на швидкісний катер туди й назад, WiFi на борту.

Вартість інстатуру: Від 129\$ (5356 грн) за особу [71].

Інстатур Рівненщиною - одноденний тур, який включає в себе фотогенічні та цікаві місця й локації, супровід професійного фотографа який допоможе зі створенням професійних фото або відео.

Розклад туру:

9:00 – виїзд з Луцька від РАЦу;

Об'єкти відвідування: Базальтове озеро або Янова долина; Білівські пагорби; Пікнік на природі; Тунель кохання; Урочище Безодня. Також додатково можна відвідати екоресторан «Явор»;

21:00 – повернення до Луцька;

Тур включає: Перевезення комфортабельним транспортом, професійний фотозвіт, екскурсійне обслуговування, страхування, супровід професійним фотографом. **Додаткові витрати:** Пікнік на природі – 300 грн; Власні витрати на сувеніри; Чаєві фотографу.

Вартість туру: *Пакет базовий 1000 грн:* Перевезення комфортабельним автобусом, професійний фотограф в турі, професійний фотозвіт, страхування. *Пакет стандарт 1300 грн:* Перевезення комфортабельним автобусом, професійний фотограф в турі, професійний фотозвіт, пікнік з шашличком на природі, страхування [67].

Інстатур: Підгорецький замок і будинок лісника – інстатур до неймовірного Підгорецького замку, що захоплює своїми пейзажами та архітектурою.

Вийзд зі Львову (9:00), екскурсія в с.Підгірці, Броди (+час на обід та екскурсія містом), екскурсія с. Збруї, приблизне повернення назад о 20:00.

У вартість туру зі Львова **входить:** проїзд комфортабельним автобусом, послуги професійного фотографа під час туру; екскурсійний супровід.

У вартість туру **не входить:** обід, вхідні квитки: Підгорецький замок – дорослі/пільговий/діти (до 6-ти років)/пенсіонери — 90/60/20/20 грн, Мисливське господарство «Стир», Будинок лісника – 50 грн/дорослий, 10 грн/школяр, обід у м. Броди – від 100 грн/особа (пропонується в одній з кав'ярень міста) [15]. **Ціна: 600 грн.**

Таким чином, географія інстаграмних подорожей є надзвичайно різноманітною і змінюється із плином часом і відкриттям нових унікальних екзотичних туристичних дестинацій.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА ІНСТАТУРУ ХМЕЛЬНИЧЧИНОЮ

2.1. Аналіз туристичного потенціалу Хмельницьчини для створення інстатурів

Хмельницька область – це унікальний регіон України, який має великий туристичний потенціал для туристичних подорожей. Поєднання архітектурних пам'яток та природних об'єктів, Хмельниччина може стати дуже популярним напрямком серед мандрівників. Також цей регіон чудово підійде для інстатуристів, тому що має багатий спектр різноманітних локацій, які можуть бути їм до вподоби. На території області розташовано 5-ть туристичних магнітів на рис. 2.1 (за версією ДАРТ).

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСТЬ

ДАРТ

Хмельницька область розташована у Західній частині Правобережжя України, на південному заході Східноєвропейської рівнини в зонах лісостепу і мішаних лісів. На сході межує з Вінницькою, на заході — з Тернопільською, на північному заході — з Рівненською, на півночі — з Житомирською, а на півдні — з Чернівецькою областями. Хмельниччина - перлина Волині і Поділля, краса України. Леся Українка недарна писала: «Красо України, Подолля!»



- 1 Сатанівський замок
- 2 Кам'янець-Подільський
- 3 Бакота
- 4 Національний природний парк «Подільські Товтри»
- 5 Фортеця в снт Меджибіж

Рис. 2.1. Туристичні магніти Хмельницької області [23].

Саме місто Кам'янець-Подільський займає третю позицію серед міст України за кількістю старовинних пам'яток історії та культури (після Києва та Львова). Однією із відомих і популярних локацій міста є **Кам'янець-Подільська фортеця** [представлено у табл. Б1 додатку Б]. Вона входить до

списку пам'ятників світової спадщини ЮНЕСКО. Унікальний природний ландшафт, представлений каньйоном р. Смотрич та створена зусиллями тисяч людських рук у XIV ст. оборонна споруда, роблять цю місцевість надзвичайно естетично привабливою. Для інстатуристів тут рай, оскільки є безліч різноманітних локацій, де можна зробити фото або відео, використовуючи різну техніку. Також це місце ідеально підходить для блогерів, оскільки є можливість розповісти яскраві історії розвитку природи, історії фортифікаційних споруд України, розказати історію самого міста та життя людей. На території фортеці є музеї, відбуваються різноманітні виставки та івенти, є також пекарня та гончарна майстерня (діє в рамках проекту «Жива фортеця» з 2012 року) [1].

Хмельницьки музей-студія фотомистецтва – найперший музей-студія в Україні, розташований в місті Хмельницький у триповерховій модерній споруді 20 ст., яка колись була елітним готелем «Континенталь». Музей має постійні виставки та старовинні експозиції з фототехнікою, також у фое музею є стародавні фото. Чудовою можливістю є те, що можна не лише дивитися на експонати старих фотоапаратів, а й можна зробити сувенірну світлину на пам'ять, що неабияк зацікавить і сподобається інстатуристам. В музеї є сучасні виставкові зали, де відбуваються презентації та виставки сучасного фотомистецтва України [52].

Наступним цікавим об'єктом для відвідування є затоплене **місто Бакота та «Подільські Товтри»**. На жаль, саме місто не існує на карті але його краса досі залишилася й приваблює туристів. Це місто знаходиться недалеко від Кам'янець-Подільського, і розташоване на території Національного природного парку «Подільські Товтри». Історія Бакоти як населеного пункту закінчується на початку 1980-х рр. на фоні побудови Новодністровської ГЕС. Жителі міста та навколишніх сел змушені були залишити свої домівки, після чого місто затопило водою. Також перед переїздом місцевим довелось вирубати всі ліса та сади, ламати хати, після чого й почалось 6-ти річне заповнення водами Дністровського водосховища. Не дивлячись на сумну

історію, ця місцина має дуже привабливий вигляд та незвичайні об'єкти, наприклад: Біла гора – вважається найвищою точкою Бакоти, де розташований Свято-Михайлівський монастир. Біля гори, розташовано офіс туристичної компанії «Санта Бакота», яка займається організацією активного відпочинку: прогулянки на квадроциклах, сплави на каяках, SUP серфінг, а також дегустації вина з видом на Бакоту [3].

Державний історико-культурний заповідник «Меджибіж» розташований за 25 км від міста Хмельницький. «Меджибіж» - є пам'яткою фортифікаційної архітектури 17 століття, назва якого походить від злиття двох річок Південний Буг та Бужок. Хоч цей замок не такий відомий як інші замки в Україні, але він також дуже цікавий. Він має чудову інфраструктуру, що може слугувати чудовим фотом для фото, також в середині замку збереглися стіни й ведуться реконструкційні роботи. На території знаходився палац, від якого нажаль збереглися лише руїни. Для тревел туристів та інстаблогерів це місце чудово підійде для урізноманітнення контенту [8].

Карстова печера Атлантида – одне з унікальних місць в селі Завалля на Хмельниччині, Кам'янець-Подільського району. Ця печера була відкрита у 1969 році, й досі має статус однієї з найгарніших печер Поділля. Всередині печери інстатуристів може вразити її антураж: гіпсові кристали, які створюють візерунки на стінах. Ця печера також має окремі зали та галереї, та також химерну фауну – в ній можна зустріти рідкісні види кажанів. Час від часу в печері проводяться квести та туристичні збори для дітей і дорослих. Крім того, любителі екстриму можуть замовити індивідуальну підземну екскурсію за попередньою домовленістю [40].

Водоспади Хмельниччини – знаходяться на південному сході Хмельницької області і часто називаються Джерельним краєм, тому що саме тут знаходиться розгалужена водоспадна сітка. На цій території налічується близько 10 різних водоспадів та цілющих джерел, найвідомішими серед них є водоспади Малієвецький та Бурбун. Також до цього списку можна додати

водоспад біля село Сокілець. Місцеві жителі розповідають, що йому налічується понад 500 років [20].

Старокостянтинівський замок (також відомий під назвою замок Острозьких) – розташований у міста Старокостянтинів, Хмельницької області. Побудований у 17 ст., замок був настільки міцним, що татари не змогли жодного разу захопити його. Територія замку мала трикутний вигляд, що омивається річками Ікопоть і Случ з двох сторін, а третя межувала з містом. Вхід до замку охороняли в'їзні ворота з дерев'яним підйомним мостом. До наших днів зберігся сам двоповерховий палац-замок і частина потужних фортечних стін. Збереглася також двоярусна кутова вежа з підвалом [51].

Розглянувши попередні варіанти, можна дійти висновку що Хмельниччина насичена природними туристичними об'єктами та історичними пам'ятками, що може стати цікавим матеріалом для інстаблогерів, в особливості тих, хто веде блог на історичну або дослідницьку тематику. Також існують місця, які не користуються популярністю (наприклад: «Високі скелі» біля села Івахнівці; Романтичний віадук між селами Зубрівка та Панівці; Калюс - туристична «Terra incognita» і багато інших), але якщо додати їх в туристичні програми, то таким чином можна зробити їх більш туристично привабливими та дати їм більшу популярність.

2.2. Розробка авторського інстатуту Хмельниччиною

2.2.1 Характеристика маршруту

Тема інста-туру: «Відкрий красу Хмельниччини».

Кількість об'єктів відвідування: 19

Кількість учасників туру: 7.

Вартість туру на 1 особу: 2 615 грн.

Тривалість: 2 дні / 1 ніч.

Протяжність маршруту: 279,6 км (день 1 – 18,6 км; день 2 – 261 км)

Хмельницька область, одна з небагатьох в Україні, що є відносно безпечною під час повномасштабного вторгнення але задля безпеки туристів, під час тривоги у екскурсовода є адреси найближчих укриттів біля кожного об'єкту відвідування та також інших сховищ, які можуть знадобитися під час пересування з одного об'єкта до іншого. У разі їх необхідності, туристи будуть мати змогу одразу з екскурсоводом прямувати до укриття, де можна безпечно провести час під час тривоги та наявної небезпеки.

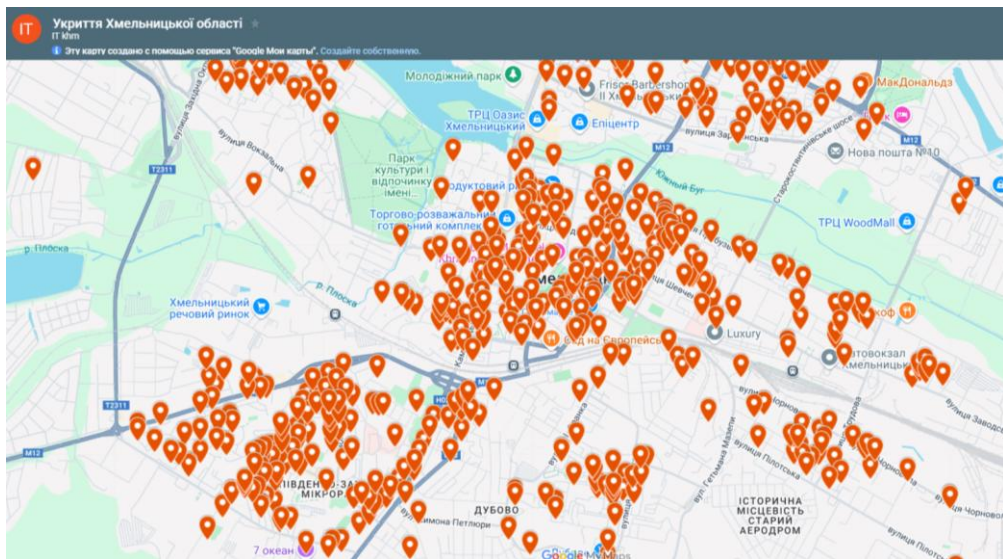


Рис. 2.2. Карта захисних споруд Хмельницької громади [19].

Цільова аудиторія інстатуру: даний тур спрямований у більшості на людей, які мають прагнення для створення фотографій та відеороликів на фоні культурних пам'яток та унікальних об'єктів природи. Тревел-блогери та контент-кріейтери також будуть чудовим доповнення до цільової аудиторії туру. Тут можуть бути присутні люди абсолютно різних вікових категорій але зі спільною метою, тому для більшого захоплення, було додано багато різноманітних об'єктів як повинні зацікавити та вразити кожного туриста.

Особливі вимоги: для більш комфортного відпочинку під час туру, рекомендуємо взяти з собою воду та перекус на час дороги, особливо радимо звернути на це увагу під час другого дня.

Програма туру:

День 1:

- 13:20 – 13:40** – зустріч біля Хмельницького ж/д вокзалу.
- 13:40 – 13:55** – трансфер до хостелу «Dream hostel Khmelnytskyi»
- 14:00** – поселення в хостел
- 14:30-15:30** – обід не входить у вартість (це можна зробити в найближчих кафе наприклад Goosha, BaristaHub, боодні)
- 15:30-15:50** – піша прогулянка вулицею Проскурівська, та відвідування «Либідь Плаза».
- 15:50-16:20** – трансфер до «Набережна», прогулянка.
- 16:20-17:05** – трансфер до дендропарку, відвідування парку.
- 17:05-18:00** – трансфер до «Хмельницький музей-фотостудія», проведення екскурсії.
- 18:00-18:05** – піша прогулянка до скверу ім. Т.Г. Шевченка.
- 18:05-18:50** – піша прогулянка та відвідування «площі Незалежності».
- 18:50-18:55** – повернення трансфером до хостелу.
- 19:30** – Вечеря в закладах, які знаходяться поруч з хостелом та можливість вечірньої прогулянки містом.

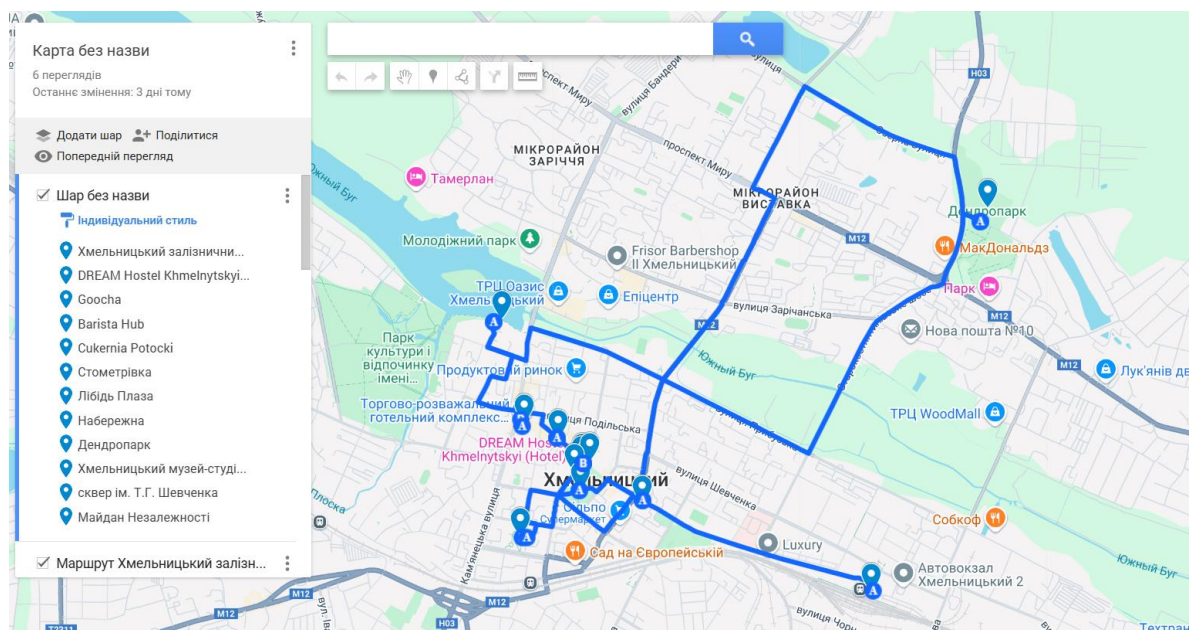


Рис.2.3. Карта маршруту першого дня інстатуру (розробка автора).

День 2

8:00 – виїзд з хостелу до першої локації

9:00-10:00 – відвідування Сутковецького замку та Свято-Покровської церкви-фортеці XIV-XVIII ст.

10:00-10:50 – переїзд до іншої локації

10:50-11:10 – відвідування палацу Орловських та Малісвецького водоспаду, (за бажанням можна відвідати Капище Перуна)

11:10-12:50– переїзд

12:50-13:15 – відвідування локацій «Новопланівський міст» та «Смотрицький каньйон»

12:35-12:40– переїзд

12:40-12:50– відвідування Триумфальної арки

12:50-12:55– переїзд

12:55-13:10– локація «Замковий міст»

13:10-13:20– піша прогулянка до наступної локації

13:20-14:30– відвідування «Кам'янець Подільської фортеці»

14:30-16:00– обід в кав'ярні-музей «Кава від поліцмейра»

16:00-16:30– переїзд

16:30-17:00 – відвідування «Товтра Вербецька»

17:00-17:40– переїзд

17:40 – повернення до міста Хмельницький

17:20-17:40 – виселення з хостелу

17:40 – 18:00 – трансфер до ж/д вокзалу Хмельницький

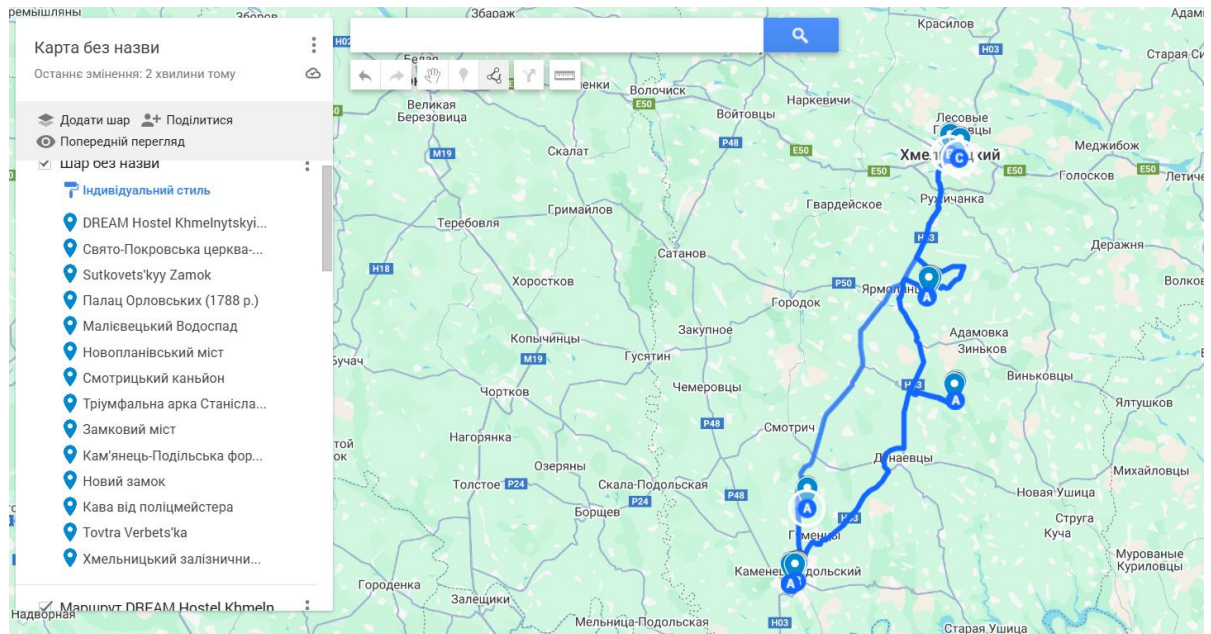


Рис.2.4. Карта маршруту другого дня інстатуру (розробка автора).

Організація транспортного забезпечення

Під час організації транспортного перевезення передбачується використання комфортабельного мікроавтобусу Mercedes Sprinter з водієм місткістю на 18 осіб. Для нашої групи, яка буде складатися з 7 осіб (туристів) гіда та водія, це буде кращим варіантом, тому що в турі передбаченні довготривалі переїзди між локаціями.

Вартість послуг мікроавтобусу становить 450 грн/год., згідно домовленості з перевізником. Першого дня мікроавтобус буде використано 3 години. Другого дня – 10 годин. Загалом 13 годин.

Організація розміщення та харчування

Беручи до уваги, що тур сплановано як по місту Хмельницький так і за його межами, проживання та харчування буде організовано таким чином: ночівля буде у м. Хмельницький у **хостелі «Dream hostel Khmelnytskyi»**. Передбачено бронювання одного 8-місного номеру для 7 осіб (на одну ніч). Вибір даного хостелу обумовлений вдалим розташуванням, можливістю заселення одразу 7 осіб в один номер з окремими ліжками, та низькою вартістю оренди номеру.

Детальна інформація про хостел: розташований в самому центрі Хмельницького вул. Проскурівська, 32. Номерний фонд хостелу представлений поліпшеними, стандартними, сімейними номерами, а також місцями в загальних 4- та 8-місних номерах. Восьми місний номер включає в себе спільну ванну кімнату та туалет, кондиціонер, опалення, вішак для одягу, та безкоштовний Wi-Fi. Всього в хостелі налічується 13 номерів. В кожному номері є вішалка для одягу, централізоване опалення всіх номерів та безкоштовний інтернет. Також, є кухня для самостійного приготування їжі. Послуги які надає хостел: інтернет, пральня, обслуговування номерів, розміщення з тваринами, термінал для оплати карткою, вулична парковка, послуги прасування одягу, щоденне прибирання номеру, спільна кухня, холодильник, мікрохвильова піч, газова/електрична плита, електричний чайник, кухонне приладдя, електрогенератор. Розміщення дітей є безкоштовним, їм надається додаткове місце в номері. Реєстрація заїзду проходить з 14:00 - 24:00 годин. Реєстрація від'їзду відбувається з 00:00 - 11:00 годин. Загальна відстань від автовокзалу до готелю складає – 750 м; від залізничного вокзалу – 2,8 км; від аеропорту – 10,1 км.

Так як у вартість туру не включено харчування задля індивідуального підходу, тому **організація харчування** має певні особливості.

Під час **першого дня туру**, можна пообідати в найближчих до готелю закладах харчування, наприклад Goosha, BaristaHub, boodni і т.д. Вартість обіду в таких закладах в середньому може становити 200-500 грн. Вечеря також не входить у вартість туру, тому туристи так само можуть повечеряти в найближчих закладах або самостійно приготувати їжу в хостелі, де надається кухня для самостійного використання.

Під час **другого дня туру**, сніданок можна придбати з собою в «Цукерні Потоцьких», в залежності від побажань сніданок може коштувати від 175 грн до 455 грн. Обід запланований у кав'ярні-музей «Кава від поліцмейра» (що входить у вартість інстатуру), або за бажанням туриста у будь якому закладі що знаходиться поруч. Вечеря не запланована, але після завершення інстатуру,

трансфер відвезе туристів до залізничного вокзалу, де поблизу будуть місця щоб повечеряти, наприклад піцерія «Мрія», «L`odore coffee», Грузинська випічка та багато інших закладів.

2.2.2. Характеристика туристичних об'єктів.

Туристичні об'єкти які включені в інстатур першого дня, мають на меті ознайомити туристів з самим містом, вони мають привабливий вигляд, через що можуть слугувати чудовим фоном для зйомки відео або для фотографій [представлено у табл. В1 додатку В].

1-й день

Вулиця Проскурівська – одна з найдавніших вулиць у місті Хмельницький, що пролягає від вулиці Соборної до залізничного вокзалу. Частина вулиці від вул. Володимирської до Соборної є пішохідною. На ній збережено чимало історичних пам'яток інфраструктури, наприклад будинок, який був збудований у 1809 році, споруджений дворянином Людвігом Деревосом, що був власником на той час найкращої аптеки, яка розміщувалася на першому поверху цього будинку [13].

«Либідь Плаза» - один із перших торгівельно-розважальних центрів, в якому є готель з сучасним номерним фондом, ресторан з власною кухнею, боулінг, SPA та нічний клуб. Має сучасний та привабливий архітектурний стиль, також перед входом розташована цікава композиція, на якій зображені чоловік та жінка, що тримаються за руки і утворюють серцеподібну форму. Сам готель та композиція можуть слугувати чудовим фоном для фото або відео [33].

Набережна – знаходиться на березі річки Південний Буг. Являється візитівкою міста та одним з улюблених місць для прогулянки серед місцевих жителів та туристів. Променада над берегом Південного Бугу з'явився на початку 60-х років, але був зруйнований, після чого лише у 2014 році почалася його реконструкція [29]. Наразі набережна виглядає привабливо та фотогенічно.

Дендропарк «Поділля» - парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва, який було закладено у 1894 році. Тоді на цій території проводилися сільськогосподарські виставки, що демонстрували досягнення у сфері тваринництва та землеробства, а також представники лісництва демонстрували різноманітні дендрофлори. На території парку зростає чимало рослин, які були перевезені з ботанічних садів Молдови та України. Тут проводять час багато художників, які пишуть пейзажи й після чого демонструють свої роботи на виставках в цьому ж парку. Парк гарний на вигляд і має безліч чудових локацій, де можна зробити фото [21].

Хмельницький музей-студія фотомистецтва – цей музей є першим та єдиним музеєм-студією в Україні. Тут є колекція, яка налічує близько 3500 тис. експонатів (об'єктиви, фотоапарати, експонетри, збільшувачі і т.д.), що демонструють розвиток фото культури та фотоапаратів в період з кінця 19 ст. – на початку 20 ст. У фое музею діє постійна експозиція «Проскурівські фотографи кінця 19 – початку 20 ст.» та «Старе-Нове місто». На фотографіях зображено багато старих місць міста Хмельницький, наприклад будинки, вулиці та інші міські пейзажі. Також однією з цікавих експозицій музею є виставка старих фотоапаратів, які були виготовлені під час Радянського Союзу, та багато фотокамер від світових виробників. Серед великої кількості фотоапаратів є цінні та раритетні.

За словами працівників музею-студії, найбільш відвідуваною виставкою є виставка старовинних фотографій. Світлини були зроблені в різні проміжки часу починаючи з кінця 19 – до початку 20 ст. Перегляд таких світлин надає можливість подорожі у часі: побачити різні верстви населення, поглянути на тогочасний одяг та стиль людей та прикраси [28].

Сквер ім. Т. Г. Шевченка – це парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва, що знаходиться у самому центрі міста між вулицями Проскурівська, Володимирівська, Героїв Майдану та Грушевського. В парку знаходиться пам'ятник Тарасу Шевченку, а також фонтан та дитячий майданчик але раніше це місце було звичайним лугом, де місцеві пасли худобу. Згідно з генеральним

планом забудови 1824 року, на цьому місці повинна була розташовуватися велика торгова площа під назвою «Хлібна». Цей сквер також був місцем, де проводили ярмарки та торговельні діяльності між поміщиками та купцями, селянами та ремісниками. Під час ярмарок тут виступали бродячі актори та працювали атракціони. Наразі сквер є одним зі спокійних та привабливих місць у Хмельницькому [22].

«Площа Незалежності» - вже 50 років є ключовим осередком для зустрічей, урочистостей та для прояву громадської волі. Територію майдану окреслили ще в середині 50-х років, коли відбувалося будівництво Хмельницької обласної державної адміністрації. Перед самою будівлею знаходиться пам'ятник «Віра, Надія, Любов», яка була створена 22 вересня 2011 року до дня 74-ї річниці Хмельницької області. В висоту скульптура близько 9 метрів та виконана у монументальному стилі.

Завдяки своїм розмірам, на цій площі проводять такі святкування як День Незалежності, День міста, День Державного Прапора і т.д. Також тут проводять спортивні показові виступи, концерти музичних груп на сцені, для яких спеціально монтують у центрі площі сцену [24].

2-й день

Туристичні об'єкти другого дня покликані виконати основну місію туру – надати можливість зробити велику кількість яскравих привабливих фотографій.

Сутковецький замок – середньовічний замок, заснований у 15 ст., але зараз на превеликий жаль, від нього залишилися самі руїни, але він все одно залишається цікавим історичним об'єктом, який треба відвідати. Сам замок слугував вторинною спорудою, за основу якої взяли кам'яну стіну, й він був оборонним об'єктом на горі пагорба, що було однією з привілеій даної місцини. Замок мав великий внутрішній двір та вражав своїми тогочасними розмірами. Впродовж років у замка було чимало власників, одним з яких був Граф Сутковецький, який був відомим у Європі як видатний алхімік та масон [42].

Свято-Покровська церква-фортеця XIV-XVIII ст. – знаходиться в селі Сутківці, поряд з Сутковецьким замком. Являється однією з багатьох пам'яток української архітектури, яка була побудована у другій половині 15 ст. шляхтичами сутківськими. З самого початку церква слугувала оборонною спорудою від татарських набігів на Поділля. Потім, у 1476 році, будівлю було перебудовано з оборонної споруди на церкву, де на першому поверсі зробили цегляне склепіння на нервюрах і готичних щипців над другим ярусом центрального простору. У 16 ст. стіни першого ярусу розписали фресками. Частина з них було вкрито штукатуркою в кінці 19 ст., але в 1990-х роках, за рахунок непрофесійного ремонту, стіни ззовні та всередині були вкриті цементним розчином, що потім призвело до втрати більшої частини фресок.

Якщо подивитися на церкву з висоти пташиного польоту, то можна помітити що вона побудована у вигляді хреста. На першому та другому поверсі в ній розташовані бійниці (єдина різниця між ними це те, що на другому поверсі вікна скошені донизу, тим самим більш пристосовані до ведення вогню). Дах церкви над центральною її частиною двосхилий, а на бокових конусоподібний.

У 2006 році виявили, що церква знаходиться у аварійному становищі, після чого у 2007-2009 рр. було проведено реставрації але через відсутність достатнього фінансування роботи завершилися. Через недосконалий і незавершений ремонт стан церкви знову погіршився. Але не зважаючи на це, цей об'єкт історичної архітектури й досі приваблює туристів [44].

Палац Орловських – розташований у селі Маліївці. Палац був одним із найкращих на Поділлі, в ньому була каплиця, більярдна та велика бібліотека, що налічувала 7600 одиниць, а також один з найбільших нумізматичних об'єктів, який створив граф Ігнацій Красицький. Їдальню прикрашали італійські фрески з італійськими пейзажами, але нажаль у радянські часи ці фрески повністю знищили. У 2005 році художник Володимир Карвасарний розписав стіни у бенкетній залі за фотографіями старих фресок, хоча в ній

таких фресок ніколи не існувало. В деяких кімнатах можна побачити такі розписи та справжню ліпнину, що збереглися до наших днів.

Палац збудовано графом Яном Онуфрієм Орловським у 1788 році у стилі класицизм популярному наприкінці 18 – на початку 19 ст., також було залучено італійського архітектора Доменіко Мерліні, паркобудівничого Діонісія Макклера та садівника Діоніса Клігера.

Останній власник палацу, а саме Саверій Францішек, до приходу більшовиків встиг вивезти самі дорогоцінні речі, після чого у 1921 році маєток націоналізували. Після цього він 2 роки стояв без використання й був майже знищений, так як місцеві жителі почали розбирати його. Але палац врятувало те, що лікар Сідлецький відкрив тут лікарню, яка проіснувала аж до німецької окупації. У часи другої світової війни тут був госпіталь для поранених, та тих у кого були пошкодженні очі. У 1945 році тут був дитячий санаторій, а потім за рішенням Хмельницької обласної ради було ухвалено зробити палац історико-культурним музеєм [35].

Малісвецький водоспад – це привабливе місце знаходиться у старовинному парку, розташованому поруч з Орловським палацом. Сам водоспад є штучним й знаходиться на 18 метровій скелі, що має двоповерхову печеру (верхню називали Різдва Іоанни Предчеті, а нижню на честь святого Онуфрія), яку пов'язують з давнім монастирем, що знаходився на вершині скелі, який було зруйновано пожежею у 17 ст. Після 60 років простою святиню було відновлено й передано греко-католикам, як печерну обитель, а потім знову передали її православним. Вода подавалася до вершин скелі за допомогою старого дерев'яного водогону, який в радянські часи прогнив. Але під час дитячого санаторію, який працював у Орловському палаці у 1945 році, лікар Олександра Соколова на отриману нею премію купила металеві труби та замінила водогін, після чого водоспад почав знову працювати [30, 26].

Новопланівський міст - офіційне відкриття мосту відбулося у 1874 році. Будівництво почалося 12 червня 1864 року, коли до Кам'янця-Подільського навідався генерал-губернатор та верховне духовенство. За

проектом міст планували збудувати упродовж 3-4 років, але в процесі виникли певні проблеми: старовинне місто не хотіло виходити за власні кордони та створювало різноманітні проблеми, також ріка Смотрич почала затоплювати котловани, тим самим унеможливлюючи роботу. Над створенням мосту працювало 475 робітників, але не зважаючи на таку кількість працівників будівництво проходило дуже повільно. Після того, як нижню частину мосту зробили й почали проводити поверхневі роботи, його будівництво потрохи пришвидшилось. Довжина мосту склала 136 метрів, а висота 38 метрів. Фактичне завершення будівництва було наприкінці 1873 року. Міст мав 6 опор – дві річні, дві берегові і дві споруджені на скелях. Перекриття мосту мало вигляд балок і настилу, були зроблені дерев'яні поруччя з дубових брусів, вздовж яких було розміщено 16 ліхтарів. Зрештою урочисте відкриття мосту відбулося 19 січня 1874 року [32].

Смотрицький каньйон – являється геологічною пам'яткою природи загального значення в Україні, був утворений завдяки течії річки крізь товщу Товтр (залишки прадавніх коралових рифів, які мають вигляд гостро виступаючих пагорбів). Через ущелину було проведено декілька мостів, у тому числі міст Стрімка Лань, який попри своє першочергове значення використовується також для екстремальних стрибків. Цей каньйон також включено до списку «Сім чудес Кам'янця-Подільського» та внесено до складу одного з 129 об'єктів природно-заповідного фонду до національно природного парку «Подільські Товтри» [39, 46].

Тріумфальна арка – являється однією зі складових архітектурного ансамблю Кафедрального костелу Святих апостолів Петра та Павла. Ця арка веде на подвір'я Кафедрального костелу.

Тріумфальна арка являється останньою спорудою Татарської вулиці, яка знаходиться в Старому місті, й була збудована в знак пам'яті про останнього польського короля – Станіслава Августа Понятовського. На стіні брами є написи, здійсненні латинською мовою: HACINTRABAT STANISLAU

AUGUST REX DIE XI 9 BRIS 1781 ANNO - «Тут проходив король Станіслав Август 11 листопада 1781 року».

Арка побудова з цегли й облицьована білокам'яними тесаними плитами, та має витриманий стиль тогочасних арок у античному стилі. Однією з довершених особливостей арки є статуї 4-х янголят, які розташовані по кутах, і статуя святого Яна Непомука в центрі. Він вважається великим покровителем мостів доброї слави та щирої сповіді. Автором споруди вважають Ян де Вітте.

Існує повір'я, що якщо пройти через Тріумфальну арку й думати про щось сокровенне, то воно має неодмінно збутися, наприклад Леонід Кучма 8 квітня 1994 року пройшов через арку, а вже через два дні став Президентом України. Так само сталося з Віктором Ющенко [49, 4].

Замковий міст – також являється пам'яткою національної архітектури України. В наші дні споруда більше нагадує греблю аніж міст, що поєднує місто зі Старим замком. Замковий міст вперше згадується у 1494 році. Як припускають археологи-реставратори, цей міст могли будувати римляни на початку 2 ст. н. е., через що його було внесено до «Книги рекордів України» як найстаріший міст. Також є припущення, що цей міст зображено на колоні Траяна в Римі й тоді на ньому було страчено Юрія Хмельницького – українського військового діяча, який був гетьманом війська Запорізького (1659 – 1663 рр.) [58].

За документами міст було зафіксовано у 1540-х роках. Місцеві жителі називають його як «Турецький міст», базуючись на подіях, коли містом володіли турки у 1672 – 1699 рр. Саме під час їх правління Кам'янець-Подільський зазнав найбільшої реконструкції.

У 1876 році міст був настільки вузьким, що на ньому неможливо було роз'їхатися двом підводам, а все через те, що у ньому були кам'яні бар'єри. Для того, щоб вирішити цю проблему було розібрано башту Святої Анни й міст був розширений того ж року й був зробленим більш зручним для використання. Так у 1942 році, під час Другої Світової війни, фашисти зробили

останню реконструкцію моста, розширивши проїзну частину до 6 метрів, й підвищили поверхню завдяки кам'яно-земному шару до 2,5 метрів.

В 1991 році було проведено опитування, завдяки якому було визначено Замковий міст, як одну з семи чудес міста Кам'янець-Подільський [9].

Кам'янець-Подільська фортеця та Новий замок - відома історична споруда Хмельницької області з великою історією. Замок збудовано у період з 11 – 16 ст., розташований біля річки Смотрич й внесений до списку пам'ятників світової спадщини ЮНЕСКО, також входить до семи чудес України. Історія цього замку бере свій початок з 10 – 13 ст., він виник як невелика дерев'яна споруда, яка була побудована для охорони слов'янських поселень. Але після великої кількості пожеж, у 13 ст. дерево замінили на камінь, але на жаль це не допомогло стримувати наступи монголо-татарів, після чого місто було захоплено у 1240 р..

Далі замок був під володінням литовських князів в середині 14 ст., що мали на меті відбудувати його. Потім фортеця перейшла до володіння Речі Посполитої, під яким вона була аж до 1793 року. Коли відбувся розподіл Польщі, Кам'янець-Подільський замок тривали час був важливим оборонним пунктом російської імперії, й був період коли він використовувався навіть як в'язниця. У 20 ст. фортеця була столицею УНР.

Існує доволі цікава легенда про Кам'янець-Подільську фортецю: під час Хотинської війни у 1620-1621 рр. до фортеці наблизився хан Осман II, який був володарем однієї з могутніх на той час держав, і він був вражений наскільки міцними були стіни замку та його величними вежами. Тоді він запитав у своїх підданих: «Хто збудував цю вежу», на що йому відповіли: «Сам Аллах», після чого він відповів: «Тоді нехай Аллах і бере її», і відступив [17].

Товтра Вербецька – це ботанічний заказник державного значення, також є частиною національного природного парку «Подільські Товри». Товтра Вербицька це гора, яка має аж чотири вершини й знаходиться вона біля села Вербка, поруч з містом Кам'янець-Подільський. На території заказника

знаходиться багато рідкісних степових рослин: горицвіт весняний, молочай волинський, сон великий, ковила волосиста, лощиця дніпровська. Товтра – являється унікальним явищем, тому що мільйони років тому тут знаходилися морські рифи й були живі організми, такі як молюски та корали, внаслідок яких й утворилися ці загадкові гори.

Ботанічний заказник «Товтра Вербеська» охороняється як національне надбання, й є складовою частиною системи природних об'єктів та територій, ще перебувають під особливою охороною. Але навіть під таким пильним наглядом та охороною були випадки вандалізму, у 2023 році було викрадено унікальні каміння з заповідної зони парку «Подільські Товтри». Дизайнери з інших міст чітко спланували план по вивезенню цих каменів, які були вкриті лишайниками прямо до дендропарку, який знаходиться у місті Київ [12, 47].

2.2.3. Особливості підготовки інстатуру.

Підготовка інстатуру має певні технічні особливості, які слід врахувати під час етапу розробки, а саме: забезпечити мобільне покриття інтернету, тому що не у всіх зонах, де знаходяться локації, буде сильний сигнал. Для цього можна придбати SIM-карти різних операторів наприклад: Vodafone, Kyivstar, Lifecell, та портативний Wi-Fi, який буде забезпечувати інтернет під час переїзду між локаціями у мікроавтобусі, та під час проведення екскурсії. Також треба завантажити офлайн-мапи, задля запобіганню критичних ситуацій якщо не буде працювати інтернет.

Інстатур базується на тому, щоб робити фото та відео, тому треба забезпечити наявність певної апаратури: Смартфон з хорошою камерою (наприклад: Iphone 14 pro, Samsung Galaxy S23+) або професійну фотокамеру (Sony Alpha a7R II body) та штатив для фотокамери, що дасть змогу знімати довгі експозиції (чудово підійде для гарної зйомки водоспаду); Стабілізатор для зйомки на телефон, наприклад DJI OM 5, який буде доцільний саме для зйомки плавних відео під час руху, прогулянки і т.д.. Для урізноманітнення знімального матеріалу можна орендувати дрон (DJI Mini 3 Pro або DJI Mavic

Air), Також необхідними будуть USB-флешка накопичувач (приблизно 2-3 шт. для фотоапарата та дрона на 128 гб або 64 гб.) та ноутбук, до якого можна буде після екскурсії підключити фотокамеру, дрон або телефон, щоб переглянути результат фото та відео і відправити їх туристам.

Для створення більш привабливих фотографій та відео, можна використовувати постобробку – це обробка фотографій та відео, після того як вони були створені у спеціальному програмному забезпеченні. Можна редагувати кольоротип, яскравість, експозицію, контраст, ретуш тощо. Для цього чудово можуть підійти такі застосунки на телефон та ПК, як: Lightroom, Photoshop (для ПК), PicsArt, Snapseed і т.д.

2.3. Розробка бюджету інстатуру

Розрахування бюджету туру здійснюється на основі обчислення вартості таких складових:

- Транспорт – за договором перевізника вартість оренди буде коштувати **5 850 грн.**, за 13 годин роботи протягом двох днів.
- Проживання – під час даного інстатуру, передбачено ночівлю на 1 ніч в хостелі «Dream hostel Khmelnytskyi». **Вартість такого номеру на 2025 рік коштує 350 грн за особу + податок та збір 16 грн.** Загалом маємо **2 562 грн** на 7 осіб.
- Харчування – певним чином передбачає індивідуальний та варіативний підхід до туристів. Більша частина харчування не включена у вартість екскурсії, що зумовлено вибором їжі та закладів харчування на розсуд туристів та їх бюджет. У вартість включено обід 2-го дня, в кав'ярні-музей «Кава від поліцмейра», де передбачено **комплексний обід** з перед замовленням – **200 грн за особу**. В кінцевому результаті виходить **1 800 грн за 9 осіб** (+ гід та водій).

- Туристичні об'єкти – відвідування об'єктів здійснюється на безоплатній основі, окрім екскурсії до «Музею-студії фотомистецтва», замовлення екскурсії коштує **450 грн.**

- Страховання – передбачається медичне страхування та страхування від нещасних випадків (активний туризм), від її компанії ТАС пакету «ТАС мандри» по Україні, вартість якого коштує 100 грн за 1 особу на 2 дні. У підсумку виходить **700 грн за 7 осіб.**

- Оренда обладнання – обладнання буде орендуватися лише на 2-й день екскурсії: фотокамера Sony Alpha a7R II body – **540 грн**; штатив до камери – **90 грн**; дрон DJI Mavic Air – **600 грн**; стабілізатор на телефон – **150 грн**; 3 карти пам'яті (2 на 128 гб та одна на 64 гб): на **128 гб – 120 грн/ 1 шт**, на **64 гб – 75 грн/1 шт..** Загальна вартість оренди обладнання становить **1 695 грн [64].**

Загальний кошторис витрат та собівартість туру вказані у таблиці 2.1, яка наведена нижче.

Таблиця 2.1

Кошторис витрат та собівартість фототуру

№	Найменування послуги	Вартість на 1 туриста, грн	Вартість на 8 туристів, грн
Прямі витрати			
1.1	Трансфер: 13 год. за 2 дні*450 грн = 5 850 грн	835,71	5 850 грн
1.2	Проживання: 1 восьмимісний номер 350 грн/ на 1 особу + 16 грн. податок та збір*7 = 2 562 грн	366	2 562 грн
1.3	Харчування: Обід - 200 грн*9 = 1800 грн	257	1800
1.4	Екскурсія в музеї: Замовлення екскурсії 450 грн.	64,28	450
1.5	Реклама в соціальних мережах (Instagram, Facebook, TikTok)	285,71	2 000
1.6	Оренда обладнання: фотокамера Sony Alpha a7R II body – 540 грн ; штатив до камери – 90 грн ; дрон DJI Mavic Air – 600 грн ; стабілізатор на телефон – 150 грн ; 3 карти пам'яті (2 на 128 гб та одна на 64 гб): на 128 гб – 120 грн/ 1 шт , на 64 гб – 75 грн/1 шт..	242,14	1 695

	Загальна вартість оренди обладнання становить 1 695 грн.		
1	Сума прямих витрат	2 051	14 357
2	Постійні накладні витрати (непрямі) – 3 тури на місяць	4622,8/3/7=220,1	1 540,7
2.1	ЄСВ супроводжуючий на підставі трудового договору з нефіксованим робочим часом (22% від мін. заробтньої плати. Мінімальна з/пл. становить 8 000 тис. грн) $8\,000 * 0,22 = 1\,760$ грн	-	1 760
2.2	Єдиний податок ФОП 1: становить 10% від прожиткового мін. Прожитковий мінімум становить 3 028 грн. (на 1.01.2025 р.) $3\,028 * 0,1 = 302,8$	-	302,8
2.3	ЄСФ ФОП 1 групи: 22% від мін. з/пл. Мін з/пл становить 8000грн.) $8000 * 0,22 = 1\,760$ грн	-	1 760
2.4	*Разом податки ФОП 1 групи ССО (спрощеної системи оподаткування) за місяць	1 760+302,8+1 760+800=4622,8 за 1 місяць	
2.5	Військовий збір (10% від мін. з/пл. Мін з/пл становить 8000грн.) $8000 * 0,1 =$	800	
3	Страховання: Страхова група ТАС передбачає пакет страхування для подорожей по Україні «Мандри-Україна»	100	700
4	Загальна вартість туру	2 371,1	16 597.7
5	Нормальний прибуток 10% від загальної вартості туру	237,11	1 659,77
6	Загальна собівартість туру (загальна вартість туру + нормальний прибуток)	2 608,21	18 257,47
7	Кінцева вартість туру	2 615	18 305

Отже, виходячи з даних таблиці можна поглянути на всі особливості загальної вартості інстатуру:

- Вартість туру на одну особу складає 2 615 грн.;
- Вартість туру на сім осіб складає 18 305 грн.

Тож, таким чином, у вартість інстатуру включено: страхування, реклама у соц. мережах, екскурсію до музею-студії, проживання у хостелі, обід на другий день, трансфер, оренду обладнання та всі необхідні оподаткування.

Не входить у вартість туру: обід вечеря 1-го дня та сніданок і вечеря 2-го дня. Також особисті витрати на сувеніри абощо.

Стосовно конкурентоспроможності, то можна сказати, що ціна за 2-х денний тур, що включає в себе проживання у хостелі, проведення екскурсії в музеї, трансфер, необхідне для фото та відео зйомки обладнання та обід другого дня – вартість у 2 615 грн. є цілком конкурентоспроможною. Якщо звернути увагу на тури, які були проаналізовані в першому розділі (підпункт 1.4.), то можна сказати що ціна є цілком конкурентоспроможна на сучасному туристичному ринку України.

ВИСНОВКИ

Дане дослідження надало нам змогу виконати усі поставлені завдання та досягти мети – створити авторський інстатур Хмельниччиною.

1. Дослідженню теоретичні основи інстатуризму. Інстатуризм – це новітній вид туризму, що активно розвивається кожного дня. Він бере початок ще з кінця XVII ст., коли був популярним Гранд тур Європою, в якому подорожували люди щоб замовляти власні портрети на фоні визначних тогочасних пам'яток. Гранд тур залишався популярним до 1840-х років, після чого почала розвиватися європейська залізнична система, що надала змогу подорожувати світом різним верствам населення.

Інстатуризм почав набирати свою популярність лише декілька років тому, після створення платформи Instagram 6 жовтня 2010 року. Саме ця соціальна мережа вплинула на урізноманітнення туризму шляхом створення фото або відео з подорожей або цікавих та унікальних локацій. Його інтерфейс та відображення різних видів творчості шляхом показу відео, публікацій фото або сторіс, захоплює людей і надає багато можливостей для створення власного контенту та стилю.

Інстатуризм також має декілька значень, таких як:

- *Інстатуризм як форма самовираження* – це спосіб продемонструвати свій стиль життя, бачення та смаки через створення унікальних фотографій й відео з інстаграмних локацій.
- *Інстатуризм як цифровий маркетинг* – це потужна стратегія в SMM, яка базується на створенні емоційного та естетичного контенту, здатного залучати аудиторію та формувати бажання подорожувати.
- *Інстатуризм як форма віртуального туризму* – це явище, що надає змогу користувачам отримувати досвід подорожування саме через соціальні мережі, не відвідуючи місце фізично, тобто віртуально.

- *Інстатуризм як культурний обмін* – це коли користувачі діляться власним досвідом подорожей через візуальний контент в Instagram, тим самим поширюючи знання про культуру, національну кухню та звичаї, стиль життя та мову інших країн і народів.

Термін «інстатуризм» є поєднанням двох слів: «Instagram» та «туризм», що відображає тенденцію коли мандрівники діляться своїм досвідом з подорожей саме в цій соціальній мережі. Сьогодні він є не лише способом популяризації туристичних напрямків, але й інструментом культурного обміну, створення економічних можливостей і навіть формування нових цінностей у суспільстві.

2. Сутність поняття «інстатурист» було окреслено через цільову аудиторію таких турів - активних користувачів Instagram, які шукають фотогенічні локації, яскраві емоції та культурно-естетичну складову подорожі. В більшості випадків це контент-мейкери та блогери, які можуть використовувати свою популярність та вплив для просування різних ідей або цінностей. Головними рисами діяльності інстатуриста є:

- Фокусування на туристичних локаціях;
- Використання трендових хештегів, та слідування трендам;
- Рекламування туристичних послуг;
- Показ деталей подорожі;
- Розвиток «сторіс-культури».

Інстатуристи можуть використовувати різні варіанти та девайси для створення ідеальної картинки та кадру, шляхом використання професійної апаратури та пошуком привабливих локацій.

3. Було виявлено, що у світовій практиці інстатури стали важливою частиною для туристичної індустрії: маршрути почали формуватися з урахуванням фотогенічності локацій, зручності доступу, привабливих кадрів та можливості створення візуального контенту. Саме тому інстатуризм є

явищем, через яке люди обирають місця та локації які визначаються своєю популярністю в соціальних мережах. Також вони розділяються на певні категорії: *різні формати: групові, індивідуальні та VIP-тури; високий темп подорожей, тому що складаються з короткотривалих зупинок на локаціях; відсутність культурно-пізнавальної мети в подорожах; прибутковість, при умові платності для туристів за унікальність і екзотику локацій (плату за «секретні або таємні» місця).*

Було проаналізовано **світові** інстатури: Інстатур на Балі «Найвідоміші місця», Інстатур Нуса-Пеніда «найвідоміші місця»; та інстатури **Україною**: інстатур Рівненщиною; Інстатур: Підгорецький замок і будинок лісника. В даних турах було виявлено схожі риси з включенням відомих локацій в маршрут, відвідуванням незвичних та екзотичних місць (більше в світових інстатурах), маловисвітлених локацій, які при цьому мають естетичний вигляд, що чудово зможуть підійти саме для такого різновиду туризму.

4. Розроблено авторський інстатур Хмельниччиною з урахуванням як більш відомих так і менш популярних локацій, що мають історико-культурну цінність та мають гарний вигляд, що може дозволити створювати візуальний контент на їхньому фоні. Було проаналізовано туристичний потенціал Хмельниччини для створення інстатуру та зроблено перелік інстатуристичних об'єктів міста. Також було взято до уваги включити в основний перелік авторського інстатуру об'єкти відвідування, що являються маловідомими та популярними але при цьому, мають дуже культурно-історичну та естетично привабливу цінність. Так як в Україні продовжується воєнний стан, хоч місто не знаходиться в небезпечній зоні, з міркувань безпеки було додано карту укриттів у місті Хмельницький. Розроблений тур вирізняється рядом характеристик:

Тема інстатуру: «Відкрий красу Хмельниччини». Кількість об'єктів відвідування: 19. Кількість учасників туру: 7. Вартість туру на 1 особу: 2 615 грн (у вартість інстатуру включено: страхування, реклама у соц. мережах, екскурсію до музею-студії, проживання у хостелі, обід на другий день,

трансфер, оренду обладнання та всі необхідні оподаткування. Не входить у вартість туру: обід вечеря 1-го дня та сніданок і вечеря 2-го дня. Також особисті витрати на сувеніри абощо). *Тривалість*: 2 дні / 1 ніч у восьми місному номері в хостелі «Dream hostel Khmelnytskyi». *Протяжність маршруту*: 279,6 км (день 1 – 18,6 км; день 2 – 261 км), буде забезпечено трансфер у вигляді мікроавтобуса Mercedes Sprinter місткістю на 18 осіб.

Цільова аудиторія інстатуту – це переважно люди, які прагнуть створювати яскраві фото та відео на тлі культурних пам'яток та природних ландшафтів. Тревел-блогери та контент-кріейтори цілком можуть доповнити групу. Тур відкритий для учасників різного віку, об'єднаних спільним інтересом – бажанням зафіксувати унікальні враження. Саме тому маршрут включає різноманітні локації, які можуть сподобатися та зацікавити кожного. Програма туру включає два дні вражаючої подорожі Хмельниччиною.

Під час першого дня (з 15:30 – 18:50) буде знайомство з містом, куди включено історичні пам'ятки, сучасні об'єкти та природні об'єкти, що надасть змогу створити безліч контенту на їх фоні, а саме: піша прогулянка вулицею Проскурівська, відвідування ТЦ «Либідь Плаза», прогулянка Набережною, дендропарком, відвідування «Хмельницький музей-фотостудія» та проведення екскурсії, піша прогулянка до скверу ім. Т.Г. Шевченка та відвідування «площі Незалежності». Завершується перший день поверненням трансфером до хостелу, після чого туристи зможуть самі прогулятися вечірнім містом.

Другий день (з 8:00 – 18:00) спрямований на ознайомлення з культурними особливостями Хмельниччини та відвідуванням низки цікавих об'єктів, а саме: Сутковецького замку та Свято-Покровської церкви-фортеці XIV-XVIII ст., відвідування палацу Орловських та Малієвецького водоспаду, – відвідування локацій «Новопланівський міст» та «Смотрицький каньйон», відвідування Триумфальної арки, «Замковий міст», відвідування «Кам'янець Подільської фортеці», та відвідування «Товтра Вербецька». Завершується

інстатур поверненням до Хмельницького, після чого трансфер відвезе туристів до залізничного вокзалу.

Підготовка до інстатуру обумовлює ряд технічних особливостей, стосовно забезпечення чудового інтернет покриття та орендуванням достатньої кількості фотоапаратури, так як тур зумовлений на створенні фото та відео контенту. Також важливо документально оформити роботу туристичної агенції із перевізником (договір на транспортні послуги) та підготувати й оформити страхування.

Кошторис витрат та загальний прорахунок інстатуру дозволили встановити вартість на 7 осіб у розмірі 18 305 грн., якщо розглядати суму на одну особу, то це буде коштувати 2 615 грн. Стосовно конкурентоспроможності, то можна сказати, що ціна за 2-х денний тур, що включає в себе проживання у хостелі, проведення екскурсії в музеї, трансфер, необхідне для фото та відео зйомки обладнання та обід другого дня є цілком конкурентоспроможним.

Таким чином, результати дослідження демонструють актуальність теми та демонструють, що Хмельниччина має високий потенціал для створення та проведення інстатурів. Розроблений тур може бути реалізованим на практиці, що дозволить сприяти розвитку туристичної діяльності в даному регіоні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. 12 найцікавіших місць Хмельниччини. Афіша Хмельницького. URL: <https://moemisto.ua/km/blog/naytsikavishi-mistsya-hmelnichchini-825.html> (дата звернення: 10.05.2025).
2. 150 TOP TRAVEL INFLUENCERS IN 2024 (UPDATED). Amra & Elma. URL: <http://surl.li/kojskw> (дата звернення 02.03.2025)
3. Бакота. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бакота> (дата звернення: 30.04.2025).
4. Будзей О. Щаслива арка. Кам'янець-Подільський місто загадок та легенд. URL: <https://turism-kp.com.ua/istoria/arka.shtml> (дата звернення: 01.05.2025).
5. Водоспад Малієвецький. Funtime. URL: <https://funtime.com.ua/nature/waterfall-maliyevetskyi#lg> (дата звернення: 09.05.2025).
6. Григоренко М. Названо найінстаграмніші місця в світі у 2023 році. *УНІАН* *інформаційне агентство.* URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/top-50-naybilsh-instagramnih-mist-svitu-v-2023-roci-12130626.html> (дата звернення: 22.03.2025).
7. Давидова Н. Стамбул: ТОП-10 місць для відвідування. Lowcost UA. URL: <https://lowcost.ua/istanbul-top10/> (дата звернення: 09.04.2025).
8. Державний історико-культурний заповідник "Межибіж". URL: https://ye.ua/dovidnuk/Derzhavniy_istoriko_kulturniy_zapovidnik_Mezhibizh (дата звернення 16.04.2025).
9. Замковий (Турецький) міст, Кам'янець-Подільський. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/68205_zamkovyy-tureckiy-most.htm (дата звернення 17.04.2025).
10. Замковий міст (Кам'янець-Подільський). *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/wjlbej> (дата звернення 17.04.2025)

11. Замок Острозьких в Старокостянтинові. Віртуальний музей спадщини Князів Острозьких. URL: <https://ostvr.com/uk/zamok-starkon> (дата звернення: 18.04.2025).
12. Знайомство з Хмельниччиною: Вербецька товтра – гора з чотирма вершинами. Хмельницька обласна рада. URL: <https://km-oblrada.gov.ua/znajomstvo-z-hmelnichchynoyu-verbeczka-tovtra-gora-z-chotyurma-vershynamy/> (дата звернення: 18.05.2025).
13. Знайомство з Хмельниччиною: вулиця Проскурівська в обласному центрі. Хмельницька обласна рада. URL: <https://km-oblrada.gov.ua/znajomstvo-z-hmelnichchynoyu-vulyczya-proskurivska-v-oblasnomu-czentri/> (дата звернення: 19.05.2025).
14. Знайомство з Хмельниччиною: Сутковецький замок (руїни). Хмельницька обласна рада. URL: <https://km-oblrada.gov.ua/znajomstvo-z-hmelnichchynoyu-sutkoveczkyj-zamok-ruyny/> (дата звернення: 18.05.2025).
15. ІНСТА-ТУР: ПІДГОРЕЦЬКИЙ ЗАМОК І БУДИНОК ЛІСНИКА. Молодіжний туризм. URL: <https://mtourism.com.ua/tours-of-lviv-region-ua/999-insta-tour-po-lvivshchyni-ua> (дата звернення 14.04.2025)
16. Інформація про Антон Птушкін. *Журнал Forbes Ukraine*. URL: <https://forbes.ua/profile/anton-ptushkin-181> (дата звернення: 28.03.2025).
17. Кам'янець-Подільська фортеця. Все про відпочинок в Карпатах та Україні. URL: <https://karpatium.com.ua/pamyatky-arkhitektury/kamianets-podilska-fortetsia> (дата звернення: 20.04.2025).
18. Кам'янець-Подільська фортеця. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/rhsqtp> (дата звернення 9.05.2025)
19. Карта захисних споруд Хмельницької громади. Хмельницька міська рада. URL: <https://www.khm.gov.ua/uk/content/karta-zahysnyh-sporud-hmelnyuskoyi-gromady> (дата звернення: 02.05.2025).
20. Коновалова О. Водоспади Хмельниччини, які не поступаються карпатським, — туристично-інформаційний центр.

URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/528923-vodospadi-hmelniccini-aki-ne-postupautsa-karpatskim-turisticno-informacijnij-centr/> (дата звернення: 12.05.2025).

21. Коновалова О. Хмельницький дендропарк "Поділля" – колишнє місце сільськогосподарських виставок. Суспільне Хмельницький. URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/559491-hmelnickij-dendropark-podilla-kolisne-misce-silskogospodarskih-vistavok/> (дата звернення: 30.04.2025).

22. Коновалова О. Хмельницький сквер імені Шевченка – колишнє місце для випасання худоби. Мандруй Україною | DISCOVER.UA. URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/548013-hmelnickij-skver-imeni-sevcenka-kolisne-misce-dla-vipasanna-hudobi/> (дата звернення: 27.04.2025).

23. Кошарська О. Хмельниччина потрапила до мапи «Туристичних магнітів України». Всім.юа. Хмельницький. URL: <https://vsim.ua/Podii/hmelnichchina-potrapila-do-mapi-turistichnih-magnitiv-ukrayini-11881806.html> (дата звернення: 09.04.2025).

24. Майдан незалежності, Хмельницький. find-way. URL: <https://find-way.com.ua/oblast/khmelnyska/khmelnyskiy/maidan-nezalezhnosti-khmelnyskiy> (дата звернення: 20.04.2025).

25. Майдан Незалежності. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://khmel.travel/majdan-nezalezhnosti/> (дата звернення 2.05.2025).

26. Малієвецький водоспад. Мандруй Україною | DISCOVER.UA. URL: <https://discover.ua/ru/locations/stucnij-vodospad-u-maliivcah> (дата звернення: 03.05.2025).

27. Мілан. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.gd/tiivji> (дата звернення 4.05.2025).

28. Музей-студія фотомистецтва. Управління культури і туризму Хмельницької міської ради. URL: <https://kult.km.ua/Muzey-studIya-fotomistetstva> (дата звернення: 22.04.2025).

29. Набережна річки Південний Буг. *Комунальне підприємство Хмельницької міської ради «Хмельницький туристично-інформаційний центр»*, 2025. URL: <https://khmel.travel/naberezhna/> (дата звернення 20.04.2025)
30. Найдивовижніший Малієвецький водоспад дивує неперевершеною природної краси. Хмельницька обласна військова адміністрація. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=24152> (дата звернення: 21.04.2025).
31. Нью-Йорк. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/sscqja> (дата звернення 4.05.2025)
32. ОЛІЙНИК І. О. Новопланівський міст в Кам'янці: про історію будівництва та особливості конструкції. URL: https://ye.ua/istiriya/51794_Novoplanivskiy_mist_v_Kam_yanci_pro_istoriyi_budivnictva_ta_osoblivosti_konstrukciyi.html (дата звернення: 24.04.2025).
33. Офіційний сайт Либідь-Плаза. URL: <https://lybid-plaza.ua/> (дата звернення 27.04.2025)
34. Палац Орловських (Маліївці). *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/gxmrqs> (дата звернення 26.04.2025)
35. Палац Орловських у Маліївцях. Хмельниччина Туристична. Каталог пансіонатів, баз відпочинку 2022. URL: <https://turist.km.ua/ua/2022/05/21/palats-orlovskiyh-u-maliyivtsyah/> (дата звернення: 29.04.2025).
36. Париж. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/fouewu> (дата звернення 27.04.2025)
37. Парк Хітачі. Planet of hotels. URL: <https://guide.planetofhotels.com/ru/yaponiya/hitatinaka/park-hitachi> (дата звернення: 12.04.2025).
38. Парфененко Г. Місцеві жителі Санторіні змушені жити в печерах через наплив туристів: натовп такий, що вже неможливо пересуватися вулицями. URL: <https://dip.org.ua/greciya/mistsevi-zhyteli-santorini-zmusheni-zhyty-v-pecheraх-cherez-naplyv-turystiv/> (дата звернення: 21.03.2025).

39. Пасьтернак Д. Факт в історії: про Смотрицький каньйон у Кам'янці-Подільському.

URL: https://ye.ua/istiriya/63273_Fakt_v_istoriyi_pro_Smotrickiy_kanyon_u_Kam_yanci_Podilskomu.html (дата звернення: 12.04.2025).

40. Печера Атлантида. Бакота, Кам'янець-Подільський район Туристичний Інформаційний Центр.

URL: <https://bakota.com.ua/travel/atlantyda/> (дата звернення: 31.03.2025).

41. Подільські Товтри (національний парк). *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/cjepad> (дата звернення 5.05.2025)

42. Пузатко О. Сутківці. Унікальна церква-фортеця та руїни замку. Сімейні подорожі. Блог Олени та Євгена Пузатко. URL: <https://elenapuzatko.com/ru/sutkovcy-unikalnaya-cerkov-krepost-i-ruiny-zamka/> (дата звернення: 26.04.2025).

43. Пьоришкіна М. Санторіні: все про один з найкрасивіших курортів світу. URL: <https://tripmydream.ua/media/lichnoe-vpechatlenie/santorini-belosnezhnoe-chudo-grecii> (дата звернення: 05.03.2025).

44. Свято-Покровська церква та руїни замку. Сутківці. Бібліотека для громади. URL: <https://sutbibl.wordpress.com/свято-покровська-церква/> (дата звернення: 19.04.2025).

45. Смотрицький каньйон. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.lu/xiyesa> (дата звернення 7.05.2025)

46. Смотрицький каньйон. Мандруй Україною | DISCOVER.UA. URL: <https://discover.ua/ru/locations/smotrickiy-kanon> (дата звернення: 07.05.2025).

47. Товтра Вербецька. *Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії*. URL: <https://surl.li/dmjccqv> (дата звернення 8.05.2025)

48. Топ 3 українські тревел-блогери, на яких варто підписатися в інстаграмі. Радіо МАКСИМУМ. URL: https://maximum.fm/top-3-ukrayinski-trevel-blogeri-na-yakih-varto-pidpisatisya-v-instagrami_n197305 (дата звернення: 29.03.2025).

49. Триумфальна арка (Кам'янець-Подільський). *Матеріал з Вікіпедії вільної енциклопедії*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Триумфальна_арка_\(Кам'янець-Подільський\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Триумфальна_арка_(Кам'янець-Подільський)) (дата звернення: 10.05.2025).
50. ТЦ Либідь Плаза, Хмельницький. *Енциклопедія новобудов*. URL: <https://novobudovy.com/torhovi-tsentry-khmelnytskohe/trc-libid-plaza> (дата звернення: 10.05.2025).
51. Фортеці та замки Хмельниччини. МоеМисто. URL: <https://moemisto.ua/km/blog/fortetsi-ta-zamki-hmelnychchini-177.html> (дата звернення: 03.04.2025).
52. Хмельницька область, яку ви не знали: 10 цікавих локацій для уїк-енду!. Мандруй Україною | DISCOVER.UA. URL: <https://discover.ua/ru/inspiration/hmelniccina-aku-vi-ne-znali-10-cikavih-lokacij-dla-vikendu> (дата звернення: 07.04.2025).
53. Хмельницький музей-студія фотомистецтва. *Матеріал з Вікіпедії вільної енциклопедії*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Хмельницький_музей-студія_фотомистецтва (дата звернення: 17.04.2025).
54. Храм Лемпуян: Ворота раю. GetYourGuide. URL: <https://www.getyourguide.com/uk-ua/regentstvo-karangasem-1190139/khram-lempuiang-vorota-raiu-t649642/> (дата звернення: 12.04.2025).
55. Хто і як придумав Instagram: історія створення соціальної мережі. Control. URL: <https://control-cs3487590.prom.ua/ua/a462302-kto-kak-pridumal.html> (дата звернення: 02.03.2025).
56. Чернишова С. В. ГРАНД-КАНЬЙОН. URL: <https://vseosvita.ua/blogs/hrand-kanion-50926.html> (дата звернення: 08.05.2025).
57. Чудо-Сад в Дубаї (Dubai Miracle Garden). URL: <https://sad.ukr.bio/ua/articles/6688/> (дата звернення: 08.05.2025).

58. Юрій Хмельницький. *Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Юрій_Хмельницький (дата звернення: 30.04.2025).
59. Bali Instagram Tour: The Most Famous Spots. Foreervacation. URL: <https://foreervacation.com/bali-instagram-tour-the-most-famous-spots> (дата звернення 14.04.2025).
60. Behuniak T. The Difference Between Photographers, Artists, and Instagrammers. URL: <https://fstoppers.com/originals/difference-between-photographers-artists-and-instagrammers-299905> (дата звернення: 01.03.2025).
61. Belfiore M. Insta-Tourism, Overtourism, and Disneyization: challenges and solutions for modern tourism. Adfwebmagazine. URL: <https://www.adfwebmagazine.jp/en/architect/insta-tourism-overtourism-and-disneyization/> (дата звернення: 05.03.2025).
62. Big 7. Travel Team. Here Are The Most Instagrammable Places in the World 2024. URL: <https://www.enjoytravel.com/en/travel-news/places-to-visit/50-most-instagrammable-places-in-the-world-2024> (дата звернення: 25.04.2025).
63. Carlo A. The 'Insta-Life': A New Form Of Self-Expression Or A Pic-Perfect Lie?. URL: <https://andreacarlo.medium.com/the-insta-life-a-new-form-of-self-expression-or-a-pic-perfect-lie-2c4d4f911a00> (дата звернення: 12.03.2025).
64. Frame rental. URL: <https://rental.com.ua/catalog/fototehnika> (10.05.2025).
65. Fredericks L. The Complete Guide to Virtual Tourism. URL: <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/virtual-tourism> (дата звернення: 10.03.2025).
66. Hill D. Can Instagrammable tourism find its origins in the seventeenth century?. URL: <https://www.thebubble.org.uk/culture/can-instagrammable-tourism-find-its-origins-in-the-seventeenth-century/> (дата звернення: 27.02.2025).
67. INSTATOUR РІВНЕНЩИНОЮ. Смак пригод. URL: <https://smakprygod.com.ua/instatour-rivne/> (дата звернення 14.04.2025).

68. Leahy K. What's the problem with overtourism?. URL: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-overtourism> (дата звернення: 22.03.2025).
69. Mandry club. Велика Британія - Все про країну, міста, пам'ятки і фото Великобританії. URL: <https://www.pinterest.com/pin/685039793304826575/> (дата звернення: 07.05.2025).
70. Mele E., Kerkhof P. Analyzing cultural tourism promotion on Instagram: a cross-cultural perspective. URL: https://www.researchgate.net/publication/350758011_Analyzing_cultural_tourism_promotion_on_Instagram_a_cross-cultural_perspective (дата звернення: 13.03.2025).
71. Nusa Penida Instagram Tour: The Most Famous Spots. URL: <https://surli.cc/jdylgs> (дата звернення 14.04.2025).
72. Planet of Hotels Editorial Office. The most beautiful instagrammable places in the world for photos. URL: <https://guide.planetofhotels.com/en/blog/most-beautiful-instagrammable-places-in-the-world-for-photos> (дата звернення: 16.04.2025).
73. The Secret Of INSTATOURISM. URL: <http://surl.li/mpruth> (дата звернення 4.03.2025)
74. The Digital Travel Expert. Proven Guide To Instagram Marketing For 10+ Tourism Niches. Digitaltravelexper. URL: <https://digitaltravelexpert.com/instagram-marketing-for-tourism-brands/> (дата звернення: 08.03.2025).
75. TrickyTravellers. Overtourism- What are its Causes and Solutions. TrickyTravellers. URL: <https://www.trickytravellers.com/post/overtourism-what-are-its-causes-and-solutions-misaalmalhotra> (дата звернення: 19.03.2025).
76. Voyage M. How is Instagram changing the way we travel? Medium. URL: <https://matthieuvoyage.medium.com/how-is-instagram-changing-the-way-we-travel-a406a1841cd3> (дата звернення: 04.03.2025).

77. What is Insta tourism and how is it impacting travel?. tourismteacher.
URL: <https://tourismteacher.com/insta-tourism/#0-what-is-insta-tourism-> (дата
звернення: 06.03.2025).

78. Yeo J. Visiting the Starfield Library.
URL: <https://creatrip.com/ru/blog/4896> (дата звернення: 07.05.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Табл. А.1

ТОП-10 найінстаграмніших місць світу (розробка автора)

Назва	Фото
Мілан, Італія [27]	
Гранд Каньйон, США [56]	
Приморський парк Хітачі, Японія [37]	
Лондон, Велика Британія [69]	
Дубайськи Чудо-сад, ОАЕ [57]	

Париж, Франція [36]



Бібліотека Starfield, Південна Корея [78]



Нью-Йорк, США [31]



Ворота Раю в храмі Пура Лемпуянг Лухур, Індонезія [54]



Стамбул, Туреччина [7]



Додаток Б

Табл. Б.1

Туристичний потенціал Хмельниччини (розробка автора)

Назва	Фото
Кам'янець-Подільська фортеця [18]	
Хмельницьки музей-студія фотомистецтва [53]	
місто Бакота [3]	
«Подільські Товтри». [41]	
Державний історико-культурний заповідник «Меджибіж» [8]	

Карстова печера Атлантида [40]



Водоспади Хмельниччини [20]



Старокостянтинівський замок [11]



Додаток В**Табл. В.1****Інстатуристичні об'єкти «Відкрий красу Хмельниччини»****(розробка автора)**

Назва	Фото
Вулиця Проскурівська [13]	
Либідь Плаза [50]	
Набережна [29]	
Дендропарк «Поділля» [21]	
Хмельницький музей-студія фотомистецтва [53]	

Сквер ім. Т. Г. Шевченка [22]		
Площа Незалежності [25]		
2 день		
Сутковецький замок [14]		
Свято-Покровська церква-фортеця XIV-XVIII ст. [44]		
Палац Орловських [34]		

Малієвецький водоспад [5]



Новопланівський міст [32]



Смотрицький каньйон [45]



Тріумфальна арка [49]



Замковий міст [10]	
Кам'янець-Подільська фортеця та Новий замок [17]	
Товтра Вербецька [12]	