

УДК 008

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2022.spec.7>

Худавердієва Вікторія Анатоліївна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму
Державного біотехнологічного університету
ORCID ID: 0000-0002-0100-5079
viki75807@gmail.com

КУЛЬТУРА ТА ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

В статті розглядаються основні аспекти культури, важливість культурної спадщини, культурні аспекти впливу туризму та культури. Культура та туризм взаємно переплітаються і з розвитком людства самі потребують нового розвитку. Культура туризму відіграє важливу роль у гуманітарній освіті та естетиці, в галузі економіки та культурного обміну. Туризм дуже сучасний вид діяльності, популярність якого зростає з кожним днем. Це ціла галузь, індустрія, що об'єднує ряд різних організацій та підприємств, які займаються організацією відпочинку туристів та надають споживачам різноманітні послуги. Дається класифікація релігійного туризму, аналізується стратегія його розвитку, досліджується мотивація релігійних туристів і паломників, розроблена система програмних заходів, яка дозволить сформувати новий туристський продукт, що відповідає потребам і можливостям країн, а також основним тенденціям розвитку релігійного туризму та збереження історико-культурної спадщини. Стаття присвячена питанням залучення культурної спадщини народів у туристську діяльність. Тим часом, зближення культури та туризму є умовою підвищення атрактивності та конкурентоспроможності дестинацій для життя, подорожей, роботи та інвестування. Відзначається тенденція розвитку сучасної культури – підвищення інтересу до музеїв, передусім, до тих, що здійснюють зберігання автентичних зразків художньої, історико-культурної та природної спадщини. Вирізняється два типи пам'яток – культові і флагманські, розглядаються особливості їх використання у туристських цілях і робиться висновок про необхідність їх поєднання для сталого розвитку дестинації. Наводяться міжнародні принципи взаємодії культури та туризму, у яких пріоритет надається локальному контексту. Для ефективного взаємодії культури та туризму пропонується створення спеціальних платформ і механізмів, що ґрунтуються на партнерських відносинах серед широкого кола зацікавлених сторін. Як актуальну форму взаємодії культури і туризму розглядаються подієві заходи. Характеризується процес становлення культурно-пізнавального туризму та сучасні особливості, зокрема, перехід від формування точок зростання у сфері туризму до створення глобальних міжрегіональних туристичних маршрутів на основі культурної спадщини. Теоретичні положення ілюструються прикладами з вітчизняної та зарубіжної практики на національному, регіональному та локальному рівнях.

Ключові слова: культура, культурна спадщина, пам'ятки, музеї, події, культурний туризм, релігійний туризм, паломництво.

Khudaverdiyeva Viktoriya. CULTURE AND TOURISM AS A COMPONENT PART OF THE HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE IN GLOBALIZATION AND EUROPEAN INTEGRATION

The article examines the main aspects of culture, the importance of cultural heritage, cultural aspects of the influence of tourism and culture. Culture and tourism are mutually intertwined and, with the development of humanity, they themselves need new development. The culture of tourism plays an important role in humanitarian education and aesthetics, in the field of economy and cultural exchange. Tourism is a very modern activity, the popularity of which is growing every day. This is a whole industry, an industry that unites a number of different organizations and enterprises that are engaged in the organization of tourists' recreation and provide various services to consumers. The classification of religious tourism is given, the strategy of its development is analyzed, the motivation of religious tourists and pilgrims is studied, a system of program activities is developed, which will allow the formation of a new tourist product that meets the needs and capabilities of countries, as well as the main trends in the development of religious tourism and the preservation of historical and cultural heritage. The article is devoted to the issue of involving the cultural heritage of peoples in tourism. Meanwhile, the convergence of culture and tourism is a condition for increasing the attractiveness and competitiveness of destinations for living, traveling,

working and investing. The tendency of the development of modern culture is noted – increasing interest in museums, first of all, in those that store authentic examples of artistic, historical, cultural and natural heritage. Two types of monuments are distinguished – iconic and flagship, the peculiarities of their use for tourist purposes are considered, and a conclusion is drawn about the need for their combination for the sustainable development of the destination. International principles of the interaction of culture and tourism are given, in which priority is given to the local context. For the effective interaction of culture and tourism, it is proposed to create special platforms and mechanisms based on partnership relations among a wide range of interested parties. Events are considered as a relevant form of interaction between culture and tourism. The process of formation of cultural and educational tourism and modern features are characterized, in particular, the transition from the formation of growth points in the field of tourism to the creation of global interregional tourist routes based on cultural heritage. Theoretical positions are illustrated by examples from domestic and foreign practice at the national, regional and local levels.

Key words: culture, cultural heritage, sights, museums, events, cultural tourism, religious tourism, pilgrimage.

Вступ. Культура та туризм взаємно переплітаються і з розвитком людства потребують нового розвитку. З розвитком туристичної галузі культура туризму дедалі більше потрапляє до зору науки. Культура туризму відіграє важливу роль у гуманітарній освіті та естетиці, в галузі економіки та культурного обміну. Туризм – сучасний вид діяльності, популярність якого зростає з кожним днем. Це ціла галузь, індустрія, що об'єднує ряд різних організацій та підприємств, які займаються організацією відпочинку туристів та надають споживачам різноманітні послуги. Загалом, говорячи про туризм, ми маємо на увазі людей, які відвідують друзів та родичів, відпочивають на канікулах, у відпустках і просто добре проводять час. У сучасному світі туризм, що набирає обертів, є однією з найбільших високоприбуткових і найбільш динамічних галузей економіки [1]. Культура є найважливішою основою процесу розвитку, збереження, зміцнення незалежності, суверенітету та самобутності народів. Мета розвитку культури полягає у забезпеченні добробуту та задоволенні потреб суспільства та кожної людини. Це означає, що кожна людина, кожен народ має право отримувати інформацію, набувати знання і передавати свій досвід [2].

Матеріали та методи. Методологія дослідження передбачає застосування історичного, бібліографічного та аналітичного методів. Схожість шляхів історичної еволюції культури та туризму зумовила спільність нових методів підходу до їх подальшого розвитку: протягом останніх років у більшості країн світу відбувається процес демократизації культури та туризму. Культура та туризм становлять невід'ємну частину людського життя.

Самосвідомість і знання навколишнього світу, розвиток особистості та досягнення поставленої мети – все це немислимо без отримання знань культурного характеру вдома, на роботі та під час подорожей.

Результати. Культурну спадщину народу складають твори художників, архітекторів, музикантів, письменників, учених, майстрів народної творчості – сукупність цінностей, що дають сенс існуванню людини. Воно охоплює як матеріальні, так і нематеріальні твори, що виражають творчість народу, його мову, звичаї, вірування тощо, а також нематеріальне надбання, що включає фольклор, промисли, технічні та інші традиційні професії, розваги рідні фестивалі, церемонії та релігійні ритуали, а також традиційні спортивні змагання тощо. Конвенція (1972 р.) з охорони світового природного та культурного надбання відзначала лише його матеріальні чи фізичні аспекти [3]. Всесвітня Туристська Організація (ВТО) рекомендувала державам – членам організації приєднатися до цієї Конвенції та керуватися як її принципами, так і принципами Хартії культурного туризму, прийнятої на Міжнародному семінарі з туризму у 1976 р. за ініціативою Міжнародної ради з пам'ятників та історичних місцям [4]. Зважаючи на те, що вирішення питань, пов'язаних з охороною природи та культурної спадщини, потребує значних фінансових ресурсів, думки відповідних організацій щодо того, хто повинен відповідати за цей напрямок діяльності, часто не збігаються. У зв'язку з цим було б доцільно порушити питання про класифікацію, основним критерієм якої має бути положення про те, що споживач повинен оплачувати витрати на утримання. На основі

цього принципу можна запропонувати таку класифікацію [5]:

– надбання, в основному використовуване туристами (фестивалі, вистави, пам'ятники, райони, переважно відвідувані туристами, і т. п.)

– надбання змішаного користування (менш значні історичні пам'ятки та музеї, театри, місця, які відвідують екскурсанти, заповідники тощо);

– надбання, що в основному використовується місцевим населенням (об'єкти релігійного культу та цивільні споруди, кінотеатри, бібліотеки та ін.).

Історико-культурні ресурси включають соціокультурне середовище з традиціями та звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності. Однією з найважливіших умов масового розвитку культурного туризму є певна концентрація об'єктів культурної спадщини. Іншим важливим фактором є привертання уваги до культурної спадщини за допомогою її розумної та творчої організації. До основних методів оцінювання культурних комплексів для туристичних цілей можна віднести розрахунок часу, який необхідно витратити для огляду тих чи інших пам'яток, виявлення найбільш важливих для світової культури об'єктів культурної спадщини серед наявних на певній території та проведення порівняльного аналізу різних територій за ступенем їх перспективності та величині їхнього потенціалу в цілому. Цінність культурної спадщини з часом зростає. Насамперед це пов'язано з його фізичним старінням, зміною, руйнацією і втратою [6].

Культурні аспекти впливу туризму – це вплив, який туризм здійснює на матеріальну і духовну сфери діяльності і насамперед на його систему цінностей, знання та громадську поведінку. Виходячи з аналізу туристичної політики держав, досліджень Всесвітньої Туристської Організації (UNWTO) та спеціалізованих міжнародних організацій з туризму, туризм розуміється як діяльність, яка безпосередньо впливає на соціальне, культурне та економічне життя держави [7]. Слід зазначити, що на відміну від різнобічних економічних і політичних відносин, співробітництво у сфері туризму тривалий час не набувало широкого та цілеспрямованого охоплення.

Останнім часом туризм розглядається як найефективніший засіб масової затребуваності та доступності культурних цінностей, як джерело збереження культурної спадщини. У світі відбувається зростання взаємозалежності культури та туризму, зростають можливості підтримки культури через туризм та підйом туризму завдяки багатствам культури. У районах, де спостерігається активна і різноманітна соціально-культурна діяльність, де туризм носить традиційний характер і де кількість туристів поступається чисельності місцевого населення, а їх культурний рівень приблизно однаковий, практично не відзначається особливого культурного впливу туризму. Разом з тим у ряді промислово розвинених районів зростання туризму може спричинити значні зміни в соціальній структурі, а також у навколишньому середовищі та місцевому культурному житті. Це явище заклало основи вивчення проблеми соціальної взаємодії, викликаного контактами між культурами. Характер взаємовідносин між туристами та місцевим населенням значною мірою визначається тим, що обидві групи є носіями різних культур. Контакт між ними викликає культурний шок, що посилюється ще й тією обставиною, що він відбувається в момент, коли туристи відпочивають, а місцеве населення працює [8].

Релігія, дедалі глибше проникаючи у суспільні відносини, відкриває нові горизонти для туристичних обмінів. У населення зростає потреба у духовних цінностях, посилюється інтерес до пам'яток релігійної культури, життя церкви, зокрема монастирів, які стали важливими центрами духовного відродження. Собори, мечеті, культові музеї та духовні центри – це туристські об'єкти, які користуються все зростаючим попитом, тобто релігійний туризм у буквальному значенні слова стає частиною сучасної індустрії туризму. Пам'ятники релігії, історії та культури є суттєвою мотивацією відвідування того чи іншого регіону чи міста. Багато релігійних пам'яток є об'єктами туристичного показу і перебувають під охороною держави. Розвиток загальносвітового інтересу до релігійного туризму не оминув жодну країну. Сьогодні спостерігається процес

становлення туристичних фірм з організації релігійних паломницьких турів, а також деяких паломницьких служб, організованих при монастирях, церквах та інших релігійних організаціях. За останнє десятиліття в світі значно збільшилася кількість туристів, які здійснюють паломництво до відомих святинь, а також прямують за кордон з релігійно-пізнавальними цілями.

Туристом, що подорожує з релігійними цілями, є людина, яка виїжджає за межі звичайного середовища терміном не більше року для відвідування святих місць і центрів релігій. Під релігійним туризмом слід розуміти види діяльності, пов'язані з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, що прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для них середовища [9]. Релігійний туризм – це самостійний вид туризму. Він, як і інші його види, має свої різновиди: паломницький туризм і релігійний туризм екскурсійної спрямованості. Саме поняття паломницького туризму – поїздок до релігійних святинь – заперечується дуже багатьма з тих, хто займається його організацією: для них «паломництво» і «туризм» – поняття різні, іноді навіть взаємовиключні. З цих міркувань використовується термін аналогічного змісту – релігійний туризм чи туризм по місцям знаходження релігійних святинь.

Поняття «релігійний туризм» і «паломництво» не можна змішувати, як це роблять багато сучасних дослідників. Паломництво до «святих місць» – це, мабуть, найдавніша форма туризму, відома ще з давньоєгипетських часів. Релігійна мотивація вже тоді істотно впливала на «туристичні потоки». Тому історія релігійного туризму сягає корінням у століття. Релігійні туристи, і насамперед паломники, пускаються у подорож, коли у них виникає потреба зробити щось більше, ніж звичайні культові події в існуючих умовах середовища їх проживання. Люди вирушають у поїздки святими місцями з різними мотивами: помолитися, вирішити особисті проблеми, знайти собі відповідну релігію, духовну школу та систему цінностей, ознайомитися з культурною спадщиною країни.

З урахуванням того, що в релігійних поїздах беруть участь як віруючі, так і світські

особи, цілі релігійної подорожі можна класифікувати так [10]: 1. Святкування культових обрядів (у таких заходах можуть брати участь паломники з релігійними цілями та туристи як глядачі). 2. Самовдосконалення та ствердження духовного стану (дана мотивація у релігійному туризмі властива як паломникам, так і звичайним туристам). Цей мотив пов'язаний з духовним вдосконаленням. 3. Підвищення власного статусу у релігійній громаді (мотив поїздки належить лише до церковних людей). 4. Поклоніння святому місцю, храму, мощам, отримання зцілення духовного та фізичного (прагнення лише віруючих, паломників). 5. Пізнання духовного «нового», отримання заряду духовної енергії (мотивація належить і віруючим, і світським туристам). 6. Суто світські мотиви: допитливість, отримання естетичного задоволення від архітектури, живопису, іконопису, церковного співу.

Люди, вирушаючи у релігійні поїздки як паломники або як звичайні туристи, мимоволі переносяться зі світу реальності у світ добра і краси релігійних обителів. Світські люди прагнуть до святинь, щоб побачити неповторний архітектурний вигляд культових споруд, їх монументальність і витонченість, почути дзвін, що розливається по всіх околицях. З колишніх руїн з'являються як релігійні пам'ятники – велика краса повертається у світ, краса, втілена у камені, а головне – у душах людей. Крім того, при відвідуванні святих місць величезну роль відіграють природне оточення та історичний ландшафт місцевості. Все це створює особливу ауру православної обителі. Недарма для храму завжди вибиралося найкрасивіше місце у навколишньому ландшафті. Православні святині ставали домінантою пейзажів та водночас його організуючою частиною. Відомі монастирі розташовуються на вершинах високих пагорбів або крутих берегах річок. Звідти відкриваються чудові краєвиди на околиці, а храми ніби зливаються з небесами. Не дарма більшість храмів будувалися саме на піднесеній місцевості, що багато в чому визначало відчуття возз'єднання людського духу з Всевишнім, гармонію людини з природою. З іншого боку, якщо у світської людини цер-

ковні куполи викликають просто естетичне захоплення, то паломникам вселяється думка про домінантне панування Бога над людиною. Загальний вплив туризму, проте, носить складніший характер і може бути як позитивним, і негативним [9]. Найбільш відомі позитивні аспекти впливу туризму: створення робочих місць; збільшення доходів, що призводить до підвищення рівня життя; забезпечення більш активної ролі для жінок і молоді у сфері послуг, що викликає перебудову соціальної структури на сучасних засадах; зростання попиту на продукцію сільського господарства; розширення масштабів виробництва кустарних виробів та насамперед сувенірів.

Спорудження місць туристського розміщення позитивно позначається на стані кон'юнктури у галузі будівництва. Розширюється та модернізується місцева інфраструктура (забезпечення питною водою, будівництво доріг, нових шкіл тощо). Розвиток туризму позитивно позначається на відродженні народних промыслів, традицій та фольклору. Це, у свою чергу, призводить до поживлення місцевого культурного життя, викликає інтерес до історичних пам'яток, звичаїв і місцевих традицій, тим самим вносячи внесок у захист і правильне використання природного та культурного надбання. Розвиток туризму викликає також і негативні наслідки насамперед у тому випадку, якщо він відбувається без попередньої підготовки, спонтанно чи не контролюється. У таких обставинах місцеве населення не має можливості пристосуватися до змін, що відбуваються. Негативні наслідки також мають різноманітний характер: зростання попиту на кваліфіковану робочу силу тих професій, які мають «паразитичний характер»; спекуляція земельними ділянками; забруднення навколишнього середовища; перетворення мистецтва і традицій на предмет купівлі-продажу і т.д. [10].

Для районів, що розвиваються, розробка туристських ресурсів є непростю справою. Досвід вчить, що чим вищий рівень розвитку регіону, великомасштабніші та різноманітніші інші напрями його економіки, тим більша ймовірність того, що розвиток туризму носи-

тиме позитивний характер. Ось чому можна зробити висновок про те, що не туризм сприяє розвитку регіону, а сам розвиток сприяє розширенню туристичної діяльності. Відповідно до іншого погляду туризм лише грає роль каталізатора, що обумовлено індустріалізацією, урбанізацією, і навіть впливом ЗМІ. Якщо розвиток туризму здійснюється широко і соціально мислячими керівниками і менеджерами, він може забезпечити широкий контекст розвитку території, сприяти реалізації антикризових програм, допомагаючи наповненню бюджетів всіх рівнів, підвищення купівельної спроможності населення, підйому економіки загалом.

Туризм сприяє поліпшенню міжкультурної взаємодії, робить внесок у формування соціальної згоди. Туризм поживляє роботу культурних інститутів, активізує фестивальне життя та розвиток локального мистецтва, він – гарант наповнюваності виставок, музеїв, театрів, концертних залів, фестивалів. Розвиток туризму може зменшити бідність, забезпечити зайнятість населення, у тому числі на основі традиційних занять, відродити центри міст, зберігши їх унікальний вигляд, – найважливіший аспект ідентичності та відчуття історичного коріння. Туризм робить свій внесок у розвиток транспортних комунікацій, курортів, будівництво готелів, поживлення промисловості та збуту місцевої сільгосппродукції. Зростанню доходів від туризму сприяє діяльність у тих сферах, які пов'язані з виробництвом та продажем різноманітних інформаційних продуктів про історичні та культурні пам'ятки, шедеври архітектури, мистецтва, художників та ін. [11].

Збільшення кількості туристів, які відвідують те чи інше історико-культурне місце та грошові суми, які вони там витрачають, завжди бажано, оскільки збільшується потік прибутку, необхідний щоб підтримувати пам'ятки культури в потрібному стані. Проте інтенсивність потоку туристів необхідно регулювати для забезпечення збереження пам'ятника та ландшафту. Здійснювати управління потоками туристів досить складно, але можливо і необхідно. Це залежить не тільки від інформації, що надається туристам та

урахування їх інтересів, а також від стратегії розвитку регіону чи історичного міста, від координації дій туристичних організацій та міських служб, партнерства всіх зацікавлених у розвитку туризму органів, а також місцевих мешканців.

Вище було підкреслено провідну роль UNWTO та ЮНЕСКО на міжнародному рівні в галузі туризму та культури, звернуто увагу на координуючу роль цих організацій, спрямовану на сприяння співпраці, передачу технології, досвіду та методів управління, а також на розробку стандартів у галузі туризму та культури. Інші міжнародні організації, міжурядові та неурядові, прямо чи опосередковано зацікавлені в тому, щоб туризм міг зробити свій внесок у збереження пам'яток культури та суспільних цінностей, могли б надати певну допомогу UNWTO та ЮНЕСКО у їхній діяльності. Надання організаціям, до компетенції яких входять питання культури та туризму, статусу, відповідних повноважень та бюджетних коштів є першою умовою успішного здійснення їхньої діяльності [12]. З метою забезпечення дієвого характеру такої співпраці необхідно, щоб культурні та туристичні організації інформували одна одну про основні напрямки своєї роботи.

Створення нових форм культурного туризму є невід'ємною частиною процесу поступового утвердження нової концепції культури та туризму у межах загального процесу розвитку, у якому людині відводиться центральне місце. Це зумовлює необхідність трансформування старих форм туризму у міру того, як його роль у житті сучасного суспільства стає дедалі більшою. Трансформація туризму включає зміни пропозиції та попиту. Найбільш серйозні зміни у плані туристичного попиту відбивають економічний, соціальний і культурний розвиток (збільшення кількості ділових поїздок, поїздок у відпустку, і навіть екскурсій і поїздок у вихідні дні). В рамках «гармонічного розвитку туризму» пропонується низка практичних рішень. Їхня основна мета – забезпечення гармонійного включення засобів прийому туристів у соціальну сферу суспільства та їх пов'язування з місцевими рекреаційними ресурсами шля-

хом участі туристів у місцевому соціальному та культурному житті. Це має доповнюватися відповідними заходами щодо планування міського розвитку. Розвиток туризму з урахуванням середовища відвідування може здійснюватися у різних формах. Однак основною метою залишається забезпечення доброзичливих взаємин між туристами та місцевим населенням [13]. Сучасна індустрія туризму є одним з найбільших високоприбуткових сегментів міжнародної торгівлі послугами, що динамічно розвиваються. При цьому зростання туризму часто відбувається за рахунок появи нових відвідуваних територій, оскільки традиційні райони світового туристичного ринку вже практично досягли межі рекреаційної ємності.

Висновки. Якщо поставити складне теоретичне питання про те, що таке туризм і чому люди при існуванні такого феномена як «духовна осілість», вирушають у подорож, то не можна не відзначити наступне. Ефект туризму пов'язаний з наявністю у ньому естетичних, емоційних сторін, зануренням у привабливішу, ніж зазвичай, довкілля. Привабливість навколишньому середовищу надають природні чи історико-культурні пам'ятки. Історична і культурна насиченість середовища дає людині можливість співпереживати побаченому, що породжує особливий лад думок і почуттів у процесі контакту з кращим, що створено природою та людиною. Туризм базується на зв'язках «людина – естетичне середовище», «людина – історико-культурне середовище» [14]. Для туриста важливим є безпосереднє сприйняття, естетичне переживання і духовне присвоєння багатств культури в їхній справжності. Туризм – один із засобів задоволення людської потреби у різноманітності. Завдяки набуттю нових знань, новим емоціям та розширенню кругозору відбувається підвищення культурного рівня людини.

Покращувати історико-культурну складову міста, регіону, зберігати історичний дух, збільшувати кількість визначних пам'яток і тривалість туристичного сезону, а також проводити роботу з ідентифікації елементів унікальності його вигляду та відповідності їх

найвищим стандартам – все це різні аспекти діяльності, які можуть сприяти більш ефективному використанню найбагатшого культурно-історичного потенціалу. Подорожі та туризм стали сьогодні однією з найзначніших індустрій у світі. За допомогою туризму можливе виконання складних завдань щодо виконання проєктів відродження та збереження культурної спадщини, реставрації пам'яток культури. Феномен ринку – туризм є важелем самофінансування

спадщини, джерелом інвестицій у його збереження, стимулює підтримку культурних, етнічних, релігійних традицій, ремесел і промислів.

Партнерство культури і туризму потребує значного вдосконалення як на національному, так і міжнародному рівні. Випереджальний розвиток цих сфер може значною мірою сприяти розробці міжрегіональних, територіальних програм, вплинути на характер міжнародного співробітництва в цілому.

Література:

1. Шиманська В. В. Туризм як соціально-економічне явище: імперативи розвитку. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2011. № 2. С. 6–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_58
2. Pearce D. G., Butler R. W. (Eds.). *Contemporary Issues in Tourism Development* Routledge. Routledge. 1999. URL: <https://doi.org/10.1002/jtr.254>
3. Конвенція «Про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини» від 16.11.1972 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-089>
4. Хартія культурного туризму від 9.11.1976 р. URL: <https://geohub.org.ua/node/3059>
5. Воронкова В. Г. Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки*. 2010. № 8. С. 23–35. URL: <https://blocklist.net.ua/check/?ip=185.209.178.75>
6. Тенова З. Ю., Кушкова А. Ф. Проблеми збереження культурної спадщини та її роль залученні туристів. *Економіка і управління: проблеми, тенденції, перспективи розвитку*: збірник матеріалів V Міжнародний науково-практичної конференції. 2017. С. 66–68.
7. Звіт ЮНВТО. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021. Managing in a Time of Turbulence*. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <http://www2.unwto.org/>
8. Альошина М. В., Брусильцева Г. М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації. *Бізнес Інформ*. 2014. № 3. С. 197–202. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_32
9. Сіверс В. А., Братусь І. В. Культурологічні аспекти туризму. 2017. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/sivers.htm
10. Будько М. В., Бортников Є. Г. Культурозбережний і культуротворчий потенціал туристичної діяльності. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2009. № 13. С. 334–338. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/budko2.htm
11. Любарець В. В. Культурологія туризму. *Дні науки філософського факультету – 2017*: матеріали Міжнародної наукової конференції, Київ, 25–26 квітня 2017 р. Ч. 4. С. 152–154. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/16845>
12. Антоненко В. Г. Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур. *Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Київський університет туризму, економіки і права. Київ, 10–11 жовтня 2018 р. С. 47–54. URL: <https://infotour.in.ua/filotur19.htm>
13. Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: автореферат дисертації кандидата соціологічних наук, Інститут соціології НАН України. К., 2015. 190 с. URL: <http://www.disslib.org/sotsialni-chynnyky-i-funktsiyi-infrastruktury-turyzmu-sotsiologichnyi-analiz>
14. Рахуба Є. С. Соціокультурне значення туризму. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2019. № 16(2). С. 258–269.

References:

1. Shymans'ka, V. V. (2011). *Turyzm iak sotsial'no-ekonomichne iavysche: imperatyvy rozvytku* [Tourism as a socio-economic phenomenon: development imperatives]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Serii: Ekonomichni nauky – Economy. Management. Innovations. Series: Economic Sciences*. 2011. V. 2. Pp. 6–12. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_58 [in Ukrainian].
2. Pearce, D. G., & Butler, R. W. (Eds.). (1999). *Contemporary Issues in Tourism Development* Routledge. Routledge. Retrieved from: <https://doi.org/10.1002/jtr.254> [in English].

3. Konventsiia «Pro okhoronu vsesvithoi kul'turnoi ta pryrodnoi spadschyny» [Convention "On the Protection of World Cultural and Natural Heritage" dated November 16, 1972] vid 16.11.1972 r. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_089#Text [in Ukrainian].

4. Khartiia kul'turnoho turyzmu vid 9.11.1976 r. [Charter of cultural tourism dated November 9, 1976] Retrieved from: <https://geohub.org.ua/node/3059> [in Ukrainian].

5. Voronkova, V. H. (2010). Rozvytok turyzmu iak sotsial'noho i kul'turnoho iavysha v umovakh hlobalizatsii ta kros-kul'turnoi komunikatsii [Development of tourism as a social and cultural phenomenon in the conditions of globalization and cross-cultural communication]. *Naukovi zapysky Kyivs'koho universytetu turyzmu, ekonomiky i prava. Serii: Filosofs'ki nauky – Scientific notes of the Kyiv University of Tourism, Economics and Law. Series: Philosophical Sciences*. 2010, V.8, S.23–35. Retrieved from: <https://blocklist.net.ua/check/?ip=185.209.178.75> [in Ukrainian].

6. Tenova, Z. Yu. & Kushkhova, A. F. (2017) Problemy zberezhenia kul'turnoi spadschyny ta ii rol' zaluchenni turystiv [Problems of preservation of cultural heritage and its role in attracting tourists.]. *Ekonomika i upravlinnia: problemy, tendentsii, perspektyvy rozvytku. Zbirnyk materialiv V Mizhnarodnyj naukovo – praktychnij konferentsii- Economics and management: problems, trends, development prospects. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference*. 2017. Pp. 66–68. [in Ukrainian].

7. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021. Managing in a Time of Turbulence [UNWTO report. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021. Managing in a Time of Turbulence]. *Ofitsijnyj sajt Vsesvithoi turystychnoi orhanizatsii (UNWTO) – Official website of the World Tourism Organization (UNWTO)*. Retrieved from: <http://www2.unwto.org/> [in Ukrainian].

8. Al'oshyna, M. V. & Brusil'tseva, H. M. (2014). Kros-kul'turni komunikatsii v haluzi turyzmu v umovakh hlobalizatsii [Cross-cultural communications in the field of tourism in the conditions of globalization]. *Biznes Inform-Business Inform*. V. 3. Pp. 197–202. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_32 [in Ukrainian].

9. Sivers, V.A. & Bratus', I.V.(2017) Kul'turolohichni aspekty turyzmu [Cultural aspects of tourism]. Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/sivers.htm. [in Ukrainian].

10. Bud'ko, M. V. & Bortnykov, Ye. H. (2009). Kul'turozberzhnyj i kul'turovorchyj potentsial turystychnoi diial'nosti [Culture-saving and cultural-creating potential of tourist activity]. *Visnyk DITB. Serii : Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu- Herald of DITB. Series: Economics, organization and management of enterprises of the tourism industry and the tourism industry as a whole*. 2009. V. 13. Pp. 334–338. Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/budko2.htm [in Ukrainian].

11. Liubarets', V. V. (2017). Kul'turolohiia turyzmu [Cultural tourism]. *Dni nauky filosofs'koho fakul'tetu – 2017, Materialy Mizhnarodnoi naukovo konferentsii*, Kyiv, 25–26 kvitnia 2017 r. Ch. 4. Pp. 152–154. Vydavnycho-polihrafichnyj tsentr «Kyivs'kyj universytet» – *Days of Science of the Faculty of Philosophy – 2017, Materials of the International Scientific Conference*, Kyiv, April 25–26, 2017. Part 4. Pp. 152–154. Kyiv University Publishing and Printing Center. Retrieved from: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/16845> [in Ukrainian].

12. Antonenko, V. H. (2018). Mistse mizhnarodnoho turyzmu u vzaiemodii i vzaiemozbahachenni kul'tur [The place of international tourism in the interaction and mutual enrichment of cultures]. *Turyzm u KhKhI stolitti: hlobal'ni tendentsii i rehional'ni osoblyvosti, Materialy II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Kyivs'kyj universytet turyzmu, ekonomiky i prava*. Kyiv, 10–11 zhovtnia 2018 r. – *Tourism in the 21st century: global trends and regional features, Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference. Kyiv University of Tourism, Economics and Law*. Kyiv, October 10–11, 2018. Pp. 47–54. Retrieved from: <https://infotour.in.ua/filotur19.htm> [in Ukrainian].

13. Minich, I. M. (2018). Sotsial'ni chynnyky i funktsii infrastruktury turyzmu: sotsiolohichnyj analiz [Social factors and functions of tourism infrastructure: sociological analysis] *Avtoreferat dysertatsii kandydata sotsiolohichnykh nauk, Instytut sotsiolohii NAN Ukrainy- Abstract of the dissertation of the candidate of sociological sciences, Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine*. K., 2015. 190 s. Retrieved from: <http://www.disslib.org/sotsialni-chynnyky-i-funktsiyi-infrastruktury-turyzmu-sotsiolohichnyi-analiz.html> [in Ukrainian].

14. Rakhuba, Ye. S. (2019). Sotsiokul'turne znachennia turyzmu [Sociocultural significance of tourism]. *Ukrains'ka kul'tura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku- Ukrainian culture: past, present, ways of development*. 2019. V. 16(2). Pp. 258–269. [in Ukrainian].