

І. П. Кудінова¹, С. М. Терзі²

Національний університет біоресурсів і природокористування України
кафедра готельно-ресторанної
справи та туризму,

ORCID: ¹ 0000-0002-1324-3840; ² 0009-0005-1479-6841

КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА – БРЕНД ТУРИСТИЧНОЇ УКРАЇНИ

<http://doi.org/10.23939/semi2023.02>.

© Кудінова І. П., Терзі С. М., 2023

Обґрунтовано важливість розвитку культурної спадщини як бренду туристичної України. Доведено, що Україна має великий потенціал для розвитку туризму на основі своєї культурної спадщини. Запропоновано способи вирішення проблем, що перешкоджають його ефективному розвитку. Наголошено, що основну увагу необхідно звернути на розроблення маркетингових стратегій, модернізацію туристичної інфраструктури, забезпечення якості послуг та її охорону. Запропоновано напрями, у разі втілення яких культурна спадщина може стати брендом туристичної України. Розроблено стратегію збереження та просування культурної спадщини України. Новизна цієї стратегії полягає в її інтегрованому підході до збереження та просування культурної спадщини в Україні. Вона враховує комплексні аспекти, зокрема соціокультурні, економічні та технологічні складові, надаючи можливість ефективно реагувати на виклики сучасності. Визначено актуальні проблеми та перспективи розвитку культурної спадщини як бренду сучасного розвитку сфери туризму в Україні.

Ключові слова: культурна спадщина; цінності; традиції; бренд; Україна; туризм.

Постановка проблеми

Культурна спадщина – ключовий фактор ідентифікації для будь-якого народу, що визначає його місце, роль та внесок у розвиток світової цивілізації. Ознайомлення з досягненнями минулих поколінь і доступ до них сприяють рівноважному розвитку особистості як частини суспільства, а також усвідомленню різноманітності світу та необхідності мирного і толерантного співіснування.

Поняття культурних прав людини і громадянина традиційно зараховують до другого покоління прав людини, відразу після особистих і політичних прав, підкреслюючи цим їх значущість. В сучасних умовах у демократичних та правових державах постає завдання забезпечення захисту культурних прав громадян, збереження культурної спадщини та створення умов для всезагального доступу до об'єктів культурної цінності.

Також варто зазначити, що культурна спадщина є однією з ключових складових вітчизняного краєзнавства. Саме це відрізняє нашу країну від інших туристичних напрямів. Унікальна історія, архітектура, ремесла, кулінарні традиції тощо є основою багатой культурної спадщини України. Це може стати ключовим фактором у розвитку туризму, оскільки туристи шукають унікальність і автентичність у культурних переживаннях під час своїх подорожей.

Культурна спадщина втілює успадковану ідентичність особистості, яка охоплює цінності, традиції, культуру та артефакти, передані поколіннями. Це відчуття спадщини насичує наше життя, формує нашу унікальну національну специфіку. Відмінною рисою є те, що культурна спадщина не тотожна із історією. Історія розповідає про минуле, тоді як спадщина охоплює збережені матеріали минулого, свідчення сучасності [1].

Розкриття туристичного потенціалу спадщинних місць допомагає нам пізнати історію та традиції, розвиває наше самоусвідомлення та сприяє глибокому розумінню самих себе. Цей процес розкриває перед нами причини нашої національної ідентичності. Культурна спадщина – фундамент нашої культури, яка важлива у багатьох аспектах, ураховуючи політику, суспільство, бізнес і світогляд.

Культурна спадщина є невід’ємною складовою нашого спільного національного добра, яке відображає історію, традиції та ідентичність поколінь. Збереження цих унікальних об’єктів стає надзвичайно важливим завданням у сучасних умовах. Загроза зникнення, знищення або пошкодження культурних артефактів, особливо в контексті конфліктів і воєн, наголошує на необхідності системного дослідження. Такі наукові студії дають змогу не лише документувати цінність об’єктів спадщини, а й розробляти стратегії їх збереження та відновлення. Вивчення культурної спадщини з погляду її збереження відкриває нові горизонти для міжнародної співпраці та формування програм, спрямованих на захист найцінніших аспектів нашої спільної культурної спадщини.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Оскільки питання, пов’язані з культурною спадщиною, є інтердисциплінарними, окремі його аспекти досліджують у різних наукових напрямках. Географи (О. Бейдик, В. Мацола, К. Поливач) [2, 3] роблять внесок у вивчення культурної спадщини через аналіз просторового розташування об’єктів, географічних особливостей та їх впливу на формування культурного ландшафту. Вони допомагають зрозуміти взаємозв’язок між природними умовами та культурною спадщиною. Культурологи та пам’яткознавці (В. Вечерський [4]) глибше аналізують культурні аспекти об’єктів спадщини. Вони вивчають історію, символіку, архітектуру та мистецький вплив об’єктів на суспільство. Історики та краєзнавці (В. Горбик, Г. Денисенко, Л. Матлай [5]) допомагають реконструювати минуле об’єктів культурної спадщини. Вони вивчають історичні архіви, документи та матеріали археологічних розкопок, розкриваючи таємниці минулих епох. Фахівці з юриспруденції (К. Гевель, Т. Курило, О. Мельничук [6]) розглядають правові аспекти збереження та захисту культурної спадщини. Вони працюють над вирішенням правових питань, пов’язаних з власністю, охороною та реставрацією об’єктів.

Також варто відзначити спроби належно теоретично та методологічно проаналізувати роль та місце культурної спадщини у розвитку туризму, які здійснюють В. Антоненко, О. Ангеловська, Г. Буркацька, В. Вовк, О. Чорна та інші [7–9].

Ці різні напрями досліджень сприяють глибшому та комплекснішому розумінню культурної спадщини та сприяють її збереженню для майбутніх поколінь.

Для дослідження культурної спадщини як бренду України, на нашу думку, необхідно врахувати такі аспекти, як:

- маркетинговий аналіз. Важливо виконати детальний аналіз ринку туризму та культурних подій, визначивши потенційні аудиторії та їхні інтереси;
- стратегія просування. Необхідно розробити ефективну стратегію просування культурної спадщини, зокрема медіакампанії, партнерства та інші маркетингові заходи;
- технологічний прогрес. Врахування сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, мобільні додатки, AR/VR технології для покращення взаємодії із культурною спадщиною;
- оцінювання впливу. Аналіз впливу туризму на культурну спадщину та соціоекономічний розвиток регіонів, ураховуючи аспекти економічного зростання, зайнятості та інфраструктури;

- управління ризиками та збереженням. Розроблення стратегій збереження та захисту об'єктів культурної спадщини в умовах можливих ризиків, зокрема природних катастроф та антропогенних втручань;
- участь спільноти та громадськості. Важливо врахувати думку та ініціативи місцевих спільнот та громадськості у розвитку та просуванні культурної спадщини;
- співпраця із міжнародними організаціями. Розгляд можливостей співпраці з міжнародними організаціями та програмами для підтримки та просування культурної спадщини;
- оцінювання соціокультурного впливу. Врахування соціокультурних аспектів та впливу культурної спадщини на формування та зміцнення ідентичності суспільства;
- моніторинг та оцінювання результатів. Систематичний моніторинг та оцінювання ефективності стратегії, враховуючи реальні впливи на розвиток туризму та збереження культурної спадщини.

Ці аспекти допоможуть створити комплексний підхід до дослідження та розвитку культурної спадщини як бренду України.

Формулювання гіпотез і постановка цілей

На підставі аналізу можна сформулювати основну тезу: розвиток туризму на основі національної культурної спадщини в Україні має значний потенціал, але потребує уважного та збалансованого підходу, фінансової підтримки та акценту на збереженні самої спадщини. Культурна спадщина може стати потужним брендом для розвитку туризму в Україні. Використання цієї спадщини як маркетингового інструменту дасть змогу залучити до країни мандрівників з усього світу, які відчують інтерес до культури, історії та мистецтва.

Мета цього дослідження полягає у вивченні та аналізі ролі культурної спадщини як потенційного бренду для туристичного розвитку України. Основні цілі дослідження такі:

- оцінювання потенціалу: розгляд можливостей використання культурної спадщини як основного компонента туристичного привабливості та конкурентоспроможності України на міжнародному ринку;
- аналіз впливу: дослідження економічного, соціокультурного та екологічного впливу використання культурної спадщини на розвиток регіонів та галузей туризму;
- розроблення стратегій: визначення оптимальних стратегій збереження, відновлення та популяризації об'єктів культурної спадщини для туристичних цілей;
- формування пропозицій: розроблення конкретних рекомендацій для державних та громадських організацій щодо підтримки та розвитку культурної спадщини як бренду туристичної України;
- стимулювання інновацій: виявлення можливостей для впровадження сучасних технологій та інноваційних підходів у збереженні та просуванні культурної спадщини.

Це дослідження спрямоване на сприяння розвитку туризму в Україні через максимальне використання багатства культурної спадщини країни як ключового ресурсу туристичного бренду.

Методи дослідження

Методологічним підґрунтям дослідження є застосування діалектичного й абстрактно-логічного методів пізнання. Теоретичною базою дослідження стали праці видатних економістів, яких визнають класиками економічної науки, а також сучасних українських і зарубіжних науковців у галузі економіки та маркетингу.

Для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку культурної спадщини використано формально-логічні методи, такі як індукція та дедукція, порівняння, аналогії, а також методи змістовно-логічного аналізу та синтезу, гіпотетичний метод, історичний підхід.

Виклад основного матеріалу

Сутність культурної спадщини полягає у накопиченні та передаванні з покоління в покоління цінних матеріальних та нематеріальних елементів, які відображають історію, традиції, цінності та ідентичність певної групи людей чи суспільства. Культурна спадщина охоплює широкий спектр об'єктів, які можуть бути фізичними або ідеальними [10]:

– матеріальна спадщина: архітектурні пам'ятки, музеї, рукописи, релігійні святині, предмети побуту, образотворче мистецтво, антикваріат і технічні досягнення, які свідчать про технологічний та культурний розвиток певної епохи;

– нематеріальна спадщина: це аспекти культурного досвіду, які передаються через усні традиції, ритуали, фольклор, танці, мову, звичаї, музику, гастрономію та інші форми вираження. Ця частина спадщини є менш конкретною, але не менш важливою для збереження культурної ідентичності та сформованості суспільства.

У розвитку туризму в Україні варто акцентувати увагу на популяризації культурної спадщини, розбудові інфраструктури та наданні послуг, пов'язаних із культурою. Важливо також звертати увагу на збереження та відновлення історичних та культурних пам'яток як ключового аспекту розвитку туризму в Україні.

Культурна спадщина й історико-культурні ресурси туризму взаємопов'язані та співвідносяться через кілька ключових аспектів:

– історичні та культурні об'єкти. Культурна спадщина охоплює історичні пам'ятки, архітектурні споруди, музеї, місцевості з історичним значенням та інші об'єкти, які відображають культурну та історичну спадщину. Ці об'єкти стають основою для розвитку туризму, оскільки приваблюють туристів, які цікавляться культурно-історичними аспектами відвідуваного регіону;

– туризм як засіб збереження. Розвиток туризму може сприяти збереженню культурної спадщини. Популяризація і відвідування цих об'єктів підвищують усвідомлення їхньої цінності та необхідності збереження для майбутніх поколінь;

– економічний вплив. Розвиток туризму на основі культурної спадщини може давати значний економічний прибуток. Туристи, що відвідують історико-культурні об'єкти, витрачають кошти на проживання, харчування, придбання сувенірів та інші послуги, що сприяє розвитку місцевої економіки;

– соціокультурний вплив. Туризм на основі культурної спадщини сприяє обміну культурними досвідами та розумінню різноманітності культур, формуванню позитивного сприйняття та поваги до культур інших народів;

– створення інфраструктури. Розвиток туризму в сфері культурної спадщини спонукає до створення необхідної інфраструктури, такої як музеї, виставкові приміщення, готелі, ресторани та інші сервіси, що покращують якість життя місцевого населення.

Отже, культурна спадщина й історико-культурні ресурси туризму співпрацюють для залучення туристів та просування культурного та історичного досвіду певного регіону. Вони створюють важливу базу для розвитку туризму і сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини.

Історико-культурні ресурси туризму – це фізичні та духовні атрибути культури, що виникли в минулому та продовжують створюватися сьогодні на певній території. Вони спроможні задовольнити духовні, пізнавальні та інтелектуальні потреби відпочивальників.

Ключове місце серед історико-культурних об'єктів належить пам'яткам історії та культури, оскільки їх велика привабливість відкриває для туристів широкі можливості насолодитись культурно-пізнавальним досвідом. Історико-культурні ресурси України відіграють важливу роль, а для деяких регіонів – навіть основну, у формуванні туристичного потенціалу. Вони охоплюють різноманітні об'єкти, такі як археологічні та історичні знахідки, середньовічні фортеці та містечка, релігійні споруди різних конфесій, палацові комплекси, місця історичних подій, а також характерні культурні та етнографічні особливості різних етнічних груп, що проживають на території країни [11, 12].

Бренд – це унікальний ідентифікатор, символ або імідж, який відокремлює товар, послугу, організацію або навіть країну від конкурентів. Він виражає певний стиль, цінності та уявлення, а також надійно асоціюється з певними характеристиками або якостями [18, 19].

Культурна спадщина є брендом, оскільки вона є унікальним ідентифікатором країни чи регіону. Вона відображає усю сукупність культурних, історичних, архітектурних та природних аспектів, які роблять це місце відмінним від інших. Культурна спадщина є основним резервуаром традицій, мистецтва та цінностей, які формують колективну ідентичність суспільства.

Такий бренд може бути дуже привабливим для туристів, оскільки він пропонує унікальний досвід та може зацікавити як внутрішніх, так і міжнародних мандрівників. Крім того, успішний розвиток культурної спадщини як бренду може позитивно вплинути на економіку регіону через зростання туристичного руху та розвиток суміжних галузей, таких як гастрономія, рекреація та ремесла [20].

Україна має багату історію, яка відображається у великій кількості населених пунктів з цінними історико-культурними пам'ятками. Відомо, що в країні є 39 історичних міст, заснованих понад тисячу років тому, а також понад 500 міст і містечок з історією, яка сягає 900 років. І навіть більше, є 1 399 міст і селищ та понад 8 тисяч сіл, які містять цінну історико-культурну спадщину. Серед населених пунктів зі збереженою історико-культурною спадщиною у найконцентрованішому вигляді – 371 історичне місто.

Історико-культурних пам'яток в Україні налічується приблизно 53,6 тис. Окрім того, близько 12 тис. з них популярні серед туристів. Проте, за деякими джерелами, тільки близько 5,5 тис. історико-культурних пам'яток залучені в туристичну сферу. Різноманітність і насиченість історико-культурних ресурсів України дають змогу виділити три типи регіонів щодо їх потенціалу для розвитку туризму: регіони з високим, середнім та низьким потенціалом. До регіонів із високим потенціалом належать міста Київ та Львів, а також області Хмельницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Черкаська та Київська. До регіонів з середнім потенціалом – Чернівецька, Донецька, Чернігівська, Вінницька, Харківська, Одеська, Тернопільська, Полтавська та Житомирська області. До регіонів з низьким потенціалом зараховують Сумську, Запорізьку, Дніпропетровську, Луганську, Херсонську, Миколаївську, Рівненську, Кіровоградську та Волинську області [13].

Важливим чинником туристичної привабливості є також те, що Україна має дев'ять об'єктів, які внесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (рис. 1).

Ці об'єкти містять культурні та природні національні пам'ятки. До культурних об'єктів належать Собор Святої Софії, Києво-Печерська Лавра та прилеглі монастирські споруди, ансамбль історичного центру міста Львова, транскордонний об'єкт науково-культурної спадщини “Дуга Струве”, резиденція Далматинських та Буковинських митрополитів, стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора, дерев'яні церкви Карпатського регіону України та Польщі (спільна українсько-польська номінація). У 2023 р. у цей список внесли також історичний центр міста Одеса. Природний об'єкт – древні та первісні букові ліси Карпат та інших регіонів Європи.

Культурна спадщина важлива не лише з погляду збереження історії та культурних традицій, але й завдяки її внеску в формування сучасної ідентичності, туризму, міжнародного розуміння та співпраці. Однак вона може бути під загрозою через природні катастрофи, війни, забуття чи навіть комерціалізацію. Тому збереження культурної спадщини потребує спільних зусиль суспільства, уряду, науковців та громадських організацій [15, 16].

Для досягнення успішного розвитку туризму в Україні на основі культурної спадщини потрібно узяти до уваги кілька проблем та викликів.

По-перше, важливо пам'ятати про необхідність збереження та охорони культурної спадщини. В Україні багато історичних та культурних пам'яток потребують відновлення та реставрації. З метою збереження цих пам'яток для майбутніх поколінь та їх використання для розвитку туризму важливо залучати додаткові кошти та ресурси.



Рис. 1. Об'єкти світової спадщини ЮНЕСКО в Україні [14]

По-друге, Україна має активніше просувати свою культурну спадщину на міжнародному рівні. Цього можна досягти за допомогою рекламних кампаній та подій, спрямованих на привертання уваги іноземних туристів. Також важливо залучати зарубіжних інвесторів та туроператорів для сприяння розвитку туризму в Україні.

По-третє, розвиток інфраструктури, пов'язаної з культурою, є важливим кроком. Наприклад, створення нових музеїв, галерей, театрів та інших культурних об'єктів може привабити туристів. Також потрібно розвивати готельну та транспортну інфраструктуру для комфортного перебування та переміщення туристів.

Взагалі зазначимо, що розвиток туризму на основі культурної спадщини в Україні має великий потенціал для збільшення прибутку та покращення економічної ситуації. Однак для цього необхідні позитивні зусилля та інвестиції в туристичну галузь. Держава може надавати підтримку для створення нових культурних об'єктів та інфраструктури, здійснювати просувальні кампанії, сприяти інвестиціям в туризм.

Також важливо забезпечити збереження та збагачення культурної спадщини, зокрема організувати заходи для популяризації національної культури та збереження традицій. Такі ініціативи допоможуть туристам здобути унікальний досвід і поглибити своє знання про культуру та історію України.

Для успішного збереження культурної спадщини важлива якісна комунікація між представниками різних сфер. Тільки завдяки співпраці між фахівцями різних напрямів можливі якісні зміни в збереженні культурної спадщини. Тому важлива співпраця між громадськими організаціями, владою та громадою.

Успішне, цілеспрямоване і гармонійне відродження культурної спадщини можливе, якщо дії підприємницької спільноти та сформована позиція місцевої громади будуть спрямовані на спільні цілі. Рекомендується впроваджувати практику інтеграції громадян у процеси збереження куль-

турної спадщини, дозволяючи їм приймати спільні рішення задля розвитку територіальної спадщини і громадського простору. Формування ставлення місцевої громади до проблем збереження культурної спадщини можна спрямувати такими шляхами:

- активно розвивати та популяризувати знання про особливості спадщини конкретного історичного міста;
- розробити програму збереження історичного ландшафту та встановити правила для регулювання забудови;
- надавати консультації мешканцям щодо методів та способів збереження культурної спадщини.

Місцеві органи влади повинні переконати місцеву громаду у важливості культурної спадщини для розвитку міста. Для збереження цінності культурної спадщини важливо залучати незалежні від державних фінансових джерел інституції. Культурну політику повинні досліджувати науковці та громадські організації, а їхнє слово повинно стати вирішальним і вагомим у питанні збереження культурної спадщини. Також ці незалежні науковці та громадські організації повинні здобути підтримку і визнання місцевої громади, для якої збереження культурної спадщини є пріоритетним завданням.

У містах рекомендується впроваджувати спільні проекти, які організують місцеві жителі. Щоб подолати недостатній розвиток культури у малих містах та містечках, доцільно оживити історичні сфери економічної діяльності, колись характерні для конкретних поселень, і розвивати сферу послуг для місцевих жителів та гостей. Все частіше жителі відчують віддаленість від активного життя міста, що може призвести до загрози реалізації програм збереження культурної спадщини. Тому важливо відновити взаємозв'язки між владою та громадянами, а також між різними соціальними групами. Активізація історичних сфер діяльності, які є характерними для конкретних поселень, може допомогти вирішити проблему створення нових робочих місць.

Прискорена урбанізація, старіння населення та зменшення сільського населення, яке є носієм та зберігачем народних традицій, стали серйозною загрозою для збереження нематеріальної культурної спадщини. Тому надзвичайно важливо створювати ініціативні групи на місцях, які зможуть збирати та зберігати інформацію від носіїв цих традицій. Це також спонукає молодих спеціалістів вивчати фольклор та народну творчість.

Істотним фактором для культурного розвитку є освітні програми, що залучають небайдужих та ініціативних людей, мотивують їх для організації фестивалів, волонтерських таборів, семінарів, конференцій, освітньо-туристичних подій, святкування днів міста та важливих історичних подій, пов'язаних із історією міста, регіону та країни.

Культурна спадщина може бути потужним брендом для туристичного розвитку України. Культурна спадщина – це багатий і різноманітний архітектурний, історичний, мистецький та етнічний спадок, який є унікальним для кожного регіону країни. Використання цієї спадщини як бренду може привабити туристів з усього світу, які цікавляться культурою, історією та мистецтвом.

Пропонуємо деякі напрями забезпечення формування бренду культурної спадщини (рис. 2):

- тематичні маршрути: розроблення тематичних маршрутів, які охоплюють ключові історичні та культурні пам'ятки різних регіонів країни. Це може бути “Маршрут старовинних міст”, “Мистецький шлях”, “Етнічна спадщина” тощо;

- фестивалі та події: організація різноманітних фестивалів, виставок, концертів та інших культурних подій, які демонструють багатство культурної спадщини України. Це можуть бути також національні свята, ярмарки, фольклорні вистави тощо;

- екскурсії та навчальні програми: пропозиція туристичних екскурсій, під час яких відвідувачі можуть дізнатися більше про історію, архітектуру, мистецтво та культурні традиції кожного місця. Також можна розробляти навчальні програми для шкіл та студентів;

- рекламні кампанії: розроблення привабливих рекламних матеріалів, відеороликів, путівників та іншого контенту, який демонструє культурну різноманітність України та переконує туристів вибрати цю країну для подорожі;

- співпраця з місцевими громадами: залучення місцевих жителів до розвитку туризму зі створенням об'єднань, які займатимуться організацією та підтримкою туристичних заходів, та надання послуг туристам;
- інфраструктура та сервіси: поліпшення інфраструктури та послуг для туристів в окремих регіонах. Це може передбачати реставрацію пам'яток, розвиток готельного бізнесу, ресторанів, сувенірних магазинів тощо.



Рис. 2. Напрями культурної спадщини як бренду України

Джерело: Сформовано авторами

Реалізація такого бренду може зробити Україну привабливим туристичним напрямом для тих, хто цікавиться культурою, історією та мистецтвом. Однак важливо також забезпечити баланс між розвитком туризму та збереженням культурної спадщини, щоб запобігти її деградації.

Завдання розвитку культурної спадщини як бренду туристичної України непросте і супроводжується деякими проблемами, які можуть ускладнити цей процес. Основні проблеми, з якими стикається ця ініціатива, такі:

- недостатні фінансові ресурси. Однією із ключових проблем є обмежений фінансовий потік для розвитку культурної спадщини, що може обмежити потенціал розвитку туризму в цій сфері й, відповідно, уповільнити реставраційні роботи та розвиток інфраструктури;

- необхідність модернізації туристичної інфраструктури. Українські музеї та історичні об'єкти мають великий потенціал для приваблення туристів, але потребують модернізації та підвищення рівня обслуговування для гостей;

- неефективне використання маркетингових стратегій. Важливо розробити ефективні маркетингові стратегії для позиціонування культурної спадщини як ключового бренду туризму в Україні;

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури. Важливо розвивати інфраструктуру для туристів, зокрема готелі, ресторани, транспортні засоби та інші послуги;

- обмежений інтерес держави до туризму. Україна має великий потенціал для розвитку туризму на основі своєї культурної спадщини, але держава звертає недостатньо уваги на цю сферу;

– обмежена доступність культурної спадщини для відвідувачів. Нерідко культурна спадщина України недоступна для відвідувачів через недоліки в транспортній та інформаційній інфраструктурі;

– відсутність координації. Відсутність збалансованого підходу до розвитку туризму національного рівня та координації між різними рівнями влади може спричинити конфлікти і неузгодження у розробленні планів;

– вандалізм та забруднення. Для збереження культурної спадщини необхідні зусилля для запобігання вандалізму, забрудненню та зношенню об'єктів.

Отже, необхідно створити сприятливі умови для розвитку туризму, поліпшуючи якість туристичної інфраструктури та забезпечуючи належні послуги, щоб зробити культурну спадщину доступною для відвідувачів з усього світу. Також важливо гарантувати якість обслуговування та взаємодію у галузі туризму, щоб сформувати позитивне сприйняття України як туристичного напрямку.

Запропонуємо можливі перспективи розвитку культурної спадщини в контексті туризму в Україні, які, на нашу думку, є важливими аспектами для розгляду:

– туристична привабливість. Багата культурна спадщина, архітектурні пам'ятки, історичні міста та фольклорні традиції роблять Україну привабливою для туристів;

– розвиток гастрономічного туризму. Українська кухня має унікальну специфіку, що може особливо зацікавити гастрономічних туристів;

– туризм у сільській місцевості. Села та малі міста мають потенціал для розвитку екотуризму, де туристи можуть ознайомитися із традиційним сільським способом життя;

– культурні маршрути. Розроблення та популяризація культурних маршрутів допоможе об'єднати різні об'єкти культурної спадщини та зробити їх відвідування зручнішим та цікавішим;

– культурний обмін. Взаємодія із іншими країнами щодо культурного обміну може сприяти збереженню та пропагуванню української спадщини;

– інновації у туризмі. Використання сучасних технологій, таких як віртуальна реальність та розширена реальність, може зробити туристичний досвід більш захопливим та незабутнім;

– екологічний туризм. Розвиток екологічного туризму може сприяти збереженню природного довкілля та створити нові можливості для подорожей у природні заповідники та парки.

Також важливо зазначити, що вторгнення росії в Україну націлене на позбавлення суверенної країни її чітко вираженої ідентичності. Ракетні обстріли завдають серйозної шкоди культурній спадщині України. Міжнародне право встановлює норми з метою зменшення кількості жертв серед цивільного населення та обмеження руйнування культурної спадщини – обидві ці дії вважають воєнними злочинами, які має аналізувати міжнародна спільнота. Ось кілька аспектів, які можна врахувати:

– руйнування та пошкодження. Збройний конфлікт призводить до руйнування та пошкодження культурних пам'яток та історичних об'єктів. Багато цінних архітектурних та археологічних пам'яток може бути пошкоджено або знищено унаслідок бойових дій;

– загроза втрати унікальних елементів культури. Конфлікт може створити серйозну загрозу для унікальних культурних елементів, які передаються від покоління до покоління. Це можуть бути національні обряди, мова, традиції тощо;

– евакуація та втрата колекцій. Воєнні події іноді потребують евакуації цінних артефактів та колекцій із музеїв та інших культурних установ. Це може призвести до втрати цінних елементів культурної спадщини;

– втрата доступу до культурних об'єктів. Воєнний конфлікт іноді обмежує доступ до культурних об'єктів для мешканців та туристів, що негативно впливає на можливість вивчення та збереження культурної спадщини;

– мобілізація громадськості. Війна може спонукати громадськість та організації до мобілізації для захисту та відновлення культурних об'єктів. Громадські організації, митці та активісти можуть взяти на себе роль у відновленні та збереженні культурної спадщини.

Загалом, воєнний конфлікт істотно ускладнює збереження та просування культурної спадщини, потребує від держави та громадськості специфічних заходів для захисту цінних культурних цінностей.

Із 24 лютого 2022 року більше ніж 450 об'єктів матеріальної культурної спадщини в Україні серйозно пошкодили або знищили війська РФ. Об'єкти, які входять до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні, перебувають під загрозою руйнування. Саме з цієї причини Міністерство культури та інформаційної політики України створило спеціальний рахунок для збору коштів на відновлення зруйнованих культурних об'єктів [17].

Отже, питання захисту культурних цінностей повинно розглядатися як аспект економічної безпекової політики держави. Проблема збереження культурних цінностей, як в Україні, так і за її кордонами, є однією з найактуальніших. Ці цінності виконують низку важливих функцій – мають освітнє та виховне значення, сприяють підвищенню культурного рівня населення і є символами конкретної держави. Пропаганда об'єктів культурної спадщини сприяє залученню фахівців, громадських організацій та міжнародних організацій у галузі збереження пам'яток, збільшує туристичне навантаження на певний регіон. Водночас культурні цінності мають економічне значення, тому держава повинна розглядати захист цих цінностей через призму безпеки своїх кордонів. Розумний підхід до регулювання обігу культурних цінностей сприяє зміцненню національної свідомості та є важливим фактором збереження національної ідентичності.

Вважаємо за доцільне запропонувати розроблену стратегію збереження та просування культурної спадщини України, що ґрунтується на комплексному підході та передбачає активну співпрацю громадських та державних організацій, стимулювання інновацій та використання передових технологій. Наведемо основні рекомендації:

- розроблення та впровадження програм збереження та реставрації. Співпраця громадських організацій та державних інституцій повинна передбачати створення програм, спрямованих на збереження та реставрацію об'єктів культурної спадщини;

- формування фонду підтримки культурної спадщини. Державні та приватні ініціативи повинні сприяти формуванню фонду, який надаватиме фінансову підтримку для реалізації проєктів зі збереження та реставрації культурної спадщини;

- створення центрів культурної спадщини та інновацій. У містах та регіонах, де розташовані об'єкти культурної спадщини, слід створити центри, що об'єднують експертів, архітекторів, реставраторів та інноваторів, з метою розроблення та впровадження передових методів збереження та просування спадщини;

- залучення молодіжних та навчальних ініціатив. Програми навчання та молодіжні ініціативи повинні сприяти усвідомленню важливості культурної спадщини. Рекомендується впровадження освітніх проєктів, конференцій та курсів для студентів та молоді;

- використання віртуальної та розширеної реальності. Сучасні технології, такі як віртуальна та розширена реальність, можна використовувати для створення віртуальних турів та інтерактивних презентацій культурних об'єктів;

- партнерство з міжнародними організаціями та фондами. Україна може налагодити партнерство з міжнародними організаціями та фондами, що спеціалізуються на збереженні культурної спадщини, для обміну досвідом та залучення додаткових ресурсів.

Ці рекомендації є ключовими елементами стратегії збереження та просування культурної спадщини України, спрямованої на забезпечення її довгострокового збереження та використання як потужного бренду туристичного розвитку країни.

Підсумовуючи, можна заявити, що культурна спадщина України може стати суттєвим брендом у туризмі країни. Відновлення та розвиток історичних і культурних пам'яток, проведення рекламних кампаній, покращення інфраструктури та збереження культурної спадщини – це лише кілька інструментів, які можуть підвищити привабливість України для туристів. Розвиток туризму, оснований на культурній спадщині, також може стати значущим джерелом доходу для країни та сприяти її економічному зростанню.

Крім того, важливо забезпечити високий рівень обслуговування для відвідувачів, які приїжджають в Україну. Це означає створення комфортних умов для проживання і переміщення, а також надання якісних послуг у готельній галузі, ресторанному бізнесі та транспорті. Такі заходи допоможуть підвищити рівень задоволення туристів і зберегти їх інтерес у майбутньому.

Забезпечення безпеки туристів, особливо в нинішніх умовах, є також надзвичайно важливим аспектом для тих, хто відвідує Україну. Для досягнення цієї мети можна впровадити систему контролю та захисту туристів, яка гарантує їхню безпеку та захист від шахраїв і злочинців. Залучення поліції та спеціалізованих служб для забезпечення безпеки туристів може бути ефективним засобом захисту та підвищення довіри до туристичного продукту України. До того ж, враховуючи сучасні виклики, необхідно розуміти, що після війни туристична індустрія зазнає змін. Змінюватиметься підхід до планування міського середовища, в музеях з'являться повноцінні плани евакуації цінностей та надаватимуться інструкції щодо дій у надзвичайних ситуаціях.

Загалом, розвиток туризму на основі культурної спадщини як бренду в Україні має великий потенціал, але потребує збалансованого підходу, фінансової підтримки та уваги до збереження самої спадщини.

Висновки

Під час дослідження встановлено, що сьогодні Україна має великий потенціал для розвитку туризму на основі своєї культурної спадщини. У кожному суспільстві культурна спадщина має унікальні аспекти та значення. Цінності культурної спадщини необхідно берегти і зберігати для майбутніх поколінь, незалежно від ситуації чи обставин. Розвиток туризму на основі культурної спадщини може сприяти збереженню історичних та культурних цінностей України.

Результати дослідження підтверджують важливість ролі культурної спадщини як потенційного бренду для туристичного розвитку України. Оцінка потенціалу культурної спадщини свідчить про великі можливості для приваблення туристів та залучення інвестицій у сферу туризму. Аналіз впливу показує, що розвиток туризму на основі культурної спадщини може сприяти економічному зростанню, створенню нових робочих місць та підвищенню соціокультурного рівня регіонів.

Під час дослідження розроблено стратегію збереження та просування культурної спадщини, що передбачають активну участь громадських та державних організацій, стимулювання інновацій та використання сучасних технологій. Зокрема, рекомендації спрямовані на впровадження програм зі збереження та реставрації об'єктів культурної спадщини, а також на підтримку ініціатив громадськості.

Стратегія, яку ми розробили, характеризується оригінальністю та внеском авторів у науку. Унікальність цієї стратегії – це її комплексний підхід до проблеми збереження та просування культурної спадщини в Україні. Наприклад, вона передбачає не тільки активну участь громадських та державних організацій, але й стимулює інноваційні підходи та використання передових технологій і надає конкретні рекомендації стосовно вдосконалення туристичного потенціалу через культурну спадщину, що робить її значущою для практичного впровадження та подальшого розвитку в цій сфері.

Результати дослідження надають конкретні пропозиції для поліпшення туристичного потенціалу України через розвиток культурної спадщини. Ці рекомендації можуть стати основою для формування стратегій регіонального розвитку та планування туристичних ініціатив. Враховуючи ці результати, Україна може успішно позиціонувати свою культурну спадщину як важливий бренд на міжнародній туристичній арені.

Перспективи подальших досліджень

Вважаємо, що під час подальших досліджень доцільно проаналізувати формування та використання туристичного продукту, що ґрунтується на елементах культурної спадщини, як бренду України. Важливо визначити стратегії та підходи до брендуння культурної спадщини України,

виявити ті аспекти культурної спадщини, які роблять її унікальною та привабливою для аудиторії, розробити ефективні маркетингові стратегії для просування бренду культурної спадщини та проаналізувати можливості залучення інвестицій для розвитку та збереження культурної спадщини. Також важливо вивчити роль у цьому процесі всіх зацікавлених сторін: фахівців у галузі культури та збереження пам'яток, місцевих громад, громадських організацій, наукових та освітніх закладів, а також підприємств туристичної сфери.

Загальною метою таких досліджень є створення ефективної стратегії розвитку та просування культурної спадщини України як бренду. Крім того, вони можуть допомогти в привертанні уваги та інтересу до культурних цінностей країни, що сприятиме їх збереженню та популяризації на міжнародному рівні.

1. Осієвська Ю. С. Культурна спадщина як драйвер соціокультурного розвитку на сучасному етапі: ефективність регіональної моделі. *Культура і сучасність*. 2022. № 1. С. 99–105.

2. Бейдик, О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: Вид.-поліграф. центр “Київський університет”, 2001. 395 с.

3. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. Київ: Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.

4. Вечерський В. В. Спадщина містобудування України: Теорія і практика історико-містобудівних пам'яткоохоронних досліджень населених місць: монографія. Київ: ЦЦПТАМ, 2003. 560 с.

5. Горбик В. О., Денисенко Г. Г. Проблеми дослідження і збереження пам'яток історії та культури в Україні. *Український історичний журнал*. 2004. Вип. 2. С. 133–144.

6. Курило Т. В. Становлення і розвиток законодавства про охорону культурної спадщини в Україні: історико-правове дослідження: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.01. Київ, 2003. 18 с.

7. Нематеріальна культурна спадщина України: вип. 2. / ред. В. Кучерява, К. Тишкевич: Київ: Держ. б-ка України для юнацтва, 2021. 65 с.

8. Ангеловська О. С. Культурні цінності, вивезення яких заборонено. Місце юридичних наук у формуванні правової культури сучасної людини: матеріали міжнар. наук.–практ. конфер. (25–26 грудня 2020 р.) / Запорізька міська громадська організація “Істина”. Запоріжжя, 2020. С. 39–42.

9. Чорна Н. Культурна спадщина України: проблеми вивчення, збереження та використання: зб. наук. праць. 2021. Вип. 36. С. 67–74 (дата звернення: 09.09.2023). <https://doi.org/10.31652/2411-2143-2021-36-67-74>.

10. Матеріальна та нематеріальна культурна спадщина. 2020. (дата звернення: 09.09.2023). <https://via-regia.org.ua/materialna-ta-nematerialna-kulturna-spadshhyna/>.

11. Україна. 30 років незалежності: стислий довідник / ред. А. М. Киридон. Київ: Енциклопедичне видавництво, 2021. 536 с.

12. Плецан Х. Збереження і трансляція культурної спадщини української нації: регіональний підхід. Культурно-історична спадщина України: перспективи дослідження та традиції збереження (7–8 жовт. 2021 р.): матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., Черкаси – Канів, ЧДТУ. Черкаси, 2021. С. 117–121.

13. Нематеріальна культурна спадщина України. Вип. 3. / ред. В. Вовк, Т. Сопова. Київ: Держ. б-ка України для юнацтва. 2023. 54 с.

14. Офіційний сайт Ukraine UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ua>. (дата звернення: 2.09.2023).

15. Борисенко В., Борисенко М. Нематеріальна культурна спадщина українців (регіональний аналіз прояву). *Український географічний журнал*. 2022. № 2. С. 73–81.

16. Кудінова І. П. Нематеріальна культурна спадщина України. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації міжнар. наук.-практ. конф.-фестиваль (19–20 травня 2022 р.) / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. ун-т культури, ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ, 2022. С. 36–38.

17. Вкрадене з України під час війни. Як повернути вивезені до Росії культурні цінності? <http://www.ngcu.gov.ua/news.html?newsID=100171> (дата звернення 21.08.2023).

18. Ткаченко Т. І. Туристські дестинації (теорія управління, бренд): монографія. Київ: Національний торговельно-економічний університет, 2018. 347 с.

19. Рутинський М. Й. Україна на ринку міжнародного туризму: глобальні тренди та національні виклики. Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні: міжнар. наук.-практ. конф. (16 травня 2019 р.). Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС, 2019. С. 10–25.

20. Кудінова І. П. Роль бренду у забезпеченні конкурентоспроможності туристичних підприємств. Бренд-менеджмент: маркетингові технології: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) Нац. торг.-екон. ун-т Київ, 2021. С. 50–52.

21. Кудінова І. П. Концептуальні засади брендингу у діяльності туристичних підприємств. Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку: зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (20 лютого 2020 р.) Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів, 2020. С. 158–159.

22. Офіційний сайт UNWTO www.unwto.org (дата звернення: 7.09.2023).

23. Ганський В. О. Комерціалізація ресурсів історико-культурної спадщини в туризмі: механізми, ліміти та бар'єри. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. № 15. С. 95–99.

1. Osievska Yu. S (2022.). Kultura spadshchyna yak draiver sotsiokulturnoho rozvytku na suchasnomu etapi: efektyvnist rehionalnoi modeli. *Kultura i suchasnist*, No. 1, 99–105.

2. Beidyk, O. O. (2001). *Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia*. Kyiv: Vyd.-polihraf. tsentr "Kyivskiy universytet".

3. Polyvach K. A. (2012). *Kulturna spadshchyna ta yii vplyv na rozvytok rehioniv Ukrainy*. Kyiv: Instytut heohrafiy NAN Ukrainy.

4. Vecherskiy, V. V. (2003). *Spadshchyna mistobuduvannia Ukrainy: Teoriia i praktyka istoryko-mistobudivnykh pam'iatkookhoronnykh doslidzhen naselenykh mists*. Kyiv: TsTsPTAM.

5. Horbyk, V. O., Denysenko, H. H. (2004). *Problemy doslidzhennia i zberezhenia pamiatok istorii ta kultury v Ukraini*. *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*, Vyp. 2.

6. Kurylo T. V. (2003). *Stanovlennia i rozvytok zakonodavstva pro okhoronu kulturnoi spadshchyny v Ukraini: istoryko-pravove doslidzhennia: avtoref. dys. kand. yuryd. nauk: 12.00.01*. Kyiv Ukraine.

7. Kucheriava V., Tyshkevych K. (2021). *Nematerialna kulturna spadshchyna Ukrainy: vyp.* Kyiv: Derzh. b-ka Ukrainy dlia yunatstva.

8. Anhelovska O. S. (2020). *Kulturni tsinnosti, vyvezennia yakykh zaboroneno. Mistse yurydychnykh nauk u formuvanni pravovoi kultury suchasnoi liudyny: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (pp. 39–42)*. Zaporizhzhia: Zaporizka miska hromadska orhanizatsiia "Istyna".

9. Chorna N. (2021). *Kulturna spadshchyna Ukrainy: problemy vyvchennia, zberezhenia ta vykorystannia: zbirnyk naukovykh prats, Vyp. 36, S. 67–74*. <https://doi.org/10.31652/2411-2143-2021-36-67-74>.

10. *Materialna ta nematerialna kulturna spadshchyna (2020)*. <https://via-regia.org.ua/materialna-ta-nematerialna-kulturna-spadshchyna/>.

11. Kyrydon A. M. *Ukraina (2021). 30 rokiv nezalezhnosti: styslyi dovidnyk*. Kyiv: Entsyklopedyчне vydavnytstvo.

12. Pletsan Kh. (2021). *Zberezhenia i transliatsiia kulturnoi spadshchyny ukrainskoi natsii: rehionalnyi pidkhid. Kulturno-istorychna spadshchyna Ukrainy: perspektyvy doslidzhennia ta tradytsii zberezhenia (pp. 117–121)* Cherkasy: Cherkasy – Kaniv, ChDTU.

13. Vovk V., Sopova T. (2023). *Nematerialna kulturna spadshchyna Ukrainy*. Kyiv: Derzh. b-ka Ukrainy dlia yunatstva.

14. Офіційний сайт України UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ua>.

15. Borysenko V., Borysenko M. (2022). *Nematerialna kulturna spadshchyna ukraintsiv (rehionalnyi analiz proiavu)*. *Ukrainskyi heohrafichnyi zhurnal*, No. 2.

16. Kudinova I. P. (2022). *Nematerialna kulturna spadshchyna Ukrainy. Nematerialna kulturna spadshchyna yak suchasnyi turystychnyi resurs, 36–38*. Kyiv. M-vo osvity i nauky Ukrainy, Kyiv. nats. un-t kultury i mystetstv, Kyiv. un-t kultury, f-t hot.-restoran. i turyst. biznesu.

17. *Vkradene z Ukrainy pid chas viiny. Yak povernuty vyvezeni do Rosii kulturni tsinnosti?* <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=100171>.

18. Tkachenko T. I. (2018). *Turystski destynatsii (teoriia upravlinnia, brend)*. Kyiv: Natsionalnyi. torhovelno-ekonomichnyi universytet.

19. Rutynskiy M. Y. (2019). *Ukraina na rynku mizhnarodnogo turyzmu: hlobalni trendy ta natsionalni vyklyky. Suchasni problemy rozvytku turyzmu v Ukraini, 10–25*. Lviv: HALYCh-PRES.

20. Kudinova I. P. (2021). *Rol brendu u zabezpechenni konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpriemtv. Brend-menedzhment: marketynhovi tekhnolohii, 50–52*. Kyiv: Nats. torh.-ekon. un-t Kyiv.

21. Kudinova I. P. (2020). Kontseptualni zasady brendynhu u diialnosti turystychnykh pidpriemstv. Turystychnyi brend yak faktor formuvannia pozytyvnoho imidzhu Ukrainy na svitovomu rynku, 158–159. Lviv: Lvivskiy instytut ekonomiky i turyzmu.
22. Ofitsiyniy sait UNWTO www.unwto.org.
23. Hanskyi V. O. (2018). Komertsializatsiia resursiv istorykokulturnoi spadshchyny v turyzmi: mekhanizmy, limity ta bar'ieri. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, No. 15, 95–99.

I. Kudinova¹, S. Terzi²

National University of Life and Environmental sciences of Ukraine
department of hotel and restaurant business and tourism

¹ikudinova@nubip.edu.ua

²sofiaterzi4@gmail.com

CULTURAL HERITAGE - THE TOURISM BRAND OF UKRAINE

© *Kudinova I., Terzi S., 2023*

Purpose. The article is to substantiate the importance of the development and preservation of cultural heritage, to identify the problems and prospects of its development as a tourism brand of Ukraine.

Design/methodology/approach. The author of the article uses the method of literature review to justify the need to research the preservation of cultural heritage in the new conditions of a large-scale war. Scientific research methods of theoretical and logical explanation, systematization and explanation are used to study the essence of cultural heritage.

Findings. As part of this study, it was established that today Ukraine has a great potential for the development of tourism based on its cultural heritage. In each society, cultural heritage has its own unique aspects and meanings. Cultural heritage values should be protected and preserved for future generations, regardless of the situation or circumstances. The development of tourism based on cultural heritage can contribute to the preservation of historical and cultural values of Ukraine.

The conducted studies show that the main problems faced by the development of cultural heritage as a tourist brand of Ukraine are: insufficient financial resources, the need to modernize the tourist infrastructure, ineffective use of marketing strategies, insufficient development of tourist infrastructure, limited interest of the state in tourism, limited accessibility of cultural heritage for visitors, lack of coordination, vandalism and pollution.

Based on the obtained results, it can be concluded that the development of tourism in Ukraine should be aimed at promoting the country's cultural heritage. For this, it is necessary to develop infrastructure and services related to culture, open new museums and galleries, restore and preserve historical monuments, effectively use marketing strategies and use modern technologies, and all this can contribute to the promotion of the cultural heritage of Ukraine as a tourism brand.

Practical implications. The article emphasizes that Ukraine has great potential for the development of tourism based on its cultural heritage. The author proposed ways to solve problems that hinder its effective development. It was emphasized that the main attention should be paid to the development of marketing strategies, modernization of tourist infrastructure, ensuring the quality of services and its protection. Ways by which cultural heritage can become a tourist brand of Ukraine are proposed. Current problems and prospects for the development of cultural heritage as part of the modern development of tourism in Ukraine are identified.

Originality/value. The value of the research lies in the establishment and analysis of the prospects for the development of cultural heritage in the context of tourism in Ukraine and the formation of the brand of Ukraine on this basis.

Key words: cultural heritage; values; traditions; brand; Ukraine; tourism.