

Вікторія Анатоліївна Худавердієва
ORCID iD <http://orcid.org/0000-0002-0100-5079>
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму,
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна,
e-mail: viki75807@gmail.com

ПОТЕНЦІАЛ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ІНСТИТУТУ: КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД

У науково-оглядовій статті розглянуто феномен культурного туризму як сучасний соціально-культурний інститут універсального спрямування. Актуальність дослідження обумовлена поглибленням і безповоротністю соціально-економічних, політичних перетворень у всіх сферах суспільного життя нашої країни, які ставлять нові завдання перед суспільством. Це, перш за все, завдання виховання сучасного покоління у дусі активної творчої праці, національного ідентифікування, дотримання і гармонізації інтересів суспільства і особистості, розвитку духовності людини, збереження її фізичного і етичного здоров'я. У результаті дослідження встановлено, що культурний туризм є важливим аспектом передачі новому поколінню накопиченого людством життєвого досвіду і матеріально-культурної спадщини, формування ціннісних орієнтацій, етичного оздоровлення і культурного розвитку нації, один із шляхів соціалізації особистості.

Ключові слова: соціально-культурний інститут, культура, туризм, культурний туризм, соціальний розвиток, історико-культурний потенціал.

Вступ. В епоху високих технологій та в умовах інтеграції фінансових, політичних систем в єдине ціле, обмін культурною інформацією стає важливим фактором успішного розвитку людини, спільноти, держави. Якщо в інших сферах сучасного суспільства потрібна стандартизація та можливий кількісний вимір параметрів, то для культурної сфери це не прийнятно. Культура будь-якого народу самобутня і унікальна, тому культурний туризм здатний виступити засобом взаєморозуміння та взаємовигідних відносин між різними культурами (Заячківська, 2017). Саме він першим прокладає шлях співробітництва не лише у культурній, а й в економічній, соціальній та інших сферах.

Так само важливу роль культурний туризм відіграє й у розвитку державності. Культурний туризм усередині країни із залученням її історико-культурних пам'яток може виконувати безліч функцій: пізнавальну, виховну та ідеологічну (Дичковський, 2020). Таким чином, він є досить ефективною формою освоєння національної культури та формування патріотизму, адже будь-який регіон має необхідні для цього культурні об'єкти, включаючи пам'ятки археології, ландшафтно-архітектури, культову та цивільну архітектуру, малі та великі історичні місця, сільські поселення, музеї, театри, виставкові зали тощо. До того ж для споживача культурно-туристичної індустрії цей різновид туризму сприяє самоідентифікації особистості, її самовизначенню, формуванню національної та етнічної самосвідомості, подоланню різноманітних упереджень і страхів як щодо чужої, так і щодо власної культури. Не випадково у програмах стратегічного розвитку туризму неодноразово порушується питання впровадження культурно-туристичних програм в освітній процес – звертається увага на такі форми, як: «візні лекції, практичні заняття, відвідування музеїв і театрів, екскурсії на тему уроку» (Божко, 2017).

У сучасній науковій літературі визначення терміна «культурний туризм» та його зміст досить активно обговорюються. Наприклад, «Культурний туризм – це той вид туризму, який серед інших цілей має на меті ознайомлення з пам'ятниками та пам'ятними місцями» – зазначено в Хартії з культурного туризму від 09 листопада 1974 р. (Хартія, 1974). У цьому випадку ми бачимо досить

широке визначення культурного туризму, коли він, по суті, виступає як складовий елемент інших видів туризму. Проте в сучасних умовах все частіше культурний туризм постає як самостійний напрямок туристичної індустрії, що має специфічні особливості, які вимагають відповідного осмислення та вивчення.

«Культурний туризм – це засіб гармонійного розвитку людей, що реалізовується у формі відпочинку і суспільно корисної діяльності, характерним компонентом якого є подорож» (Вишневська, 2009). Це визначення, перш за все, указує на те, що в культурному туризмі інтегруються всі основні аспекти виховання і розвитку особистості: ціннісно-етичний, трудовий, естетичний, фізичний, патріотичний, інтернаціональний і розумовий.

Одне з найбільш розгорнутих визначень культурного туризму розглядає його як пересування громадян за межі їхнього звичайного місця проживання, причиною чого є виникнення інтересу до іншої культури. Цей інтерес задовільняється доступом до культурних пам'яток, у тому числі культурних подій, історико-культурної спадщини, культурної інфраструктури, представленої музеями, театрами, галереями, концертними майданчиками, а також до елементів традиційної та повсякденної місцевої культури (Мошняга, 2009). У результаті індивід отримує новий досвід і незабутні враження, задовольняє власні культурні потреби та інтереси. Культурний туризм виконує економічну, пізнавальну, освітню, комунікаційну та миротворчу функції.

Ці та інші дослідження феномену культурного туризму (зокрема, роботи В. Гордієнко (2013), О. Єгорової (2023), Г. Гарбар (2017), І. Дичковський (2020), А. Фролова (2021) та інших) вказують на те, що культурний туризм сьогодні стає одним з найбільш затребуваних і поширених видів туризму, який в силу своєї специфіки має унікальне світоглядне і пізнавально-виховне значення та забезпечує взаємодію, діалог культур на рівні особи – зустріч, взаємодія та взаємозбагачення національної, регіональної або територіальної культур, які представлені туристу для сприйняття і пізнання та культури, носієм якої він є сам (Дюркгейм, 1995). Тому від рівня та якості розвитку культурно-туристичної індустрії залежить формування іміджу, авторитету та привабливості країни, адекватних уявлень про її народ та його історичні перспективи, а отже, і тих культурних установок, які визначають як внутрішні соціальні взаємозв'язки, так і міжнародні відносини і загальнолюдську долю.

Однак для того, щоб культурний туризм був ефективним ресурсом економічного та соціально-культурного розвитку країни, його потенціал має бути адекватно оцінюваним і використовуваним насамперед на конкретному (територіальному) рівні. Саме цей рівень управління туристичною індустрією дозволяє «окреслити» відповідний туристичний кластер, «виділити» його унікальні культурні, природні та історичні риси, забезпечити креативне, своєчасне та ефективне вирішення відповідних проблем.

Мета дослідження розглянути культурний туризм як універсальний соціокультурний інститут сучасності, виявити та охарактеризувати туристичний потенціал культурного туризму, який впливає на встановлення сприятливого соціального клімату в суспільстві.

Методологія та методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження склали теоретичні розробки та методичні підходи, що забезпечують комплексність та системність вивчення проблем ефективного розвитку туристичної сфери (*метод: системний аналіз*), а саме культурного туризму (*метод: культурологічний аналіз*), об'єктивне сприйняття його властивостей та взаємодій з соціально-економічною дійсністю, що динамічно змінюється (*методи: систематизація та узагальнення*). Інформаційною та емпіричною базою дослідження послужили науково-практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів у галузі туризму, офіційні статистичні дані служби державної статистики України, бази даних Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з подорожей та туризму та інші інформаційні матеріали, що містяться в наукових публікаціях та періодичному друку.

Зміст та сутність феномену культурного туризму. В умовах глобалізації практично будь-який вид туризму так чи інакше має соціокультурну спрямованість і умовно може називатися культурним туризмом, бо він, як правило, виражає все різноманіття культур відвідуваної території та «пов'язаний з перетином національних кордонів, тимчасовим проживанням в інших культурних спільнотах, міжкультурною взаємодією та спілкуванням гостей та господарів, а також з кроскультурною взаємодією самих туристів (Вишневська, 2009). Сьогодні, говорячи про феномен

туризму, все частіше мають на увазі ознайомлення з історико-культурними ресурсами, а також з природним ландшафтом території, що відвідується. Важко сьогодні уявити туриста, якого б не цікавили і не вражали б культурні пам'ятки та події, і практично кожен вид туристичної діяльності здійснюється у певних соціальних та культурних умовах, а тому несе певне культурне навантаження (Гордієнко, 2013). Будь-який вид туризму певною мірою є культурним, оскільки протягом усієї поїздки турист відчуває вплив незвичного соціокультурного середовища.

Розкриваючи термін «культурний туризм», необхідно дати визначення поняття «культура» з позицій туризму. Вона може розглядатися як «історично певний рівень розвитку людини і суспільства, широка сфера людської діяльності, що включає збереження, передачу від покоління до покоління та використання національної спадщини, облік світової культури, дбайлива взаємодія з природою» (Мошняга, 2009). Якщо туризм визначається як сукупність подорожей (туристських маршрутів, виїздів) у певних цілях, то напрямок «культурний туризм» можна охарактеризувати як подорожі людей з метою ознайомлення як зі своєю, так і з іншими культурами. Відповідно, в цьому випадку йдеться про культурний аспект впливу туризму – «вплив, який туризм робить на матеріальну та духовну сфери діяльності людини і, насамперед, на її систему цінностей, знання та суспільну поведінку» (Єгорова, 2017).

Виходячи з цього розуміння феномену «культурний туризм», дослідники виділяють п'ять його рівнів: професійний, спеціалізований, неспеціалізований, супутній та культурний квазітуризм (до нього відносять переміщення резидентів у цій місцевості, одним із мотивів якого є споживання культурних благ) (Горський, 2018; Крчук, 2020). Кожну туристичну поїздку за рівнем пріоритетності особливого культурного інтересу, духовних потреб та отриманого естетичного задоволення можна віднести до одного з перерахованих видів.

Особливу привабливість туризму надають естетична та емоційна сторони подорожей. Історичне та культурне оточення затягують людину у свій незвичайний світ. Тому основною умовою розвитку культурного туризму є історико-культурний потенціал тієї чи іншої країни, національна спадщина народу, загалом туристичні ресурси, розташовані на конкретній території (Фролов, 2021). У процесі соціальної взаємодії, викликаній контактами між культурами, виникають різні за характером взаємовідносини, які багато в чому визначаються національно-культурним менталітетом представників різних країн.

Культурний туризм характеризує відповідність культурного рівня туриста обирається їм для ознайомлення з історико-культурними цінностями. Якщо в цілому туризм представляється переважно як частина дозвільного проведення часу і вимагає певних знань і навиків, то культурний туризм передбачає певний рівень освіти. Культурні цінності та естетичні переживання виступають основними стимулами такої подорожі. У той самий час останнє може розглядатися як результат (зустріч туриста і культурного об'єкта), а й як процес сприйняття і розуміння ціннісно-сміслового змісту іншої культури. Саме культурний туризм найбільше сприяє прояву етнокультурної самобутності та індивідуальності людини і є найкращим способом її самовираження (Гарбар, 2017). Віддаючи перевагу тому чи іншому маршруту подорожі, людина робить усвідомлений вибір, який визначається лише його особистими потребами та побажаннями.

У цьому випадку туризм виступає однією з форм міжкультурних контактів, виступає «основою успішної адаптації до світових освітніх та інформаційних процесів» (Дьоміна, 2019, с. 90), яка дозволяє людині тимчасово зануритися в інші культури, сприяє формуванню у нього, з одного боку, більш ясного розуміння різноманіття нашого світу (міжнародний туризм) та усвідомлення цінності та самобутності своєї культури – з іншого (внутрішній туризм). Отже, туризм виступає ефективним способом масового обміну соціокультурним досвідом, що за умов перетворення світу на «єдність різноманітності» є необхідністю. Окрім різноманітних форм впливу культурного туризму на суспільний розвиток в цілому, поїздки людей забезпечують надходження коштів до місцевого бюджету, сприяють розширенню джерел доходу населення території, активізують економічну діяльність локального співтовариства тощо. Значення креативної індустрії, що лежать на перехресті мистецтва, бізнесу та технологій, постійно зростає – як на національному рівні, так і в порівнянні конкурентоспроможності країн на міжнародному рівні. Вони стали стратегічним напрямом для підвищення конкурентоспроможності, продуктивності, зайнятості та стійкого економічного зростання.

З іншого боку, досить обмеженою є сфера знань щодо економічної ролі культурного туризму і креативної індустрії, та їхнього впливу на розвиток інших секторів економіки. Так, за даними Міністерства культури та інформаційної політики України, загалом у 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2 % доданої вартості української економіки. Такий показник перевищує індикатори 2019 року – 3,9 %. Позитивна динаміка українських креативних індустрій спостерігається на тлі падіння ВВП у 2020 році на 4 %, а також сповільнення зростання сфери у світі через пандемію (за даними ЮНЕСКО). Це свідчить про вагомую частку сектору ІТ у структурі креативних індустрій, що виявився менш вразливим до наслідків пандемії (*Основні економічні*, 2021).

Сукупний туристичний потенціал культурного туризму. Сукупний туристичний потенціал нами розглядається як комплекс взаємопов'язаних та взаємодіючих природно-ресурсного, історико-культурного, економічного та соціального потенціалів. Повною мірою цей підхід до вивчення туристського потенціалу можна застосувати і до культурного туризму. При цьому слід зазначити, що якщо економічні та соціальні його складові є спільними для всіх видів туризму, то природно-ресурсний та історико-культурний потенціал розвитку культурного туризму є унікальними для кожного регіону. Розглянемо коротку характеристику кожної складової туристичного потенціалу щодо культурного туризму.

1. Природно-ресурсний потенціал представлений природними ландшафтами, унікальними об'єктами та явищами природи, становить природну основу культурного (і будь-якого іншого) туризму, створюючи привабливий образ довкілля та відповідне сприйняття регіону. Ніякий об'єкт культури, якщо він розташовуватиметься в екологічно неблагополучному та природно-непривабливому місці, не стане затребуваним туристичним ресурсом (Смовженко, Графська, 2020). Тому турбота про екологічну чистоту та красу природного середовища є необхідним елементом регіонального управління та найважливішим фактором розвитку культурного туризму а, отже, і регіонального розвитку загалом.

За даними обліку територій та об'єктів природно-заповідного фонду, поданих органами виконавчої влади на місцевому рівні, станом на 1 січня 2021 року в Україні нараховується 8633 території та об'єктів природно-заповідного фонду загальною площею 4,485 млн. га. Фактична площа 4,105 млн. га, а також морський заказник «Філофорне поле Зернова» площею 402,5 тис. га. Відношення фактичної площі природно-заповідного фонду до площі держави («показник заповідності») становить 6,8 % (*Аналіз площ*, 2020). У складі природно-заповідного фонду 5 біосферних заповідників, 19 природних заповідників, 53 національних природних парків, 3398 заказники, 3580 пам'ятки природи, 85 регіональних ландшафтних парків, 802 заповідних урочищ, а також низка штучних об'єктів: 28 ботанічних садів, 13 зоологічних парків, 62 дендропарків та 588 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва (*Аналіз площ*, 2020).

2. Історико-культурний потенціал відображає туристичний потенціал, заснований на представлених у регіоні історичних і культурних цінностях. Для культурного туризму історико-культурний потенціал є основним. Він представлений досить численними компонентами. До них належать, насамперед, об'єкти історико-культурної спадщини, що залучені до туристської інфраструктури і є об'єктами туристичного показу або туристської участі: пам'ятки історії та археології, унікальна та своєрідна архітектура, образотворче мистецтво, танці, музика, література, народні промисли, етнографічні експозиції, національна кухня, археологічні та історичні туристичні маршрути тощо. У всіх цивілізованих країнах світу музейні зібрання є предметом національної гордості, духовною скарбницею народу. Музеї – це заклади, які набувають, зберігають, інтерпретують та експонують артефакти, що мають художнє, культурне, наукове та історичне значення. За оцінкою ЮНЕСКО, станом на березень 2021 року у світі налічувалося близько 104 тисяч таких організацій, при цьому найбільша кількість музеїв у світі була зареєстрована у регіонах Північної Америки та Західної Європи. Тим часом Сполучені Штати очолили список країн світу за кількістю музеїв, на які припадає майже третина всіх установ. Лувр у Парижі (Франція) був найбільш відвідуваним музеєм у світі в 2020 році, адже знаменитий музей відвідало близько 2,7 мільйонів людей, що майже на сім мільйонів менше, ніж у 2019 році. Дві китайські установи – Національний музей Китаю в Пекіні та Нанкінський музей у Нанкіні – посіли друге та третє місця у рейтингу відповідно. Фактично, Китай був країною, яка повідомила про найвищу сукупну відвідуваність

найбільш відвідуваних музеїв у світі 2022 року, за нею слідує Великобританія (*Museums worldwide*, 2022). За даними ЮНЕСКО, у Сполучених Штатах зареєстровано найбільшу кількість музеїв у світі: приблизно 33 082 закладів станом на березень 2021 року. За ними йдуть Німеччина та Японія з приблизно 6741 і 5738 установами відповідно. Україна посідає 25 місце із кількістю музеїв 647 (*Кращі країни світу*, 2021).

Музейна індустрія сильно постраждала від пандемії COVID-19, оскільки установи по всьому світу були змушені закритися для публіки через заходи щодо самоізоляції та надзвичайних обмежень. Проте дослідження, проведене у травні 2021 року, показало, що близько 53 відсотків опитаних музеїв у всьому світі збільшили свою активність у соціальних мережах після блокування (*Museums worldwide*, 2022).

Таблиця 1

Провідні музеї Європи з 2019 до 2021 року за відвідуваністю (у тисячах)

№ з/п	Провідні музеї Європи	2019	2020	2021
1	Лувр, Париж	9600	2700	2825
3	Рейна Софія, Мадрид	4426	1248	1643
4	Музеї Ватикану, Ватикан	6883	1300	1613
6	Музей природної історії, Лондон	5424	1197	1564
7	Центр Помпиду, Париж	3270	913	1501
8	Британський музей, Лондон	6208	1275	1327
9	Національний музей Прадо, Мадрид	3203	852	1175
10	Тейт Модерн, Лондон	6098	1433	1156
11	Орсе, Париж	3652	867	1044

Джерело: складено за даними (*Most visited*, 2021).

Як видно із даних табл. 1, у 2021 році найбільш відвідуваним із музеїв Лондона був Музей природної історії. У той час як Тейт Модерн і Британський музей приваблювали більше гостей до пандемії, Музей природної історії був відвідуваною безкоштовною пам'яткою Лондона у 2021 році. Лондон і Париж входять до двох провідних туристичних напрямків у Європі, де у 2021 році зафіксовано найбільшу кількість ночівлі серед усіх міст. В обох містах знаходяться деякі з найважливіших національних культурних пам'яток і пам'яток, які допомагають залучити кількість іноземних туристів.

4. *Економічний потенціал туризму* є складовою інтегрального господарського потенціалу території і включає такі засоби й можливості, які можна використовувати для виробництва туристичного продукту лише на рівні регіону. У 2019 році цей вид індустрії приніс 10 % світового ВВП і приблизно стільки ж міжнародного ринку праці (*Туризм. Світовий ринок*, 2022). Щодо України, то цей показник за останні 20 років коливається в межах від 8,7 % у 2005 році до 5,2 % у 2019 році (*Світовий атлас*, 2020) (це найнижчий показник за весь період дослідження, і, на жаль, причин для такого падіння достатньо) (табл. 2).

Таблиця 2

**Загальне туристичне споживання України
у динаміці за 2000-2019 роки**

№ з/п	Показники	2000	2005	2010	2015	2018	2019
1	Туризм, загальний внесок у ВВП (частка, %)	7,2	8,7	7,6	5,4	5,4	5,2
2	Туризм, загальний внесок у ВВП (млрд. дол. США)	2,2	7,5	10,4	4,9	6,8	7,1
3	Туризм, внутрішнє споживання (млрд. дол. США)	1,9	6,2	8,9	4,3	5,9	6,2
4	Туризм, внутрішнє споживання, реальний темп приросту (%) (Щорічна відсоткова зміна у мільярдах	17,6	-7,0	0,5	-8,9	3,0	-0,1

	доларів США 2000 року)						
5	Витрати міжнародних туристів усередині країни (млрд. дол. США)	0,5	3,4	4,5	1,4	2,0	2,2
6	Витрати міжнародних туристів усередині країни (млрд. одиниць нац. валюти) (млрд., у національній валюті)	3,0	17,4	35,8	30,4	53,8	63,0
7	Витрати міжнародних туристів у країні, реальний темп приросту (%)	19,4	-6,3	-3,4	-7,1	6,6	5,5
8	Туризм, витрати резидентів усередині країни (млрд. дол. США)	1,4	2,8	4,3	2,9	3,9	4,0
9	Туризм, витрати резидентів у країні (частка, %)	4,2	3,1	3,1	3,1	3,0	2,8

Джерело: складено за матеріалами (Світовий атлас, 2020)

До складу економічного потенціалу можна включити: інфраструктурний потенціал, що забезпечує необхідні умови для реалізації туристичної діяльності; фінансовий потенціал, що характеризується обсягом коштів, які знаходяться у розпорядженні регіону і які спрямовані на розвиток індустрії туризму; інформаційний потенціал, який передбачає такі організаційно-технічні та інформаційні можливості, які здатні впливати на розвиток туристичної діяльності, виробництво туристичного продукту та особливості управління у сфері туризму; інвестиційний потенціал, який розглядається як можливість регіону щодо здійснення вкладів у туристичну діяльність; управлінський потенціал, який включає в себе знання та здібності керівництва, необхідні для успішного розвитку та функціонування туристичної індустрії в регіоні (Святохо, 2017).

4. Соціальний потенціал туризму сприймається, зокрема, як можливість регіону до виробництва та відтворення робочої сили, необхідної для реалізації діяльності у туристичній індустрії. Соціальний потенціал включає кваліфіковані кадри, які спеціально підготовлені для організації та здійснення туристичної діяльності. Наявність системно і творчо мислячих фахівців, здатних ефективно включатися у вирішення завдань розвитку культурного туризму, – один із найважливіших соціальних ресурсів регіону. Докладніше щодо соціального потенціалу у сфері культури України наведено в табл. 3, де наведено динаміку кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності: послуги в сфері культури, кількості зайнятих працівників у суб'єктах господарювання, осіб.

Таблиця 3

Кількість суб'єктів господарювання, зайнятих та найманих працівників на підприємствах та в суб'єктах господарювання за видами економічної діяльності: послуги в сфері культури по Україні (2010–2020 рр.)

Рік	Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	З них фізичних осіб підприємців, осіб	Кількість підприємств, одиниць	Кількість зайнятих працівників у суб'єктах господарювання, осіб	Кількість зайнятих на підприємствах працівників, осіб	З них кількість найманих працівників, осіб
Індивідуальна мистецька діяльність						
2010	1369	1308	61	1835	279	277
2013	883	829	54	1013	107	99
2014	1234	1181	53	1378	92	72
2019	2193	2154	39	2457	60	38
2020	2439	2391	48	2650	72	47
Функціонування театральних і концертних залів						
2010	145	27	118	2413	2338	2315
2013	63	17	46	994	962	943
2014	53	19	34	1016	988	983

Рік	Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	З них фізичних осіб підприємців, осіб	Кількість підприємств, одиниць	Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	Кількість зайнятих на підприємствах працівників, осіб	З них кількість найманих працівників, осіб
2019	66	30	36	1539	1507	1496
2020	59	24	35	1469	1430	1428
Функціонування музеїв						
2010	304	250	54	900	301	296
2013	44	16	28	218	180	166
2014	32	18	14	159	к	к
2019	44	17	27	275	241	228
2020	71	33	38	357	286	273

Джерело: складено за матеріалами (Туристичний барометр, 2020)

Згідно з наведеними даними табл. 3 просліджується наступна тенденція розвитку галузі культури України по наступним видам діяльності: кількість суб'єктів господарювання зайнятих в галузі індивідуальної мистецької діяльності за 2010-2020 рр. має тенденцію до зростання від 1369 до 2439 од. відповідно, кількість зайнятих працівників у цих суб'єктах господарювання зростає від 1835 до 2650 осіб відповідно. Що стосується функціонування театральних і концертних залів, то навпаки тут простежується негативна тенденція до скорочення кількості суб'єктів господарювання (театральних і концертних залів) з 145 од. до 59 од. відповідно. Аналогічна ситуація просліджується і за напрямом функціонування музеїв: їхня кількість скоротилась з 304 од. у 2010 році до 71 од. у 2020 році. Сьогодні, на жаль, ставлення до музеїв як до чогось другорядного є характерним практично для всіх прошарків і шатлів українського суспільства – від владних структур до пересічного громадянина. Серед причин низького авторитету музейних закладів можна назвати їхню невідповідність сучасним вимогам вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій, невідповідності потреби вибагливого відвідувача та інші проблеми.

Крім цього, соціальний потенціал туризму рефлексується нами також через його соціокультурний та виховний вплив на суспільство, який реалізуються комплексно, без акцентування уваги туристів на виховних завданнях туризму. Однією з важливих функцій туризму є відновлення фізичних і психічних сил людини, поліпшення функціонального стану організму. Туризм, з активними засобами пересування, стає масовою потребою суспільства в умовах науково-технічної революції, потребою соціальною, біологічною та психічною. Задоволення цієї потреби дозволяє усунути або послабити несприятливі наслідки урбанізації життя, зокрема: нервово-емоційні навантаження, та допомогти підвищити працездатність людини (Дичковський, 2020). Таким чином, можна стверджувати, що туризм – це глибоке соціальне явище у житті світового співтовариства, засноване на гуманістичних цілях і принципах. Культурний туризм стає фактором соціальної рівноваги, взаєморозуміння між народами та розвитку особистості та має величезний культурний і духовний зміст. Саме туризм став засобом пізнання та ознайомлення з досягненнями людського розуму, відкрив доступ до історичних та культурних цінностей народів.

З погляду виховання, туризм надає унікальну можливість глибше дізнатися і наочно ознайомитися з історичною та культурною спадщиною своєї країни, пробудити в молодих людях почуття національної самосвідомості, виховати повагу та терпимість до побуту та звичаїв інших національностей та народів (Лебедев, 2018). Туризм включає різні форми діяльності: походи, зльоти і змагання, археологічні експедиції, краєзнавчі екскурсії та багато іншого, але, насамперед, туризм пов'язаний з подорожами – це повернення до свого природного стану, стану руху і пошуку самого себе, зіткнення з труднощами та власними обмеженнями.

Висновки. Культурний туризм – глибоке соціальне явище в житті світової спільноти, що знаходиться на перетині гуманітарної сфери та сфери бізнесу і є однією з найбільш перспективних секторів економічного та соціально-культурного розвитку території.

Культурний туризм у сучасних умовах відіграє значну роль в економічній та соціокультурній сфері суспільства, у формуванні культурної політики та розумінні місця культури у суспільному

розвитку. Розвиток культурного туризму має не лише економічне значення, а й дозволяє виробити комплексний підхід до вирішення завдань збереження та використання історико-культурного потенціалу регіону, сформувати сприятливий соціальний клімат у суспільстві. Комплексний підхід, обраний з метою системного аналізу та вивчення культурного туризму, дозволив визначити складові елементи туристичного потенціалу з позиції дослідження їхніх властивостей, систематизувати фактори, що впливають на розвиток культурного туризму, обґрунтувати розвиток його підвидів, виходячи зі специфіки регіонального туристичного потенціалу.

Необхідність системного аналізу культурного туризму, зокрема, і виявлення його потенціалу як напрями туристичної індустрії, пов'язана з потребами регіонального управління та довгостроковим прогнозуванням розвитку будь-якої території. Крім того, результати проведених досліджень можуть становити інтерес для підприємців, діяльність яких спрямована на організацію культурних заходів, працівників сфери туризму та закладів культури. Але особливо значущими результати наукового культурологічного аналізу культурного туризму мають стати у процесі розробки ефективної політики як у сфері культури, так і у сфері туризму з боку управлінських структур, а також влади всіх рівнів, увага та вплив яких на стан туристичної індустрії має бути не меншим, ніж на інші соціально-економічні та культурні сфери.

Перспективи подальшого дослідження. 1) Пізнавальна функція культурного туризму реалізується в основному в таких взаємопов'язаних напрямках, як інтерес до культури та історико-культурної спадщини, охорона та відродження культури та діалог культур, що потребує особливого підходу до її організації, нових форм управління розвитком культурного туризму, що може становити дослідницькі цілі вітчизняних вчених. 2) Організація культурного туризму поєднується з вирішенням багатьох регіональних проблем і потребує наявності ефективних правових механізмів, обґрунтованих стратегій та програм, які поступово мають напрацьовуватися та удосконалюватися. 3) Розрізненість дій влади, громадських організацій та бізнес-структур щодо розвитку туристичної індустрії негативно впливає на поточний стан цієї сфери, тому одним з перспективних напрямів є моделювання організаційної структури та засобів координації процесу соціального партнерства у галузі культурного туризму.

Література

- Аналіз площ ПЗФ в Україні в розрізі адміністративно-територіальних одиниць за 2020 рік. Природно-заповідний фонд. URL : <https://mepr.gov.ua/timeline/Prirodnozapovidniy-fond.html>
- Божко Л. Д. Туризм як соціокультурний феномен: історія і сучасність (середина XIX – початок XXI ст.): монографія : Лідер. 2017. URL : <https://ic.ac.kharkov.ua/navchannya/fsk/tb/materials/publications/bogko.pdf>
- Вишневська О. О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі : монографія. ХНУ. 2009. URL : https://www.ecatalog.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1284794
- Гарбар Г. А. Становлення і розвиток соціокультурного інституту гостинності в українському туризмі: остання третина XIX ст. – 1990 р. (на матеріалі Миколаївської області). Автореф. дис. ...д-ра істор. Наук : спец. 17.00.01 / Київський національний університет культури і мистецтв. 2017. URL : <http://www.disslib.org/stanovlennja-i-rozvytok-sotsiokulturnoho-instytutu-hostynnosti-v-ukrayinskomu.html>
- Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни. XIII Міжнародний економічний форум. 2013. URL: http://tourlib.net/statti_ua/gordienko.pdf.
- Горський С. В. Місце туризму в процесі соціальної інтеграції. *Наукові записки КУТЕП: щорічник. Серія: філософські науки.* 2018. Вип. 5. с. 176–183. URL : <http://ku-khsac.in.ua/article/view/270768/266202>
- Дичковський І. Інституціоналізація туризму в умовах глобальних соціокультурних процесів. *Культура і сучасність: альманах.* 2020. Випуск 2, С. 17–27. URL : <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4103?locale-attribute=en>
- Дьоміна В. В. Білінгвізм майбутнього перекладача – вимога сучасної європейської вищої освіти. *Науковий журнал Хортицької національної академії (Серія: Педагогіка. Соціальна робота) :* наук. журн. / [редкол. : В. В. Нечипоренко (голов. ред.) та ін.]. Запоріжжя : Вид-во

- комунального закладу вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради, 2019. Вип. 1(1). С. 90–95. DOI : <https://doi.org/10.51706/2707-3076-2019-1-10>
- Дюркгейм Є. Соціологія. Її предмет, метод, метод. 1995. URL : <http://www.philsci.univ.kiev.ua>
- Егорова О. Н. Ресурсна база культурного туризму: традиції, сучасний стан. URL : http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/fik/2017/12/culture/egorova.pdf
- Заячківська Г. Моніторинг євроінтеграції України у сфері туризму. *Журнал європейської економіки*. Том 16. 2017. Номер 2 (61). С. 241–255. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee_2017_16_2_8
- Кращі країни світу за кількістю музеїв. 2021. / Статистика. Опубліковано дослідницьким відділом Statista, 18 травня 2022 р. URL : <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>
- Кручек О. А. Туризмолія: процес формування теорії туризму. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки та права. Серія: Філософські науки*. 2020. Вип. 8. С. 139–166. URL : <https://academia-pc.com.ua/product/331>
- Лебедєв І. В. Сталій розвиток туризму : досвід Європейського Союзу і завдання для України Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наукових праць, за ред. *Економічний університет*. 2018. № 3(67). С. 162–173. URL : http://journals.urau.ua/vsed_oneu/article/view/170301
- Мошняга Є. В. Концепт «культурний туризм» у системі концептів міжнародного туризму. *Знання. Розуміння. Уміння*. 2009. № 3. С. 173–179. URL : <http://www.zpu-journal/zpu/contents/2009/3/Moshniaga/>
- Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. Міністерство культури та інформаційної політики України. 2021. URL : <https://bit.ly/CreativeStats2020>
- Світовий атлас даних KNOEMA. 2020. URL : <https://business.knoema.com/about-team/>
- Святохо Н. В. До питання про елементний склад туристського потенціалу регіону. *Культура народів Причорномор'я*. 2017. № 121. С. 76–79. URL : http://tourlib.net/statisti_tourism/svyatoho.htm
- Смолженко Т. С., Графська О. І. Оцінювання потенціалу розвитку туристичної рекреаційної сфери економіки регіонів України. *Регіональна економіка*. 2020. № 2. С. 44–56. URL : https://re.gov.ua/doi/re2020.02.044_u.php
- Туризм. Світовий ринок. 2022/01/20. URL : <https://www.tadviser./index.php/>
- Туристичний барометр України 2020: інфографіка. URL : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-poster-2020.pdf>
- Фролов А. І. Культурно-пізнавальний туризм: об'єкти, маршрути, люди. *Довідник керівника закладу культури*. 2021. № 4. С. 88–92. URL : <https://infotour.in.ua/moshnyaga.htm>
- Хартія по культурному туризму від 9 листопада 1974 року. URL : <http://docs.cntd./document/901756983>
- Most visited museums in Europe 2021_Statista. Опубліковано дослідницьким відділом Statista, 4 листопада 2022 р. URL : <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>
- Museums worldwide – statistics & facts_Statista. Опубліковано дослідницьким відділом Statista, 18 лютого 2022 р. URL : <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>

References

- Analysis of the area of nature reserves in Ukraine by administrative-territorial units for 2020. *Nature Reserve Fund*. <https://mepr.gov.ua/timeline/Prirodnozapovidniy-fond.html> (ukr).
- Bozhko, L. D. (2017). Tourism as a socio-cultural phenomenon: history and modernity (middle of the 19th – beginning of the 21st century) / *monograph* : Lider. <https://ic.ac.kharkov.ua/navchannya/fsk/tb/materials/publications/bogko.pdf> (ukr).
- Charter on cultural tourism from November 9, 1974. <http://docs.cntd./document/901756983> (ukr).
- Diurkhejm, Ye. (1995). Sociology. Its subject, method, method <http://www.philsci.univ.kiev.ua> (ukr).
- Dychkovskiy, I. (2020). Institutionalization of tourism in the conditions of global sociocultural processes. *Culture and modernity: an almanac*. Issue 2, 17–27. <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4103?locale-attribute=en> (ukr).

- Domina, V. V. (2019). Bilingualism of future foreign language teacher as requirement of modern European higher education. *Scientific Journal of Khortytsia National Academy. (Series: Pedagogy. Social Work)* : scientific journal : Publishing house of the Municipal Institution of Higher Education –Khortytsia National Educational and Rehabilitation Academy of Zaporizhzhia Regional Council, Iss. 1(1). 90–95. <https://doi.org/10.51706/2707-3076-2019-1-10> (ukr).
- Frolov, A. I. (2021). Cultural and educational tourism: objects, routes, people. *Reference Book for the Head of Cultural Institution*. № 4. 88–92. <https://infotour.in.ua/moshnyaga.htm> (ukr).
- Harbar, H. A. (2017). Formation and development of the socio-cultural institution of hospitality in Ukrainian tourism: the last third of the XIX century. – 1990 (based on the material of Mykolaiv region). *Abstract of thesis for obtaining scientific degree of Doctor of historical sciences: special. 17.00.01, Kyiv National University of Culture and Arts*. <http://www.disslib.org/stanovlennja-i-rozvytok-sotsiokulturnoho-institutu-hostynnosti-v-ukrayinskomu.html> (ukr).
- Hordienko, V. (2013). Tourism is a driver of the country's socio-economic development. *XIII International Economic Forum*. http://tourlib.net/statti_ua/gordienko.pdf (ukr).
- Horskyj, S. V. (2018). The place of tourism in the process of social integration. *Scientific Notes of KUTEP: yearbook*. Iss. 5. Series: philosophical sciences. 176–183. <http://ku-khsac.in.ua/article/view/270768/266202> (ukr).
- Kruchek, O. A. (2020). Tourismology: the process of forming the theory of tourism. *Scientific Notes of Kyiv University of Tourism, Economics and Law. Series: Philosophical sciences*. Iss. 8. 139–166. <https://academia-pc.com.ua/product/331> (ukr).
- Lebediev, I. V. (2018). Sustainable development of tourism: the experience of the European Union and tasks for Ukraine *Bulletin of socio-economic research* : coll. of scientific papers, edited by University of Economics № 3(67). 162–173. http://journals.urau.ua/vsed_oneu/article/view/170301 (ukr).
- Main economic indicators of creative industries in Ukraine. Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine 2021. <https://bit.ly/CreativeStats2020> (ukr).
- Moshniaga, Ye. V. (2009). The concept of "cultural tourism" in the system of concepts of international tourism. *Knowledge. Understanding. Skill*. № 3. 173–179. <http://www.zpu-journal/zpu/contents/2009/3/Moshniaga/> (ukr).
- Museums worldwide – statistics & facts_Statista. *Published by Statista Research, February 18, 2022*. <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment> (eng).
- Published by Statista Research on November 4, 2022*. <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment> (eng).
- Smovzhenko, T. S., Hrafska, O. I. (2020). Evaluation of the development potential of the tourism and recreation sphere of the economy of the regions of Ukraine. *Regional Economy*. № 2. 44–56. https://re.gov.ua/doi/re2020.02.044_u.php (ukr).
- Sviatokho, N. V. (2017). Regarding the elemental composition of the region's tourist potential. *Culture of the Peoples of the Black Sea Region*. № 121. 76–79. http://tourlib.net/statti_tou-rism/svyatoho.htm (ukr).
- The best countries in the world by the number of museums. 2021. *Published by Statista Research, May 18, 2022*. <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment> (ukr).
- Tourism barometer of Ukraine, 2020: infographic <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-poster-2020.pdf> (ukr).
- Tourism. World market. 2022/01/20. <https://www.tadviser/index.php/> (ukr).
- Vyshnevskaya, O. O. (2009). The phenomenon of tourism in the modern socio-cultural space / *monograph*. : KhNU. https://www.ecatalog.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1284794 (ukr).
- World Data Atlas. KNOEMA. <https://business.knoema.com/about-team/> (eng).
- Yehorova, O. N. (2023). Resource base of cultural tourism: traditions, modern state. http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/fik/2017/12/culture/egorova.pdf (ukr).
- Zaiachkovska, H. (2017). Monitoring the European integration of Ukraine in the field of tourism. *Journal of European Economy*. Volume 16. Issue 2 (61). 2017. 241–255. http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee_2017_16_2_8 (ukr).

THE POTENTIAL OF CULTURAL TOURISM AS A COMPONENT OF SOCIAL AND CULTURAL DEVELOPMENT OF SOCIETY

Viktoriia Khudaverdiieva, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor at the Department of Tourism, State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine, e-mail: viki75807@gmail.com

The article examines the phenomenon of cultural tourism as a modern socio-cultural institute of universal direction. The spiritual and ethical formation of children and youth, their preparation for independent life are the most important components of the development of the society of any state. The relevance of the study is seen in the deepening and irreversibility of socio-economic and political transformations in all spheres of social life, which pose new challenges to the society. First of all, this is the task of educating the modern generation in the spirit of active creative work, observing and harmonizing the interests of society and the individual, developing a person's spirituality, preserving his/her physical and ethical health. As a result of the study, it was established that cultural tourism is an important aspect of transferring the life experience and material and cultural heritage accumulated by mankind to the new generation, the formation of value orientations, ethical improvement and cultural development of the nation; it is also one of the ways of socialization of the individual.

The trends and main aspects of the development of the cultural tourism industry at the level of territories are identified, the constituent elements of the regional tourism potential are determined, based on the study of their properties; systematized factors affecting the development of cultural tourism; the development of its subspecies is substantiated, based on the specifics of the tourist potential. As the optimal methodological tool for the assessment of tourist potential, a comprehensive approach was used, which involves the selection and clarification of the main structural elements of cultural tourism, the analysis of the main aspects of its formation and development. For further research, it is necessary to consider the actual issues of improving the practice of cultural tourism.

Keywords: socio-cultural institute, culture, tourism, cultural tourism, social development, historical and cultural potential.

Стаття надійшла до редакції / Received 27.02.2023

Прийнята до друку / Accepted 31.03.2023

Унікальність тексту 86,3 % (Unicheck ID 1015210180)

© Худавердієва Вікторія Анатоліївна