

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-35>

УДК 364:316.7

# КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

## CULTURAL TOURISM AS A TOOL FOR RESTORE AND DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE POST-WAR PERIOD

**Подольян Яна Віталіївна**кандидат політичних наук,  
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5156-4952>**Тимошенко Ірина Василівна**викладач,  
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4876-7580>**Садова Наталія Петрівна**викладач,  
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2897-2164>**Podolian Yana, Tymoshenko Iryna, Sadova Nataliia**  
Rauf Ablyazov East European University

Стаття присвячена дослідженню культурного туризму, як складової індустрії гостинності в Україні та світі. Гостинність є серйозним бізнесом у світових рамках, і сучасні тенденції розвитку та туристичний попит впливають на його модифікацію. Численні тенденції підкреслюють важливість сучасного туристичного бізнесу з огляду на те, що турист уже не задовольняється лише основною пропозицією в готельних та ресторанных закладах, а потребує диференційованого та персоналізованого обслуговування, яке стає головним мотивом подорожі. Своєю чергою, культурний туризм збагачує індустрію гостинності та формує інноваційні типи структур розміщення та харчування. Напрямки культурного туризму та культурні маршрути організують заклади гостинності відповідно до духу, атмосфери та характеристик культури представленої в пункті призначення. У статті узагальнено та класифіковано види культурного туризму та культурних туристів, а також визначено вплив розвитку даного виду індустрії гостинності на розвиток регіонів. Визначено, що культурний туризм є справжнім рушієм економіки для багатьох країн. Створення туристичного довгострокового розвитку може бути здійснено лише через пропонування умов стабільної якості та просування туристичних продуктів з конкурентоспроможною ціною.

**Ключові слова:** туризм, культурний туризм, спадщина, турист, індустрія гостинності, задоволення, подорож, вподобання.

The article is devoted to the study of cultural tourism as a component of the hospitality industry in Ukraine and the world. Hospitality represents a considerable business in the global frameworks and modern developmental trends and tourist demand affect its modification. Numerous trends stress the importance of modern hospitality business given that a modern tourist is no longer satisfied only with the primary offer in hotel facilities, but requires a differentiated and personalised service, which becomes his primary motive for travel. More specifically, motives no longer refer exclusively to relaxation and passive spending of free time, but to an active participation in special interest tourism, with valorisation of market niches. In turn, cultural tourism enriches hospitality industry and forms innovative types of accommodation structures that impact destination positioning. Cultural tourism is based on the heritage and history of a tourist site, and people and their contemporary lives in that a place. Cultural tourism includes contemporary culture and past cultural products, and hence cultural tourism is an integration of arts tourism and heritage tourism. Destinations of cultural tourism and cultural routes organise hospitality facilities according to the spirit,

ambience, atmosphere and characteristics which culture represents in a destination. They include: hotels, restaurants, accommodation, agricultural facilities, hostels, camps or any other type of service which ennobles the route and supports the theme by: buildings, design, furnishing, gastronomy, marketing label. The article summarizes and classifies the types of cultural tourism and cultural tourists, as well as determines the impact of the development of this type of hospitality industry on the development of regions. Cultural Tourism is a real economic driver for many countries and all destinations should seek to realize the benefits it brings. The creation of touristy long-run development can be done only through offering sustainable quality condition and promoting tourist products with competitive price.

**Keywords:** tourism, cultural tourism, heritage, tourist, hospitality industry, pleasure, travel, hobby.

**Постановка проблеми.** Туристична галузь є основною складовою індустрії гостинності, а у сучасних умовах, обмеженості виїзду за кордон та зростання внутрішнього попиту на відпочинок, й провідною в економіці України. До повномасштабного вторгнення росії нашу країну щороку відвідували понад 5 млн. туристів з різник країн світу. Спектр туристичних запитів поєднує найрізноманітніші послуги, це й відпочинок у всіх його проявах (активні подорожі, спортивний туризму, культурний туризм тощо), й гастрономічні подорожі тощо.

Ковідні обмеження щодо виїзду за кордон та війна в Україні, значно змінили тенденцій та запити відпочивальників. Так, у жовтні 2022 року було встановлено певний рекорд в індустрії гостинності, кількість заброньованих турів зросла вдвічі у порівнянні з 2021 роком. Запити туристів охопили всі сфери індустрії гостинності, готелі та ресторани на заході країни були завантажені на 100% з попереднім записом на кілька місяців. Поряд із звичайним та активним відпочинком туристу усе більше уваги приділяли турам пов'язаним з історією та культурою України. Туроператори, зазначили, що культурний туризм – надалі стає одним із ефективних інструментів розвитку національної ідентичності. А, підтримка та розвиток культурного туризму сприяють не лише позитивним культурним змінам, а й економічному піднесенню регіонів.

Проте, варто відзначити, що не зважаючи на зростаючу кількість туристів, існують певні проблеми у сфері гостинності, адже, туристичний потік, здебільшого, є стихійним, туристи бронюють готелі або інші місця розміщення, й надалі самостійно відвідують «туристичні магніти». Що призводить до хаотичного наповнення туристичних місць та скупчення відвідувачів. Відтак, постає питання побудови стратегії розвитку культурного туризму, як перспективної складової індустрії гостинності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Культурний туризм, як сфера гостинності, почав активно розвиватись та досліджуватись із середини ХХ ст., проте ні серед вітчизняних,

ні серед західних дослідників немає чіткого визначення даної дефініції та її змісту. Так, питання розвитку та актуальності культурного туризму досліджували О. Бордун, Г. Дроздова, В. Кифяк, М. Кляп, В. Кравців, О. Лучка, О. Любіцева, М. Мальська, Г. Машіка, Н. Мірко, В. Монастирський, А. Моца, О. Недзвецька, Н. П'ятка, О. Роїк, О. Чорний, В. Шевчук, Н. Якименко-Терещенко та дослідники світових організацій, проте їхні погляди значно різняться. Так, термін «культурний туризм» з'явився у 80-тих ХХ ст., і бере свій початок від так званого «туризму спадщини», явища, яке в силу багатьох причин стало дуже популярним у всьому світі з 70-х років ХХ століття [1]. Дослідники Асоціації індустрії гостинності України, зазначають, що «культурний туризм – це подорожі з метою отримати позитивні враження від споживання чи творення культурного продукту (культурних продуктів) території» [2].

У Хартії культурного туризму Міжнародної ради з питань пам'яток і визначних місць, культурний туризм визначають, як «відкриття пам'яток та об'єктів» [3]. ICOMOS характеризує культурний туризм як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавальний або освітній і часто елітарного характеру, присвячений презентації та роз'ясненню культурної ідеї» [3]. На думку фахівців ICOMOS «культурний туризм – це форма туризму, мета якого полягає в ознайомленні з культурою і культурним середовищем місця відвідування, включаючи ландшафт, знайомство з традиціями жителів і їхнім способом життя, художньою культурою і мистецтвом, різними формами проведення дозвілля місцевими жителями. Культурний туризм може включати відвідування культурних заходів, музеїв, об'єктів культурної спадщини, контакти з місцевими жителями» [4].

У свою чергу, Всесвітня туристична організацією ООН, культурний туризм досліджує, як «переміщення людей із суто культурними мотивами, такими як навчальні поїздки, вистави та культурні тури, подорожі на фес-

тивалі та інші культурні заходи, відвідування місць і пам'яток, подорожі з метою вивчення природи, фольклору чи мистецтва та паломництва» [5]. «Культурний туризм – це вид туризму, який дозволяє туристу брати участь у місцевих культурних заходах, таких як фестивалі та ритуали. У результаті турист може насолодитися справжнім культурним обміном з місцевими жителями» [6].

Г. Річардс описує культурний туризм як «споживання мистецтва, спадщини, фольклору, способу життя жителів і в цілому спектр інших культурних проявів туристів» [7]. На думку М. Шевелюк поняття «культурний туризм» може містити в собі ознаки й інших видів туризму, якщо акцент ставиться саме на його культурологічній стороні [8].

Отже, думки дослідників, не зважаючи на різні підходи до трактування даної дефініції значно різняться, але в єдиному вони збігаються, що основою культурного туризму є задоволення естетичних потреб та бажання поринути у нові культури. Відтак, наразі актуальним залишається питання узагальнення досвіду провідних країн та досліджень з метою формування стратегічних цілей підтримки культурного туризму в Україні.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета дослідження полягає у вивченні складових та особливостей культурного туризму, формування перспектив розвитку індустрії гостинності в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Отже, культурний туризм важливий з багатьох причин. Можливо, найпомітнішою причиною є його соціальний вплив. До війни в Україні використовувалася лише частина потужного туристичного потенціалу, однак, у повоєнному відновленні туристичної індустрії ця парадигма повинна змінитися [9].

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) культурний туризм є одним з головних елементів туристичного попиту та споживання, на культурні подорожі припадає 39% міжнародних подорожей.

Сьогодні у культурному туризмі відбуваються досить швидкі зміни і перетворення, пов'язані з новими формами (культурне споживання, нові технології, зростання незалежності культурного туриста). Завдяки новим технологіям культурний туризм розвиватиметься: не як вузька туристична ніша, а стає загальним засобом споживання елементів повсякденного життя, нового досвіду, інтегрованого в місцеві соціальні, економічні та культурні системи. Це вносить свої корективи не

лише в його сутність і призначення, а й розробку його теоретичних засад, зокрема класифікації видів, що вимагає подальшого вдосконалення [8].

Так 2012 року, Світова організації торгівлі, на основі опитування визначили шість категорій культурного туризму:

- ремесла та образотворче мистецтво;
- гастрономія та кулінарія;
- соціальні звичаї, обряди, святкові події;
- музика та мистецтво;
- традиції;
- природний туризм [5].

Проте ці категорії лише узагальнюють складові культурного туризму, у той час, як існує значна кількість його підвидів. Узагальнення категорій культурного туризму представлено на рис. 1.

Культурна спадщина та історичний туризм пов'язані з потребою в новій інформації та досвіді історичної чи культурної спадщини. Ця історико-культурна спадщина може мати матеріальний (пам'ятники, музеї, історичні місця, скельні комплекси тощо) та нематеріальний (стародавні обряди, старовинна музика тощо) характер.

Фестивалі та культурні події передбачають відвідування концертів, фестивалів, митецьких заходів тощо. А творчий туризм передбачає участь туристів у житті громад та створенні культури спільно з ними.

Проте, наведене класифікація на є сталою, адже кожен з підвидів культурного туризму може перетинатись або бути частиною іншого виду. Крім того, мотиви культурного туризму можуть поєднуватися з іншими туристичними враженнями.

Поряд із наведеною класифікацією виокремлюють:

- висококультурний туризм (туризм культурної спадщини, музейний туризм, літературний туризм);
- освітній туризм (навчальні поїздки, тематичні подорожі, мовні подорожі);
- універсальний туризм (етнічний, екзотичний туризм, релігійний та паломницький туризм, хобі-туризм тощо) [12].

Існує й секторальний поділ культурного туризму: за місцем або маршрутом подорожі та тематикою (культурна спадщина, сучасний туризм). У залежності від видів обраної подорожі існує певна класифікація туристів на основі двох вимірів важливість культурних мотивів:

- наскільки важливий мотив культурного туризму був у виборі туристом пункту призначення;

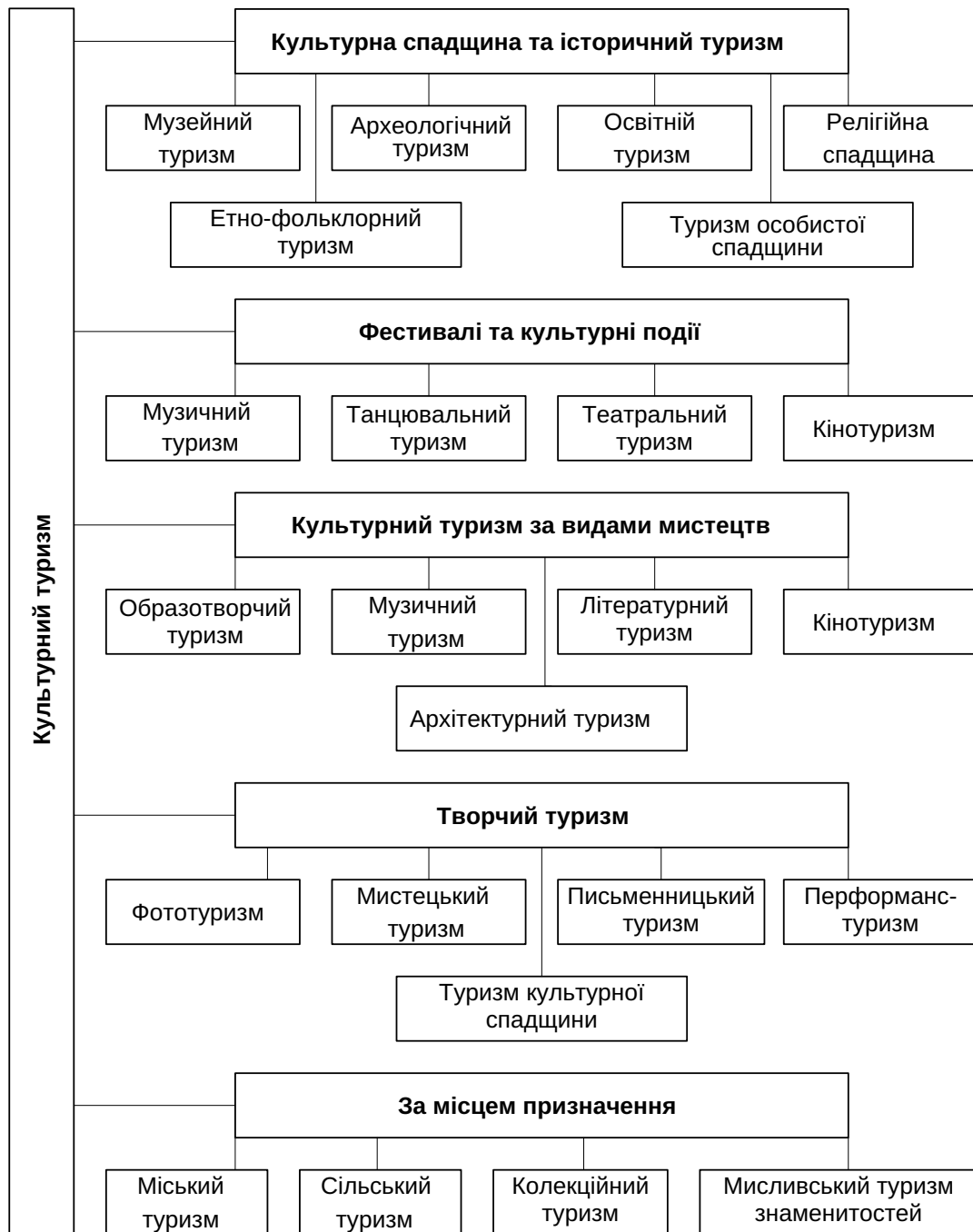


Рис. 1. Класифікація видів культурного туризму

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [6; 11]

– глибина досвіду, яка є відносною для кожного виду культурних туристів [13].

Відповідно до обраного виміру «культурних» туристів можна поділити за такими типами:

– цілеспрямований турист – основним мотивом поїздки є відвідування «туристичних магнітів», зазвичай має певний культурний досвід;

– екскурсійний турист – метою поїздки є відвідування певних пам'яток, заходів, але має незначний культурний досвід;

– ненавмисний турист – подорожує не з культурних причин, але не проти прийняти участь та отримати культурний досвід;

– випадковий турист – подорож не є конкретною метою, а здобута інформація та досвід не є цінними;

– неочікуваний турист – турист не подорожує з культурних причин, але, тим не менш, бере участь у деяких заходах і має неглибокий досвід.

Відтак постає питання врахування усіх зазначених категорій подорожей та туристич-

тів при розробці стратегії розвитку культурного туризму. Варто враховувати й мотиваційні тенденції – автентичність та унікальність, культурне занурення та відпочинок, пов'язаний із враженнями тощо. Саме вони можуть мати відповідний вплив на вибір подорожуючого.

Основна місія розвитку індустрії гостинності є співпраця між усіма секторами конкретного регіону. Важливим є створення та просування якісних туристичних продуктів за конкурентоспроможною ціною. Варто зазначити, що культурний туризм приносить користь місцевим громадам, зокрема:

- має позитивний економічний вплив на місце призначення та може допомогти громадам які недостатньо забезпечені послугами, наповнити бюджет;

- гроші, отримані від таких послуг, можуть бути використані в громадах на соціальні програми та рекреаційні заходи;

- сприяє збереженню місцевої культури, водночас дозволяючи підкреслювати унікальність регіональної культури, щоб відрізнити її від інших місць;

- створює конкурентні переваги з розвинутими регіонами тощо.

Проте, доречно виокремити й певні недоліки інтенсивного розвитку культурного туризму. Так, це значне зростання цін на житло через вплив туристів. Також у багатьох країнах світу відмічено фізичне нищення пам'яток, втрата ідентичності місця та гро-

мади, що розчиняється від напливу туристів. Як показує практика, неконтрольований розвиток культурного туризму може перетворити цілі міста на «Диснейленди», значно ускладнюючи життя місцевим мешканцям та в кінцевому результаті консервуючи місцеву культуру, пристосовуючи її до стереотипних очікувань туриста [10].

**Висновки.** Війна, ковідні обмеження внесли значні корективи у туристичну галузь, ресторанно-готельний бізнес та транспорт, тобто зачепили усі сфери індустрії гостинності. Відтак, постає питання підтримки даної галузі не лише населенням, але й державою. Адже, підтримка та розвиток культурного туризму – дозволяє створювати робочі місця; сприяє зайнятості та відкриттю нового бізнесу, а відтак, збільшує податкові надходження. Створюються нові партнерські проекти. Якісні послуги дозволяють залучати відвідувачів, зацікавлених історією та збереженням історичних пам'яток тощо.

Сьогодні індустрія гостинності стрімко зростає. Враховуючи сучасні технології, тенденції ринкових перетворень та зростаючий попит на туристичні послуги, не можна недооцінювати роль громад у розвитку даного сегменту ринку. Саме підтримка громад з боку уряду та децентралізація прийняття рішень щодо створення туристичних маршрутів, розподілу та використання коштів, відкриття нових культурних закладів сприятимуть розвитку культурної спадщини регіону.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гордін В., Матецький М. Культурний туризм як стратегія розвитку міста: пошук компромісів між інтересами місцевого населення і туристів. URL: <https://infotour.in.ua/gordin.htm> (дата звернення: 14.07.2023).
2. Культурний туризм Приазов'я: стан, виклики та стратегії / [упоряд. А. Романова, О. Лієв]. Аналітичний звіт Асоціації індустрії гостинності України. Київ, 2021. 120 с.
3. International Council on Monuments and Sites. (1999). International Cultural Tourism Charter.
4. Офіційний сайт Міжнародного комітету з культурного туризму. URL: <https://www.icomosictc.org/> (дата звернення: 20.07.2023).
5. World Trade Organization's 6 Categories of Cultural Tourism. URL: <https://thegossagency.com/2016/03/12/world-trade-organizations-6-categories-of-cultural-tourism/> (дата звернення: 14.07.2023).
6. What is Cultural Tourism? URL: <https://www.etravel.com/explore/travel-industry/what-is-cultural-tourism/> (дата звернення: 10.07.2023).
7. Richards, G. Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2018. Vol. 36. P. 12–21.
8. Шевелюк, М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*. 2020. № 36. С. 99–109.
9. Чорний О. Сталий розвиток українського туризму: що маємо створити для майбутнього? *Журнал лідера сталого розвитку*. 2023. № 2. URL: <https://ukraine-oss.com/stalyj-rozvytok-ukrayinskogoturizmu-shho-mayemostvoryty-dlya-majbutnogo> (дата звернення: 22.07.2023).
10. Софій О. Культурний туризм – непрості відносини. URL: [https://zaxid.net/blogi\\_tag50977/](https://zaxid.net/blogi_tag50977/) (дата звернення: 12.07.2023).

11. Ohridska-Olson, Rossitza Vassileva, Cultural Tourism: Definitions and Typology. *A Research Note* (October 8, 2015). URL: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3318843> (дата звернення: 22.07.2023).
12. Podział za Mikosem A. von Rohrscheidt, Turystyka Kulturowa. *Fenomen, potencjał, perspektywy, Gniezno*, 2008, s. 52n.
13. McKercher, B. Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 2002, 4(1), 29–38.
14. Sukach, O., Kozlovska, S., & Sushko, N. (2021). Modern management technologies in the hospitality industry. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(3), 168–176. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-3-168-176>

## REFERENCES:

1. Gordin V., Matetskiy M. Kulturnyy turizm kak strategiya razvitiya goroda: poisk kompromissov mezhdru interesami mestnogo naseleniya i turistov [Cultural tourism as a city development strategy: finding compromises between the interests of the local population and tourists]. Available at: <https://infotour.in.ua/gordin.htm> (accessed June 14, 2023).
2. Romanova, A & Live. O. (2021) Kulturnyy turizm Pryazovya: stan, vyklyky ta stratehiyi [Cultural tourism of the Azov region: state, challenges and]. Analytical report of the Association of the Hospitality Industry of Ukraine.
3. International Council on Monuments and Sites. (1999). International Cultural Tourism Charter.
4. ICOMOS International Cultural Tourism Committee. Available at: <https://www.icomosictc.org/> (accessed June 20, 2023).
5. World Trade Organization's 6 Categories of Cultural Tourism. Available at: <https://thegossagency.com/2016/03/12/world-trade-organizations-6-categories-of-cultural-tourism/> (accessed June 14, 2023).
6. What is Cultural Tourism? Available at: <https://www.etravel.com/explore/travel-industry/what-is-cultural-tourism/>(accessed June 10, 2023).
7. Richards, G. (2018) Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
8. Shevelyuk, M. (2020) Ponyattya kul'turnoho turyzmu ta yoho klasyfikatsiyi [Concept of cultural tourism and its classification]. *Pytannya kul'turolohiyi*, (36), 99–109.
9. Chornyy, O. (2023) Stalyy rozvytok ukrayins'koho turyzmu: shcho mayemo stvoryty dlya maybutn'oho? [Sustainable development of Ukrainian tourism: what should we create for the future?]. *Zhurnal lidera staloho rozvytku*, 2. Available at: <https://ukraine-oss.com/stalyy-rozvytok-ukrayinskogoturizmu-shho-mayemo-stvoryty-dlya-maybutnogo>. (accessed June 22, 2023).
10. Sofiy, O. (2022) Kul'turnyy turizm – neprosti vidnosyny [Cultural tourism – difficult relations]. Available at: [https://zaxid.net/blogi\\_tag50977/](https://zaxid.net/blogi_tag50977/)(accessed June 12, 2023).
11. Ohridska-Olson, Rossitza Vassileva (2015) Cultural Tourism: Definitions and Typology. *A Research Note* (October 8, 2015). Available at: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3318843> (accessed June 22, 2023).
12. Podział za Mikosem A. von Rohrscheidt (2008) Turystyka Kulturowa. *Fenomen, potencjał, perspektywy, Gniezno*, 52n.
13. McKercher, B. (2002) Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 29–38.
14. Sukach, O., Kozlovska, S., & Sushko, N. (2021). Modern management technologies in the hospitality industry. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(3), 168–176. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-3-168-176>