

СЕКЦІЯ 4 РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-52-5>

УДК 338.48-6:7/8

Бурак В.Г.

*докторка педагогічних наук, доцентка,
завідувачка кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9085-9000>
E-mail: vburak@ksu.ks.ua*

Волошин О.В.

*доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3615-2049>
E-mail: ovoloshin@ksu.ks.ua*

Юріна Ю.М.

*доцентка кафедри української і слов'янської філології та журналістики
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3197-9090>
E-mail: jurinajulija1974@gmail.com*

Сорокіна А.М.

*асистентка кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6450-646X>
E-mail: kpopova@ksu.ks.ua*

РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ У ФОРМУВАННІ ТА ПРОСУВАННІ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЇ Й ДЕРЖАВИ

Мета статті полягає в дослідженні особливостей культурного туризму та його ролі у формуванні і просуванні іміджу території й держави. Здійснено дефінітивний аналіз термінологічно-категоріального апарату та потрактовано в авторському тлумаченні терміни «культурний туризм», «імідж території» та «імідж держави». Актуалізовано роль культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу через виокремлення низки завдань: привертання уваги туристів, створення позитивного іміджу, економічний розвиток, міжнародне співробітництво. Установлено, що вивчення ролі культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу є важливим для розроблення стратегій розвитку туризму, залучення інвестицій та підвищення міжнародної привабливості конкретної території чи держави. Розкрито питання розбудови інфраструктури для підтримання культурного туризму через використання таких об'єктів: музеїв та виставкових центрів, пам'яток архітектури та культурної спадщини, культурних заходів і фестивалів, інформаційної та транспортної інфраструктури, розвитку культурно-туристичної індустрії. Визначено позитивні аспекти культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу території та держави: привабливість культурних об'єктів і подій, розширення культурного обміну, підвищення міжнародного престижу, стимулювання розвитку туристичної індустрії, стимулювання економічного розвитку. Виокремлено негативні аспекти культурного туризму, які включають ризики втрати аутентичності культурних об'єктів, до яких відносимо: комерціалізацію та комерційну експлуатацію, зміну місцевого способу життя та традицій, забруднення та зруйнування середовища, утрату автентичності та ідентичності, конфлікти з місцевим населенням. Визначено роль культурного туризму на рівні території та держави. Розроблено рекомендації щодо підвищення ролі культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу на рівні території (розвиток туристичної інфраструктури, рекламація місцевих культурних подій, стимулювання співпраці з місцевими митцями та ремісниками, створення інформаційних матеріалів і тур продуктів, залучення місцевого населення) та держави (стратегічне планування, маркетингові кампанії, залучення інвестицій, підтримка освіти й культурного обміну, партнерство з приватним сектором і громадськими організаціями).

Ключові слова: культурний туризм, стратегії розвитку, інфраструктура, антикризовий менеджмент.

Burak Valentyna, Voloshyn Oleksandr, Yurina Yuliia, Sorokina Alona. ROLE OF CULTURAL TOURISM IN FORMATION AND PROMOTION OF TERRITORY AND STATE IMAGE

The article is aimed at studying the peculiarities of cultural tourism and its role in formation and promotion of territory and state image. Definitive analysis of terminological and categorical apparatus has been carried out and the terms "cultural tourism", "territory image" and "state image" have been presented in author's interpretation. Role of cultural tourism in formation and promotion of the image through allocation of a number of tasks has been updated: attracting tourists' attention, creating a positive image, economic development, international cooperation. It was established that study of the role of cultural tourism in formation and promotion of the image is important for the development of strategies for tourism development, attracting investments and increasing international attractiveness of a specific territory or state. Questions of development of infrastructure to support cultural tourism using such objects: museums and exhibition centers, architectural monuments and cultural heritage, cultural events and festivals, information and transport infrastructure, development of cultural and tourist industry are disclosed. Positive aspects of cultural tourism in formation and promotion of territory and state image are defined: attractiveness of cultural objects and events, expansion of cultural exchange, increase of international prestige, stimulation of tourism industry development, stimulation of economic development. Negative aspects of cultural tourism are allocated, which include risks of loss of authenticity of cultural objects: commercialization and commercial exploitation, change of local way of life and traditions, pollution and destruction of the environment, loss of authenticity and identity, conflicts with the local population. Role of cultural tourism at the level of territory and state is defined. Recommendations for increasing the role of cultural tourism in formation and promotion of the image at the territory level (development of tourism infrastructure, promotion of local cultural events, stimulation of cooperation with local artists and craftsmen, creation of information materials and tour products, involvement of the local population) and the state (strategic planning, marketing campaigns, attraction of investments, support of education and cultural exchange, partnership with the private sector and public organizations).

Key words: cultural tourism, strategies of development, infrastructure, anti-crisis management.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Зважаючи на сучасні складні економічні проблеми локального та глобального рівнів, важливо навчитися ефективно вирішувати регіональні й світові проблеми задля забезпечення сталого розвитку суспільства. За цих умов особливо важливо використовувати можливості для інноваційної співпраці, залучаючи різні сторони до спільної професійної діяльності, що сприятиме досягненню високих результатів усіма сторонами суб'єкт-суб'єктної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження особливостей культурного туризму та його ролі у формуванні та просуванні іміджу території й держави засвідчили унікальність і сучасність означеного питання, якому присвячено низку публікацій і досліджень українських науковців.

Так, колектив авторів, зокрема В. Пап та інші, представили ідею надання нової місії культурному туризму, пов'язавши її з інструментом миру, розвитку, зближенням народів, вихованням поваги, толерантністю, взаєморозумінням, пов'язаними з гуманітарними цінностями туристичної галузі. Дослідники ствердили, «що за допомогою культури туризму формується активний, творчий інтелект та висока духовність особистості, інтелектуальний потенціал народу, що є головною умовою виходу суспільства на нові рівні цивілізації» [14, с. 48].

М. Шевелюк наукові пошуки пов'язує з аналізом терміна «культурний туризм»

та його класифікацією. Автор вважає, що, хоча зазвичай культуру розглядають як комплекс матеріальних і духовних цінностей, які формуються та передаються соціумом у певний період його розвитку, а також як процес виготовлення, зберігання та розповсюдження цих цінностей, існує підхід, згідно з яким культуру слід сприймати і в ролі процесу створення цінностей, і як самі цінності. З огляду на це туризм розглядається як спосіб освоєння культурних продуктів. Дослідник відзначає, що немає одного загальнозживаного формулювання термінів «туризм» і «культурний туризм», а також їхніх класифікацій на офіційному та науковому рівнях. Багатоманітність дефініцій означених термінів зумовлена складністю уніфікації різнобічного поняття, яке включає відмінні контексти залежно від функцій туризму загалом і культурного туризму зокрема, а також специфіку різних галузей і сфер діяльності, пов'язаних із туризмом. Автор робить висновок, що в концепцію культурного туризму слід включати мотивацію туристів як важливий елемент. Пропонується класифікувати культурний туризм за цілями подорожі, виділяючи такі види, як історичний, релігійний, подієвий, екологічний, етнокультурний і розважальний. Однак виокремлення інших критеріїв класифікації потребує подальшого дослідження для кращого відображення широти і багатогранності поняття «культурний туризм» [19, с. 99].

І. Григорчак у дослідженні, присвяченому охороні нематеріальної культурної спадщини в умовах глобалізації через зіставлення міжнародної практики та українських реалій з'ясував, «що в Україні затягнувся процес інституціалізації нематеріальної культурної спадщини. Враховуючи те, що останнім часом посилюються вимоги до внесення в список ЮНЕСКО об'єктів матеріальної культурної спадщини, можна спрогнозувати, що й об'єкти нематеріальної її частини чекає такий самий суворий відбір. З огляду на викладене, вітчизняні структури влади, яким делеговані повноваження щодо охорони нематеріальної культурної спадщини, при підготовці заявки до міжнародного списку ЮНЕСКО повинні більш чітко дотримуватися критеріїв, визначених цією організацією» [7, с. 10].

Науковець С. Дичковський, аналізуючи культурний туризм як сферу реалізування дозвіллевих технологій та віртуальних практик, ділиться досвідом розвитку нової моделі культурного туризму з інтегруванням виробництва послуг з технологіями обслуговування та покращення зручності процесу ознайомлення з різними об'єктами через упровадження нових технологій «забезпечення суми вражень на основі емоційно-чуттєвого і діяльного досвіду осягнення культури дестинації» [8, с. 89].

С. Захарін у науковому дослідженні, що стосується ролі туризму в збереженні та популяризації національної культурної спадщини, висловлено думку про те, що в умовах сучасної нестабільної економічної системи, з появою нових ризиків для туристичної сфери та зменшення попиту на туристичні продукти через зниження реальних доходів населення, державна підтримка розвитку туристичної інфраструктури стає об'єктивно неможливою [9, с. 55].

Опрацювання закордонного досвіду проблеми збереження культурної спадщини, здійснене І. Крупою, уможливило формування певних рекомендацій для покращення відвідуваності культурних установ та пов'язує їх зі створенням віртуальних турів музейними експозиціями; формуванням аудіогідів, зокрема й іноземними мовами; проведенням мистецьких акцій, тематичними заходами на території музеїв; підвищенням майстерності працівників музеїв; створенням сайтів музейних установ; проведенням активної промоційної діяльності; розміщенням інформації про музеї на міжнародних туристичних

порталах (наприклад, TripAdvisor та ін.) [10, с. 153].

Н. Паньків та О. Гаврилишин у здійсненому дослідженні впливу культурної спадщини на розвиток туризму в Україні сформулювали «принципи суспільно-географічного дослідження культурної спадщини та розробили структурно-графічну модель комплексного суспільно-географічного вивчення культурної спадщини як чинника соціально-економічного розвитку регіонів, мета якого полягає у виявленні та оцінюванні історико-культурного потенціалу регіонів, територіальних особливостей його зосередження, оцінюванні впливу на соціально-економічний розвиток, визначенні тенденцій, закономірностей, шляхів та напрямів розвитку сфери збереження й використання культурної спадщини України» [12, с. 222]. Крім того, автори провели аналіз актуального стану використання історико-культурного потенціалу, виявили основні внутрішні і зовнішні проблеми, що впливають на використання об'єктів культурної спадщини в країні та її окремих регіонах, та зазначили, що рівень використання цих об'єктів у більшості регіонів України є нижчим за середній [12, с. 222].

Продовжуючи дослідження значення культурного туризму для соціально-економічного розвитку територій, А. Парфіненко пов'язує культурний туризм із приверненням уваги молоді, підтриманням освіти й культурного взаємообміну в умовах глобалізаційних процесів. Автор стверджує, що означений феномен корелює з національною культурою у світовій спільноті, формує національну ідентичність всередині країни. Особливо актуальним для України є розроблення державної політики в гуманітарній сфері щодо «консолідації та розвитку української нації, формування її історичної свідомості, традицій та культури, зазначений вимір культурного туризму має важливе суспільно-політичне значення. Особливо це стосується патріотичного виховання молоді. Ознайомлення з історико-культурними досягненнями країни, актуалізованими засобами культурного туризму, дає змогу наочно (поза текстами підручників) зрозуміти місце і роль історії власного народу в сучасному світі» [14, с. 240].

У дослідженні В. Химинця та Г. Цімболинець щодо значення історико-культурної спадщини як чинника стимулювання економічного розвитку регіону Описано внесок культурної спадщини в соціально-економічний розвиток регіонів і громад, акцен-

товано увагу на її вплив на потенціал розвитку туристично-рекреаційного сектору. Представлено розроблену «методику залучення внутрішніх інвестицій у вигляді коштів трудових мігрантів, бюджетних асигнувань усіх рівнів і ресурсів малого бізнесу для розвитку території» [18, с. 57].

Всупереч такому широкому представленню означеної проблеми дослідження особливостей культурного туризму та його ролі у формуванні та просуванні іміджу території й держави вищеназвана тема не є достатньо розкритою, особливо в контексті сучасних воєнних дії в умовах російсько-української війни.

Метою статті є дослідження ролі культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу території й держави.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. *Культурний туризм* є однією з ключових галузей туризму, яка базується на інтересі до культурної спадщини та традицій конкретної місцевості. Він включає в себе подорожі до історичних, архітектурних, релігійних і мистецьких пам'яток, участь у фестивалях, етнографічних заходах, культурних виставках та інших подіях, що демонструють унікальність та особливості культури певного регіону чи країни.

Культурний туризм спрямований на задоволення цікавості та пізнання культурного різноманіття світу, розвиток міжкультурного розуміння та взаємодії, а також збагачення досвіду та знань туристів. Він може включати в себе відвідування музеїв, театрів, опер, концертних заходів, а також вивчення місцевої кулінарії, традицій та звичаїв.

Основною метою культурного туризму є стимулювання збереження та розвитку культурної спадщини, сприяння розвитку культурної ідентичності населення та популяризація культурних цінностей на міжнародному рівні. Крім того, він відіграє важливу роль у розвитку туристичної індустрії, створюючи нові робочі місця та сприяючи економічному зростанню в регіонах з великою культурною спадщиною.

Тож *культурний туризм* можна описати як сферу туризму, що базується на вивченні та пізнанні культурної спадщини, традицій та особливостей різних регіонів та країн з метою сприяння культурному обміну, розвитку та збереження культурного надбання суспільства.

Дефінітивний аналіз термінологічно-категоріального апарату доцільно продо-

вжити потрактуванням термінів «імідж території» та «імідж держави».

Імідж території – це відображення загального враження, стереотипів та уявлень, які стосуються певної території, як правило, обмеженої географічними межами, такими як регіон, місто або район. Він може включати в себе різні аспекти, такі як культурна спадщина, природні краси, історичні пам'ятки, економічний розвиток, рівень життя мешканців, політична стабільність та інші фактори, які впливають на сприйняття та оцінку території. Імідж території може бути формований різними чинниками, включно із засобами масової інформації, рекламними кампаніями, особистими враженнями та досвідом відвідування.

Імідж держави – це комплексне уявлення, стереотипи та сприйняття, які формують у свідомості іноземців чи громадян певної держави як цілісного суспільства. Означений термін включає в себе такі аспекти, як політична стабільність, економічний розвиток, соціальна сфера, культурне багатство, технологічний прогрес, екологічна політика та міжнародний престиж. Імідж держави є важливим елементом міжнародних відносин, оскільки він впливає на сприйняття іноземними країнами, інвесторами, туристами, мігрантами та іншими зацікавленими сторонами.

Отже, імідж території відноситься до сприйняття та уявлення про конкретну географічну область, тоді як імідж держави охоплює більш широкі аспекти, що стосуються уявлень про державу як цілісний соціально-економічний організм.

Культурний туризм у формуванні та просуванні іміджу є надзвичайно важливим. Доцільним в означеному процесі видається реалізація *низки завдань*.

1. Привертання уваги туристів. Культурний туризм є одним із ключових механізмів привертання уваги туристів до конкретної території чи держави. Вивчення ролі культурного туризму дозволяє зрозуміти, які культурні атракції є найбільш привабливими для відвідувачів та як їх можна ефективно просувати.

2. Створення позитивного іміджу. Культурний туризм відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу території або держави, оскільки він дозволяє показати унікальність та різноманітність її культурної спадщини. Вивчення ролі культурного туризму допомагає визначити, які аспекти культури є найбільш привабливими для формування позитивного іміджу.

3. Економічний розвиток. Культурний туризм може сприяти економічному розвитку території або держави через збільшення потоку туристів та створення нових робочих місць у сфері туризму та культурної індустрії. Вивчення ролі культурного туризму дозволяє розробити стратегії залучення туристів та оптимізації економічного потенціалу культурної спадщини.

4. Міжнародне співробітництво. Розвиток культурного туризму сприяє розширенню міжнародного співробітництва та обміну культурними цінностями між різними країнами. Вивчення ролі культурного туризму допомагає виявити можливості для співпраці та обміну досвідом у цій сфері.

Вивчення ролі культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу є важливим для розроблення стратегій розвитку туризму, залучення інвестицій та підвищення міжнародної привабливості конкретної території чи держави.

Актуалізується питання розбудови інфраструктури для підтримання культурного туризму. Означене забезпечення передусім стосується таких об'єктів: *музеїв і виставкових центрів* (розвиток та модернізація музеїв і виставкових центрів є ключовим аспектом інфраструктури для підтримання культурного туризму та включає в себе створення нових експозицій, упровадження інтерактивних технологій та розроблення програм для туристів); *пам'яток архітектури й культурної спадщини* (необхідно забезпечити збереження та реставрацію історичних пам'яток, а також створення умов для комфортного відвідування туристами, що може включати в себе облаштування туристичних маршрутів, організацію екскурсій та створення інформаційних центрів); *культурних заходів і фестивалів* (організація культурних заходів, фестивалів та інших подій є важливою складовою інфраструктури для підтримання культурного туризму та дозволяє познайомити туристів з місцевими традиціями, мистецтвом і культурою); *інформаційної та транспортної інфраструктури* (створення ефективною інформаційної інфраструктури включно з туристичними картками, брошурами, вебсайтами й мобільними додатками допомагає туристам знаходити та отримувати інформацію про культурні об'єкти й події. Транспортна інфраструктура, така як автобусні маршрути, залізничні й авіаційні з'єднання, також відіграє важливу роль у забезпеченні доступності для туристів);

розвитку культурно-туристичної індустрії (важливим елементом інфраструктури для підтримання культурного туризму є розвиток культурно-туристичної індустрії включно з готелями, ресторанами, сувенірними магазинами й іншими послугами, які задовольняють потреби туристів).

Розбудова інфраструктури для підтримання культурного туризму включає в себе широкий спектр заходів, спрямованих на створення комфортних умов для туристів, підвищення привабливості культурних об'єктів і подій та стимулювання економічного розвитку регіону.

У просуванні культурної спадщини значну роль відіграють медіа й соціальні мережі через *популяризацію культурних об'єктів і подій*. Медіа й соціальні мережі виконують важливу роль у популяризації культурних об'єктів та подій. Завдяки фото- та відеоматеріалам, аудіооглядам, статтям і репортажам вони допомагають привернути увагу до цікавих місць, музеїв, виставок, фестивалів та інших культурних заходів.

Значущим стає і *створення інформаційних ресурсів*, оскільки медіа та соціальні мережі дозволяють створювати інформаційні ресурси про культурну спадщину, такі як віртуальні тури, інтерактивні екскурсії, відеогіди та інші матеріали, які дозволяють людям дізнатися більше про історію, традиції та значення культурних об'єктів.

Підвищується роль *узаємодії з аудиторією*. Соціальні мережі забезпечують можливість узаємодії з аудиторією через коментарі, відгуки, рейтинги й обговорення. Це дозволяє створювати сприятливу атмосферу для обміну думками, досвідом та інформацією про культурну спадщину.

У сучасному світі важливість вивчення ролі культурного туризму визначається також *приверненням уваги молоді*. Медіа й соціальні мережі можуть бути ефективними інструментами для привернення уваги молоді до культурної спадщини. Вони забезпечують створення цікавих і змістовних матеріалів, які стимулюють інтерес до історії, мистецтва й культури.

Значущості набувають і *маркетингові кампанії та реклама*. Медіа й соціальні мережі дозволяють проводити ефективні маркетингові кампанії та рекламу, спрямовані на просування культурної спадщини. Це може включати в себе рекламні кампанії, конкурси, акції та інші заходи, спрямовані на залучення уваги до конкретних культурних об'єктів і подій.

Тож медіа й соціальні мережі відіграють важливу роль у просуванні культурної спадщини, забезпечуючи доступ до інформації, створюючи сприятливі умови для взаємодії з аудиторією та сприяючи популяризації культурних об'єктів і подій.

Культурний туризм у формуванні та просуванні іміджу території й держави має **позитивні аспекти** завдяки підвищенню міжнародної впізнаваності. Деталізуємо означені площини.

- **Привабливість культурних об'єктів і подій.** Культурний туризм дозволяє підвищити міжнародну впізнаваність території чи держави завдяки унікальним культурним об'єктам і подіям, які привертають увагу туристів з усього світу. Наприклад, світово-відомі музеї, архітектурні пам'ятки, мистецькі фестивалі та інші культурні заходи можуть стати символами й емблемами для конкретної локації.

- **Розширення культурного обміну.** Культурний туризм сприяє зближенню різних культур і народів шляхом залучення туристів до вивчення й розуміння культурних традицій, звичаїв, мов та інших аспектів. Це розширює культурний обмін між націями та сприяє побудові міжнародного співробітництва та взаєморозуміння.

- **Підвищення міжнародного престижу.** Розвиток культурного туризму сприяє підвищенню міжнародного престижу території чи держави, оскільки він демонструє багатство й різноманіття її культурної спадщини. Успішні культурні проєкти події можуть залучати увагу ЗМІ й міжнародної громадськості, що сприяє позитивному сприйняттю країни.

- **Стимулювання розвитку туристичної індустрії.** Культурний туризм відіграє ключову роль у розвитку туристичної індустрії, що зі свого боку сприяє зростанню міжнародної впізнаваності та привертає увагу нових категорій туристів. Підвищення потоку туристів сприяє популяризації місцевих культурних звичаїв і традицій.

- **Стимулювання економічного розвитку.** Розвиток культурного туризму може стати сильним стимулом для економічного розвитку території чи держави через збільшення потоку іноземних туристів, зростання обсягів інвестицій у туристичну інфраструктуру й розвиток супутніх галузей, таких як гостинності, ресторани, торгівля сувенірами та інші послуги.

Тож культурний туризм відіграє важливу роль у підвищенні міжнародної впізнаваності території чи держави, який

проявляється у збільшенні уваги до культурної спадщини, розширенні культурного обміну, підвищенні престижу та стимулюванні економічного розвитку.

Однак спостерігаються і **негативні аспекти культурного туризму**, які включають ризики втрати аутентичності культурних об'єктів, до яких відносимо: *комерціалізацію й комерційну експлуатацію* (зростання потоку туристів може викликати комерціалізацію культурних об'єктів, коли вони стають об'єктами комерційної експлуатації, а не елементами культурної спадщини. Це може призвести до втрати аутентичності та перетворення культурних місць на туристичні атракції, позбавлені свого історичного й культурного значення); *зміну місцевого способу життя і традицій* (значний потік туристів може призвести до зміни місцевого способу життя і традицій мешканців. Туристична інфраструктура, зокрема готелі, ресторани й магазини сувенірів, може замінити місцеві ремесла і традиційні ринки, що веде до втрати аутентичності й унікальності культурного середовища); *забруднення та зруйнування середовища* (збільшений потік туристів може призвести до забруднення та зруйнування природного й культурного середовища. Неправильне використання ресурсів, незадовільна утилізація відходів і несанкціоноване будівництво можуть актуалізувати проблему знищення культурних об'єктів і природних пам'яток); *утрату аутентичності й ідентичності* (великий потік туристів може спонукати до зміни аутентичного характеру й ідентичності культурних об'єктів. Популяризація та комерціалізація здатні спровокувати цілеспрямовану адаптацію культурних об'єктів до потреб туристів, що може змінити їхній оригінальний вигляд і спосіб використання); *конфлікти з місцевим населенням* (зростання туризму може призвести до конфліктів між туристами й місцевим населенням через розбіжності в культурних і соціальних звичаях. Наприклад, розширення готельної бази може викликати виселення місцевих жителів або порушення традиційних місцевих способів життя).

Зважаючи на викладене вище, можемо констатувати, що, хоча культурний туризм може приносити позитивні результати, усе ж варто звертати увагу й на ризики як супровідний елемент означеного процесу.

Міжнародне співробітництво й обмін досвідом у сфері культурного туризму набувають в останні роки значного розви-

тку, оскільки під час подібних відносин відбуваються:

– *обмін культурними програмами й ініціативами.* Міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму передбачає обмін культурними програмами й ініціативами між різними країнами. Це можуть бути культурні фестивалі, виставки, концерти, мистецькі резиденції та інші події, що сприяють взаємному розумінню та взаємодії між культурними спільнотами;

– *обмін культурною інформацією і досвідом.* Країни можуть обмінюватися культурною інформацією і досвідом у сфері культурного туризму через організацію семінарів, конференцій, робочих груп і тренінгів. Це дозволяє кожній стороні вивчати кращі практики й інновації в галузі культурного туризму та впроваджувати їх у власній практиці;

– *розвиток міжнародних туристичних маршрутів.* Країни можуть співпрацювати у створенні й розвитку міжнародних туристичних маршрутів, що об'єднують культурні об'єкти й атракції кількох країн. Це сприяє залученню уваги туристів та збільшенню потоку туристів у регіон, що має позитивний вплив на розвиток туристичної індустрії й економіки країн-учасниць;

– *захист та збереження культурної спадщини.* Міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму сприяє захисту та збереженню культурної спадщини шляхом спільних проєктів програм. Це може включати в себе реставрацію та консервацію історичних об'єктів, розроблення стратегій управління культурними ресурсами й інші заходи, спрямовані на збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь;

– *стимулювання культурного туризму через міжнародні проєкти.* Міжнародні проєкти та програми у сфері культурного туризму можуть сприяти розвитку нових туристичних напрямків, створенню інноваційних продуктів і послуг для туристів, а також підвищенню міжнародної впізнаваності культурних об'єктів та подій.

Тож міжнародне співробітництво у сфері культурного туризму відіграє важливу роль у збереженні та просуванні культурної спадщини, розвитку туристичної індустрії й взаєморозумінні між різними культурними спільнотами.

Роль культурного туризму на рівні території

1. *Привабливість регіону,* оскільки культурний туризм може стати ключовим

чинником у привертанні уваги до конкретного регіону, підвищуючи його привабливість для відвідувачів. Унікальні культурні об'єкти, традиції й події можуть стати важливою частиною брендування та маркетингу регіону.

2. *Розвиток туристичної інфраструктури,* адже культурний туризм сприяє розвитку туристичної інфраструктури на рівні території, такої як музеї, галереї, туристичні маршрути, готелі й ресторани. Це забезпечує комфортне перебування для відвідувачів та сприяє економічному розвитку регіону.

3. *Збереження культурної спадщини,* бо культурний туризм може стати механізмом для збереження й реставрації культурної спадщини на рівні конкретного регіону. Залучення туристів та інвесторів може сприяти фінансуванню й збереженню історичних і культурних об'єктів.

4. *Збагачення культурного життя місцевого населення,* оскільки культурний туризм може сприяти збагаченню культурного життя місцевого населення, стимулюючи розвиток мистецтва, ремесл, музичних і танцювальних традицій.

Роль культурного туризму на рівні держави

1. *Міжнародна впізнаваність і престиж.* Культурний туризм може стати важливим інструментом у підвищенні міжнародної впізнаваності та престижу держави. Унікальна культурна спадщина, святині й традиції можуть викликати інтерес у світовій громадськості та сприяти позитивному іміджеві країни.

2. *Дипломатичні відносини й міжнародне співробітництво.* Культурний туризм може сприяти розвитку дипломатичних відносин і міжнародного співробітництва між державами. Обмін культурними програмами й ініціативами може стати важливим механізмом для взаєморозуміння та зближення націй.

3. *Економічний вплив.* Культурний туризм може мати значний економічний вплив на рівні держави, сприяючи створенню нових робочих місць, зростанню внутрішнього валового продукту та притоку інвестицій.

Так, культурний туризм відіграє свої унікальні ролі як на рівні території, так і держави, проте його вплив і значення можуть різнитися залежно від масштабу й контексту.

Здійснений попередньо аналіз досліджень науковців у сфері означеного питання

та результати розв'язання проблеми колективу авторів уможливили розроблення **рекомендацій щодо підвищення ролі культурного туризму** у формуванні та просуванні іміджу на рівні території та держави.

На рівні території

1. **Розвиток туристичної інфраструктури.** Необхідно інвестувати в розвиток туристичної інфраструктури, зокрема в покращення доступності культурних об'єктів, створення туристичних маршрутів та інформаційних центрів.

2. **Рекламація місцевих культурних подій.** Доцільно підтримувати та активно просувати місцеві культурні заходи, фестивалі, виставки й концерти для привертання уваги туристів.

3. **Стимулювання співпраці з місцевими митцями й малим бізнесом.** Слід залучати місцевих митців і представників малого бізнесу до створення унікальних продуктів та експонатів, які б відображали місцеву культуру й традиції.

4. **Створення інформаційних матеріалів і турпродуктів.** Потрібно розробляти інформаційні матеріали й турпродукти, які б підкреслювали унікальність культурної спадщини та привабливість місцевих туристичних об'єктів.

5. **Залучення місцевого населення.** Варто враховувати інтереси й думки місцевого населення під час планування туристичних заходів та розвитку інфраструктури, щоб забезпечити сталість і підтримку місцевих ініціатив.

На рівні держави

1. **Стратегічне планування.** Необхідно розробити стратегічні плани та програми підтримки культурного туризму, які б враховували національні інтереси і пріоритети.

2. **Маркетингові кампанії.** Доцільно проводити маркетингові кампанії для просування культурної спадщини й туристичних атракцій на міжнародному рівні, зокрема через соціальні мережі, події й міжнародні виставки.

3. **Залучення інвестицій.** Варто залучати інвестиції в розвиток культурної інфраструктури та реставрацію історичних об'єктів для підвищення їхньої привабливості для туристів.

4. **Підтримання освіти й культурного обміну.** Доречно сприяти обміну досвідом і знаннями у сфері культурного туризму, зокрема через освітні програми, стажування й культурні обміни.

5. **Партнерство з приватним сектором і громадськими організаціями.** Слід

розвивати партнерські взаємини з приватним сектором і громадськими організаціями для спільного розвитку та просування культурного туризму.

Вище представлені рекомендації можуть сприяти підвищенню ролі культурного туризму у формуванні й просуванні іміджу як на рівні території, так і держави, забезпечуючи розвиток туристичної індустрії та збереження культурної спадщини України.

Висновки. У результаті проведеного дослідження здійснено аналіз ролі культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу території й держави, встановлено його важливість для розроблення стратегій розвитку туризму, залучення інвестицій та підвищення міжнародної привабливості конкретної території чи держави. Актуалізовано проблему розбудови інфраструктури для підтримання культурного туризму, що включає в себе широкий спектр заходів, спрямованих на створення комфортних умов для туристів, підвищення привабливості культурних об'єктів і подій та стимулювання економічного розвитку регіону. Розроблено рекомендації для сприяння підвищенню ролі культурного туризму у формуванні та просуванні іміджу як на рівні території, так і держави, розвитку туристичної індустрії та збереження культурної спадщини.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безкоровайна Л.В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму в умовах вищої навчальної заклади: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2018. 698 с.
2. Беляєва С.С. Теоретико-методологічні засади експериментальної перевірки методики формування творчих умінь у майбутніх фахівців сфери туризму та готельно-ресторанного бізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 27. С. 247–254.
3. Бейдик О.О., Топалова О.І., Сірук В.Ю. Традиційні та нетрадиційні культурно-інформаційні системи України та світу. *Географія та туризм*. 2019. Т. 51. С. 3–10.
4. Бойко М.Г., Охріменко А.Г., Расулова А.М. Концептуальні основи розвитку корпорацій у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 13. Ч. 2. С. 35–39.
5. Бурак В.Г. Теоретичні і методичні основи підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи в закладах вищої освіти: дис. ... докт. пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2023. 654 с.
6. Бурак В.Г. Кроссекторальні проекти в антикризовому менеджменті підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2023. № 48. С. 5–9.

7. Григорчак І.М. Охорона нематеріальної культурної спадщини в умовах глобалізації: міжнародна практика та українські реалії. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 2. С. 10–16.
8. Дичковський С. Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 3. С. 89–95.
9. Захарін С. Роль туризму у справі збереження та популяризації об'єктів національної культурної спадщини. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. № 3(1). С.55–71.
10. Крупа І.П. Проблеми збереження культурної спадщини: зарубіжний досвід. *Scientificpractice: modernandclassicalresearchmethods*. Boston, USA, 2021. Vol. 3. P. 151–154.
11. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 1(16). С. 148–158.
12. Паньків Н.Є., Гаврилишин О.М. Вплив культурної спадщини на розвиток туризму в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 6. Т. 1. С. 212–224.
13. Папп В., Котубей В., Грицько В. Культурний туризм як багатограний феномен національної самоідентифікації. *Економічний форум*. 2022. № 4. Т. 1 С. 48–57.
14. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. *Вісник львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 233–242.
15. Руденко Л.А. Теоретичні та методичні засади формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних навчальних закладах: дис. ... докт. пед. наук: 13.00.04. Львів, 2016. 509 с.
16. Сидорук А.В. Шляхи формування інформаційної культури майбутніх фахівців сфери туризму та готельно-ресторанної справи. *Інноваційна педагогіка*. 2019. Вип. 10. Т. 3. С. 76–79.
17. Тимейчук А.М. Підготовка майбутніх магістрів з туризмознавства до проектної професійної діяльності: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Вінниця, 2018. 263 с.
18. Химинець В.В., Цімболинець Г.І. Історико-культурна спадщина як чинник стимулювання економічного розвитку регіону. *Регіональна економіка*. 2020. № 3. С. 57–64.
19. Шевелюк М.М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Теорія та історія культури. Питання культурології*. 2020. № 36. С. 99–109.
2. Bieliaieva S. S. (2019) Teoretyko-metodolohichni zasady eksperymentalnoi perevirky metodyky formuvannia tvorchykh umin u maibutnykh fakhivtsiv sfery turizmu ta hotelno-restorannoho biznesu [Theoretical and methodological principles of experimental verification of the method of formation of creative skills in future specialists in the sphere of and hotel and restaurant business]. *Infrastruktura rynku*, no. 27, pp. 247–254. (in Ukrainian)
3. Beidyk O. O., Topalova O. I., & Siruk V. Yu. (2019) Tradytiini ta netradytiini kulturno-informatsiini systemy Ukrainy ta svitu [Traditional and non-traditional cultural and information systems of ukraine and the world]. *Heohrafiia ta turizm*, no. 51, pp. 3–10. (in Ukrainian)
4. Boiko M. H., Okhrimenko A. H., & Rasulova A. M. (2015) Kontseptualni osnovy rozvytku korporatsii u turystychnomu ta hotelno-restorannomu biznesi [Conceptual framework of corporate development in tourism and hotel and restaurant business]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia "Ekonomichni nauky"*, no. 13 (2), pp. 35–39. (in Ukrainian)
5. Burak V. H. (2023) Teoretychni i metodychni osnovy pidhotovky maibutnykh fakhivtsiv hotelno-restorannoi spravy v zakladakh vyshchoi osvity [Theoretical and methodical bases of of professional training of future specialists in hotel and restaurant business in institutions of higher education]: dys. ... dokt. ped. nauk : 13.00.04. Ternopil. 654 p. (in Ukrainian)
6. Burak V. H. (2023) Krossektoralni proiekti v antykrizovomu menedzhmenti pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu [Cross-sectoral projects in anti-crisis management of hotel and restaurant business enterprises]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia "Ekonomichni nauky"*, no. 48, pp. 5–9. (in Ukrainian)
7. Hryhorchak I. M. (2020) Okhorona nematerialnoi kulturnoi spadshchyny v umovakh hlobalizatsii: mizhnarodna praktyka ta ukraïnski realii [Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage in Terms of Globalisation: International Practice and Ukrainian Realities]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, no. 2, pp. 10–16. (in Ukrainian)
8. Dychkovskiy S. (2019) Kulturnyi turizm yak sfera realizatsii dozvillievkykh tekhnolohii ta virtualnoho dosvidu [Cultural tourism as a sphere of implementation of leisure technologies and virtual experience]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, no. 3, pp. 89–95. (in Ukrainian)
9. Zakharin S. (2020) Rol turizmu u spravi zberezhenia ta populiaryzatsii obiektiv natsionalnoi kulturnoi spadshchyny [The role of tourism in the preservation and popularization of national cultural heritage objects]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriiia: Turizm*, no. 3(1), pp. 55–71. (in Ukrainian)
10. Krupa I. P. (2021) Problemy zberezhenia kulturnoi spadshchyny: zarubizhnyi dosvid [Problems of preserving cultural heritage: foreign experience]. *Scientificpractice: modernandclassicalresearchmethods*, no. 3, pp. 151–154. (in Ukrainian)
11. Nahorniak H., Maliuta L., Melnyk L., & Sherstiuk R. (2017) Orhanizatsiino-ekonomichni zasady rozvytku innovatsiinoho protsesu vitchyznianskykh zakladiv hotelno-restorannoi sfery v turystychnomu konteksti [Organizational and economic principles of innovative development processes of national hotel and

- restaurant business structures in the tourism context]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava*, no. 1(16), pp. 148–158. (in Ukrainian)
12. Pankiv N. Ie., & Havrylyshyn O. M. (2021) Vplyv kulturnoi spadshchyny na rozvytok turyzmu v Ukraini [The influence of cultural heritage on the development of tourism in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 6 (1), pp. 212–224. (in Ukrainian)
 13. Papp V., Kotubei V., & Hrytsko V. (2022) Kulturnyi turyzm yak bahatostrannnyi fenomen natsionalnoi samoidentyfikatsii. [Cultural tourism as many-sided phenomenon of national samoidentifikatsii]. *Ekonomichni forum*, no. 4 (1), pp. 48–57. (in Ukrainian)
 14. Parfinenko, A. (2013). Kulturnyi turyzm yak chynnyk sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorii [Cultural tourism as a socio-economic factor for the development of the areas]. *Visnyk Ivivskoho universytetu. Seriya heohrafichna*, 43 (1), 233–242. (in Ukrainian)
 15. Rudenko L. A. (2016) Teoretychni ta metodychni zasady formuvannia komunikatyvnoi kultury maibutnikh fakhivtsiv sfery obsluhovuvannia u profesiino-tekhnychnykh navchalnykh zakladakh [Theoretical and methodical bases of forming future service sector specialists' communicative culture at vocational schools]: dys... dokt. ped. nauk: 13.00.04. Lviv. 509 p. (in Ukrainian)
 16. Sydoruk A. V. (2019) Shliakhy formuvannia informatsiinoi kultury maibutnikh fakhivtsiv sfery turyzmu ta hotelno-restorannoï spravy [Ways of formation of information culture of future specialists in the field of tourism and hotel and restaurant business]. *Innovatsiina pedahohika*, no. 10 (3), pp. 76–79. (in Ukrainian)
 17. Tymeichuk A. M. (2018) Pidhotovka maibutnikh mahistriv z turyzmoznavstva do proektnoi profesiinoï diialnosti [Preparation of the future masters of tourism studies for the project professional activity]: dys. ... kand. ped. nauk: 13.00.04. Vinnytsia, 263 p. (in Ukrainian)
 18. Khymynets V. V., & Tsimbolynets H. I. (2020) Istoryko-kulturna spadshchyna yak chynnyk stymuliuвання ekonomichnoho rozvytku rehionu [Historical and cultural heritage as factor of stimulation of regional economic development]. *Rehionalna ekonomika*, no. 3, pp. 57–64. (in Ukrainian)
 19. Sheveliuk M. M. (2020) Poniattia kulturnoho turyzmu ta yoho klasyfikatsii [The concept of cultural tourism and its classification]. *Teoriia ta istoriia kultury. Pytannia kulturolohii*, no. 36, pp. 99–109. (in Ukrainian)

*Стаття надійшла до редакції 11.09.2024.
The article was received 11 September 2024.*