

УДК 316.472.4:39-048.67](477.44)

**Цитування:**

Садовенко С. М. Туристичні дестинації України як домінуючі складові матеріальної й духовної культури в сучасних соціально-культурних умовах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 31–38.

Sadovenko S. (2024). Tourist Destinations of Ukraine as Dominant Components of Material and Spiritual Culture and Preservation of National Identity in Modern Socio-Cultural Conditions. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 31–38 [in Ukrainian].

*Садовенко Світлана Миколаївна,  
доктор культурології, професор,  
професор кафедри музичного мистецтва  
Національної академії керівних кадрів  
культури і мистецтв,  
заслужений діяч мистецтв України  
<https://orcid.org/0000-0001-9166-5259>  
[svetlanasadovenko@ukr.net](mailto:svetlanasadovenko@ukr.net)*

## **ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК ДОМІНАНТНІ СКЛАДОВІ МАТЕРІАЛЬНОЇ Й ДУХОВНОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ УМОВАХ**

**Метою роботи** є розгляд туристичних дестинацій України як домінуючих складових матеріальної й духовної культури; надання пропозицій щодо покращення інфраструктури, маркетингових стратегій у контексті визначення внутрішнього потенціалу та економічного зростання регіонів у сучасних соціально-культурних умовах. **Методологія дослідження** у відповідності з культурологічним дискурсом базується на використанні специфічних культурологічних підходів і принципів та застосуванні комплексу загально і конкретно наукових методів. Для аналізу та виявлення причинно-наслідкових зв'язків щодо матеріальної, духовної культури та культурного туризму України застосовано методи системного аналізу та синтезу. Для аналізу та концептуалізації понятійно-категоріального апарату використано концептуальний та метод культурологічного дослідження. Для виявлення відмінностей, систематизації і класифікації складових туристичних дестинацій застосовано типологічний та порівняльно-типологічний методи. **Наукова новизна** полягає у розгляді туристичних дестинацій України як домінуючих складових матеріальної й духовної культури та збереження національної ідентичності в сучасних соціально-культурних умовах; виявленні проблем та протиріч, що перешкоджають ефективному розвитку туристичних локусів; розробці пропозицій щодо покращення інфраструктури, маркетингових стратегій та управління в контексті збереження національної ідентичності. **Висновки.** Туристичні дестинації України, як домінуючі складові матеріальної й духовної культури, мають значний потенціал для збереження національної ідентичності, розвитку культурного туризму та економічного зростання регіонів. Для реалізації цього потенціалу необхідний комплексний підхід, який має включати інвестиції в інфраструктуру, розвиток культурних і природних ресурсів, просування туристичних продуктів та ефективне управління туристичними потоками. Застосування інноваційних підходів щодо туристичних дестинацій, співпраця між державними органами, місцевими громадами та приватним сектором сприятиме створенню унікального і привабливого туристичного досвіду, який відповідатиме потребам і очікуванням туристів з усього світу, матиме вплив на збереження національної ідентичності та економічного зростання регіонів України у сучасних соціально-культурних умовах.

**Ключові слова:** туристичні дестинації, локуси, культурний туризм, матеріальна культура, духовна культура, інфраструктура, маркетинг, управління туристичними потоками, сталий розвиток, національна ідентичність.

*Sadovenko Svitlana, Doctor of Cultural Studies, Professor, Professor at the Department of Musical Art, Educational and Scientific Institute of Modern Art, National Academy of Culture and Arts Management, Honoured Art Worker of Ukraine*

### **Tourist Destinations of Ukraine as Dominant Components of Material and Spiritual Culture and Preservation of National Identity in Modern Socio-Cultural Conditions**

**The purpose of the work** is to consider the tourist destinations of Ukraine and their features as dominant components of material and spiritual culture; to provide proposals for improving infrastructure, market strategies in the context of determining the internal potential and economic growth of regions in modern socio-cultural conditions. **The research methodology** in accordance with the cultural discourse is based on the use of specific cultural approaches and principles and the application of a complex of general and specifically scientific methods. Methods of systematic analysis

and synthesis were used to analyse and identify cause-and-effect relationships regarding material, spiritual culture, and cultural tourism of Ukraine. Conceptual and cultural research methods were used to analyse and conceptualise the conceptual and categorical apparatus. Typological and comparative-typological methods were used to identify differences, systematise and classify the components of tourist destinations. **The scientific novelty** consists in considering tourist destinations of Ukraine as dominant components of material and spiritual culture and the preservation of national identity in modern socio-cultural conditions; identification of problems and contradictions that hinder the effective development of tourist loci; developing proposals for improving infrastructure, marketing strategies and management in the context of preserving national identity. **Conclusions.** Tourist destinations of Ukraine, as dominant components of material and spiritual culture, have significant potential for preserving national identity, developing cultural tourism and economic growth of regions. Realising this potential requires a comprehensive approach, which should include investment in infrastructure, development of cultural and natural resources, promotion of tourism products and effective management of tourist flows. The application of innovative approaches to tourist destinations, cooperation between state bodies, local communities and the private sector will contribute to the creation of a unique and attractive tourist experience that will meet the needs and expectations of tourists from all over the world, will have an impact on the preservation of national identity and economic growth of the regions of Ukraine in modern social and cultural conditions.

**Keywords:** tourist destinations, loci, cultural tourism, material culture, spiritual culture, infrastructure, marketing, management of tourist flows, sustainable development, national identity.

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі, з огляду на соціально-економічні та культурні виклики, важливою складовою для формування стратегій сталого розвитку туризму України стає оптимізація туристичних дестинацій, які в умовах обмежених можливостей виїзду за кордон набули виразних особливостей та урахування унікальності і привабливості певних локацій. Актуальними постають питання щодо формування унікального туристичного досвіду з урахуванням матеріальної та духовної культури; розвитку місцевих туристичних осередків задля економічного зростання та культурного розвитку; збереження культурної спадщини, національної ідентичності з відновленням та охороною культурних об'єктів для майбутніх поколінь; регулювання туристичних потоків задля уникнення перенасичення об'єктів і погіршення якості послуг; стимулювання економічних інвестицій у збереження, відновлення та залучення до повсякденного життя об'єктів матеріальної і духовної культури України. Розкриття потенціалу та перспектив розвитку культурних дестинацій відкриє нові можливості для відновлення країни, допоможе зберегти культурні об'єкти, сприятиме економічному зростанню місцевих громад. Відтак, комплексне дослідження туристичних дестинацій України як домінуючих складових матеріальної і духовної культури, розробка пропозицій щодо покращення інфраструктури, маркетингових стратегій та управління в контексті визначення потенціалу, збереження національної ідентичності та економічного зростання регіонів є актуальним і потребує глибокого вивчення.

Аналіз досліджень і публікацій. Піднята тема є досить широкою. Проблема туристичних дестинацій та культурного туризму досліджувалася українськими (В. Гордін [1],

С. Дичковський [2], М. Матецький [1], А. Романова [4], О. Старовойтенко [6]) і зарубіжними (А. Буркарт [12], Д. Бухалис [11], Д. Ларсен [15], В. Фрамке, М. Жемла [16] та ін.) науковцями. Дослідники запропонували різноманітні підходи щодо тлумачення цієї теми та визначення поняття туристичної дестинації, що дозволяє трактувати її як *географічно визначену територію, яка характеризується унікальними природними, культурними, історичними або іншими ресурсами, здатними привернути увагу туристів.*

Усталене визначення поняття дестинації, надане С. Голднером та Дж. Річі [13; 14], стверджує, що це – географічний регіон, де відвідувач використовує різні послуги та інфраструктуру для задоволення своїх потреб під час подорожі. Центральною ідеєю є забезпечення різноманітних послуг, що робить певну містину привабливою для туристів.

Наявні наукові розробки досліджують соціальні, культурні та економічні фактори, що визначають унікальність і привабливість туристичних напрямів. Так, А. Буркарт і С. Медлік розглядають дестинацію як географічну одиницю [12], В. Альтхоф – як територіальну одиницю [10], а Д. Бухалис, С. Купер, М. Маненте, В. Мингетті – як об'єкти розваг і економічні площини [11]. Д. Ларсен аналізує дестинацію через соціально-психологічний підхід [15], а М. Жемла – у відповідності до мережевого підходу [16]. Згідно зазначених та сучасних підходів туристичну дестинацію можна визначити як складну систему, де у взаємодії всіх її елементів (фізичні об'єкти, послуги, учасники) створюються спільні цінності, включаючи матеріальні послуги і нематеріальну культурну спадщину.

Українські науковці В. Гордін і М. Матецький акцентують на необхідності балансу між потребами місцевих жителів і

туристичними запитами [1]. А. Романова і О. Лів оцінюють стан культурного туризму в конкретному регіоні – Приазов'ї [4]. М. Шевелюк [9] розробляє класифікацію культурного туризму, а О. Чорний підкреслює важливість сталого розвитку культурного туризму в Україні [7]. О. Софій обговорює складності збереження ідентичності привабливих для туризму пам'ятних історичних місць [5]. Ю. Юрченко розглядає ключові пріоритети розвитку туристичних маршрутів [8]. М. Костриця досліджує вплив історико-культурної спадщини на туристичний комплекс Житомирщини [3]. О. Старовойтенко пропонує класифікацію видів туризму в контексті культури регіонів України [6]. Відтак, зосереджується увага переважно на регіональних аспектах розвитку культурного туризму та його впливі на місцеві громади, а також на брендингу DESTINATION, адже «просування туризму ефективніше, коли напрямок пов'язаний із сильною ідеєю брендингу. Бренди створюють інтерес, релевантність і диференціацію. Набір активів легше зрозуміти та запам'ятати, коли він пов'язаний з ідеєю бренду» [17].

Фізична складова туристичних DESTINATION в Україні охоплює численні природні об'єкти – від гірських масивів Карпат до узбережжя Чорного та Азовського морів, а також культурні та історичні пам'ятки, до яких завжди належали провідні історичні міста – Київ, Львів, Одеса. До соціально-культурного аспекту DESTINATION, що потребують додаткового вивчення, відносять культурні традиції, гастрономія та кулінарія, фестивалі виконавського мистецтва, місцеві звичаї, ремесла, які формують неповторний колорит і зберігають національну ідентичність кожного регіону.

Світова організація торгівлі на основі проведеного опитування (2012) визначила шість категорій культурного туризму, до яких віднесено: ремесла та образотворче мистецтво; гастрономія та кулінарія; соціальні звичаї, обряди, святкові події; музика та виконавське мистецтво; усні традиції та вислови; знання та практика щодо природи [17]. Саме ці шість категорій, на думку організації, є стрижневими і становлять основу успіху культурного туризму.

На нашу думку, важливим елементом туристичних DESTINATION є інфраструктурний комплекс, що забезпечує комфортне перебування туристів – від транспорту і забезпечення кваліфікованими гідами – до питань, пов'язаних з харчуванням, проживанням, рівнем якості готелів і ресторанів. Управління туристичними

DESTINATION в Україні потребує координації між різними приватними економічними секторами та державними органами влади, системна взаємодія яких здатна забезпечити ефективний розвиток та просування туристичних продуктів. Такий підхід дозволить Україні пропонувати світовому туристичному бізнесу різноманітні туристичні пропозиції – від культурно-пізнавального туризму до активного відпочинку, задовольняючи потреби як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Метою дослідження є розгляд туристичних DESTINATION України як домінуючих складових матеріальної й духовної культури; надання пропозицій щодо покращення інфраструктури, маркетингових стратегій у контексті визначення внутрішнього потенціалу та економічного зростання регіонів у сучасних соціально-культурних умовах.

Виклад основного матеріалу. Концепція «туристичної DESTINATION» охоплює певні міста, регіони, країни, культурні об'єкти та природні ландшафти, які ідентифікуються та просуваються як привабливі місця для туристичних подорожей, включає комплекс послуг та інфраструктуру, що забезпечують задоволення різноманітних потреб відвідувачів, сприяють створенню стійких вражень і досвіду. Україна, виступаючи як специфічний географічний регіон, де природні, культурні та соціально-економічні елементи інтегруються, включає міські та сільські території, гірські масиви Карпат, узбережжя Чорного та Азовського морів, а також культурні й історичні пам'ятки, до яких належать, зокрема, Карпати, Полісся, Причорномор'я, міста Київ, Львів, Одеса.

Домінуючі складові *матеріальної та духовної культури України в туристичних DESTINATION* можна визначити як сукупність елементів культурної спадщини, які включають як фізичні об'єкти (матеріальна культура), так і нематеріальні аспекти (духовна культура), що формують культурну ідентичність та історичну цінність певних регіонів. Матеріальна культура представлена через архітектурні пам'ятки, історичні об'єкти, пам'ятники, археологічні знахідки та інші фізичні артефакти, що відображають технічний і художній рівень розвитку суспільства. Духовна культура включає релігійні, культурні та традиційні практики, які формують і зберігають національні та місцеві ідентичності – народні звичаї, обряди, мову, традиції, художні стилі та мистецькі досягнення. У туристичних DESTINATION ці компоненти взаємодіють і взаємозбагачуються, створюючи унікальну культурну перспективу туристичної індустрії країни, що відзначається різноманітністю

архітектурних форм, культурних традицій і природних ландшафтів. Ці елементи не лише формують туристичний інтерес, але й сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини України в глобальному контексті, приваблюючи туристів з усього світу, завдяки своїм унікальним історичним, архітектурним та культурним пам'яткам.

Однією з найбільш розвинених культурних дестинацій є місто Київ, столиця України. Місто славиться своїми історичними пам'ятками. Серед них – Софійський собор і Києво-Печерська лавра, які є об'єктами Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Андріївський узвіз, відомий своїми музеями, галереями та сувенірними крамницями, також є популярним місцем для туристів. Київ пропонує широкий спектр культурних заходів, включаючи фестивалі, виставки, концерти, які зацікавлюють туристів з різних куточків світу.

Львів, культурна столиця Західної України, є важливою культурною дестинацією. Місто відоме своєю архітектурою, яка поєднує елементи різних стилів та епох. Площа «Ринок», «Високий замок», «Львівська опера» є головними туристичними об'єктами, які приваблюють мільйони відвідувачів щороку. Львів також славиться своїми музеями, театрами, фестивалями, які роблять місто привабливим для культурного туризму. Унікальна атмосфера Львова, яка поєднує історичну спадщину та сучасні тенденції, цікавить і вабить туристів.

Одеса поєднує культурно-пізнавальний та пляжний туризм. Це одне з найпопулярніших курортних міст України, яке завжди славилось унікальною архітектурою, що поєднує елементи різних стилів та епох, пляжами, культурними пам'ятками та нічним життям. Головними туристичними об'єктами є Потьомкинські сходи, спроектовані у далекому 1825 році, Одеський оперний театр та

найвідоміший пляж Аркадія. Одеса відома своїми музеями, театрами, фестивалями, які роблять місто привабливим для культурного туризму.

Карпати – гірський регіон Західної України, є популярною дестинацією для екологічного та активного туризму. Унікальна природа Карпат поєднує гори, ліси та річки. Говерла, Синевир, Яремче є головними туристичними локаціями, які приваблюють туристів красою природи та можливостями для активного відпочинку. Карпати відомі своїми культурними та історичними пам'ятками, які роблять регіон привабливим для культурного туризму.

Унікальна природа Полісся, північного регіону України, що поєднує ліси, озера та болота, є популярною дестинацією для екологічного туризму. Шацькі озера, Рівненський природний заповідник і Свято-Успенська Святогорська лавра зі своїми природними красотами та можливостями для активного відпочинку є головними туристичними об'єктами. Полісся також відоме своїми культурними та історичними пам'ятками, які є привабливим для культурного туризму регіону.

Причорномор'я, південний регіон України, унікальна природа якого поєднує море, пляжі та степи, завжди був популярною дестинацією для пляжного та оздоровчого туризму. Курорти Одеської та Херсонської областей, Дніпровсько-Бузький лиман як головні туристичні об'єкти відомі своїми культурними та історичними пам'ятками, що зацікавлюють культурним туризмом.

Проведений фрагментарний аналіз надав підстави для узагальнення існуючих уявлень про визначені туристичні дестинації України в контексті матеріальної та духовної культури (див. табл. 1).

Таблиця 1

Туристичні дестинації України

<i>Назва дестинації, географічне розташування, вид туризму, рівень розвитку, головні об'єкти та пам'ятки</i>	<i>Компонент матеріальної та духовної культури України</i>
<i>Київ. Центральна Україна. Культурно-пізнавальний. Розвинена. Софійський собор, Києво-Печерська лавра, Андріївський узвіз</i>	<i>Архітектурні пам'ятки, історичні та культурні об'єкти</i>
<i>Львів. Західна Україна. Культурно-пізнавальний. Розвинена. Площа Ринок, Високий замок, Львівська опера</i>	<i>Архітектурні пам'ятки, історичні та культурні об'єкти</i>
<i>Одеса. Південна Україна. Культурно-пізнавальний, пляжний. Розвинена. Потьомкинські сходи. Одеський оперний театр, Аркадія</i>	<i>Краса природи, архітектурні пам'ятки, культурні та історичні об'єкти</i>

<i>Карпати.</i> Західна Україна. Екологічний, активний. Середньо розвинена. Говерла, Синевир, Яремче	Краса природи, культурні та історичні пам'ятки
<i>Полісся.</i> Північна Україна. Екологічний. Малорозвинена. Шацькі озера, Рівненський природний заповідник, Свято-Успенська Святогорська лавра	Краса природи, культурні та історичні пам'ятки
<i>Причорномор'я.</i> Південна Україна. Пляжний, оздоровчий. Середньо Курорти Одеської та Херсонської областей, Дніпровсько-Бузький лиман	Краса природи, культурні та історичні пам'ятки

Зрозуміло, що ми розглянули окремі туристичні дестинації, актуалізуючи підняту проблему. Втім, кожен регіон України має свої унікальні культурні локуси, ідентифікація яких допоможе створити конкурентні переваги туристичних дестинацій, залучити більше туристів та сприяти збереженню місцевої культури. Відтак, проведення комплексного дослідження туристичних дестинацій регіонів як домінуючих складових матеріальної й духовної культури України, збереження національної ідентичності в сучасних соціально-культурних умовах, виявлення проблем та протиріч, що перешкоджають ефективному їх розвитку, є актуальним.

До війни в Україні використовувалася лише частина потужного туристичного потенціалу, однак у повоєнному відновленні індустрії гостинності ця парадигма має неодмінно змінитися [6]. Існує чимало визнаних як фахівцями, так і відвідувачами, цікавих туристичних дестинацій, які можуть задовольнити різні потреби туристів. Для того, щоб повністю реалізувати зазначений туристичний потенціал, необхідно проводити системні дослідження і відповідні заходи з розвитку інфраструктури, підвищення якості послуг та просування туристичного продукту. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), культурний туризм є значущим елементом туристичного попиту. На подорожі, що мають культурний компонент, припадає 39% міжнародних подорожей [16].

Сьогодні культурний туризм переживає швидкі зміни завдяки новим формам споживання та технологіям. Це вимагає вдосконалення теоретичних засад культурного туризму, зокрема, розуміння класифікації його видів.

Туристичні дестинації України доцільно класифікувати за географічним розташуванням, видами туризму та рівнем розвитку, а саме:

- за географічним розташуванням: міські (Київ, Львів, Одеса); сільські (Карпати, Полісся, Причорномор'я); гірські (Карпати,

Крим); прибережні (Чорноморське узбережжя, Азовське море);

- за видами туризму: культурно-пізнавальний (міста-музеї, історичні пам'ятки); екологічний (національні парки, заповідники); активний туризм (рафтинг, гірські лижі, дайвінг); оздоровчий (курорти, санаторії); релігійний туризм (монастирі, храми);

- за рівнем розвитку: розвинені (мегаполіси); середньо розвинені (невеликі міста); малорозвинені (сільська місцевість, малі міста).

Основними факторами, що впливають на вибір туристичної дестинації в Україні виступають: безпека; політична стабільність; низький рівень злочинності; гарантії безпечності стану життя і здоров'я та високого рівня санітарії. Необхідним фактором вважається наявність комфортної та розгалуженої інфраструктури, до якої належить транспортна доступність, зірковий рівень готелів та ресторанів, наявність культурних та природних пам'яток (історичних пам'яток, природних ландшафтів, музеїв, парків, розважальних закладів тощо), а також оригінальність місцевих культурних заходів – фестивалів, свят, традицій, обрядів, театральних вистав, концертів, виставок, перформансів тощо. Відзначимо, що культурно масові заходи та творчий туризм, включаючи національний колорит, обрядовість, інтерактиви, інші активності відіграють важливу роль, втім можуть перетинатися або піддаватися впливу інших видів культурного туризму. Мотиваційні тенденції щодо культурного занурення в автентичність чи відпочинок, мають значний вплив на вибір туристів.

Важливим фактором, що забезпечує чисельність туристичних потоків стає фактор ціни: співвідношення вартості проживання, харчування, транспорту та ін. визначається з урахуванням фінансових можливостей різних груп населення.

В останні роки стрімко зросло значення якості послуг, до яких відноситься рівень

обслуговування, доброзичливість персоналу та можливість комунікації іноземними мовами.

Для покращення інфраструктури туристичних дестинацій України необхідно здійснити комплекс заходів, спрямованих на підвищення якості та різноманітності

туристичних послуг. Це включає розвиток транспортної інфраструктури, будівництво та модернізацію готелів та ресторанів, а також створення нових туристичних об'єктів та атракцій (див. табл. 2).

*Таблиця 2*

Стратегія покращення інфраструктури туристичних дестинацій України

<i>Туристична дестинація</i>	<i>Покращення інфраструктури</i>	<i>Маркетингові стратегії</i>	<i>Управління туристичними потоками</i>
Київ	Модернізація готелів і ресторанів, створення нових туристичних маршрутів і атракцій, покращення громадського транспорту і дорожньої інфраструктури	Просування культурно-історичних пам'яток, розвиток цифрового маркетингу і соціальних медіа, участь у міжнародних туристичних виставках	Розробка планів управління туристичними потоками, створення інформаційних центрів та туристичних офісів, навчання персоналу для високого рівня обслуговування
Львів	Збереження і реставрація історичних пам'яток, будівництво нових готелів і ресторанів, покращення транспортної доступності, розвиток культурних і розважальних заходів	Просування культурно-історичних пам'яток, розвиток цифрового маркетингу і соціальних медіа, участь у міжнародних туристичних виставках	Розробка планів управління туристичними потоками, створення інформаційних центрів і туристичних офісів, забезпечення високої якості обслуговування через підготовку персоналу
Одеса	Розвиток пляжної інфраструктури, покращення якості готелів і ресторанів, розвиток культурних і розважальних заходів, покращення транспортної доступності	Просування пляжного і культурного туризму, розвиток цифрового маркетингу і соціальних медіа, участь у міжнародних туристичних виставках	Розробка і впровадження планів управління туристичними потоками, створення інформаційних центрів та туристичних офісів, навчання персоналу для забезпечення високого рівня обслуговування
Карпати	Розвиток інфраструктури для активного відпочинку, модернізація гірськолижних курортів і пішохідних маршрутів, збереження природних ресурсів	Просування екологічного і активного туризму, розвиток цифрового маркетингу і соціальних медіа, участь у міжнародних туристичних виставках	Розробка планів управління туристичними потоками на природних об'єктах, створення інформаційних центрів і туристичних офісів, навчання персоналу для забезпечення високого рівня обслуговування
Полісся	Розвиток екологічного туризму, модернізація екологічних маршрутів і об'єктів, розвиток пішохідних і велосипедних маршрутів	Просування екологічного туризму, розвиток цифрового маркетингу і соціальних медіа, участь у міжнародних туристичних виставках	Розробка планів управління туристичними потоками в природних зонах, створення інформаційних центрів і туристичних офісів, навчання персоналу для забезпечення високого рівня обслуговування
Причорномор'я	Розвиток пляжної інфраструктури, покращення якості готелів і ресторанів, розвиток культурних і	Просування пляжного і оздоровчого туризму, розвиток цифрового маркетингу і соціальних медіа, участь у	Розробка планів управління туристичними потоками на пляжах і курортах, створення інформаційних центрів і туристичних

	оздоровчих заходів, покращення транспортної доступності	міжнародних туристичних виставках	офісів, навчання персоналу для забезпечення високого рівня обслуговування
--	---------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

Культурний туризм приносить значні переваги для місцевих громад, включаючи економічний вплив, позитивний ефект на бюджет, збереження місцевої культури та створення конкурентних переваг. Разом із тим, плануючи розвиток туристичних дестинацій, необхідно враховувати те, що інтенсивний розвиток культурного туризму може призвести до деяких наслідків, зокрема таких, як зростання цін на житло, втрата ідентичності місцевостей тощо.

**Висновок.** Туристичні дестинації України, як домінуючі складові матеріальної й духовної культури, мають значний потенціал для збереження національної ідентичності, розвитку культурного туризму та економічного зростання регіонів. Для реалізації цього потенціалу критично важливими є застосування інноваційних комплексних підходів, активна підтримка з боку держави, місцевих громад, приватного сектору, ідентифікація та брендинг унікальних культурних дестинацій.

Ідентифікація унікальних культурних дестинацій допоможе створити конкурентні переваги, залучити більше туристів та сприяти збереженню місцевої культури, протегуватиме створення унікального і привабливого туристичного досвіду, матиме вплив на збереження національної ідентичності та економічного зростання регіонів України у сучасних соціально-культурних умовах. Важливою для просування українських туристичних продуктів за межами країни є співпраця з міжнародними туристичними агенціями та операторами.

Серйозним завданням для підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародному туристичному ринку є створення стратегії сталого розвитку туристичних дестинацій України. Ця стратегія має охоплювати всебічний підхід, включати інвестиції в інфраструктуру, розвиток культурних і природних ресурсів, а також ефективне просування туристичних продуктів на міжнародному рівні. Це передбачає створення цільових рекламних кампаній, розвиток цифрового маркетингу та соціальних медіа, а також участь у міжнародних туристичних культурно-мистецьких проєктах, виставках, ярмарках тощо.

Реалізація стратегії має включати удосконалення інфраструктури, впровадження продуманих маркетингових стратегій і

ефективне управління туристичними потоками. Розвиток інфраструктури передбачає модернізацію існуючих об'єктів та створення нових, що відповідають сучасним вимогам. Маркетингові стратегії мають акцентуватися на унікальних рисах кожної дестинації, використовуючи цифрові платформи та участь у міжнародних подіях для залучення внутрішніх і міжнародних туристів. Управління туристичними потоками забезпечить комфорт і безпеку туристів через розробку чітких планів, створення інформаційних центрів та туристичних офісів, а також шляхом навчання персоналу для підтримки високих стандартів обслуговування. Це дозволить Україні ефективно використовувати свій туристичний потенціал, забезпечити стабільний розвиток туристичної галузі, створити унікальний і привабливий туристичний досвід, який відповідатиме потребам і очікуванням туристів з усього світу.

#### *Література*

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: 6.07.2024).
2. Дичковський С. І. Культурний туризм індустріальної епохи: глобальні та локальні перспективи. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2020. № 2. С. 17–26. URL : <https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3161/%D0%94%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%A1.%D0%86.%20%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 16.12.2024).
3. Костриця М. Історико-культурна спадщина як чинник структурних змін у туристичному комплексі Житомирщини. Історико-культурний туризм: український та світовий досвід: матер. Міжнар. наук. конф., Київ, 2019.
4. Романова А., Лієв О. (упоряд.). Культурний туризм Приазов'я: стан, виклики та стратегії. Аналітичний звіт Асоціації індустрії гостинності України. Київ, 2021. 120 с.
5. Софій О. Культурний туризм – непрості відносини. URL: [https://zaxid.net/blogi\\_tag50977/](https://zaxid.net/blogi_tag50977/) (дата звернення: 6.07.2024).
6. Старовойтенко О. А. Класифікація видів туризму в контексті культури. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 7-8. С. 132–140.

7. 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-mayemo-stvoryty-dlya-majbutnogo> (дата звернення: 6.07.2024)

8. Юрченко Ю. Ю. Ключові пріоритети і цільові орієнтири дорожніх карт розвитку туризму. Економіка та держава, 2019. № 2. С. 22–30.

9. Шевелюк, М. Поняття культурного туризму та його класифікації. Питання культурології, 2020. № 36. С. 99–109.

10. Althof W. Incoming – Tourism. *Annals of Tourism Research*. 1996. Vol. 23, № 5. P. 189–197.

11. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*. 2000. Vol. 21, № 1. P. 97–116.

12. Burkart A. J., Medlik S. *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann, 1974.

13. Goeldner C. R., Ritchie J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken: Wiley, 2003.

14. Hu Y., Ritchie J. B. Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*. 1993. Vol. 32, № 2. P. 25–34.

15. Larsen J., Urry J., Axhausen K. Networks and Tourism: Mobile Social Life. *Annals of Tourism Research*. 2007. Vol. 34, № 1. P. 244–262.

16. Žemła M. Tourism Destination: The Networking Approach. *Moravian Geographical Reports*. 2016. Vol. 24, № 4. P. 2–14. URL: <https://doi.org/10.1515/mgr-2016-0018> (дата звернення: 6.07.2024).

17. World Trade Organization's 6 Categories of Cultural Tourism. URL: <https://thegossagency.com/2016/03/12/world-trade-organizations-6-categories-of-cultural-tourism>.

### References

1. Hordin, V., & Matetskyi, M. (n.d.). Cultural Tourism as a City Development Strategy: Finding Compromises Between the Interests of Local Residents and Tourists. URL: <https://infotour.in.ua/gordin.htm> [in Ukrainian].

2. Dychkovskiy, S. (2020). Cultural Tourism of the Industrial Age: Global and Local Perspectives. *National Academy of Culture and Arts Management Herald*, 2, 17–26 [in Ukrainian].

3. Kostrytsia, M. (2019). Historical and Cultural Heritage as a Factor of Structural Changes in the Tourism Complex of Zhytomyr Region. *Historical and Cultural Tourism: Ukrainian and World Experience*: Proceedings of the International Scientific Conference, Kyiv [in Ukrainian].

4. Romanova, A., & Lieiv, O. (Eds.). (2021). *Cultural Tourism in Pryazovia: Current State, Challenges, and Strategies*. Analytical Report of the Hospitality Industry Association of Ukraine. Kyiv [in Ukrainian].

5. Sofii, O. (n.d.). Cultural Tourism – Complex Relationships. URL: [https://zaxid.net/blogi\\_t ag50977/](https://zaxid.net/blogi_t ag50977/) [in Ukrainian]

6. Starovoitenko, O. A. (2011). Classification of Tourism Types in the Context of Culture. *Formation of Market Relations in Ukraine*, 7–8, 132–140 [in Ukrainian].

7. Chornyi, O. (2023). Sustainable Development of Ukrainian Tourism: What Should We Create for the Future? *Journal of Sustainable Development Leader*, 2. URL: <https://ukraine-oss.com/stalyj-rozvytok-ukrayinskogoturizmu-shho-mayemo-stvoryty-dlya-majbutnogo> [in Ukrainian]

8. Yurchenko, Yu. Yu. (2019). Key Priorities and Target Orientations of Tourism Development Roadmaps. *Economy and State*, 2, 22–30 [in Ukrainian].

9. Sheveliuk, M. (2020). The Concept of Cultural Tourism and its Classifications. *Issues of Cultural Studies*, 36, 99–109 [in Ukrainian].

10. Althof, W. (1996). Incoming – Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23, 5, 189–197 [in English].

11. Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 1, 97–116 [in English].

12. Burkart, A. J., & Medlik, S. (1974). *Tourism: Past, Present and Future*. London [in English].

13. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken [in English].

14. Hu, Y., & Ritchie, J. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32, 2, 25–34 [in English].

15. Larsen, J., Urry, J., & Axhausen, K. (2007). Networks and Tourism: Mobile Social Life. *Annals of Tourism Research*, 34, 1, 244–262 [in English].

16. Žemła, M. (2016). Tourism Destination: The Networking Approach. *Moravian Geographical Reports*, 24, 4, 2–14. URL: <https://doi.org/10.1515/mgr-2016-0018> [in English].

17. World Trade Organization's 6 Categories of Cultural Tourism. (n.d.). URL: <https://thegossagency.com/2016/03/12/world-trade-organizations-6-categories-of-cultural-tourism> [in English].

Стаття надійшла до редакції 11.10.2024  
Отримано після доопрацювання 14.11.2024  
Прийнято до друку 21.11.2024