

УДК 911.3:379.85

Чижова А.В.¹, Зайцева В.М.²

¹ студ. гр. ГФ-212сп НУ «Запорізька політехніка»

² канд. пед. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Культурно-пізнавальний туризм, безсумнівно, є однією з найдавніших форм феномену туризму як такого, оскільки люди почали подорожувати ще за часів стародавніх греків [1]. Якщо говорити про виникнення аналога сучасного туризму з орієнтацією на відвідування пам'яток культури, то його можна віднести до середини 19 століття. Так, Томас Кук заснував перше туристичне агентство, яке запропонувало американцям «пакетний тур» до багатих культурою Греції і Італії. Загальновизнано, що культурно-пізнавальний туризм виокремився в окремий і самостійний напрямок туризму з кінця 70-х років [2]. XX ст., коли маркетологи та спеціалісти з туризму зрозуміли, що окрема категорія людей подорожує світом спеціально для того, щоб отримати глибоке розуміння культури чи культурної спадщини місця, куди вони збираються. Проте передумови для розвитку культурного туризму в Європі були закладені раніше. Так, у 1964 р. Рада Європи в преамбулі своєї доповіді *Europe in Progress* визначила три цілі розвитку Європи через активізацію культурної складової туризму: розуміння європейської культури через подорожі; встановлення взаємозв'язків між культурною географією Європи й можливостями створення туристичних маршрутів; туристичне освоєння найважливіших місць і перехресть цивілізацій Європи. У 1976 році з ініціативи Міжнародної ради з охорони

пам'яток і визначних місць (ІКОМОС) прийнята Хартія культурного туризму. Цей документ визнає культурно-пізнавальний туризм як діяльність, спрямовану на особисте відкриття людиною історичних місць і пам'яток.

У сучасній спеціальній літературі зустрічаються поняття «пізнавальний туризм», «подієвий туризм», «історичний туризм», «екскурсійний туризм», які загалом є тотожними терміну «культурний туризм». Згідно з визначенням, прийнятим Європейською асоціацією освіти в галузі туризму та дозвілля (ATLAS), культурно-пізнавальний туризм – це відвідування мандрівниками культурних пам'яток, розташованих за межами постійного місця проживання, з метою отримання нової інформації та вражень для задоволення. Якщо раніше культурно-пізнавальний туризм асоціювався виключно з поняттям «високої» культури і «культурних» людей, то зараз він включає широкий спектр явищ, від відвідування спортивних заходів до ознайомлення з повсякденним життям місцевих громад. Залежно від пріоритету та обсягу споживання культурних благ у мотивації туриста виділяють декілька рівнів культурно-пізнавального туризму: 1) професійний (пов'язаний із професійними інтересами туриста); 2) спеціалізований (основне значення для туриста має пізнання культури); 3) неспеціалізований (культура має значення для туриста, але виступає певним декором чи прикрасою подорожі); 4) супутній (туристична програма повністю пов'язана з культурою, але доповнюється споживанням культурних благ). Слід підкреслити, що, згідно з існуючими визначеннями культурно-пізнавального туризму, його цільовою аудиторією є, як правило, люди, які не є мешканцями території. Іноді культурно-пізнавальний туризм обмежується відвідуванням інших країн і навіть прилеглих районів і регіонів у межах однієї держави, тому споживання культурних благ жителями певної території розглядається як культурно-пізнавальний квазітуризм. Підхід не зовсім коректний, оскільки жителі є такими ж споживачами культурних благ, як і всі інші категорії туристів [3]. До категорії внутрішнього туризму включено відвідання сусідніх регіонів для ознайомлення з культурними та історичними пам'ятками. Адже в низький туристичний сезон саме жителі є споживачами культурних благ і послуг.

Організація культурно-пізнавального туризму в Україні після війни має на меті вирішення завдань: відновлення та розвиток малих і середніх міст, що мають культурно-історичний потенціал; збереження об'єктів культурної та історичної спадщини для забезпечення її доступності широким верствам населення, а також економічного розвитку територій та залучення інвесторів; створення передумов для успішної реалізації механізмів державно-приватного партнерства; розвиток культурно-пізнавальних шляхів і креативних індустрій для підвищення конкурентоспроможності міст; забезпечення довгострокового партнерства між культурними та діловими

спільнотами; реалізація ефективної маркетингової стратегії залучення туристів; перегляд пріоритетів культурної політики та механізмів її фінансування. Загалом об'єкти культурної спадщини регіонів України можуть стати їхніми реальними конкурентними перевагами. Відродження регіонів шляхом відтворення їх культурно-історичного значення в рамках розвитку індустрії туризму має колосальний мультиплікативний ефект: від поживлення економічної ситуації та згладжування соціальної напруги до вирівнювання регіональної політики та актуалізації культурного потенціалу суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник / С. Цвілий, Т. Кукліна, В. Зайцева. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с.
2. Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry / S. M. Tsviliy [et al.] // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2023. – No. 49(3). – P. 946–961.
3. Tsviliy S. Marketing competitiveness of hotel and restaurant enterprise: theoretical approach and methods of definition / S. Tsviliy, D. Gurova, T. Kuklina // VUZF Review. Republic of Bulgaria, VUZF University of finance, business and entrepreneurship. – 2021. – Vol. 2, no. 6. – P. 30–41.