

наприкінці XIX – початку XX століть стала найбільшим виробником та експортером цукру у світі.

Але попри свій неофіційний статус «цукрового короля», він залишився в пам'яті сучасників і нащадків ще і як меценат. Адже саме завдяки йому у Сумах був збудований Троїцький собор, приміщення кадетського корпусу, костел Благовіщення Пресвятої діви Марії та багато інших пам'яток і споруд, які й сьогодні слугують місту та його мешканцям.

Також, слід зазначити, що Павла Харитоненка поважали за його освіченість і культуру. Відомо, що гостями у його будинку бували, зокрема, Федір Шаляпін та Олександр Скрибін.

Список використаних джерел:

1. Тайны семьи Харитоненко URL: <http://www.shans.com.ua/?m=nr&id=6943&in=67>
2. Завещая любовь // Панорама № 10 [430] 7 – 14 березня 2007.
3. Заповіт Харитоненка // Наша демократична Сумщина. 14 березня, 1997.
4. Кисіль М. Харитоненки // Промінь Краснокутська. 13 жовтня, 1990.
5. Максютенко В. Працею возвеличуюсь. // Голос України. 25 червня, 1996.

Я. С. Коробейникова

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ТУРИЗМІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

У статті розглядається туризм як чинник розвитку об'єднаних територіальних громад. Висвітлено питання ідентифікації об'єктів матеріальної а нематеріальної культурної спадщини, форм співпраці між стейкхолдерами процесу їх менеджменту. Розглянуто проблеми туристичного використання об'єктів культурної спадщини в туризмі та шляхи їх вирішення. Розроблено алгоритм формування туристичного продукту в межах об'єднаних територіальних громад на основі об'єктів культурної спадщини.

In this article we are looking at tourism as a factor of development of united territorial communities. The issues of identification of objects of tangible and intangible cultural heritage, forms of cooperation between stakeholders in the process of their management are elucidated. Problems of tourism cultural heritage use of objects and ways of their solution are considered. An algorithm for forming a tourist product within a united territorial community based on cultural heritage has been developed.

Туристична галузь Західної України має яскраво виражену етноресурсну орієнтацію, тому є всі підстави для того, щоб новостворені там об'єднані територіальні громади стали активними центрами історико-культурного та пізнавального туризму, що базуються на використанні місцевої культурної спадщини. З економічної точки зору туризм розглядається як важливий чинник розвитку регіонів, які мають значний природний та історико-культурний потенціал. Туристична галузь збільшує

обсяги продаж та кількість послуг у пов'язаних з туризмом галузях (наприклад, оптова і роздрібна торгівля, будівництво, транспорт, громадське харчування і т.п.), економіка регіону тим самим отримує додаткові доходи. Реалізація програм щодо використанню культурної спадщини регіону з метою туризму може вирішити проблему сезонного коливання попиту – шляхом пропозиції різноманітних форм міжсезонного туризму, які передбачають використання елементів культури. Тому, актуальною постає проблема розроблення методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури як туристичних об'єктів в умовах створення об'єднаних територіальних громад.

В туризмі існує достатньо прагматичний підхід до регіональних культурних цінностей, вони вписуються в контекст, так званого, культурного надбання чи культурної спадщини [1]. Більшість вчених вважає, що багатство культурної спадщини може і має використовуватися шляхом створення доданої вартості культурними цінностями. Туризм може стати в цьому ефективним засобом, враховувати різницю між туристичною діяльністю, яка є економічною чи комерційною та культурною, до якої належить пам'яткоохоронна, музейна діяльність тощо [2, 3, 4].

Пам'ятка, яка не використовується, поступово руйнується та втрачає своє значення. Залучення ж пам'яток в туристичну діяльність включає пам'ятку в сферу людської культури як своєрідний винятковий прояв людської діяльності, який необхідно зберегти для майбутніх поколінь. Прихований в історико-культурній спадщині економічний потенціал може й навіть повинен бути використаний у сучасній економічній системі, так як залучення пам'яток історії та культури до туристичної галузі дозволяє отримати певні кошти для їх утримання, реставрації або ремонту. Специфіка формування продуктів культурної спадщини полягає також у тому, що пріоритетними у цьому процесі стають потреби споживача (власника або користувача). Це відрізняє культурну спадщину від інших продуктів на ринку, де відправною точкою є аналіз потреб споживачів.

Поєднання споживчих властивостей та необхідності збереження об'єктів культурної спадщини можуть суперечити один одному. Функціонування культурного надбання як музейного експонату – це найпростіший та найбільш ефективний спосіб його збереження. Проте, так можна зберегти лише невелику частину ресурсів культурної спадщини. Більше того, багато дослідників історико-культурної спадщини стверджують, що найбільший успіх в охороні – це фактичне використання цього об'єкта спадщини, близьке до його первісного призначення [5]. Попри те, що культурна спадщина є економічним потенціалом, існують

чіткі ліміти і бар'єри ринкового освоєння її ресурсів. Вони виникають із необхідності захисту культурної спадщини і передачі її в хорошому стані майбутнім поколінням. Тому функції туризму полягають у необхідності управління культурною спадщиною так, щоб її ресурси не були виснажені або перекручені надмірним сучасним споживанням. Таку загрозу несе в собі масовий туризм, який часто призводить до деградації культурного простору, зміни, часто незворотної, його характеру. Наслідки туризму можуть бути небезпечні як для матеріальних (наприклад, історичні об'єкти або території), так і нематеріальних (наприклад, народні традиції) ресурсів. Під впливом розвитку туризму можуть відбуватися несприятливі зміни в місцевих спільнотах, пов'язані з «імпортом» способу життя і втратою традиційних цінностей та звичаїв [6].

Аналіз інституційної приналежності культурної спадщини показав, що вони можуть бути у різному підпорядкуванні та належати до різних відомств. Це ускладнює формування туристичного продукту та вимагає узгоджених механізмів координації. З іншого боку, туристична діяльність не може розглядатися як єдиний механізм збереження історико-культурної спадщини. Завдяки поєднанню спільних зусиль державних і громадських пам'яткоохоронних організацій, суб'єктів туристичної діяльності буде досягнута спільна мета по збереженню пам'яток. Вважаємо, що розроблення планів менеджменту об'єктів культурної спадщини повинна відбуватися шляхом колаборації зусиль основних стейкхолдерів процесу: інституційного користувача об'єкта, фактичного користувача об'єкта, місцевих адміністрацій, наукових та навчальних установ, міністерства культури (їх представниками на місцях), громадських організацій.

Для новостворених об'єднаних територіальних громад дослідження культурної спадщини є важливим аспектом розвитку туристичної діяльності. Відповідно до цього, після вивчення пам'ятки треба провести заходи щодо її туристичної адаптації з метою сформувати інформаційну та атрактивну основу туристичного об'єкта, якщо планується перетворити її на об'єкт туризму. Розвиток туризму на основі пожвавлення використання ресурсів культурної спадщини в об'єднаних територіальних громадах може вирішити низку напружених соціальних проблем безробіття та зайнятості на місці проживання, збереження та популяризації народних ремесел тощо, а також сприятиме вихованню свідомих національно-патріотичних почуттів громадян до малої батьківщини.

Процес формування туристичного продукту на основі культурної спадщини в межах об'єднаних територіальних громад можна розділити на етапи:

- ідентифікація об'єктів культурної спадщини як туристичних об'єктів: облік культурної спадщини, аналіз стану готовності до виведення на туристичний ринок, селекція за рівнем готовності;
- формування туристичного продукту та його ринкової вартості: забезпечення найбільш готових об'єктів необхідними ресурсами, інфраструктурою і послугами, формування інвестиційних проектів та визначення потреб у бюджетних дотаціях, забезпечення ресурсів для консервації і реставрації об'єктів;
- маркетингові дослідження в межах цільових груп: забезпечення функціонування туристичних маршрутів, формування попиту, реклама, моніторинг.

Формування та просування туристичного продукту вимагає включення елементів ринку. Успішно розроблена політика у сфері культурної спадщини може бути важливим чинником зміцнення соціальної єдності, сприяти сталому розвитку, бути важливим ресурсом економічного зростання місцевих громад.

Список використаних джерел:

1. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М.: Финансы и статистика, 1999. 496 с.
2. Мазурик З.В. Культурна спадщина регіону як туристичний продукт. Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері). 2006. №10. С. 178-182.
3. Батченко Л. В., Близнюк І. О. Культурні цінності як фактор конкурентоспроможності туристичної галузі. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф.фестиваль, Київ, 25–26 жовт., 2018 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. ун-т культури, Ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 27-31.
4. Ворошилова Г. О., Злиденна М. С. Туризм і культурна спадщина: проблеми та взаємодії. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф.фестиваль, Київ, 25–26 жовт., 2018 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. ун-т культури, Ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 31-35
5. Ганський В.О. Комерціалізація ресурсів історико-культурної спадщини в туризмі: механізми, ліміти та бар'єри. Економіка та управління національним господарством. Випуск # 15 / 2018. Мукачєво. С.95-99.
6. Актуальные проблемы экономики культурного наследия / Под ред. А. Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. 108 с.