

ISSN 2616-7603 (Print)
ISSN 2618-1460 (Online)

ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
КУЛЬТУРИ
І МИСТЕЦТВ

Серія: Туризм

Науковий журнал

2021

Том
Vol. **4**

№ **2**

Scientific journal

BULLETIN
OF KYIV
NATIONAL
UNIVERSITY
OF CULTURE
AND ARTS

Series in Tourism

Київський національний університет культури і мистецтв
Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.

Серія: Туризм

Науковий журнал

У журналі висвітлюються актуальні питання теорії та методології туризму, наукові засади туризму заради сталого розвитку, інформаційно-інноваційна діяльність у туризмі, діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління, культурологічні проблеми розвитку туризму в сучасних умовах.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 7 від 15.11.2021 р.)

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР

Володимир Антоненко, доктор географічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР

Христина Плецан, кандидат наук з державного управління, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Геннадій Балабанов, доктор географічних наук, професор, Національний авіаційний університет, Україна;

Дарья Басюк, доктор економічних наук, професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Україна;

Володимир Великочий, доктор історичних наук, професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;

Олександр Вітченко, доктор географічних наук, професор, Білоруський державний університет, Республіка Білорусь;

Алла Гаврилук, доктор наук з державного управління, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна;

Йозеф Затко, доктор габілітат, Європейський інститут дистанційної освіти, Словацька Республіка;

Сергій Захарін, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна;

Ілін Лі, PhD, Тяньцзиньський університет іноземних мов, Китайська Народна Республіка;

Ольга Любіцева, доктор географічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна;

Анатолій Польовий, доктор географічних наук, професор, Одеський державний екологічний університет, Україна;

Сергій Попович, кандидат історичних наук, Національний університет фізичного виховання і спорту України, Україна;

Лариса Чепурда, доктор економічних наук, професор, Черкаський державний технологічний університет, Україна;

Ірина Черниш, доктор економічних наук, доцент, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, Україна.

ЛІТЕРАТУРНІ РЕДАКТОРИ

Ірина Богущ та Анна Рибка

РЕДАКТОР АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ

Наталія Сарновська

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ РЕДАКТОР

Галина Стешенко

ДИЗАЙН ОБКЛАДИНКИ

Євгеній Дорошенко

ТЕХНІЧНЕ РЕДАГУВАННЯ

ТА КОМП'ЮТЕРНА ВЕРСТКА

Оксана Бережна

Науковий журнал відображається в таких базах даних: BASE, Crossref, DOAJ, EuroPub, Google Академія, Lens, MIAR, OpenAIRE, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchBib, ROAD: довідник наукових ресурсів відкритого доступу, Scilit, Index Copernicus Journals Master List, Journal Factor, JournalTOCs, Ulrich's Periodicals Directory, WORLDCAT, World Catalogue of Scientific Journals, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Наукова періодика України (УПАН).

**Найменування органу
реєстрації друкованого видання**

ISSN

Рік заснування

Періодичність

Засновник / адреса засновника

Адреса редакційної колегії

Видавництво

Сайт

E-mail

Телефон

Міністерством юстиції України видано Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації № 23122-12962 П Серія KB від 25.01.2018

ISSN 2616-7603 (Print)

ISSN 2618-1460 (Online)

2018

2 рази на рік

Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

вул. Є. Коновальця, 36, каб. 806-б, м. Київ, Україна, 01042

Видавничий центр КНУКіМ, вул. Чигоріна, 14, м. Київ, Україна, 01042

tourism.knukim.edu.ua

tourism@knukim.edu.ua; tourism.visnykknukim@ukr.net

+38(044) 5228590

За точність викладених фактів та коректність цитування
відповідальність несе автор

© Київський національний університет культури і мистецтв, 2021
© Автори, 2021

Kyiv National University of Culture and Arts
Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts.
Series in Tourism
Scientific journal

The scientific journal covers the topical issues of theory and practice of tourism, the problems of regional development, the formation of a competitive personnel potential of tourism, attractiveness of tourism resources, the problems of information and innovation provision of tourism activities.

*Recommended for publication by the Academic Council
of Kyiv National University of Culture and Arts
(Minutes 7 of 15.11.2021)*

EDITOR-IN-CHIEF

Volodymyr Antonenko, DSc in Geography, Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine

ASSISTANT EDITOR

Khrystyna Pletsan, PhD in Public Administration,
Associate Professor Kyiv National University
of Culture and Arts, Ukraine

EDITORIAL BOARD

Hennadii Balabanov, DSc in Geography, Professor,
National Aviation University, Ukraine;

Daria Basiuk, DSc in Economics, National University
of Life and Environmental Sciences of Ukraine,
Ukraine;

Volodymyr Velykochyi, DSc in Historical Sciences,
Professor, Vasyl Stefanyk Precarpathian National
University, Ukraine;

Oleksandr Vitchenko, DSc in Geography, Professor,
Belarusian State University, Republic of Belarus;

Alla Havryliuk, DSc in Public Administration,
Associate Professor, Kyiv National University
of Culture and Arts, Ukraine;

Yozef Zatko, Dr.h.c. mult. JUDr Honor. Prof., mult.,
European Institute of Postgraduate Education,
Podhajska, Slovak Republic;

Serhii Zakharin, DSc in Economics, Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine;

Inin Li, PhD, Tianjin Foreign Studies University,
People's Republic of China;

Olha Liubitseva, DSc in Geography, Professor, Taras
Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine;

Anatolii Polovyi, DSc in Geography, Odesa State
Environmental University, Ukraine;

Serhii Popovych, PhD in History, National University
of Ukraine on Physical Education and Sport, Ukraine;

Larysa Chepurda, DSc in Economics, Professor,
Cherkasy State Technological University, Ukraine;

Iryna Chernysh, DSc in Economics,
Associate Professor, Poltava National Technical
Yuri Kondratyuk University, Ukraine.

LITERARY EDITORS

Iryna Bogush & Anna Rybka

ENGLISH TEXTS EDITOR

Nataliia Sarnovska

BIBLIOGRAPHIC EDITOR

Halyna Steshenko

COVER DESIGN

Yevhenii Doroshenko

TECHNICAL EDITING

AND COMPUTER LAYOUT

Oksana Berezna

*The scientific journal is displayed in BASE, Crossref, DOAJ, EuroPub, Google Scholar, Lens, MIAR, OpenAIRE,
Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchBib, ROAD: the Directory of Open Access scholarly Resources, Scilit, Index Copernicus
Journals Master List, Journal Factor, JournalTOCs, Ulrich's Periodicals Directory, WORLDCAT, World Catalogue of Scientific Journals,
National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky, Scientific Periodicals of Ukraine (URAN).*

**Name of authority registration
of the printed edition**

ISSN

Year of foundation

Frequency

Founder / Postal address

Editorial board address

Publisher

Web-site

E-mail

Tel.

The certificate of Media Outlet State Registration KB № 23122-12962 P
from 25.01.2018 issued by the Ministry of Justice of Ukraine

ISSN 2616-7603 (Print)

ISSN 2618-1460 (Online)

2018

twice a year

Kyiv National University of Culture and Arts, 36, Ye. Konovaltsia Str., Kyiv, 01133, Ukraine

36, Ye. Konovaltsia Str., Off. 806-b, Kyiv, 01042, Ukraine

KNUKIM Publishing Centre, 14, Chyhorina Str., Kyiv, 01042, Ukraine

tourism.knukim.edu.ua

tourism@knukim.edu.ua; tourism.visnyknukim@ukr.net

+38(044) 5228590

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ТУРИЗМУ

- Алла Гаврилюк* Концептуалізація соціогуманітарних засад державної політики у сфері туризму в Україні 114
- Христина Плецан* Технології формування і розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища 125
- Ольга Любіцева,
Ірина Кочеткова* Туристичне краєзнавство: сутність, методи, значення 138

ТУРИСТИЧНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ
ДЕСТИНАЦІЙ

- Ігор Смирнов,
Ольга Любіцева,
Цуй Джибо* Пам'ятки Голокосту в Кам'янці-Подільському як ресурс для розвитку туризму 149
- Володимир Антоненко,
Володимир Хуткий,
Денис Мельник* Туристичний потенціал замкового туризму в Подільсько-Буковинському туристичному кластері 163

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС
ТА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ

- Тетяна Зубехіна,
Наталія Ольхова-Марчук,
Володимир Кушнір* Сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері 181

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ
ЯК ТУРИСТИЧНОГО РЕСУРСУ

- Володимир Антоненко,
Володимир Хуткий* Музеї як туристичний ресурс: культурно-просвітницькі проекти в сучасному культурному просторі туристичної дестинації 189

CONTENTS

THEORY AND METHODOLOGY OF TOURISM

Alla Havryliuk Conceptualization of Socio-Humanitarian Principles of State Policy in the Tourism Sphere in Ukraine 114

Khrystyna Pletsan Technologies of Formation and Development of Sociocultural Environment Professionals' Emotional Competence 125

*Olha Liubitseva,
Iryna Kochetkova* Tourist Local Studies: Essence, Methods, Significance 138

TOURIST-RESOURCE POTENTIAL
OF DESTINATIONS

*Ihor Smyrnov,
Olha Liubitseva,
Cui Jibo* Holocaust Monuments in Kamianets-Podilskyi as a Resource for Tourism Development 149

*Volodymyr Antonenko,
Volodymyr Khutkyi,
Denys Melnyk* Tourist Potential of Castle Tourism in Podillia-Bukovyna Tourist Cluster 163

TOURISM BUSINESS
AND INNOVATIVE ACTIVITIES IN TOURISM

*Tetiana Zubekhina,
Nataliia Olhova-Marchuk,
Volodymyr Kushnir* Current Trends in the Application of Innovative Technologies in the Tourist Field 181

CURRENT ISSUES
OF NATIONAL CULTURAL HERITAGE
AS A TOURIST RESOURCE

*Volodymyr Antonenko,
Volodymyr Khutkyi* Museums as a Tourist Resource: Cultural and Educational Projects in the Modern Cultural Space of a Tourist Destination 189

DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249688

УДК 338.48:304.4(477)

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ ЗАСАД ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Алла Гаврилюк

*Доктор наук з державного управління, доцент; e-mail: etnosvit24@ukr.net; ORCID: 0000-0003-2743-0409
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

Анотація

У статті здійснено аналіз вітчизняних наукових джерел, присвячених формуванню концептуальних засад державної політики у сфері туризму, що ґрунтується на соціогуманітарному вимірі. Вказано, що цей процес є актуальною науковою та практичною проблемою, що спонукає до застосування в умовах вітчизняного державотворення сучасних концепцій, які ефективно апробувалися в багатьох країнах світу. Виявлено, що соціально-гуманітарні процеси зосереджені на задоволення ключових потреб людини як виробника і споживача матеріальних і духовних благ, на формування яких впливає і туризм. Серед векторів соціогуманітарної концептуалізації державної політики у сфері туризму як ключовий ресурс розвитку в умовах децентралізації виокремлено політику національної пам'яті, зорієнтовану на поглиблення знань про історичну минувшину, утвердження основ національної ідентичності, здійснення світоглядно-ціннісних засад патріотичного виховання тощо. Акцентовано на необхідності надання громадою в межах туристичної дестинації якісних туристичних послуг із застосуванням сучасних цифрових технологій.

Ключові слова: туризм; концепція; державна політика; соціогуманітарні засади; децентралізація; політика національної пам'яті

Вступ

Сфера туризму в багатьох країнах світу до моменту глобального поширення пандемії COVID-19 належала до однієї з найдинамічніших, що в XXI ст. набула стрімкого розвитку і здійснювала відчутний вплив на політичні, економічні, соціальні, гуманітарні та інші суспільні процеси. Це дозволило апробувати значну кількість науково-практичних підходів соціогуманітарного розвитку туризму до сучасних реалій та втілити їх з урахуванням регіональних і локальних особливостей.

Значна частина вітчизняних наукових досліджень із використанням концептуального підходу до розвитку сфери туризму в Україні зорієнтована на економікоцентричний аспект і пов'язана з різними суміжними напрямками.

Постановка проблеми

Дослідження соціогуманітарних засад туристичного спрямування є досить рідкісним явищем і здійснюється або поодиноким, або у розмежованому вигляді, акцентуючи на гуманітарний чи соціальний аспект. Водночас набуває значущості актуалізація парадигми соціогуманітарного розвитку у сфері державного управління в Україні й потребує залучення значної кількості інституцій на всіх управлінських рівнях через реалізацію державної політики.

З огляду на недостатню дослідженість питань, що стосуються соціогуманітарного розвитку сфери туризму в Україні, виникає потреба у виробленні концептуалізації векторів розвитку державної політики у цьому напрямі. Саме на цей аспект і буде зосереджена **мета статті**.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Застосування концептуального підходу до розвитку будь-якої сфери сприяє визначенню пріоритетних життєвих цінностей і сенсів індивідів, на задоволення потреб яких спрямовується та чи інша концепція. Здійснюючи підготовку дослідження за запропонованою тематикою, спиратимемося на думку плеяди вітчизняних вчених (В. Трощинський, П. Ситнік, В. Скуратівський, О. Оболенський, С. Сьомін, А. Чемерис, С. Загороднюк, О. Приходько, Л. Воронько), які у колективній праці визначають державну політику в соціогуманітарній сфері як процес функціонування «багатоаспектної системи, що охоплює всі сторони життєдіяльності людини, сфера, умови якої покликані, з одного боку, формувати, а з другого – забезпечувати дедалі зростаючі потреби людини в саморозвитку та самореалізації» (Трощинський та ін., 2007).

Проте досить критично підійшли до характеристики цього напрямку І. Розпутенко та С. Москаленко (2012), вказуючи на чітко видимі ознаки «імітації», пов'язані з відсутністю консолідованої співпраці органів місцевого управління, різновекторністю поширення гуманітарних і соціальних чинників розвитку, надмірною диференціацією регіонів, світоглядною та політичною дезінтеграцією суспільства, зменшенням частки державної підтримки соціальних і гуманітарних програм розвитку, несформованою державною політикою в Україні, зорієнтованою на створення умов для належної реалізації можливостей та здібностей кожного громадянина шляхом створення умов для продуктивної зайнятості та одержання доходу, який спроможний гарантувати йому задоволення фізичних і духовних потреб, гідний рівень життя тощо.

Досить розлого характеризує особливості соціогуманітарного розвитку регіону О. Петроє (2014), акцентуючи на виокремленні основних напрямів удосконалення державного управління територією. Відправною точкою повільних змін на регіональному рівні вчена визначає недоліки існуючої системи державного управління, його централізовану обмеженість, успадковану радянською командно-адміністративною системою, ігнорування регіональної специфіки, сформованою під впливом локальних етнічних, мовних, історичних, релігійних, інституційних, ціннісних особливостей та геополітичних орієнтацій. Відчутним на

прикордонних територіях є вплив поширення ідеологій держав-сусідів та розмивання соціогуманітарної ідентичності місцевого населення; поширення сепаратистських настроїв та антидержавних дій; деструктивність соціальної безпеки та якості життя тощо.

С. Москаленко (2013) порушує питання формування єдиного соціогуманітарного простору України, розвитку людського капіталу завдяки рівному доступу до якісної медицини, освіти, розвитку мистецтва, спорту, фізичної культури, туризму, забезпечення права на об'єктивну інформацію, задоволення мовних і освітньо-культурних потреб, зміцнення міжнаціональної толерантності та злагоди. Основними напрямками визначено: удосконалення інституційного, законодавчого й організаційно-правового забезпечення функціонування соціогуманітарної сфери.

Виклад основного матеріалу

У перекладі з латини *conceptio* «концепція» тлумачиться як розуміння, усвідомлений вибір із різних поглядів найбільш прийняттого, що акумулює формування системи доказів певного положення. Застосування концептуального підходу до розуміння суспільних явищ та процесів сприяє осмисленню проблем, їх розв'язанню та вирішенню шляхом синергії попереднього практичного досвіду та моделювання інструментарію із врахуванням нових підходів до вимог сучасності.

Концептуалізація наукового дискурсу втілюється в процедурі теоретичного організування емпіричного матеріалу (зокрема, туризмологічного характеру) (Федорченко та ін., 2013).

Наразі поширеним є підхід, що застосовується вченими-економістами і охоплює питання розвитку територій під впливом дії соціогуманітарних аспектів. За цим напрямом в Україні сформувалася наукова школа, в центрі уваги якої постає просторова організація економіко-господарської діяльності, що розвивається під впливом політичних, історичних, культурних, географічних, етнічних, економічних та інших чинників.

Грунтовне дослідження зазначеної теми представлено Л. Чернюк і Т. Пепою (2013), які подають розлогий інструментарій впровадження якісних територіальних змін в межах соціогуманітарного простору суспільства за умов включення всіх сфер довкілля в процеси формування територіальних суспільних систем-регіонів різного таксономічного рангу, до утворення яких причетні особисті та колективні дії представників різних суспільних інститутів – сім'ї, територіальних і громадських спільнот, професійних об'єднань та держави загалом, спрямовані на відтворення та виробництво матеріальних і духовних благ, здатних забезпечити повне залучення продуктивних сил в економіку країни та просторову організацію життєдіяльності людського суспільства.

Концепція соціогуманітарного простору, запропонована авторами, розглядається як парадигма прояву людської поведінки в межах природовідповідних соціальних і гуманітарних сфер, що формують соціально-психологічну, соціально-культурну і національно-етнічну площини різноманітних форм соціальних інтегра-

цій у межах економічно обумовленого середовища. Саме соціально-гуманітарні процеси є основним чинником формування головної продуктивної сили – людини як виробника, так і споживача матеріальних і духовних благ (Чернюк & Пепа, 2013). Вчені переконані, що соціогуманітарний простір є системою з ієрархічною побудовою взаємозв'язків, що уможлиблює розглядати його різновиди на національному, регіональному та локальному рівнях.

Окрема група досліджень присвячена формуванню соціогуманітарного простору регіону. Так, А. Ревко (2020) вбачає необхідним розглядати цей науково-практичний концепт виключно на засадах людиноцентризму, під яким розуміє гуманістично спрямовану парадигму функціонування соціальної інфраструктури задля всебічного розвитку та формування нового образу активної, творчої, енергійної, креативної людини шляхом створення для неї комплексу життєвих благ, яка на цій підставі дотримується гідної поведінки, демократичних принципів співіснування, має свободу вибору, є толерантною та ін.

В. Куценко (2010) територію регіону пропонує розвивати на засадах сталого розвитку і моделює стратегію соціогуманітарного розвитку, що акумулює поведінку його мешканців, спрямовану на виконання довгострокових завдань комплексного розвитку території з урахуванням раціонального використання позитивних факторів та стимулюючих заходів економічного змісту, які підкріплені відповідною нормативно-правовою базою.

К. Петренко (2011), розвиваючи на цій підставі власну авторську позицію, вбачає необхідним реалізацію цього процесу на основі принципу розвитку, зорієнтованого на задоволення потреб населення у відповідних соціогуманітарних послугах належної якості через реалізацію заходів фінансово-економічного характеру.

На окрему увагу у нашому дослідженні заслуговує один із напрямів державної політики соціогуманітарного розвитку, пов'язаний із політикою національної пам'яті, яка має ефективні важелі впливу й залучає до своєї реалізації цілий комплекс сфер, серед яких туризмові належить місія транслятора правдивих фактів минувшини, засобу формування основ національної ідентичності, що мають світоглядно-ціннісне підґрунтя.

Державна політика національної пам'яті та окремі її аспекти почали формуватися в Україні з моменту розпаду СРСР і проголошення незалежності, ставши в центрі уваги представників з різних наукових кіл соціогуманітаристики. Вітчизняні вчені наголошують на появі нових граней конотації поняття «пам'яті» (історичної, національної, колективної, індивідуальної, соціальної та ін.), а тому порушують проблему важливості утвердження національних історичних наративів, активізації діяльності *memory studies* (студій пам'яті) та суспільного осмислення у пам'яттєвому дискурсі цих положень.

В аналітичній записці «Концептуальні засади державної політики пам'яті» вказується на важливість втілення державницьких заходів щодо політики пам'яті як складової національної ідентичності окремих соціальних груп та націй, що «наділяє громадян країни почуттям духовної спорідненості; виступає важливим соціокультурним феноменом колективної та індивідуальної самоідентифікації» (Симоненко, 2010).

Документ визначає такі цілі її реалізації: формування націєцентричного розуміння історії народу, його самобутності та безперервності; залучення потенціалу історичної спадщини до патріотичного виховання, включення історії національних меншин і корінних народів до загальноукраїнського історичного наративу; формування етноцентричності й етнічної ексклюзивності загальнодержавної історії шляхом її збагачення через інтеграцію історичних наративів національних меншин тощо (Симоненко, 2010).

В українських реаліях важливо впроваджувати політику національної пам'яті як стратегічний напрям розвитку регіонів. «Саме у цій символічній сфері відбувається битва за так зване минуле», – стверджує Л. Венгринюк (2012), наголошуючи на тому, що «у регіональному вимірі – це тривкий елемент культурного ландшафту, складова частина тих уявлень, які формують самосвідомість людини у процесі її соціалізації на певній території».

Водночас серед вітчизняних наукових досліджень концептуально несформованим залишається дискурс щодо ролі туризму в презентації культурної пам'яті народу; синергетичний простір поглиблення знань про історичну минувшину; середовище формування національної ідентичності; сфера утвердження світоглядно-ціннісних засад патріотичного виховання тощо у контексті державної політики національної пам'яті.

На фоні загального піднесення національної самосвідомості українських громадян стають популярними маршрути місцями героїчних подій по всій Україні в формі патріотичних екскурсій, які мають країномовний та історико-просвітницький контекст. Однак не у всіх регіонах країни на локальному управлінському рівні керівництво органів державної влади та органів місцевого самоврядування готове до змін та інновацій, а особливо до перезавантаження мислення у бік активного національного самовираження території, роблячи акцент на автентіку, етнографічний потенціал, самобутність.

Соціогуманітарні засади формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні в нинішніх умовах мають вибудовуватися та розвиватися відповідно до сучасних концепцій, що стали трендами й знайшли поширення та досить ефективно впроваджуються в різних секторах світового економічного простору.

При формуванні та реалізації соціогуманітарних засад державної політики у сфері туризму постає потреба у створенні передумов для розробки та надання якісних туристичних послуг, що слугують основним мотиватором туристичної привабливості території.

Якість є філософською категорією, а відтак розглядається як «внутрішня визначеність предмета, яка становить специфіку, що відрізняє його від усіх інших; є ступенем вартості, цінності, придатності чого-небудь для його використання за призначенням» (Бусел, 2005). Тобто якість може вважатися загальноприйнятим соціальним стандартом, який є невід'ємною частиною продукту, товару чи послуги.

У сфері туризму якість розглядається як фактор забезпечення конкурентоспроможності туристичних напрямів, як критеріальний підхід до роботи, що заснований на розумінні ефективного управління, який враховує соціальні, еко-

логічні та економічні наслідки туристичної діяльності, оцінка якій виставляється в кінцевому підсумку з погляду рівня задоволеності клієнта (World Tourism Organization, 2017).

Про якість туристичних послуг крізь призму власного досвіду може засвідчувати кожен, хто ними скористався. Досить специфічні показники мають дані ЮНВТО, згідно з якими 96 % клієнтів не виявляють незадоволення туристичною послугою, яку отримують, у місці призначення. Проте своїм позитивним досвідом туристи діляться не менше ніж із шістьма знайомими, а негативним – щонайменше з одинадцятьма. Водночас кожен клієнт отримує відчуття якості послуги індивідуально, суб'єктивно, еволюційно (World Tourism Organization, 2017).

Можемо стверджувати, що крізь призму власного туристичного досвіду формується ставлення до місцевості та її туристичних принад у межах туристичної дестинації. ЮНВТО це поняття розглядає як територію з чітко окресленими фізичними та адміністративними межами, що визначають форму її управління, імідж, репутацію, які неодмінно впливають на її конкурентоспроможність (World Tourism Organization, 2017).

Соціогуманітарні переваги дестинації акумулюють туристичний інтерес, а відтак, на відміну від географічного простору, формують набір послуг гостинності, які й «приміряє на себе» турист. Тому, потрапляючи у місце споживання туристичної послуги, яким може бути туристична дестинація, і робиться «зріз» показників якості, до прояву яких вагомий внесок робить місцева влада, демонструючи результати управління територією; підприємці – надавачі послуг; місцеві спільноти (громади), які прагнуть отримати прямі і непрямі доходи від туризму, зокрема з погляду зайнятості; виробники і утримувачі інфраструктури, що потребує обслуговування; представники еколого-культурологічного напрямку; освітяни; працівники суміжних професій тощо (World Tourism Organization, 2017).

Концептуалізація соціогуманітарних засад сфери туризму в Україні на локальному рівні відбувається в умовах реформи децентралізації, базовим інтелектуальним ресурсом якої є громада, що уособлюється як група людей, об'єднаних спільністю становища, інтересів, поставлених цілей, завдань, територією проживання, потребами, пов'язаними із побутом, відпочинком, навчанням, спілкуванням.

Ключовою соціогуманітарною особливістю функціонування громад є орієнтація на вироблення суспільної свідомості, що формується під впливом локальних цінностей, традицій, звичаїв, норм поведінки, культурних і соціальних практик тощо. Вона реалізується через комплекс заходів освітньо-просвітницького, культурологічного, соціального спрямування, що визнаються й підтримуються громадою, а відтак, на думку М. Бліхар, Ю. Бурило, О. Пархоменко-Куцевіл (2019), спрямовані на «формування духовно багатой україномовної, патріотично налаштованої особистості, свідомого громадянина, набуття ним високої культури міжнаціональних взаємин [...] духовної, моральної, художньо-естетичної культури». Науковці вказують і сфери, які здатні чинити соціокультурний вплив на формування локальної суспільної свідомості, роблячи акцент на політику національної пам'яті, освітню, культурну, молодіжну політики, спорт та туризм.

Сучасним трендом розвитку інформаційного суспільства є цифровізація – процес, який передбачає насичення фізичного простору існування людини

електронно-цифровими пристроями, системами, засобами, що сприяють налагодженню електронно-комунікаційного обміну інформацією.

Вітчизняні вчені Д. Басюк, С. Срібна та Т. Примак (2019), В. Кифяк та О. Кифяк (2020) вбачають у застосуванні технологій цифровізації дієвий інструмент повноцінного задоволення потреб сучасних туристів та використання локальних туристичних ресурсів через застосування «смарт-технологій» і перетворення туристичних дестинацій на «розумні» території розвитку.

Особливістю змістовного наповнення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України є визначення пріоритетних сфер реалізації, в якій сфера туризму безперечно належить до однієї з пріоритетних, адже сучасний мандрівник потребує смарт-послуг, які створюють комфортні умови для подорожування, а саме: доступні мережі Wi-Fi зон уздовж туристичних маршрутів; упровадження моделі «Smart Tourist Destination» (STD) на регіональному та місцевому рівнях як нової моделі управління, маркетингу та територіального розвитку дестинацій; створення вебсайтів туристичних дестинацій із персоналізованим під потреби туристів контентом; збір та аналіз статистики в режимі реального часу за допомогою технологій 3D-моделювання, Big Data та Open Data; створення віртуальних турів, облаштування туристичних об'єктів вебкамерами, QR-кодами, RFID-мітками тощо; упровадження програм лояльності та е-карток туриста; створення туристичних мобільних додатків (з картами маршрутів, аудіогідами, геолокацією тощо); запровадження системи електронних квитків на туристичних об'єктах і закладах дозвілля; цифровізація музеїв (електронні різномовні каталоги, VR та AR, аудіо- та електронні гідів тощо) (Кабінет Міністрів України, 2018).

Запровадження цифрової трансформації у сфері туризму сприяє осучасненню процесу задоволеності туристичних послуг у найзручніших та ефективних форматах, а відтак потребує скоординованої державної політики, яка формується з урахуванням інтересів стейкхолдерів. За таких обставин критично важливим видається застосування сучасних технологій співпраці між різними учасниками ринку туристичних послуг, які об'єднують представників бізнесу, органи державної влади та органи місцевого самоврядування в межах громади, регіону, країни, міжнародної спільноти.

Отже, розвиток туризму в умовах глобалізації створює підґрунтя для формування нової парадигми державного управління сферою, яка базується на соціогуманітарних засадах та врахуванні інтересів стейкхолдерів, що об'єднують зусилля для надання якісних туристичних послуг.

Висновки

На підставі проведеного дослідження визначено важливість застосування комплексного підходу для формування та впровадження соціогуманітарних концепцій державної політики у сфері туризму в Україні, яку запропоновано вибудовувати на застосуванні концепцій якості туристичних послуг, децентралізації, політики національної пам'яті, цифровізації всіх процесів та слід залучити до її реалізації у межах туристичних дестинацій.

Список бібліографічних посилань

- Басюк, Д. І., Срібна, С. В., & Примак, Т. Ю. (2019). Досвід країн Європейського Союзу щодо розвитку смарт-дестинацій. *Ефективна економіка*, (1). <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6823>. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.8>.
- Бліхар, М. М., Бурило, Ю. П., & Пархоменко-Кучевіл, О. І. (2019). Соціокультурний розвиток об'єднаних територіальних громад у процесі децентралізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, (2), 54–57.
- Бусел, В. Т. (Ред.). (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Перун.
- Венгринюк, Л. Я. (2012). Політика пам'яті в сучасній Україні: поняття, характеристики, прояви на регіональному рівні. *Панорама політологічних студій*, 9, 33–40.
- Кабінет Міністрів України. (2018, 17 січня). *Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації* (№ 67-р). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
- Кифяк, В., & Кифяк, О. (2020). Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*, 2, 162–173. <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162>
- Куценко, В. І. (2010). *Соціальний вектор економічного розвитку* [Монографія]. Наукова думка.
- Москаленко, С. О. (2013). Завдання держави щодо формування єдиного соціогуманітарного простору України в сучасних умовах. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*, 2, 3–15.
- Петренко, К. В. (2011). Соціогуманітарний розвиток регіонів України: оцінка та напрями зменшення диспропорцій. *Формування ринкових відносин в Україні*, 12(127), 174–177.
- Петроє, О. М. (2014). Основні напрями вдосконалення державного управління соціогуманітарним розвитком на регіональному рівні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, (2), 69–74.
- Ревко, А. М. (2020). *Соціогуманітарний простір та його вплив на розвиток регіональних господарських систем* [Автореферат дисертації доктора економічних наук, Чернігівський національний технологічний університет].
- Розпутенко, І. В., & Москаленко, С. О. (2012). Пріоритетні напрями розвитку гуманітарної сфери в Україні в контексті політичного процесу. *Державне управління: теорія та практика*, (2).
- Симоненко, І. (2010, 26 січня). *Концептуальні засади державної політики пам'яті*. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/konceptualni-zasadi-derzhavnoi-politiki-ramyati-analichna>
- Трощинський, В. П., Ситнік, П. К., Скуратівський, В. А., Лібанова, Е. М., Кравченко, М. В., Петроє, О. М., Ярош, Н. П., Попок, А. А., & Мисів, Л. В. (2007). *Державна політика в соціогуманітарній сфері*. Видавництво Національної академії державного управління при Президентові України.
- Федорченко, В. К., Пазенок, В. С., Кручек, О. А., Дьорова, Т. А., Любіцева, О. О. Мальська, М. П., Зінько, Ю. В., Горський, С. В., Кисельов, М. М., Сіверс, В. А.,

- Братусь, І. В., Любимий, Я. В., Слободенюк, Е. В., Левицька, О. І., Нападиста, В. Г., Фоменко, Н. А., Цехмістрова, Г. С., Скрипник, М. І., Лукашевич, О. М., ... & Волинець, В. В. (2013). *Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму* [Монографія]. Академія.
- Чернюк, Л. Г., & Пепа, Т. В. (2013). Системна трансформація соціогуманітарного простору та її прояв як регулятора структури продуктивних сил. *Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія: Економічні науки*, 4(81), 296–308.
- World Tourism Organization. (2017). *Practical Guidelines for Integrated Quality Management in Tourism Destinations – Concepts, Implementation and Tools for Destination Management Organizations*. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284417988>

References

- Basiuk, D. I., Cribna, S. V., & Prymak, T. Yu. (2019). Dosvid krain Yevropeiskoho Soizu shchodo rozvytku smart-destynatsii [The experience of the European Union in the development of smart destinations]. *Efektivna Ekonomika*, (1). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823> <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.8>. [in Ukrainian].
- Blikhar, M. M., Burylo, Yu. P., & Parkhomenko-Kutsevil, O. I. (2019). Sotsiokulturnyi rozvytok ob'iednanykh terytorialnykh hromad u protsesi detsentralizatsii [Sociocultural development of joint territorial groups in the decentralization process]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, (2), 54–57 [in Ukrainian].
- Busel, V. T. (Ed.). (2005). *Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy* [Large Explanatory Dictionary of the Modern Ukrainian Language]. Perun [in Ukrainian].
- Cabinet of Ministers of Ukraine. (2018, January 17). *Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoi ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018–2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii* [On Approval of the Concept of Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020 and Approval of the Action Plan for its Implementation] (№ 67-r). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
- Cherniuk, L. H., & Pepa, T. V. (2013). Systemna transformatsiia sotsiohumanitarnoho prostoru ta yii proiav yak rehuliatora struktury produktyvnykh syl [Systemic transformation of the socio-humanitarian space and its manifestation as a regulator of the structure of productive forces]. *Zbirnyk naukovykh prats Vinnytskoho natsionalnogo ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, 4(81), 296–308 [in Ukrainian].
- Fedorchenko, V. K., Pazenok, V. S., Kruchek, O. A., Dorova, T. A., Liubitseva, O. O. Malska, M. P., Zinko, Yu. V., Horskyi, S. V., Kyselov, M. M., Sivers, V. A., Bratus, I. V., Liubyvyi, Ya. V., Slobodeniuk, E. V., Levytska, O. I., Napadysta, V. H., Fomenko, N. A., Tsekhmistrova, H. S., Skrypnyk, M. I., Lukashevych, O. M., ... & Volynets, V. V. (2013). *Turyzmohiia: kontseptualni zasady teorii turyzmu* [Tourism: Conceptual Foundations of Tourism Theory] [Monograph]. Akademiia [in Ukrainian].
- Kutsenko, V. I. (2010). *Sotsialnyi vektor ekonomichnoho rozvytku* [Social Vector of Economic Development] [Monograph]. Naukova dumka [in Ukrainian].
- Kyfiak, V., & Kyfiak, O. (2020). Didzhytalizatsiia protsesiv rozvytku turystychnykh destynatsii u zakhidnoukrainskykh prykordonykh rehionakh [Digitalization of processes of

- development of tourist destinations in the western Ukrainian border regions]. *Visnyk Ternopil'skoho Natsionalnoho Ekonomichnoho Universytetu*, 2, 162–173. <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162> [in Ukrainian].
- Moskalenko, S. O. (2013). Zavdannia derzhavy shchodo formuvannia yedynoho sotsiohumanitarnoho prostoru Ukrainy v suchasnykh umovakh [The task of the state to form a single socio-humanitarian space of Ukraine in modern conditions]. *Journal of Research Papers of the National Academy for Public Administration Under the President of Ukraine*, 2, 3–15 [in Ukrainian].
- Petrenko, K. V. (2011). Sotsiohumanitarnyi rozvytok rehioniv Ukrainy: otsinka ta napriamy zmeshennia dysproporsii [Socio-humanitarian development of the regions of Ukraine: assessment and directions of reducing disparities]. *Market Relations Development in Ukraine*, 12(127), 174–177 [in Ukrainian].
- Petroie O. M. (2014). Osnovni napriamy vdoskonalennia derzhavnogo upravlinnia sotsiohumanitarnym rozvytkom na rehionalnomu rivni [Main directions of improving the public administration of socio-humanitarian development at the regional level]. *Visnyk Natsionalnoi Akademii Derzhavnogo Upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy*, (2), 69–74 [in Ukrainian].
- Revko, A. M. (2020). *Sotsiohumanitarnyi prostir ta yoho vplyv na rozvytok rehionalnykh hospodarskykh system [Socio-humanitarian space and its impact on the development of regional economic systems]* [Abstract of DSc Dissertation, Chernihiv Polytechnic National University] [in Ukrainian].
- Rozputenko, I. V., & Moskalenko, S. O. (2012). Priorytetni napriamy rozvytku humanitarnoi sfery v Ukraini v konteksti politychnoho protsesu [Priorities for humanitarian sphere in Ukraine in the context of the political process]. *Derzhavne Upravlinnia: Teoriia ta Praktyka*, (2) [in Ukrainian].
- Symonenko, I. (2010, January 26). *Kontseptualni zasady derzhavnoi polityky pam'iaty [Conceptual Principles of the State Policy of Memory]* [Analytical note]. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/kontseptualni-zasadi-derzhavnoi-politiki-pamyati-analitichna> [in Ukrainian].
- Troshchynskiy, V. P., Sytnik, P. K., Skurativskiy, V. A., Libanova, E. M., Kravchenko, M. V., Petroie, O. M., Yarosh, N. P., Popok, A. A., & Mysiv, L. V. (2007). *Derzhavna polityka v sotsiohumanitarnii sferi [State Policy in the Socio-humanitarian Sphere]*. Vydavnytstvo Natsionalnoi akademii derzhavnogo upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy [in Ukrainian].
- Venhryniuk, L. Ya. (2012). Polityka pam'iaty v suchasni Ukraini: poniattia, kharakterystyky, proiavy na rehionalnomu rivni [The politics of memory in modern Ukraine: concepts, characteristics, manifestations at the regional level]. *Panorama Politolohichnykh Studii*, 9, 33–40 [in Ukrainian].
- World Tourism Organization. (2017). *Practical Guidelines for Integrated Quality Management in Tourism Destinations – Concepts, Implementation and Tools for Destination Management Organizations*. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284417988> [in English].

CONCEPTUALIZATION OF SOCIO-HUMANITARIAN PRINCIPLES OF STATE POLICY IN THE TOURISM SPHERE IN UKRAINE

Alla Havryliuk

Doctor of Sciences in Public Administration, Associate Professor;

e-mail: etnosvit24@ukr.net; ORCID: 0000-0003-2743-0409

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The article analyzes the domestic scientific sources devoted to the formation of the conceptual foundations of state policy in the field of tourism, based on the socio-humanitarian dimension. It is pointed out that this process is a topical scientific and practical issue that encourages the application of modern concepts in the context of domestic state-building, which have been effectively tested in many countries around the world. It has been revealed that socio-humanitarian processes are focused on meeting the key human needs as a producer and consumer of material and spiritual benefits, the formation of which is also influenced by tourism. Among the vectors of socio-humanitarian conceptualization of state policy in the field of tourism as a key resource of development in decentralization, the policy of national memory is highlighted, focused on deepening knowledge about the historical past, establishing the foundations of national identity, implementing the principles of patriotic education, etc. Emphasis is placed on the need to provide the community within the tourist destination with quality tourist services using modern digital technologies.

Keywords: tourism; concept; state policy; socio-humanitarian principles; decentralization; policy of national memory



DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249690

УДК 316.613.4:005.336.2]:316.7-057.86

ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

Христина Плецан*Доцент, кандидат наук з державного управління;**e-mail: k.pletsan@gmail.com; ORCID: 0000-0002-8179-7896**Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

Анотація

У статті проаналізовано теоретичні основи та особливості формування емоційної компетентності; осмислено і розкрито поняття емоційного інтелекту та емоційної компетентності в ретроспективі наукових досліджень; схарактеризовано структуру, складові, компоненти, чинники та функціональну роль емоційної компетентності фахівців; виокремлено методологічний підхід формування емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища в Україні та специфіку розвитку на сучасному етапі. Доведено, що емоційна компетентність фахівців соціокультурного середовища передбачає володіння чотирма видами навичок: керування своїми емоціями, керування емоціями інших людей, усвідомлення емоцій інших людей, усвідомлення своїх емоцій. Представлено та аргументовано технології формування і розвитку емоційної компетентності менеджерів соціокультурного середовища в Україні відповідно до викликів часу. Наголошено, що емоційна компетентність фахівців є необхідною умовою для здійснення успішної професійної діяльності в соціокультурному середовищі України; обґрунтовано висновок про те, що емоційно компетентний менеджер соціокультурного середовища – це фахівець, який володіє сукупністю знань, умінь і навичок, що дозволяють ухвалювати адекватні рішення в процесі професійної діяльності й діяти на основі результатів інтелектуальної обробки зовнішньої та внутрішньої емоційної інформації в соціокультурному середовищі України.

Ключові слова: туризм; культура; соціокультурне середовище; емоційна компетентність; інновації; професійне середовище; конкурентоздатний фахівець; ефективне управління; людські ресурси

Вступ

Інтенсифікація розвитку соціокультурного середовища, культурно-креативні та соціально-економічні зміни, які відбуваються в суспільстві, висувають до фахівців нові, складні вимоги. Це безумовно впливає на професійну компетент-

ність, психологічний стан, провокує виникнення емоційного напруження, розвиток значної кількості професійних стресів. Саме тому останнім часом спостерігається зростання наукового інтересу до досліджень з питань становлення та розвитку емоційної компетентності фахівців.

Сучасний фахівець соціокультурного середовища не зможе досягти особистісного і професійного зростання без самопізнання, самоконтролю і мотивації, які є внутрішніми складовими емоційного інтелекту. Він повинен вміти створювати позитивну емоційну атмосферу в професійному середовищі протягом всього робочого дня, володіти засобами управління, проявляти соціальну чуйність до клієнтів, демонструючи високий рівень емоційної культури.

У цьому контексті виникають питання моделювання компетентнісно-зорієнтованого фахівця соціокультурного середовища та його професійного розвитку в процесі освіти протягом життя. Загальною метою професійної діяльності якого є досягнення конкурентоздатності як відповідного показника реалізованості конкретних цілей, планів, стратегій поведінки. Водночас важливо у фахівців соціокультурного середовища формувати цінності самовираження, критичного мислення, високого рівня професійної та емоційної компетентності.

Постановка проблеми

Систематизація теоретико-практичних досліджень емоційного інтелекту та розробка алгоритму технологій формування і розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища є вкрай актуальними та вимагають детального вивчення. Невирішеними частинами загальної проблеми є з'ясування стану, викликів та тенденцій розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища в Україні. **Метою дослідження** є теоретико-методологічне осмислення й обґрунтування особливостей формування та розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Науково-теоретичну базу дослідження становлять праці таких науковців, як М. Амстронг (2014), Р. Бар-Он (Bar-On, 2004), Е. Бикбаєва (Бикбаєва, 2017), Д. Гоулман (2008, 2021), К. Слоун (2009), Е. Лей (Лэй, 2010), Д. Люсін (Люсин, 2004), Дж. Майер, П. Саловей (Mayer & Salovey, 1993), Л. Мітіна (Митина, 2002), Е. Носенко, Н. Коврига (2013), М. Портер (2020), М. Сосновська, І. Петухова (2021), Л. Якокка (2017) та ін. Аналіз праць дає змогу здійснити системний розгляд переважної більшості питань щодо методології моделі процесу формування емоційного інтелекту, виокремлення структурних компонентів, складових, чинників та функцій емоційної компетентності фахівців. Проте залишається недостатньо дослідженим питання розробки алгоритму технологій розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища в Україні, що є універсальним для ефективного управління людськими ресурсами.

Виклад основного матеріалу

Тенденції розвитку та парадигмальні зміни соціокультурного середовища є потужним двигуном розвитку, що забезпечує інноваційний рух суспільства, формуючи фахівця нового типу, запотребованого на ринку праці.

Нині правила професійної діяльності змінюються. Фахівця оцінюють за новим критерієм: важить не лише те, які ми тямущі, навчені та досвідчені, а й те, як ми даємо собі раду та одне з одним. Нові правила дають змогу передбачити, можливість примножити колективний розум, де найяскравіші таланти кожного взаємодітимуть у синергії. Новим критерієм успішності фахівців є емоційний інтелект як основа емоційної компетентності (Гоулман, 2021, с. 13–15).

Так, культивування цінності людських ресурсів у професійному середовищі вимагає формування у особистості розвитку логічного, критичного і творчого мислення, здатності чітко й аргументовано формулювати та висловлювати свої міркування, судження, критично оцінювати здобуту інформацію та її джерела, вміння виокремлювати головне, аналізувати, узагальнювати й робити висновки, компетентно керувати своїми емоціями та правильно використовувати їх у процесі професійної діяльності, застосовувати теоретичні знання на практиці, генерувати творчі ідеї, нові концепції, аргументи й гіпотези.

Загалом формування професійно компетентних фахівців соціокультурного середовища потребує розвитку пізнавального, ціннісного, творчого, комунікативного, соціального компонентів особистісного потенціалу. Йдеться про емоційний інтелект та володіння саморегуляцією власних емоцій, тобто формування емоційної компетентності фахівця соціокультурного середовища. Зазначимо, що підґрунтям формування емоційної компетентності є емоційний інтелект особистості.

Аналіз наукової літератури дав змогу зробити висновок, що основи дослідження емоційного інтелекту були закладені 1988 року, коли фізіолог Р. Бар-Он (Bar-On, 2004) ввів поняття емоційно-соціального інтелекту і припустив, що цей вид інтелекту складається з особистих і міжособистісних здібностей, умінь і навичок, що визначають поведінку людини. Р. Бар-Он у своїх дослідженнях використовував поняття «EQ – emotional quotient» або «коефіцієнт емоційності», за аналогією з IQ – коефіцієнтом інтелекту. Р. Бар-Он розумів під емоційним інтелектом всі некогнітивні здібності, знання і компетентності, що дозволяють людям успішно впоратися з життєвими ситуаціями. Модель емоційного інтелекту містить п'ять компонентів:

- внутрішньоособистісна сфера – відповідає за здатність розуміти свої почуття й керувати ними;
- сфера міжособистісних відносин – мистецтво взаємодії, що охоплює емпатію і соціальну відповідальність;
- сфера адаптивності – вміння розв'язувати проблеми, бути гнучким і реалістичним;
- сфера управління стресом – здатність протистояти стресу і контролювати свою імпульсивність;
- сфера загального настрою – відповідає за загальне позитивне ставлення до життя.

1990 року Дж. Майєр і П. Саловей (Mayer & Salovey, 1993) ввели поняття емоційного інтелекту, опублікувавши статтю з однойменною назвою. Їх модель емоційного інтелекту складалася з чотирьох компонентів. Перший компонент – точність оцінки та вираження емоцій. Автори вважали цей компонент базовим і під ним розуміли здатність безпомилково розрізняти емоції й ідентифікувати як свій емоційний стан, так і інших людей. Другим компонентом є використання емоцій в розумовій діяльності, тобто здатність активізувати розумовий процес, використовуючи емоції як мотивацію. Третій компонент – розуміння емоцій, здатність усвідомлювати зв'язок між думками й емоціями, визначати причини виникнення емоцій. Четвертий компонент – керування емоціями, здатність спрямовувати свої та чужі емоції для досягнення певних цілей.

Ретроспективний аналіз дає можливість систематизувати визначення поняття «емоційний інтелект». Зокрема, здатність відстежувати свої та інших людей почуття та емоції, розрізняти їх та використовувати для скеровування думок та дій (Mayer & Salovey, 1993); психологічне утворення, сформоване протягом життя, враховуючи чинники, що обумовлюють його рівень й індивідуальні особливості (Люсин, 2004); набір некогнітивних здібностей, компетенцій та навичок, пов'язаних із соціальними, емоційними й персональними та пов'язаними з виживанням спроможностями, які впливають на здатність людини впоратися з вимогами й тиском зовнішнього середовища; емоційний інтелект становить «множинність некогнітивних здібностей і навичок, що впливають на можливості індивіда успішно долати перешкоди й тиск оточення» (Bar-On, 2004); здатність розуміти власні почуття та почуття інших людей, себе мотивувати, повністю керувати емоціями (Гоулман, 2008). Дослідник проголошував єдність інтелекту та емоцій, що необхідна для успішної діяльності керівника, проте когнітивний складник автор вважає другорядним. Емоції, на його думку, більш вагомі й у разі небезпеки емоційні центри (лімбічна система) підпорядковують собі усю розумову діяльність людини (Гоулман, 2021).

У контексті ретроспективи наукових досліджень вважаємо доцільним систематизувати підходи у відповідні етапи становлення та вивчення емоційного інтелекту фахівців (табл. 1).

Аналізуючи вищезазначене, можемо стверджувати про важливість вміння фахівцем визнавати та розуміти емоції. Загалом емоції необхідно контролювати (регулювати, стримувати тощо), що дасть фахівцю соціокультурного середовища можливість ефективно їх використовувати, тобто керувати ними для досягнення цілей, посилюючи сприйняття та зацікавленість через емоції, враховувати власний настрій для якіснішого здійснення професійної діяльності. У загальному значенні емоційний інтелект фахівця соціокультурного середовища розглядатимемо як мистецтво розуміння емоцій і емоційних знань, усвідомлене регулювання емоцій з метою сприяння емоційного й інтелектуального зростання.

Проаналізуємо детальніше структуру емоційного інтелекту з огляду на емоційну складову в управлінні людськими ресурсами. В його основі особистісні властивості, що зумовлюють становлення емоційного інтелекту: самосвідомість (емоційна самосвідомість, адекватна самооцінка, впевненість у собі), са-

моконтроль (контроль емоцій, адаптивність, жага до перемоги, ініціативність, оптимізм), соціальна чуйність (співпереживання, ділова обізнаність, запобігливість), керування відносинами (натхнення, вплив, допомога у самовдосконаленні, сприяння змінам, урегулювання конфліктів, командна робота і співпраця) (Гоулман, 2021).

Таблиця 1

Періодизація наукових досліджень емоційного інтелекту
(систематизовано автором на основі таких джерел:
Mayer & Salovey 1993; Гоулман, 2008; Bar-On, 2004; Митина, 2002;
Носенко & Коврига, 2013; Портер, 2020)

<i>Перший період</i>	
Визначається виникненням і розвитком тестів логіко-математичного і вербального інтелекту та початком вивчення соціального інтелекту. Водночас концепція інтелекту залишається виключно когнітивною.	
<i>Г. Майер</i>	поряд з логічним мисленням, що базується на судженнях, вчений виділяє «емоційне», у якому на перший план виходять потреби почуття і волі
<i>Р. Торндайк</i>	науковець виділяє пріоритет у виформуванні загальнопсихологічних основ поняття емоційний інтелект (EI), вводить цей аспект вияву інтелекту у визначення IQ – коефіцієнта інтелекту
<i>Д. Векслер</i>	вперше висунуто припущення щодо існування цілого ряду видів мислення, які представляють окремі складники загального інтелекту, але відрізняються від традиційного IQ
<i>Другий період</i>	
Дослідження науковців уможливили реалізувати більш інтегрований, але водночас більш диференційований погляд на природу і форми вияву інтелекту.	
<i>Г. Гарднер</i>	визначає поняття «емоційний інтелект» і пропонує розглядати його у двох формах: міжособистісної і внутрішньоособистісної
<i>Третій період</i>	
Емоційний інтелект розглядається як когнітивна здатність міркувати про емоції й використовувати їх для поліпшення розумової діяльності, охоплює здатності точно розмежовувати емоції, викликати емоції для сприяння мисленню, розуміння емоцій і емоційних знань і усвідомленому регулюванню емоцій з метою сприяння емоційного й інтелектуального зростання.	
<i>Дж. Майер і П. Саловей</i>	мислителі виокремлюють загальний чинник емоційного інтелекту gei, що охоплює три субфактори: емоційну перцепцію, розуміння і керування емоціями
<i>Четвертий період</i>	
Термін «емоційний інтелект» починає популяризуватися, а коло досліджень розширюватися.	
<i>Д. Гоулман</i>	вчений стверджує, що емоційний інтелект є «ключем» до успіху в різних сферах життя
<i>П'ятий період</i>	
Пропонується безліч варіантів удосконалення концепції EI спільно з впровадженням нових методик його вимірювання.	
<i>представлено великою кількістю науковців, дослідження тривають</i>	ускладнюються популістськими уявленнями про EI, його визначеннями й підходами до вимірювання, далекими від наукової парадигми

У науковій літературі виокремлюють такі чинники емоційного інтелекту, як когнітивні здібності, швидкість і точність перетворення емоційної інформації; уявлення про емоції як про цінності, як про важливе джерело інформації щодо себе й інших людей тощо; особливості емоційності, емоційна стійкість, емоційна чутливість тощо (Люсин, 2004).

Цікавим для нас є дослідження Р. Бар-Она (Bar-On, 2004) щодо складових емоційного інтелекту. Вчений виокремив їх 15:

- *емоційна самосвідомість* (здатність розпізнавати та зрозуміти свої почуття й емоції, розрізняти їх та знати, що і чому спричиняє їх виникнення);
- *асертивність* (здатність висловлювати почуття, переконання та думки, а також конструктивно відстоювати їх);
- *самоповага та увага до власних інтересів* (здатність зрозуміти, поважати та прийняти себе, зокрема позитивні та негативні аспекти, а також власні обмеження);
- *самоактуалізація* (спроможність реалізовувати власний потенціал та прагнути займатися улюбленою справою та насолоджуватися тим, що робиш);
- *незалежність* (здатність покладатися на власні сили та самостійно мислити й спрямовувати власні дії, не мати емоційної залежності; незалежні особистості можуть враховувати поради інших, але вони рідко залежать від інших людей під час прийняття важливих рішень або діяльності);
- *міжособистісні відносини* (спроможність встановлювати та підтримувати взаємовигідні відносини, що характеризуються близькістю, вираженням й відчуттям прив'язаності);
- *емпатія* (здатність бути уважним, розуміти та цінувати почуття інших; здатність «читати емоції» інших людей);
- *соціальна відповідальність* (вміння проявити себе як конструктивного члена соціальної групи, здатного до співпраці та такого, що робить внесок у спільну справу);
- *розв'язання проблем* (здатність виявляти та визначати проблеми, а також генерувати й впроваджувати потенційно результативні рішення);
- *гнучкість* (спроможність корегувати власні емоції, думки та поведінку відповідно до зміни ситуацій і умов);
- *оцінка дійсності* (здатність визначати співвідношення між сприйняттям/ власними відчуттями (суб'єктивним) та реальністю (об'єктивним));
- *стресостійкість* (здатність витримувати несприятливі події й стресові ситуації не піддаючись їм, активно та впевнено долати стрес);
- *контроль імпульсивності* (здатність стримувати або не піддаватися поривам, прагненням чи спокусі діяти);
- *оптимізм* (здатність звертати увагу/бачити позитивні речі, зберігати позитивну налаштованість навіть у несприятливих або стресових ситуаціях);
- *відчуття щастя* (здатність бути задоволеним власним життям, радіти, отримувати задоволення від перебування з іншими, добре проводити час, розважатися).

Вищезазначені складові емоційного інтелекту доречно систематизувати у відповідні сегменти: внутрішнє «Я», адаптивність, загальна налаштованість/настрій, управління стресом, міжособистісна сфера.

Д. Гоулман (2008) виділяє п'ять складових емоційного інтелекту: самопізнання, самоконтроль, мотивацію, емпатію (або соціальну чуйність) і управління відносинами. Перші три складові спрямовані на роботу з власними емоціями та внутрішнім світом, останні дві спрямовані на взаємодію з іншими людьми. Так, наприклад, емпатія або соціальна чуйність визначає здатність розпізнавати свої та чужі почуття й емоції, вміння співпереживати. Управління ж взаєминами охоплює володіння техніками переконання, ефективного вирішення конфліктів, конструктивної взаємодії.

Переконані, що над формуванням емоційного інтелекту фахівцям соціокультурного середовища потрібно працювати безперервно. Важливо враховувати, що емоції, почуття впливають як на власну поведінку, так і на поведінку та ставлення інших. У загальному значенні емоції, почуття можуть бути рушіями змін. Емоції можуть показувати наше справжнє ставлення, виявляти те, що для фахівця є важливим, виявляти його небайдужість. Вміння ефективно керувати емоціями та спрямовувати їх на здійснення успішної професійної діяльності фахівцями соціокультурного середовища реалізується у формуванні емоційної компетентності.

Зазначимо, що популяризації поняття емоційної компетентності набуло з появою наукових робіт Д. Гоулмана, зокрема «Емоційний інтелект» та «Робота з емоційним інтелектом». Автор виявив зв'язок емоційної компетентності та компетенцій, притаманних лідерам, спроможність до ведення змін, мотивування інших, налагодження роботи команд тощо.

Емоційна компетентність фахівців соціокультурного середовища розпочинається з усвідомлення власних емоцій, адже неможливо управляти тим, чого не знаєш. У дитинстві зазвичай вчать приховувати, придушувати свої емоції, і людина з часом вчиться усвідомлювати сильні емоції. Але більшість емоційних станів, пережитих фахівцем протягом дня, швидкоплинні, проте саме з таких незначних відчуттів до кінця дня складається загальний емоційний стан. Керувати сильною емоцією набагато складніше, ніж поступовим роздратуванням, саме тому розвиток емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища починається з усвідомлення швидкоплинних базових емоцій (радість, гнів, страх, печаль).

Здатність розуміти емоції означає, що фахівець соціокультурного середовища спроможний розпізнавати емоцію, тобто встановлювати сам факт наявності емоційного переживання у себе або в іншої людини; може ідентифікувати емоцію, тобто встановити, яку саме емоцію відчуває сам індивід або інша людина і знайти для неї словесне вираження; розуміє причини, що викликали цю емоцію, і наслідки, до яких вона призведе. Здатність до керування емоціями означає, що фахівець соціокультурного середовища може контролювати інтенсивність емоцій, регулювати надмірно сильні емоції; здатний контролювати зовнішнє вираження емоцій; може у разі необхідності довільно викликати ту чи іншу емоцію (Слоун, 2009). Так, від уміння фахівцем управляти своїм емоційним станом залежить його мотивація, успішність професійної діяльності та конкурентоздатність індустрії загалом. Адже саме емоції вражень є концептуальним сегментом культурно-креативного середовища.

У контексті розгляду зазначимо, що успішність професійної діяльності фахівця соціокультурного середовища значною мірою залежить від розумного володіння емоціями, тобто емоційним інтелектом, який визначає характер і рівень сприйняття фахівцем світу, подій, окремих колег чи клієнтів в соціокультурному середовищі. Також емоційна компетентність формує реакцію фахівця на весь процес особистісної та професійної діяльності, що впливає на ефективність дій. Фахівець, який працює в індустрії «людина-людина», є відповідальним за свій емоційний стан. Високий ступінь розвитку комунікативної компетенції, безпосередньо пов'язаної з рівнем емоційної компетентності, сприяє ефективній професійній діяльності та підвищенню професійної задоволеності. Емоційна компетентність має велике значення в процесі професійної діяльності фахівців соціокультурного середовища, оскільки ця професія безпосередньо пов'язана з комунікацією, умінням встановити контакт зі споживачем, зрозуміти, чого він хоче, і запропонувати найкращий з можливих варіантів. Емоційна компетентність відіграє важливу роль ще й тому, що діяльність фахівців соціокультурного середовища пов'язана з емоційними перевантаженнями, а здатність до самоконтролю і саморозвитку є профілактикою стресу, депресій, професійного вигорання.

Отже, зважаючи на особливості професійної діяльності фахівців соціокультурного середовища, емоційну компетентність слід розглядати необхідною умовою для здійснення успішної професійної діяльності та розвитку соціокультурного середовища.

Загалом емоційна компетентність фахівців соціокультурного середовища передбачає володіння відповідними навичками, а саме керування своїми емоціями, керування емоціями інших людей, усвідомлення емоцій інших людей та усвідомлення своїх емоцій.

У контексті розгляду слід виокремити основні складові емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища. Серед них усвідомлення власних амбіцій; уміння визначати, яку емоцію відчуваєш у відповідний момент; уміння визначити, з яких базових емоцій складається складна емоція; уміння керувати власними емоціями; уміння визначати джерело та причину виникнення емоцій, ступінь корисності; уміння змінювати інтенсивність емоцій, замінювати їх на інші; усвідомлення емоцій інших людей; уміння визначити емоційні стани за вербальними й невербальними ознаками; управління емоціями інших людей, цілеспрямована дія на їх емоції та адекватне вираження емоцій.

Розвиток емоційної компетентності заснований на поєднанні генотипових чинників і практичної діяльності, що сприяє нагромадженню досвіду аналізу емоціогенних ситуацій. До компонентів емоційної компетентності належать рефлексія, емпатія, саморегуляція та експресивність, що забезпечують формування і розвиток внутрішньоособистісних і міжособистісних емоційних компетенцій фахівців соціокультурного середовища.

Зауважимо, що емоційна компетентність розвивається через навчання, тренування, набуття досвіду та нівелює професійне вигорання, емоційну виснаженість і забезпечує стресостійкість фахівців соціокультурного середовища. Усі необхідні ресурси для розвитку емоційної компетентності у фахівця є в будь-який

момент часу. Однак потрібні відповідні технології, щоб навчити фахівця соціокультурного середовища свідомо ними користуватись.

Забезпечення конкурентоздатності на ринку праці фахівців соціокультурного середовища зумовлює потребу модернізації методів і механізмів для розкриття та використання людських ресурсів. Водночас традиційні методи навчання не завжди спроможні повною мірою задовольнити потреби фахівців, що визначає необхідність упровадження інноваційних методів у відповідну програму підвищення кваліфікації. Потреба впровадження нових методів, форм і засобів викладання детермінована не лише динамікою інформаційного простору (освітній процес запізнюється з інформуванням студентів щодо швидких змін в наукових відкриттях), і навіть не стільки перманентною технологізацією дидактичних засобів (комп'ютерні технології реклами, маркетингу, політичних маніпуляцій тощо не можуть конкурувати за якістю впливу на когнітивну сферу людини з освітніми технічними системами), а насамперед зміною самої особистості (постмодерний тип людини не задовольняється класичними й неklasичними підходами до її інформування, навчання, виховання та розвитку), запровадженням в процес розвитку сучасних практико-зорієнтованих технологій.

У процесі формування і розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурної сфери доречно використовувати основні технології підвищення кваліфікації. Серед яких розглядаємо тренінгові програми, майстер-класи, коучингові інструменти з можливістю реалізувати на практиці, під час здійснення професійної діяльності. Відповідно до умов сьогодення цікавою є можливість онлайн-навчання на освітніх платформах Coursera, Prometheus, GlobalLogic тощо. Використання сучасних інформаційних та медійних технологій, інтерактивних форм навчання реалізується за принципами безперервності, демократизації, інтеграції, глобалізації.

За допомогою вищеперерахованих дистанційних технологій підвищення кваліфікації фахівців соціокультурної сфери успішно реалізуються такі форми, як онлайн-лекції, навчання в дії через організацію онлайн майстер-класів, соціально-психологічних тренінгів, ділових ігор, рольових ігор, кейс-методів, моделювання, проектних методів, презентація цікавих стартапів та креативних відеоробіт.

Цікавим інструментом застосування теорії через дію у процесі формування і розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурної сфери є використання онлайн тренінгових майданчиків, що сприяє практичному засвоєнню знань. Загалом соціально-психологічний тренінг як прикладний характер навчання забезпечує розвинення здібності швидко вчитися. Випрацьовуючи власні стратегії для аналізу та прояснення неоднозначності, набуття гнучких технологій розробки новаторських стратегій творчого і креативного прийняття рішень, тренінг уможливорює організацію творчої взаємодії учасників процесу. Соціально-психологічний тренінг вирізняється наявністю активних форм подачі матеріалу через «мозковий штурм», рольові ігри, тренувальні вправи, аналіз конкретних ситуацій, теоретичні аксіоми, моделювання проєктів, релаксаційні вправи тощо. Отже, підвищуючи кваліфікацію та навчаючись, фахівці мають можливість формувати й розвивати свої навички в розумінні, сприйнятті, управлінні емоціями та адаптувати отримані знання, інструменти та технології у процесі професійної діяльності.

Однак один дводенний тренінг чи семінар не підвищить емоційну компетентність фахівця соціокультурного середовища. Найбільш ефективним буде тривала (на думку Д. Гоулмана, не менше шести місяців) участь у тренінговій групі, де фахівець зможе виробити нові навички в безпечному просторі, де обов'язковою є практика і коучинг (Гоулман, 2021, с. 196). Концептуально важливими у процесі розвитку емоційної компетентності є також самомотивація та самоорганізація фахівців соціокультурної сфери.

Враховуючи вищезазначене, підсумуємо, що емоційно компетентний фахівець соціокультурного середовища – це фахівець, який володіє сукупністю знань, умінь і навичок, що дозволяють ухвалювати адекватні рішення в процесі професійної діяльності на основі результатів інтелектуальної обробки зовнішньої і внутрішньої емоційної інформації в соціокультурному середовищі.

Висновки

Отже, на сучасному етапі трансформаційних процесів в соціокультурному середовищі важливим постає формування і розвиток емоційної компетентності на основі високого рівня емоційного інтелекту. Виокремлено та проаналізовано основні складові, структурні елементи та особливості, що забезпечують формування емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища. Переконані, що реалізація запропонованих технологій розвитку емоційної компетентності сприятиме формуванню конкурентоздатності фахівців соціокультурного середовища.

Доведено, що для розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища потрібне насамперед усвідомлення та розуміння важливості управління емоціями через навчання, тренування і набуття досвіду. Опрацювання власних стратегій для аналізу та прояснення неоднозначності емоцій, набуття гнучких технологій розробки новаторських стратегій творчого і креативного прийняття рішень у процесі професійної діяльності забезпечує розвиток емоційної компетентності фахівців соціокультурної сфери та нівелює професійне вигорання, емоційну виснаженість і забезпечує стресостійкість. Саме тому формування і розвиток емоційної компетентності фахівців є необхідною умовою для здійснення успішної професійної діяльності в соціокультурному середовищі України.

Список бібліографічних посилань

- Амстронг, М. (2014). *Практика управління людськими ресурсами*. Питер.
- Бикбаева, Э. А. (2017). Имидж и его формирование. *Альманах современной науки и образования*, 9(52), 42–43.
- Бусел, В. Т. (Уклад.). (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови (з додатками і доповненнями)*. Перун.
- Гоулман, Д. (2008). *Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта*. Альбина Бизнес Бук.
- Гоулман, Д. (2021). *Емоційний інтелект в бізнесі* (Ю. Шекет, Пер.). Віват.

- Лэй, Э. (2010). *Харизма. Искусство производить сильное и незабываемое впечатление*. Претекст.
- Люсин, Д. В. (2004). Современные представления об эмоциональном интеллекте. В Д. В. Люсин & Д. В. Ушаков (Ред.), *Социальный интеллект: теория, измерение, исследования* (с. 29–36). Институт психологии РАН.
- Митина, Л. М. (2002). *Психология развития конкурентоспособности личности*. Издательство НПО МОДЭК.
- Носенко, Е. Л., & Коврига Н. В. (2013). *Емоційний інтелект: концептуалізація феномену, основні функції*. МАУП.
- Портер, М. (2020). *Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів*. Наш формат.
- Слоун, К. (2009). *Умнее, быстрее, лучше. Стратегия эффективного и успешного лидерства*. Издательство Юрайт.
- Сосновська, М. С., & Петухова, І. О. (2021). Технології розвитку емоційної експресії як складника емоційного інтелекту. *Габітус*, 22, 101–105. <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.22.17>
- Якокка, Л. (2017). *Карьера менеджера*. Попурри.
- Bar-On, R. (2004). The Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Rationale, description, and summary of psychometric properties. In G. Geher (Ed.), *Measuring emotional intelligence: Common ground and controversy* (pp. 111–142). Nova Science Publishers.
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2007). Personality and Career Success. In L. Peiperl & H. Gunz (Eds.), *Handbook of career studies* (pp. 59–78). Sage Publications.
- Mayer, J. D., & Salovey P. (1993). The Intelligence of Emotional Intelligence. *Intelligence*, 17(4), 433–442.
- Mitchell, G. (2008). *Essential soft skills for success in the 21st century workforce as perceived by Alabama business/ marketing educators*. <https://cutt.ly/DYVgdng>
- Pletsan, K. V. (2018). Development of signals of success of careers of the factor socio-cultural sphere. *Public Management*, 3(13), 157–171.
- The Global Innovation Index 2017*. Report. The Human Factor in Innovation. 2017. <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>

References

- Amstrong, M. (2014). *Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami [Human Resource Management Practice]*. Piter [in Russian].
- Bar-On, R. (2004). The Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Rationale, description, and summary of psychometric properties. In G. Geher (Ed.), *Measuring emotional intelligence: Common ground and controversy* (pp. 111–142). Nova Science Publishers [in English].
- Bikbaeva, E. V. (2017). Imidzh i ego formirovanie [Image and its formation]. *Al'manakh sovremennoi nauki i obrazovaniya*, 9(52), 42–43 [in Russian].
- Busel, V. T. (Comp.) (2005). *Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (z dodatkamy i dopovnenniamy) [Large Explanatory Dictionary of the Modern Ukrainian Language (With Appendices and Additions)]*. Perun [in Ukrainian].
- Goleman, D. (2008). *Emotsionalnoe liderstvo: iskusstvo upravleniya lyudmi na osnove emotsionalnogo intelekta [Emotional Leadership: The Art of Managing People Based on Emotional Intelligence]*. Albina Biznes Buk [in Russian].

- Goleman, D. (2021). *Emotsiyni intelekt v biznesi [Emotional Intelligence in Business]* (Yu. Sheket, Trans.). Vivat [in Ukrainian].
- Iacocca, L. (2013). *Kar'era menedzhera [Manager career]*. Popurri [in Russian].
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2007). Personality and Career Success. In L. Peiperl & H. Gunz (Eds.), *Handbook of career studies* (pp. 59–78). Sage Publications [in English].
- Lei, E. (2010). *Kharizma. Iskusstvo proizvodit' sil'noe i nezabyvaemoe vpechatlenie. [Charisma. The Art of Making a Strong and Unforgettable Impression]*. Pretekst [in Russian].
- Lyusin, D. V. (2004). Sovremennye predstavleniya ob emotsional'nom intellekte [Modern concepts of emotional intelligence]. In D. V. Lyusin, & D. V. Ushakov (Eds.), *Sotsial'nyi intellekt: teoriya, izmerenie, issledovaniya [Social Intelligence: Theory, Measurement, Research]* (pp. 29–36). Institut psikhologii RAN [in Russian].
- Mayer, J. D., & Salovey P. (1993). The Intelligence of Emotional Intelligence. *Intelligence*, 17(4), 433–442 [in English].
- Mitchell, G. (2008). *Essential soft skills for success in the 21st century workforce as perceived by Alabama business/marketing educators*. <https://cutt.ly/DYVgdnq> [in English].
- Mitina, L. M. (2002). *Psikhologiya razvitiya konkurentosposobnosti lichnosti [Psychology of competitive personality development: a teaching manual]*. Publishing house of NGO MODEK [in Russian].
- Nosenko, E. L., & Kovryha, N. V. (2013). *Emotsiyni intelekt: kontseptualizatsiia fenomenu, osnovni funktsii [Emotional Intelligence: Conceptualization of the Phenomenon, Basic Functions]*. MAUP [in Ukrainian].
- Pletsan, K. V. (2018). Development of signals of success of careers of the factor socio-cultural sphere. *Public Management*, 3(13), 157–171 [in English].
- Porter, M. (2020). *Konkurentna stratehiia. Tekhniki analizu haluzei i konkurentiv. [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors]*. Nash format [in Ukrainian].
- Sloun, K. (2009). *Umnee, bystree, luchshe. Strategiya effektivnogo i uspeshnogo liderstva [Smarter, Faster, Better. Strategies for Effective, Enduring and Fulfilled Leadership]*. Izdatelstvo Yurayt [in Russian].
- Sosnovska, M. S., & Pietukhova, I. O. (2021). Tekhnologii rozvytku emotsiinoi ekspresii yak skladnyka emotsiinoho intelektu. [Technologies of emotional expression development as a component of emotional intelligence]. *Habitus*, 22, 101–105. <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.22.17> [in Ukrainian].
- The Global Innovation Index 2017*. Report. The Human Factor in Innovation. 2017. <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report> [in English].

TECHNOLOGIES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF SOCIOCULTURAL ENVIRONMENT PROFESSIONALS' EMOTIONAL COMPETENCE

Khrystyna Pletsan

*PhD in Public Administration, Associate Professor;
e-mail: k.pletsan@gmail.com; ORCID: 0000-0002-8179-7896
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine*

Abstract

The article analyzes the theoretical foundations and features of emotional competence formation; the concept of emotional intelligence and emotional competence in retrospect of scientific research is understood and revealed; the structure, components, elements, factors and functional role of emotional competence of specialists are characterized; the methodological approach to the formation of emotional competence of socio-cultural professionals in Ukraine and the specifics of development at the present stage are highlighted. It is proved that the emotional competence of socio-cultural professionals involves the possession of four types of skills, in particular: managing their emotions, managing other people's emotions, awareness of other people's emotions, awareness of their emotions; presented and argued technologies for the formation and development of emotional competence of managers of socio-cultural environment in Ukraine in accordance with the challenges of the time.

Keywords: tourism; culture; socio-cultural environment; emotional competence; professional environment; innovation; competitive specialist; effective management; human resources



DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249692

УДК 338.48-44:908

ТУРИСТИЧНЕ КРАЄЗНАВСТВО: СУТНІСТЬ, МЕТОДИ, ЗНАЧЕННЯ

Ольга Любіцева^{1а}, Ірина Кочеткова^{2а}¹ Доктор географічних наук, професор; e-mail: loa13@ukr.net; ORCID: 0000-0002-8508-9395² Кандидат географічних наук; e-mail: kiv_univ@ukr.net; ORCID: 0000-0001-5342-7444^а Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Анотація

Мета – розкрити наукову сутність туристичного краєзнавства та його роль у формуванні «образу території», у розробці туристичного продукту.

Методика дослідження сформована на основі збору та узагальнення інформації щодо теоретико-методичних засад краєзнавства в різних його аспектах і є синтезом сучасних вітчизняних та зарубіжних підходів до трактування сутності краєзнавства і його ролі в туристичній діяльності.

Наукова новизна полягає в авторському трактуванні сутності туристичного краєзнавства й узагальненні методів краєзнавчих досліджень, а практичне значення – у новому погляді на краєзнавчу інформацію як основу формування локального туристичного продукту, що є актуальним з огляду на регіоналізацію туристичної діяльності.

Висновки. На основі аналізу наукових підходів історії, географії, демографії, економіки, урбаністики й інших наук, у межах яких сформувався краєзнавчий напрям досліджень, запропоновано розглядати туристичне краєзнавство як прикладний напрям краєзнавчих досліджень, спрямований на формування «образу» локальної території задля зацікавлення туристів та екскурсантів.

Ключові слова: краєзнавство; туристичне краєзнавство; «образ локальної території»

Постановка проблеми

Ще не вщухли дискусії з приводу того, чи вважати краєзнавство науковим напрямом, чи то є аматорська діяльність зі збору та узагальнення різномірної інформації, що стосується незначної території – окремого населеного пункту або навіть його частини, урочищ, окремих природних чи історико-культурних об'єктів тощо і ґрунтується на зборі інформації, яку часто не можна перевірити та встановити її достовірність. З одного боку, саме неможливість повірити результат, застосувавши наукові методи оцінки, і ставить під сумнів науковість краєзнавства. З іншого – саме збір інформації про локальну (незначну за розмірами) територію потребує наукового опрацювання, узагальнення на основі методів сформованих

наук, які мають усталений науково-методичний апарат. Звідси таке різноманіття підходів до збору, оцінки й представлення краєзнавчої інформації, що представлено на сьогодні різними напрямками краєзнавства.

Краєзнавча інформація створює «образ» саме локальної території, привабливий для розвитку там туризму й екскурсійної діяльності на основі розробки відповідного туристичного продукту, який «експлуатує» цей позитивний образ. Це основа регіоналізації туризму. Тому актуальними є краєзнавчі дослідження в різних аспектах, а туристичне краєзнавство має узагальнювати цю інформацію та представляти її у формі екскурсійно-туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

З часів відродження Національної спілки краєзнавців (90-ті роки) активно досліджують теоретико-методологічні засади сучасного краєзнавства, що охоплюють як питання сутності краєзнавства загалом (Тронько, 1994; Реєнт, 2016; Обозний, 2004), так і осягнення змістовної сутності його напрямів, зокрема географічного краєзнавства (Шищенко, 2000; Жупанський & Круль, 1994; Костриця, 2009) та історичного краєзнавства (Кот, 2008; Уривалкін, 2006), як найбільш усталених. Теоретичні засади такого новітнього напрямку, як туристичне краєзнавство, заклав С. Попович (2015). До розробки цього напрямку також долучалися О. Любіцева (2017; Любіцева & Кот, 2014), В. Петранівський, М. Рутинський (2006).

139

Виклад основного матеріалу

Краєзнавство розглядають як комплексний науковий напрям зі збору, обробки, узагальнення та представлення певної інформації про окрему територію, незначну за розмірами. Цим воно подібне до країнознавства, яке є науковим комплексним напрямом з дослідження значних територій (від країни-держави до фізико-географічної країни). Тобто це два наукових синтетичних напрями з комплексного вивчення територій, тільки різних за розмірами, що й вирізняє їх науковий апарат і робить різними науками. До того ж краєзнавство ще розглядають як громадську діяльність зі збору, обробки, узагальнення та представлення певної інформації та її популяризації, як складову просвітництва (таблиця 1).

Більшість визначень краєзнавства акцентується на комплексності досліджень, результатом якої є синтез знань про локальну територію. Водночас не висвітленим лишається аспект територіальної самоідентифікації місцевого населення: самоусвідомлення місцевою громадою характеру свого зв'язку з територією проживання, її минулим, сьогоденням, майбутнім, яке передається через категорію «образ краю». Тому пропонують таке визначення краєзнавства, як науковий напрям з комплексного дослідження локальної території.

Об'єктом краєзнавства є територія, у загальному розумінні «край», як територія за масштабом менша території країни, тобто історико-географічний район чи історико-етнографічна область і менші таксономічні одиниці (область, район, ОТГ, населений пункт чи його частина). Поняття «край» можна визначити як

етногеографічне – усвідомлення місцевим населенням території, на якій воно проживає, як окремого природно-історичного утворення (з характерними рисами природи, історії та культури місцевого населення), що водночас має певні географічні межі. Отже, краєзнавство досліджує локальну (незначну за розмірами) територію, яку можна визначити як «край» (рідний край).

Таблиця 1

**Узагальнення підходів
до визначення сутності краєзнавства**

Визначення	Джерело
<i>Краєзнавство – синтетична наукова дисципліна з комплексного дослідження незначної території (села, міста, району або їхньої частини). Сутністю цього комплексного підходу є визначення особливостей розвитку людини, людської спільноти в конкретних природних умовах даної локальної території протягом певного часу.</i>	(Любіцева & Кот, 2014)
<i>Краєзнавство – це комплекс наукових дисциплін, різних за змістом та методами дослідження, які у своїй сукупності ведуть до наукового і всебічного пізнання краю.</i>	(Уривалкін, 2006)
<i>Краєзнавство – діяльність науковців та аматорів з місцевого населення з вивчення природи, населення, його розселення, особливостей культури, господарювання тощо, збирання артефактів культури і поширення отриманих знань. З цієї точки зору краєзнавчі дослідження мають виключно науково-популярне спрямування і полягають у зборі, обробці, представленні певним чином узагальненої інформації, що має довідковий характер, спрямований на освітянську та просвітницьку діяльність, а сенсом краєзнавства є поширення знань про особливості природи (геологічна будова та корисні копалини, клімат та особливості погодних умов, водні ресурси, рослинний і тваринний світ, пам'ятки природи та рідкісні природні об'єкти і явища, екологічний стан) та життя населення (демографічні ознаки населення, історія заселення краю, мова, традиційна матеріальна та духовна культура, вірування, особливості господарювання, історичні події та постаті, життя і діяльність яких пов'язані з досліджуваною територією) на певній, незначній за площею, території.</i>	(Любіцева, 2017)
<i>Краєзнавство – комплексне дослідження під кутом зору історії, географії, природничих наук, етнографії та економіки народного господарства переважно силами ентузіастів і професійних науковців відносно невеликої території (регіону) – міста, села, району, області, а також етнографічної чи певної іншої території, яку населення, яке там проживає, називає своїм краєм.</i>	(Кот, 2008)

Предмет краєзнавства – природні, історико-культурні, соціально-економічні процеси, явища, об'єкти конкретної локальної території, що розглядаються у просторово-часовому вимірі.

Мета – комплексне дослідження географічних, історичних, соціокультурних, господарських процесів, явищ, об'єктів і подій на локальній території.

Завдання:

- розробка теоретико-методологічних основ краєзнавчих досліджень;
- збір інформації про артефакти природи та культури локальної території;
- синтез інформації, отриманої в процесі пошуку й узагальнення даних різних рідних джерел;

- поширення знань про різні аспекти минулого та сучасного буття населення й трансформацію локальної території;
- діяльність зі збереження матеріальної, духовної культури, природного середовища локальної території;
- діяльність з популяризації матеріальної, духовної культури, природного середовища локальної території, у тому числі засобами екскурсійно-туристичної діяльності.

Саме комплексність, синтез різнорідної інформації, отриманої з різних джерел, формує *краєзнавчий підхід* – комплексне, всебічне, докладне вивчення території на основі синтезу теоретико-методологічних напрацювань широкого спектра наук задля глибокого висвітлення локальних процесів і явищ з прикладною метою.

Краєзнавство послуговується теоретико-методологічним апаратом низки наук, водночас збагачуючи ці науки конкретними даними про природу, культуру та побут населення, які потім узагальнюються цими науками, а самі ці узагальнення водночас стають джерелом краєзнавчих досліджень (рис. 1).

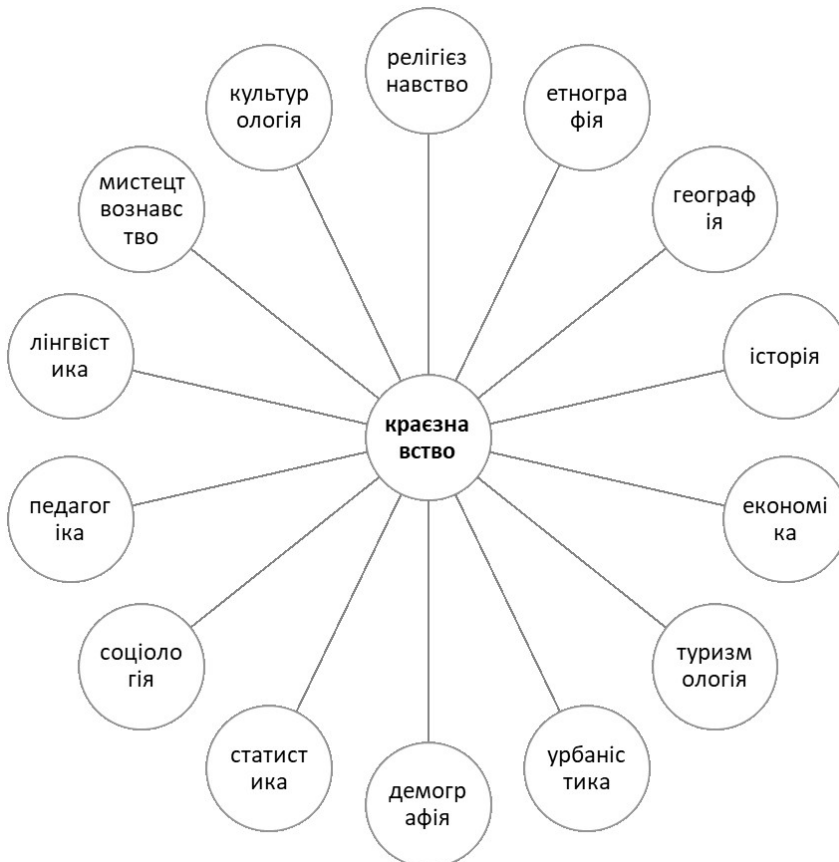


Рис. 1 Теоретико-методологічна база краєзнавства

Водночас краєзнавство, розвиваючись, диверсифікується відповідно до потреб суспільства та запитів на ту чи ту інформацію. У ХХ ст. на етапі масового розвитку туризму сформувалася потреба в туристичному краєзнавстві. *Туристичне краєзнавство* – напрям краєзнавства, спрямований на організацію краєзнавчої інформації для потреб туризму (рис. 2).

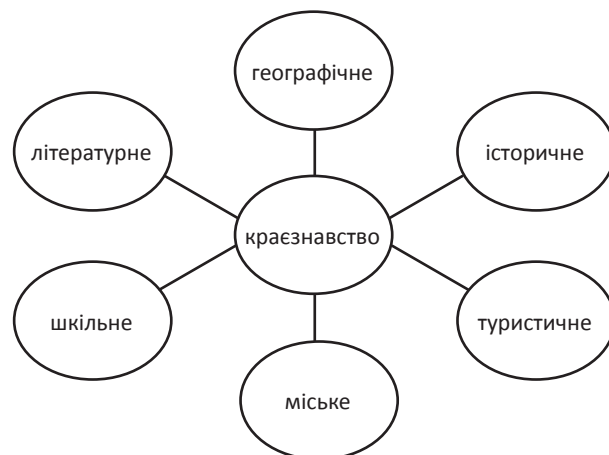


Рис. 2 Місце туристичного краєзнавства в системі краєзнавчих досліджень

Об'єктом дослідження є рідний край через призму його туристичної самобутності. Предметом є природні, історико-культурні, соціально-економічні умови та ресурси, що сприяють залученню цієї території до екскурсійно-туристичної діяльності. Метою туристичного краєзнавства є формування позитивного туристичного образу локальної території, що має стимулювати до відвідування цієї території.

Туризм є специфічним механізмом поширення краєзнавчих знань й інформації в процесі:

1) маркетингової діяльності з а) просування туристичної дестинації локального рівня (так званий «турпродукт-дестинація»), метою якої є створення позитивного віртуального образу місця/дестинації, тобто формування в потенційного споживача потреби у відвіданні цієї місцевості, ознайомлення з її видатними природними й історико-культурними ресурсами, можливостями для самореалізації в процесі подорожі та відпочинку (для активних форм туризму); б) реалізації туристичного продукту, сформованого на основі локальних дестинацій (програма перебування, маршрут); в) забезпечення якості обслуговування, передусім якості екскурсійного обслуговування;

2) екскурсійно-туристичної діяльності зі створення екскурсійного продукту (оглядової, тематичної екскурсії для певного контингенту споживачів). Саме екскурсія ґрунтується на краєзнавчій інформації та потребує в процесі розробки її узагальнення, структуризації відповідно до тематики і маршруту, методичного оформлення для подачі та сприйняття інформації («портфель екскурсовода»), а екскурсоводи, розробляючи екскурсії, виступають у ролі дослідників-

краєзнавців, а під час проведення екскурсії поширюють об'єктивну наукову інформацію в доступній для аудиторії образній формі.

Отже, туристичне краєзнавство є складовою краєзнавства, спрямованою на отримання нового знання в процесі науково-дослідної діяльності та поширення краєзнавчої інформації через її застосування в туристсько-екскурсійному продукті. У конкретному виразі туристичне краєзнавство спрямоване на пошук, аналіз, поширення та використання інформації про природно-рекреаційні й історико-культурні ресурси конкретної території задля її залучення до туризму.

Специфікою краєзнавчих досліджень є різноманітність інформації, яку отримують з різних джерел різними методами. Основні джерела краєзнавчої інформації представлені на рис. 3.

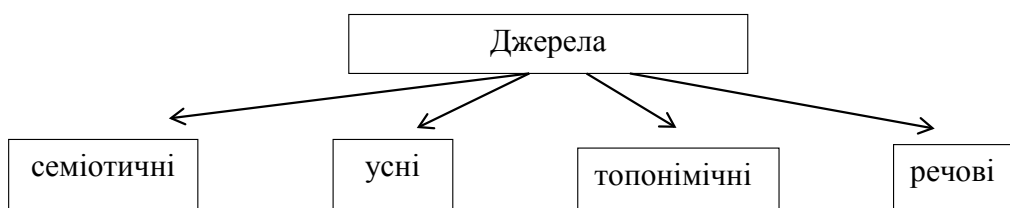


Рис. 3. Основні джерела краєзнавчої інформації

Семіотичні, тобто знакові, джерела охоплюють зображення, передачу інформації в текстовій чи знаковій формі. Проміжною формою між цими видами джерел є піктограми. Зображеннями можуть бути картини, гравюри, геральдика, фотографії, кінозображення, картографічні твори тощо. У картинах відображаються побутові сцени із сучасного та минулого життя населення, за якими можна визначити основні форми господарювання, традиції, особливості одягу, транспортних засобів й інших елементів матеріальної культури. На картинах можуть бути зображені вже зниклі пам'ятки архітектури, що дає змогу відтворити планувальну структуру поселення та вигляд зниклих об'єктів або реконструювати минулий вигляд наявних. Крім цього, у творчості місцевих художників можуть відбиватися стереотипні уявлення про ландшафти, які сформувалися в митця саме під впливом довкілля. Картина стає відбиттям особистого чи колективного уявлення місцевого населення про навколишній світ і природу, а природа може розглядатися як чинник формування художніх смаків.

Ту ж інформацію можливо отримати від фотографій і кінохроніки чи художніх фільмів. Корисно також досліджувати сучасний контент (наприклад, Instagram), що дає змогу відстежити сучасну саморепрезентацію місцевих мешканців регіону. Крім цього, вивчення аерофотознімків дає інформацію про зміни території в динаміці. Отримання інформації з картографічних творів є використанням картографічного методу.

Картини та фотозображення можна знайти в картинних галереях, музеях і приватних колекціях; аерофотознімки – в архівах, кінофільми – у Центральному державному кінофотофоноархіві України ім. Г. С. Пшеничного. Картографічні твори – у залі картографії бібліотеки ім. В. І. Вернадського та інших державних бібліотек або

придбати у формі атласів й окремих карт. Плани населених пунктів можливо отримати в архівах. Доступ до деяких з перелічених джерел можна отримати онлайн.

Писемні джерела – нотні партитури й тексти. Кожне дослідження починається з отримання та узагальнення, критичного осмислення інформації, що вже подана у формі наукових, науково-популярних чи літературних творів. Вони доступні як у центральних бібліотеках, так і в місцевих, букіністичних крамницях чи приватних зібраннях. У разі більш докладного дослідження локальної території вивчають документи, які містяться в архівах (центральных, обласних, міських, районних). Найбільшим за обсягом фондів є Центральний державний історичний архів у Києві, а також у Львові. Деякі архіви підпорядковані органам державного захисту та є закритими. У них працюють тільки співробітники держслужб, й інші дослідники можуть отримувати інформацію з опублікованих ними досліджень. Деяка інформація становить державну таємницю та не може бути поширена. Час від часу деякі документи із закритих архівів розсекречують і вони стають загальнодоступними. Часто дослідники подають запити на пошук інформації в закордонних архівах. Відцифрування архівних фондів робить їх загальнодоступними та полегшує роботу краєзнавців-аматорів. Обробка статистичних даних дає важливу інформацію про сучасне й минуле громади. Давні статистичні дані містяться в архівах, а сучасні (на рівні районів) можливо отримати за запитом у Державній службі статистики.

Усними джерелами є легенди, місцеві перекази, анекдоти, пісні – усе те, що не записано і передається усно. До них же можна зарахувати цю ж інформацію у формі аудіозапису. Використовуючи усні джерела (під час інтерв'ю, усного опитування, спілкування з місцевим населенням), краєзнавець отримує первинну інформацію, яка має бути критично оцінена, а згодом поширена, оскільки така інформація може бути швидко втрачена.

Вивчення походження та трансформації топонімів є окремим напрямом діяльності. Ці джерела дають змогу зрозуміти особливості заселення, історичного розвитку, етнічного складу й природи території.

Речові джерела – це археологічні пам'ятки, споруди, предмети, архітектурні ансамблі, ознайомитися з якими можна в музеях, приватних колекціях і наживо. Вони дають уявлення про давній і сучасний побут та культуру, науково-технічний та економічний рівень населення краю.

Краєзнавці, якщо можна, використовують усі описані джерела. Крім того, цінну інформацію про історію заселення, етнічний і релігійний склад населення локальної території дають описи місцевих цвинтарів. Краєзнавець також формує свої уявлення на основі власних спостережень. Тому важливим є рівень професійності та загальноосвітній, культурний рівень дослідника, його об'єктивність і неупередженість.

Краєзнавство характеризується широкою методичною базою та значним арсеналом методів. Застосовують різні методи дослідження в поєднанні, спрямованому на синтез інформації про локальну територію (таблиця 2).

Конкретнонаукові методи є сукупністю способів і принципів пізнання, прийомів і процедур, що застосовують для пізнавальних потреб певної науки. Однак ці методи можуть бути використані в комплексних дослідженнях, таких як краєзнав-

чі. Наприклад, порівняльно-історичний і порівняльно-географічний методи дають інструментарій для порівняння об'єктів у часі (наприклад, різні етапи) чи просторі.

Таблиця 2

Конкретнонаукові та дисциплінарні методи в краєзнавстві

Наука	Група методів	Назва
Географія	конкретнонаукові	геопросторового аналізу
		порівняльно-географічний
	дисциплінарні	методи ґрунтознавчих досліджень
		методи стаціонарних та напівстаціонарних ландшафтних досліджень
		методи мікрокліматичних спостережень
Історія	конкретнонаукові	порівняльно-історичний метод
		методи роботи з архівами
		метод діахронічного аналізу
Туризмологія	конкретнонаукові	методика розробки турів та екскурсійних програм
Демографія	конкретнонаукові	метод когорт або поздовжнього аналізу
		метод поперечного аналізу або гіпотетичного покоління
	дисциплінарні	метод побудови демографічної сітки
Урбаністика	дисциплінарні	містобудівні методики оцінки планувальної і архітектурної структури міст
Соціологія	конкретнонаукові	анкетне опитування
		інтерв'ю
		метод експертної оцінки
	дисциплінарні	соціометричний метод
біографічний метод		
Статистика	конкретнонаукові	методи кореляційного аналізу
		методи визначення основної тенденції
Педагогіка	дисциплінарні	методи проведення шкільних краєзнавчих екскурсій та організації туристично-краєзнавчого гуртка
Мистецтвознавство	дисциплінарні	іконографічно-іконологічний аналіз
Етнологія	конкретнонаукові	реконструктивний метод (метод пережитків)

Метод діахронічного аналізу за допомогою методу закладання часових зрізів дає змогу простежити розвиток об'єкта через певні проміжки. Часовий зріз – це стан об'єкта в кожен конкретний момент часу. Порівняння дає змогу простежити в динаміці зміну об'єкта. Геопросторовий аналіз – це співвіднесення об'єкта з умовами території. Реконструктивний метод – реконструкція окремих явищ традиційно-побутової культури більш ранніх історичних епох на основі їх пережитків, що збереглися в сучасній культурі населення. Метод когорт застосовують під час вивчення того чи того процесу протягом покоління. Метод поперечного ана-

лізу – дослідження прояву явища в низці поколінь. Поздовжній і поперечний аналіз дає змогу порівнювати особливості відтворення низки поколінь. Інтерв'ю – проведена за певним планом бесіда, що пропонує прямий контакт інтерв'юєра з респондентом. Метод часто використовують під час дослідження культурних особливостей громади, сутність – у глибокому опитуванні місцевих мешканців про події давнини чи давній або сучасний спосіб життя. Під час узагальнення дає якісні дані про досвід окремих соціальних груп. Опитування анкетне – один з видів соціологічного опитування, суттєва особливість – використання анкети, яку заповнює респондент. Дає змогу зібрати й узагальнити за допомогою статистичних методів інформацію про погляди та спосіб життя населення. Метод експертної оцінки – опитування групи експертів. У разі відсутності конкретної інформації краєзнавче дослідження може спиратися на гіпотези фахівців.

Дисциплінарні методи використовують в окремих галузях конкретної науки.

Іконографічно-іконологічний аналіз у краєзнавчих дослідженнях має на меті з'ясувати на широкому тлі певної культури, чому ці, а не інші теми обрали художник; дослідити, чому це зображення можуть інтерпретувати як характерне, властиве для певної культури. Коли ідентифіковано саме зображення, дослідження переходить на інший рівень і з'ясовує, чому ту чи ту постать зображено в цьому місці, цим майстром, саме у цей час.

Висновки

146

Краєзнавство як науковий напрям з комплексного дослідження локальної території, розвиваючись, диверсифікується. Одним з напрямів сучасного краєзнавства є туристичне – різновид краєзнавства, спрямований на організацію краєзнавчої інформації для потреб туризму. Специфіка краєзнавчих досліджень, оснований на значній кількості та різноманітності джерел інформації, передбачає поєднання різних методів для збору, обробки, оцінки та представлення інформації, що й формує специфічний краєзнавчий метод дослідження. З огляду на авторську концепцію краєзнавства, яка ґрунтується на самоідентифікації населення, туристичне краєзнавство насамперед спрямоване на формування позитивного туристичного образу локальної території, а методи краєзнавчих досліджень є водночас методами дослідження екскурсійно-туристичних ресурсів локальної території та спрямовані на формування туристичного продукту.

Список бібліографічних посилань

- Жупанський, Я., & Круль, В. (1994). Про об'єкт і предмет вивчення національного краєзнавства. *Краєзнавство*, (1–2), 3–7.
- Костиця, М. (2009). Наукові засади національного географічного краєзнавства. *Краєзнавство*, (1–2), 39–45.
- Кот, С. І. (2008). Краєзнавство, краєзнавство та краєзнавство історичне. В В. А. Смолій (Ред.), *Енциклопедія історії України* (Т. 5: Кон–Кю, с. 280–281). Наукова думка.
- Любіцева, О. О. (Ред.). (2017). *Туристичне краєзнавство: Канівщина*. ТОВ «Альфа-ПІК».

- Любіцева, О. О., & Кот, С. І. (2014). Краєзнавство. В І. М. Дзюба, А. І. Жуковський & М. Г. Железняк (Ред.), *Енциклопедія Сучасної України* (Т. 15, с. 166). Інститут енциклопедичних досліджень НАН України.
- Обозний, В. В. (2004). *Краєзнавство* (2-е вид.). Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова.
- Петранівський, В. Л., & Рутинський, М. Й. (2006) *Туристичне краєзнавство*. Знання.
- Попович, С. (2015). Туристичне краєзнавство: генеза, методологія, завдання. *Краєзнавство*, (3–4), 111–123.
- Реєнт, О. П. (Ред.). (2016). *Основи краєзнавства*. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
- Тронько, П. Т. (1994). *Краєзнавство у відродженні духовності та культури: Досвід. Проблеми. Перспективи*. Рідний край
- Уривалкін, О. М. (2006). *Історичне краєзнавство*. КНТ.
- Шищенко, П. Г. (2000). Сутність географічного краєзнавства. *Краєзнавство. Географія. Туризм*, (42), 1–2.

References

- Kostrysia, M. (2009) Naukovi zasady natsionalnoho heohrafichnoho kraieznavstva [Scientific principles of national geographical local lore]. *Kraieznavstvo*, (1–2), 39–45 [in Ukrainian].
- Kot, S. I. (2008). Kraieznavstvo, kraieznavstvo ta kraieznavstvo istorychne [Local lore, local lore and historical local lore]. In V. A. Smolii (Ed.), *Entsyklopediia istorii Ukrainy [Encyclopedia of the History of Ukraine]* (Vol. 5: Kon–Kiu, pp. 280–281). Naukova dumka [in Ukrainian].
- Liubitseva, O. O. (Ed.). (2017). *Turystychne kraieznavstvo: Kanivshchyna [Tourist Local Lore: Kaniv Region]*. TOV "Alfa-PIK" [in Ukrainian].
- Liubitseva, O. O., & Kot, S. I. (2014). Kraieznavstvo [Local lore]. In I. M. Dziuba, A. I. Zhukovskiy & M. H. Zhelezniak (Eds.), *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]* (Vol. 15, p. 166). Institute of Encyclopedic Research of the National Academy of Sciences of Ukraine. https://esu.com.ua/search_articles.php?id=2646 [in Ukrainian].
- Oboznyi, V. V. (2004). *Kraieznavstvo [Local Lore]* (2nd ed.). Vydavnytstvo NPU imeni M. P. Drahomanova [in Ukrainian].
- Petranivskiy, V. L., & Rutynskiy, M. Y. (2006) *Turystychne kraieznavstvo [Tourist Local Lore]*. Znannia [in Ukrainian].
- Popovych, S. (2015). Turystychne kraieznavstvo: henezha, metodolohiia, zavdannia [Tourist local lore: genesis, methodology, tasks]. *Kraieznavstvo*, (3–4), 111–123 [in Ukrainian].
- Reient, O. P. (Ed.). (2016). *Osnovy kraieznavstva [Fundamentals of Local Lore]*. V. N. Karazin Kharkiv National University [in Ukrainian].
- Shyshchenko, P. H. (2000). Sutnist heohrafichnoho kraieznavstva [The essence of geographical local lore]. *Kraieznavstvo. Heohrafiia. Turyzm*, (42), 1–2 [in Ukrainian].
- Tronko, P. T. (1994). *Kraieznavstvo u vidrodzhenni dukhovnosti ta kultury: Dosvid. Problemy. Perspektyvy [Local Lore in the Revival of Spirituality and Culture: Experience. Problems. Perspectives]*. Ridnyi krai [in Ukrainian].
- Uryvalkin, O. M. (2006). *Istorychne kraieznavstvo [Historical Local Lore]*. KNT [in Ukrainian].
- Zhupanskyi, Ya., & Krul, V. (1994). Pro ob'iekt i predmet vyvchennia natsionalnoho kraieznavstva [About the object and subject of study of national local lore]. *Kraieznavstvo*, (1–2), 3–7 [in Ukrainian].

TOURIST LOCAL STUDIES: ESSENCE, METHODS, SIGNIFICANCE

Olha Liubitseva^{1a}, Iryna Kochetkova^{2a}

¹ Doctor of Sciences in Geography, Professor; e-mail: loa13@ukr.net; ORCID: 0000-0002-8508-9395

² PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: kiv_univ@ukr.net; ORCID: 0000-0001-5342-7444

^a Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to reveal the scientific essence of tourist local studies and their role in the formation of the 'image of the territory', the development of the tourist product.

The research methodology is formed on the basis of collecting and summarizing information about the theoretical and methodological foundations of local studies in its various aspects and is a synthesis of modern domestic and foreign approaches to interpreting the essence of local studies and their role in tourism.

The scientific novelty lies in the author's interpretation of the essence of tourist local studies and methods' generalization of local lore research, and practical significance – in a new look at local lore information as a basis for local tourism product, which is relevant given the regionalization of tourism.

Conclusions. Based on the analysis of scientific approaches to history, geography, demography, economics, urban planning and other sciences, within which the local lore direction of research was formed, it is proposed to consider tourist local studies as an applied research area.

Keywords: local studies (local lore, local history); tourist local studies; 'image of local territory'

DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249693

УДК 338.48:[341.485(=411.16):94(477.43/.44)]

ПАМ'ЯТКИ ГОЛОКОСТУ В КАМ'ЯНЦІ-ПОДІЛЬСЬКОМУ ЯК РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Ігор Смирнов^{1а}, Ольга Любіцева^{2а}, Цуй Джибо^{3а}¹ Доктор географічних наук, професор;

e-mail: Smirnov_IG@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6395-7251

² Доктор географічних наук, професор;

e-mail: loa13@ukr.net; ORCID: 0000-0002-8508-9395

³ Докторант PhD; e-mail: 495425548@qq.com; ORCID: 0000-0002-5365-1443^а Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Анотація

Розкрито особливості Голокосту єврейського населення в Україні під час Другої світової війни. Виділено та схарактеризовано десять місць наймасовіших розстрілів євреїв в Україні німецькою окупаційною владою під час Другої світової війни. Найбільшими за кількістю жертв є злочини в Києві (Бабин Яр – майже 34 тис. осіб) і в Одесі (25 тис. осіб). Третє місце за числом жертв займає Кам'янець-Подільська різанина (23 тис. осіб), але це був перший за хронологією випадок масового вбивства нацистами єврейського населення в Україні. Висвітлено особливості масового знищення єврейського населення в Кам'янці-Подільському, де було створено гето не тільки для місцевого єврейського населення, а й для депортованих євреїв з Угорщини. Виділено три «хвилі» меморіалізації місць пам'яті Голокосту в Кам'янці-Подільському, схарактеризовано основні пам'ятки Голокосту, запропоновано напрямки його подальшої меморіалізації як ресурсу для розвитку меморіального туризму.

Ключові слова: Голокост; місця розстрілів; євреї; Друга світова війна; Кам'янець-Подільська різанина; пам'ятки Голокосту

Вступ

Найбільш трагічна сторінка існування Кам'янця-Подільського пов'язана з Голокостом єврейського населення нацистами під час Другої світової війни. До того ж ця фатальна подія мала міжнародний вимір, оскільки було знищено не тільки місцеве єврейське населення, а й євреїв з Угорщини.

За період після Другої світової війни здійснено три «хвилі» меморіалізації місць пам'яті Голокосту в Кам'янці-Подільському. Однак є необхідність визначення подальших напрямків меморіалізації міста як ресурсу для розвитку меморіального туризму.

Постановка проблеми

Одним з найбільших і найперспективніших осередків меморіального туризму є Кам'янець-Подільський. У контексті історії Голокосту на теренах України Кам'янець-Подільський фігурує як одне з наймасовіших місць знищення євреїв.

Загалом у межах міста локалізовано сім місць масових розстрілів єврейського населення та військовополонених за часів нацистської окупації 1941–1944 рр., на сьогодні більшість з них ніяк не меморіалізована. Можливості для розвитку меморіального туризму закладені в діяльності та виставках місцевих музеїв, передусім Кам'янець-Подільського державного історичного музею-заповідника та Національного історико-архітектурного заповідника «Кам'янець».

Водночас Кам'янцеві-Подільському слід і надалі розвивати тематику меморіалізації Голокосту, розширяти вже наявні меморіали до меморіальних комплексів, зводити нові пам'ятники на тих місцях масових розстрілів, де вони поки що відсутні. Музеєфікація вищеназваних об'єктів та включення їх до туристичних маршрутів відкривають можливості для подальшого розвитку як меморіального, так і релігійного туризму для іудейської спільноти, що сприятиме притоку туристів до м. Кам'янця-Подільського.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз джерельної бази за темою дослідження свідчить, що переважна більшість публікацій має історичну спрямованість – без прив'язки до туризму. Можна посилатися насамперед на інтернет-джерела (Волкова, 2014; Червоненко, 2020; Кам'янець-Подільська різанина, 2021; TerritoryTerror, 2021), а також на путівник «Маршрути пам'яті – Кам'янець-Подільський» (2016) та інші джерела.

Аналіз туристичної привабливості Кам'янця-Подільського за історико-патріотичним потенціалом виконали Ігор Смирнов та Ольга Любіцева (2020a, 2020b); пам'ятки Голокосту як об'єкти меморіального туризму в Хмельницькій області досліджує Андрій Хоптяр (2021).

Виклад основного матеріалу

Старовинне історичне місто – фортеця Кам'янець-Подільський – мало різні періоди своєї історії, пов'язані з проживанням тут населення різних національностей і релігій під час кардинальних змін державних кордонів та підпорядкування українського Поділля різним владам. Тому можна говорити про:

– «литовський Кам'янець» (за легендою місто заснували литовські князі – брати Коріатовичі під час їхнього полювання в місцевих лісах на оленя, тому скульптури оленя, який став неформальним символом міста, споруджені в декількох місцях, головну вулицю міста назвали на честь Коріатовичів, а литовський герб «Вітіс» (вершник присутній і нині) – частина державного герба Речі Посполитої на деяких середньовічних спорудах;

– «польський Кам'янець» (оскільки місто було понад 300 років центром Подільського воєводства Речі Посполитої, відповідних пам'яток дуже багато у ви-

гляді середньовічних споруд, зображень гербів, меморіальних дощок з написами латиною, зокрема збереглися унікальні «автографи» двох польських королів на Кушнірській вежі (башта Стефана Баторія): автограф короля Стефана Баторія (1585 – рік спорудження) та автограф на Триумфальній арці Станіслава Августа Понятовського, останнього польського короля (1785 – рік закінчення ремонту), – такого немає навіть у самій Польщі;

– «турецький Кам'янець» (був під османською владою в кінці XVII ст., у результаті зберігся мусульманський мінарет, зведений впритул до католицького собору, після того, як османи залишили місто, на вершині мінарету встановили позолочену фігуру Матері Божої, яка є і зараз);

– «вірменський Кам'янець» (ще з XIII–XIV ст. були створені вірменські торговельні колонії, вірмени становили приблизно третину населення міста за часів середньовіччя, був вірменський магістрат (окрім польського та руського (українського), вірменський шпиталь, вірменська церква з дзвіницею, а нині є площа Вірменський ринок);

– «єврейський Кам'янець» (євреї жили й торгували біля міста – у місті їм забороняли жити за часів польської влади, а пізніше – у самому Старому місті, де було споруджено декілька синагог).

Окремою героїчною сторінкою історії Кам'янця-Подільського є його перебування в статусі тимчасової останньої столиці Української Народної Республіки (а фактично – Соборної Української Держави, оскільки тут працювали уряди УНР і ЗУНР, а також відбулося об'єднання під одним командуванням Головного отамана С. Петлюри Дієвої армії УНР та Української галицької армії ЗУНР) у 1919–1920 рр. Несподівано місто потрапило у такий столичний статус після перебування губернським центром Російської імперії більш ніж 120 р. (після другого поділу Польщі) у 1793 р. Зазначимо, що ніколи раніше Кам'янець-Подільський не жив таким бурхливим політичним і культурним життям (Волкова, 2014). У місті перебували Директорія, уряд та різні міністерства УНР, центральні органи політичних партій. У лютому 1919 р. до міста прибуло багато політичних, церковних, громадських діячів УНР на чолі з Михайлом Грушевським, видатним істориком, колишнім головою Української Центральної Ради. Разом з ним до міста прибув член Центральної Ради, генеральний писар Павло Христюк. У місті знайшов притулок і перший прем'єр-міністр уряду Директорії Володимир Чехівський. Крайовий комісар Галичини та Буковини, член Центральної Ради Дмитро Дорошенко в Кам'янці-Подільському розпочав вивчати місцеву історію. 1919 р. він видав працю «Про минулі часи на Поділлі». Із середини 1919 р. Д. Дорошенко в еміграції. Він – професор Українського вільного університету, директор Українського наукового інституту, перший президент Української вільної академії наук. Відомий політичний діяч і письменник Осип Назарук працював у місті над романом «Роксоляна». Міністр віросповідань Іван Липа прибув до міста зі своєю родиною. Він – автор численних оповідань, нарисів. Його син Юрій Липа, майбутній поет і есеїст, який вступив до Кам'янець-Подільського державного українського університету, був першим редактором студентського журналу «Нова думка». Побачене і пережите Ю. Липа тоді поклав в основу новели «Кам'янець столичний». Студенткою місцевого університету 1919 р. стала й Олена Степа-

нів – перша українська жінка-офіцер, хорунжа Українського січового стрілецтва та Української галицької армії, речниця Міністерства закордонних справ УНР, у майбутньому – докторка з географії та історії, викладачка в середніх школах та інститутах Львова, відома українська дослідниця – економіко-географ (пізніше репресована більшовицькою владою).

У місті виходило декілька газет: «Життя Поділля» (деякий час її редагував Михайло Грушевський), «Робітничка газета», «Народна воля». У червні 1919 р. в Кам'янці-Подільському створено Товариство Червоного Хреста, що взяло під опіку військові шпиталі. Викладачі Василь Біднов і Михайло Драй-Хмара відновили Українське православне братство, яке мало на меті відродження Української автокефальної православної церкви. Зусиллями відомих громадських діячок Софії Русової та Людмили Старицької-Черняхівської засновано «Союз українок», чи то не перший в Україні. Звідусіль стікалися до Кам'янця люди, про що згадував у новелі «Кам'янець столичний» Юрій Липа (1991): «Недбало сунула група інтелектуалістів з Києва, що пішки пройшли шістсот кілометрів до нового осідку уряду». У групу «інтелектуалістів», напевно, входив колишній студент Київського університету Св. Володимира Павло Губенко (Остап Вишня). У місті над Смотричем розпочалася його літературна діяльність. Тут він написав декілька десятків фейлетонів: «Демократичні реформи Денікіна», «Антанта», «Художня критика» та ін. Щодо інших письменників, то був у місті й Олекса Слісаренко – майбутній прозаїк і поет. З фронтових окопів прибув до Кам'янця Микита Годованець – майбутній байкар. Був тут колишній підхорунжий у корпусі Січових стрільців Андрій Бабюк (літературний псевдонім – Мирослав Ірчан), Валер'ян Поліщук, що втік з польського полону, а також Дмитро Бузько й Іван Шевченко (друкувався під псевдонімом Дніпровський) – письменники, чії книги ввійшли до золотого фонду української літератури 1930-х рр. Остап Вишня (1927) в епосі «Моя автобіографія» запитував сам у себе: «Чого я був у Кам'янці? – Та того, що й ви!». Запитання для нього було зайвим.

Говорячи про розквіт культурного життя Кам'янця, потрібно згадати про театр, який працював у місті з 1919 до літа 1920 р. під орудою Миколи Садовського. Основу репертуару становила українська народна драматургія: «Назар Стодоля» Тараса Шевченка, «Лимерівна» Панаса Мирного, «Суєта» Івана Карпенка-Карого. Виконували українські та зарубіжні опери, в яких співала уславлена згодом Марія Литвиненко-Вольгемут. Серед диригентів оперних вистав був Петро Гончаров. Навесні 1919 р., створивши українську капелу, Олександр Кошиць вирушив з Кам'янця-Подільського в Європу для репрезентації українського хорового мистецтва. Капела мала в репертуарі три різні програми пісень, але в кожній з них були твори подолянина Миколи Леонтовича, такі як «Щедрик», «Дударик», «За городом качки пливуть», «Мак», що мали надзвичайний успіх. М. Леонтович закінчив Подільську духовну семінарію, деякий час керував семінарським хором. Викладав співи на Поділлі в Чукові, Тульчині та ін. Музично-творча спадщина М. Леонтовича досить велика: понад 100 обробок українських мелодій, декілька творів на оригінальні теми, фрагменти незакінченої опери «На русалчин Великдень». Особливо активно виявилася творчість М. Леонтовича в 1918–1919 рр., про що свідчить публікація музикознавця Миколи Грінченка (1922): «Україн-

ський визвольний рух, революційне піднесення, відродження своєї культури [...] покликали до праці Леонтовича... І від того часу стало відомо ім'я його як українського композитора».

У новелі «Кам'янець столичний» Юрія Липи (1991) привертає увагу фраза про композитора, який привіз із Києва нову оперу «Гайдамаки»: «Йому її мало не вкрали, тоді він зашив при серці, в білля, і так довіз». Ім'я цього композитора відоме – Кирило Стеценко. Він видатний український композитор, музично-громадський діяч, диригент, автор опери «Кармелюк», музики до хорів «Заповіт» (на слова Тараса Шевченка), «Знов весна» (Лесі Українки), «Над нами ніч» (Олександра Олесья). Улітку 1919 р. К. Стеценко жив у Кам'янці-Подільському, де у невеличкій хатці на Підзамчі закінчив клавир опери «Гайдамаки». У будинку вчительської семінарії на вулиці Драгоманова в красивому чотириповерховому будинку, який, на жаль, не зберігся, Кирило Стеценко часто зустрічався з Миколою Леонтовичем, вони розмовляли про проблеми української пісні, створення хороших капел тощо. Микола Грінченко, який високо цінував М. Леонтовича, першим відгукнувся на його смерть, надрукував статтю про творчість композитора в кам'янецькій газеті «Червона правда» від 24 січня 1921 р.

Наукові сили міста концентрувалися навколо Кам'янець-Подільського державного українського університету. Офіційно цей університет був п'ятим в Україні після Київського, Катеринославського (Дніпропетровського), Харківського, Новоросійського (Одеського), але як український – другим. Непересічним підбрався викладацький склад університету. Ректор – людина універсальних знань Іван Огієнко. Леонід Білецький – декан історико-філологічного факультету. Михайло Драй-Хмара читав лекції з поезики, слов'янознавства, польської мови. На богословському факультеті працював відомий церковний і політичний діяч Василь Біднов. Молодшим асистентом при кафедрі зоотомії був син Софії Русової Юрко. У січні 1921 р. університет перетворили на ІТЕН (інститут теоретичних наук), а вже в лютому на його базі створили два інститути – народної освіти та сільськогосподарський. І мовби не було в місті університету. Протягом багатьох років більшовики намагалися стерти з пам'яті людей спогади про університет, про славні події 1919 р.

Перебування в Кам'янці-Подільському 1919 р., мов чорна хмара, нависло над долями багатьох українських літераторів, художників. Так, 21 березня 1933 р. Київський відділ ДПУ за звинуваченням у належності до контрреволюційної організації в Кам'янець-Подільському університеті заарештував Михайла Драй-Хмару, 6 березня 1935 р. – вдруге (загинув 19 січня 1939 року). 8 квітня 1935 р. був розстріляний письменник Олекса Слісаренко. 3 листопада 1937 р. виконано вирок над Мирославом Ірчаном, життя Дмитра Бузька обірвалося в листопаді 1937 р. 10 років відсидів у таборах Остап Вишня. Реабілітували його тільки в жовтні 1955 р. – за 11 місяців до смерті. Микита Годованець був заарештований 31 січня 1937 р. та висланий на Середню Колиму, де пробув до 1947 р. Так завершувався ренесанс української культури. Репресованим виявилось й саме місто Кам'янець-Подільський – у 1940 р. позбавлене статусу обласного центру (ним стало м. Проскурів) і деградоване до рівня райцентру. Таким виявився радянський період розвитку Кам'янця-Подільського.

Усі історичні перипетії міста залишили по собі численні старовинні пам'ятки у вигляді монументальних оборонних споруд (старий і новий замки), середньовічних башт, бастіонів, мостів, католицьких соборів і монастирів, православних церков, мусульманського мінарету, синагоги тощо, які являють собою потужний ресурс для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. З часу УНР у Кам'янці збереглися майже всі будівлі, де були державні структури, нині вони відмічені пам'ятними дошками. Це ресурс для розвитку національно-патріотичного туризму (Смирнов & Любіцева, 2020a, 2020b).

Але найбільш трагічна сторінка існування Кам'янця-Подільського пов'язана з Голокостом єврейського населення нацистами під час Другої світової війни, при чому ця фатальна подія мала міжнародний вимір, оскільки було знищено не тільки місцеве єврейське населення, а й євреїв з Угорщини.

29 вересня весь світ згадує трагічну річницю початку одного з найвідоміших епізодів Голокосту на території України – розстрілу євреїв у Києві в Бабиному Яру. Ці трагічні події одними з перших стали відомими на весь світ, а роман про ті жахіття киянина Анатолія Кузнецова вийшов ще далекого 1966 р. У радянські часи не було прийнято гучно говорити про події Голокосту, а про інші місця масових розстрілів навіть сьогодні не дуже багато відомо українцям. Одним з найвідоміших дослідників подій Голокосту в Україні є А. Подольський, кандидат історичних наук, керівник Українського центру вивчення історії Голокосту, який займається цими дослідженнями вже 30 років. На прохання BBC News Україна він склав умовну десятку трагічних місць України, де в часи Другої світової війни відбулися наймасовіші розстріли єврейського населення (табл. 1). Під час німецької окупації в Україні нищили цивільне населення всіх національностей, але за нацистською ідеологією євреїв слід було вбити першими та знищити повністю. За даними науковців, у часи німецької окупації на території України серед цивільного населення вбили близько 1,5 мільйона євреїв – від Львова до Луганська. «Єврейське обличчя було частиною української культури до Другої світової війни. Єврейські громади були у селах, містечках та містах і вони практично повністю загинули скрізь», – зазначає А. Подольський (Червоненко, 2020). Дослідники Голокосту кажуть про приблизно 2 тисячі місць масових розстрілів євреїв в Україні. Спочатку розстрілювали тільки чоловіків, але дуже швидко надійшла команда вбивати усіх разом з жінками та дітьми. Головними виконавцями розстрілів були спеціальні підрозділи СС (т. зв. айнзацгрупи), німецькі поліційні батальйони, вермахт і цивільна німецька адміністрація. Допомогала їм місцева поліція, яка формувалася з військовополонених та місцевих мешканців. До того ж місцеві виконавці самі незабаром ставали жертвами. «Україна не унікальна – скрізь окупаційна влада долучала до злочинів місцевих людей, але накази завжди були берлінські, а головними виконавцями завжди були каральні підрозділи “Третього Рейху”», – вказує А. Подольський (Червоненко, 2020). В Україні діяли дві спеціальні айнзацгрупи СС – «С» та «D». Вони вбивали передусім єврейське цивільне населення, а потім і представників інших національностей.

У нацистів було кілька стратегій поведінки з євреями в різних регіонах України. В областях, де до 1939 р. існувала УРСР, єврейське населення знищували майже одразу після окупації й влаштовували тільки тимчасові гето. В областях Східної Галичини, які перебували у складі Польщі, були класичні гето, а євреїв

переважно депортували до таборів смерті на території сучасної Польщі. В областях Волині, які також увійшли до СРСР у 1939 р. (Волинська та Рівненська), гето проіснували від кількох місяців до року, після чого їхніх мешканців знищили. На окупованій румунськими військами території України євреїв частково розстріляли одразу, а потім або вивезли до таборів Трансністрії (Південь України – Вінницька, Одеська та Миколаївська області) в румунську зону окупації, або вбили на місці. Євреїв Закарпаття, які опинилися під угорською окупацією, у травні 1944 р. депортували в Аушвіц (близько 100 тис. осіб).

Таблиця 1

10 місць наймасовіших розстрілів євреїв в Україні німецькою окупаційною владою під час Другої світової війни
(авторська розробка на основі матеріалу В. Червоненка (2020))

№	Місцевість, місто	Дата	Число страчених	Коментар
1	Кам'янець-Подільський	28–29 серпня 1941 р.	23 тис. осіб	Це перше місце масового розстрілу євреїв в Україні з початку окупації. Через місяць після початку окупації (28 серпня 1941 р.) тут вбили протягом доби близько 23 тис. євреїв. Серед вбитих були місцеві мешканці, а також угорські й інші іноземні євреї, яких сюди привезли. За один день тут вбили євреїв більше, ніж за перший день розстрілів у Бабиному Яру.
2	Бердичів	15 вересня 1941 р.	14–15 тис. осіб	Це продовження «кривавого шляху» айнзацгрупи «С». 15 вересня 1941 р. тут вбили близько 14–15 тис. євреїв. Це сталося на теренах аеродрому, за 6 км від міста. Загалом за час окупації в місті та районі вбили 30 тис. євреїв. Бердичів називали українським Єрусалимом, оскільки 82 % населення міста становили євреї.
3	Вінниця	19 вересня 1941 р.	10 тис. осіб	19 вересня 1941 р. тут вбили 10 тис. осіб. Це сталося в так званому «Зеленому господарстві» поруч з містом. У цей день німецькі війська увійшли до Києва.
4	Київ	29–30 вересня 1941 р.	33 771 особа	29–30 вересня в Бабиному Яру вбили 33 771 людину. Такі точні дані містяться у звіті айнзацгрупи «С». Єврейське населення міста зникло, а вижили одиниці. За наступні роки тут знищили ще десятки тисяч осіб різних національностей.
5	Дніпро	12 жовтня 1941 р.	10 тис. осіб	12 жовтня у парку Гагаріна в центрі міста вбили близько 10 тис. євреїв за один день.
6	Одеса	24–25 жовтня 1941 р.	25 тис. осіб	24–25 жовтня румунська жандармерія за півтора дня вбила близько 25 тис. євреїв. Німецькі сили в цій акції участі не брали. Загалом в Одесі було близько 230 тис. євреїв. Після масового розстрілу відбулися депортації до таборів смерті Трансністрії, які розташовувалися на теренах Миколаївської області.

7	Рівне	5–6 листопада 1941 р.	17 тис. осіб	У столиці Рейхскомісаріату «Україна» 5–6 листопада 1941 р. за два дні вбили 17 тис. євреїв – практично все єврейське населення міста. Так знищили гето, яке тут існувало з початку окупації. Розстріл відбувся в урочищі Сосонки. Тоді це було за містом, а зараз вже у межах обласного центру.
8	Харків	14 грудня 1941 р.	12–14 тис. осіб	Від 14 грудня 1941 р. у Дробицькому яру біля Харкова протягом кількох днів вбили від 12 до 14 тис. євреїв. Після цього тимчасове гето тут зникло.
9	Луцьк	Кінець серпня 1942 р.	18 тис. осіб	Тут тимчасове гето проіснувало понад рік. Наприкінці серпня 1942 р. за кілька днів його знищили й вбили близько 18 тис. євреїв. У луцькому гето за час його існування навіть відбулося повстання.
10	Ковель	Кінець серпня 1942 р.	9 тис. осіб	Наприкінці серпня 1942 р. за два дні знищили місцеве гето та розстріляли 9 тис. осіб. Розстріл відбувся в селищі Бахів у піщаному кар'єрі біля міста.

Отже, перше масове вбивство єврейського населення німцями на території України відбулося наприкінці серпня 1941 р. в районі міста Кам'янець-Подільський, де було знищено близько 23 600 євреїв. Керував акцією обергрупенфюрер СС Фрідріх Еккельн. Чимало жертв попередньо було депортовано на захоплену нацистами територію України із Закарпаття, яке було окуповане союзником гітлерівців – Угорщиною. На той час це був найкривавіший випадок Голокосту – Кам'янець-Подільська різанина, що трапилася більш ніж за місяць до масових розстрілів у Бабиному Яру в Києві ("Кам'янець-Подільська різанина", 2021).

20 листопада 1940 року Угорщина приєдналася до Троїстого пакту. Уже у квітні 1941 р. вона на правах союзника Третього Райху долучилася до балканської кампанії; у червні 1941 р. Угорщина поряд з Німеччиною взяла участь у вторгненні в Радянський Союз. Три угорські дивізії воювали в низці районів України. У результаті свого просування угорські війська на деякий час здійснювали верховну військову владу на значній українській території на північний схід від Угорщини. За таких обставин антисемітські керівні сили КЕОКН (Національне центральне управління нагляду за іноземцями, угорська імміграційна поліція) запланували переселити небажаних «чужоземних» євреїв у нові «звільнені» райони. Закарпатський губернатор Міклош Козма заповзвся втілити цей план і заручився згодою регента Горті. Кабінет під головуванням прем'єр-міністра Ласло Бардоші вирішив здійснити цей план 12 липня 1941 р. Положення про реалізацію передбачали депортацію новоспечених польських і радянських євреїв у якомога більшій кількості, що швидше, то краще. Цей захід, евфемістично названий «репатріацією», мав зосередитися в Карпатській Україні. Метою виселення євреїв, захоплених імміграційною поліцією та місцевими органами влади, була Східна Галичина. Утілити план депортації було доручено Міклошу Козмі. Він відправив євреїв, як це і передбачено в плані депортації, до Ясіні, що біля тодішнього угорсько-

українського кордону. Їм було дозволено брати лише найнеобхідніші речі, харчі на три дні та максимум 30 пенге. Щоб розвіяти їхні побоювання, їм сказали, що вони зможуть заселитися в житла тих євреїв, які втекли на схід від німецького наступу на радянські війська. Депортації, які практично здійснювалися в Угорщині ще до 12 липня 1941 р., часто торкалися і євреїв, які давно жили в Угорщині – не тільки у Карпатській Україні, а й, наприклад, у Семигороді, на озері Балатон, або в Пешт-Піліш-Шолт-Кішкун. Жертвами таких депортацій стали також цигани.

Від збірного пункту Ясіня євреїв щодня перевозили групами приблизно по 1 тис. осіб у Коломию, яка все ще перебувала під угорською військовою адміністрацією. До 10 серпня 1941 р. там зібрали 14 тис. євреїв, до кінця серпня це число збільшилося ще на 4 тис. У той самий проміжок часу угорські підрозділи переганяли новоприбулих групами по 300–400 осіб з Коломиї через р. Дністер на контрольовану німецькими військами зону і заборонили їм під загрозою застосування зброї повертатися в Угорщину. Депортовані мали вирушити до Кам'янця-Подільського, Бучача, Чорткова чи Станіслава. Більшість вигнаних з Угорщини євреїв скупчилася в Кам'янці-Подільському. Там у 1939 р. проживало 14 тис. євреїв (понад 38 відсотків населення), з яких після 22 червня 1941 р. перед приходом німців утекло на схід приблизно 4–5 тис. Проте євреї, вигнані з Угорщини й окупованої угорцями частини південної Галичини, знову збільшили єврейську частку населення. Тому німецькі й угорські війська після вступу в місто 11 липня 1941 р. виявили приблизно від 12 до 14 тис. євреїв. До кінця серпня 1941 р. це число подвоїлося через подальший наплив приблизно до 26 тис. Усіх євреїв помістили в гето, яке розташовувалося в Старому місті Кам'янця-Подільського.

Дані про час злочину неоднозначні. За донесеннями Фрідріха Еккельна про число жертв, знищення євреїв у Кам'янці-Подільському відбувалося 27, 28 і 29 серпня 1941 р. На такі дати пристають і деякі дослідники, інші вважають, що злочин стався 27 і 28 серпня або 27–29 серпня, або 28–31 серпня 1941 р. Євреям повідомили, що їм необхідно покинути гето в Старому місті та переселитися. Довгими маршовими колонами зі Старого міста та через Польські фільварки їх вивели з міста. Пунктом призначення була мічена вирвами, горбиста місцевість за північними межами міста, вочевидь, за декілька кілометрів на північ поблизу колишнього радянського складу боєприпасів.

Працівники поліції охорони утворили на місці злочину тісний коридор, через який повинні були пробігати жертви. Цінні речі потрібно було здати. Деякі євреї були змушені роздягтися. Потім вони мали спуститися у вирви та попередньо вирити ями, щоб лягти на землю або на тіла тих, кого було вбито перед ними. Їх страту виконували пострілом у голову з автомата. Деякі жертви були розстріляні навстоячки. Багатьох було поховано ще живими. Фрідріх Еккельн був присутній на розстрілах і спостерігав за подією з узвишся. Він командував автоматниками та виправдовував розстріл євреїв виголошеною там промовою. До винуватців злочину належали близькі співробітники Фрідріха Еккельна, яких він у своїх донесеннях про кількість жертв означив як «штаб особливих операцій» або «оперативну групу штабної роти» ("Кам'янець-Подільська різанина", 2021). Причетними до злодіяння були й службовці 320-го батальйону поліції, створеного

в лютому 1941 р. у берлінському районі Шпандау. До нього входили три роти, батальйонний штаб та авторота. Ключові посади у батальйоні посідали професійні поліціанти, а особовий склад здебільшого формувався з добровольців років 30. Після німецького нападу на СРСР наприкінці червня 1941 р. його було спершу переведено у польське Ясло, а звідти в середині серпня через Перемишль, Львів, Тернопіль – у Проскурів. Там він надійшов у розпорядження Фрідріха Еккельна, як підрозділ «для особливого застосування». Службовці першої роти під командуванням капітана А. Вебера та другої роти під командуванням капітана Г. Вімера вели євреїв з гето Кам'янця-Подільського до місця розстрілу. Там вони перебрали на себе загороджувальну функцію. Третя рота під орудою капітана Г. Шарвея дісталася місця злочину 28 серпня 1941 р., її службовці також брали участь у загороджувальних діях і розстрілі. Як впливає з пізніших результатів розслідування, розстріл виконували близько 30 есесівців і співробітників СД та 12 поліціантів з усіх рот 320-го батальйону поліції.

Кам'янець-Подільська різанина була, згідно з названою Фрідріхом Еккельном 30 серпня 1941 р. кількістю жертв, що становила 23 600 осіб, найбільшим на той момент нацистським масовим убивством євреїв від початку війни. Вона вперше торкнулася всіх без винятку євреїв регіону, незалежно від віку й статі, а не тільки певних політичних функціонерів. Злочинці розстріляли не тільки від 14 тис. до 16 тис. раніше депортованих з Угорщини євреїв, а й близько 8–9 тис. (дві третини) єврейських громадян м. Кам'янця-Подільського та довколишніх сіл. Від 4800 до 5000 євреїв вижили в дні різанини. Їх запроторили в гето. Коли в серпні-листопаді 1942 р. гето розпускали, його мешканців також було вбито (TerritoryTerror, 2021).

Замітання слідів злочину та приховування жертв Голокосту на Поділлі отримало назву «особливої операції 1005», яку здійснювали німці із середини серпня 1943 р. під керівництвом штандартенфюрера СС П. Блобеля: спільні могили єврейських жертв було розрито, а в лютому 1944 р. в Кам'янець-Подільський прибула «зондеркоманда 1005» з метою ексгумації та спалення трупів. Та на ці роботи вже не залишалось часу – 26 березня 1944 р. Червона армія заволоділа цією місцевістю, поклавши край усім таким спробам приховування.

Перші пам'ятки, присвячені історії масового убивства єврейського населення нацистами у Кам'янці-Подільському під час Другої світової війни, з'явилися в післявоєнний період (1950–1960 рр.). Однак у парадигмі радянської політики пам'яті євреї не виділялися як окрема нація, а пам'ятники на місцях масових вбивств присвячували «загиблим радянським громадянам». Упродовж 1970–1980-х рр. відбулася друга хвиля встановлення пам'яток, яка концептуально також проходила у фарватері радянської ідеології. Третя хвиля меморіалізації місць пам'яті Голокосту почалася після 1991 р. і триває понині. Загалом на території Хмельницької області є близько 60 місць масових страт єврейського населення, причому понад 40 з них мають пам'ятники, меморіали та інші об'єкти, присвячені пам'яті Голокосту, біля місць масових розстрілів у містах Кам'янці-Подільському, Хмельницькому, Шепетівці, Ізяславі, Старокостянтинові, Старій Ушиці, Волочиську, Нетішині, Ярмолинцях, смт Славуті, а також у селах Полінці, Купелі, Вінківцях, Смотричі, Балині тощо.

Окремо слід згадати діяльність Музею пам'яті жертв Голокосту в Хмельницькій області (м. Хмельницький). Музей складається з трьох експозицій («Голокост і пам'ять», «Праведники народів Світу з Поділля», «Мистецтво і література про Голокост на Поділлі») і пересувної виставки. У фондах музею зосереджено понад 1500 експонатів з історії Голокосту в регіоні, у т. ч. особисті речі, знайдені на місцях масових розстрілів. У музеї також діє власний архів з копіями архівних документів, оригінальними матеріалами, переданими тими, хто пережив Голокост, родичами чи друзями тих, хто загинув. Вільний доступ до справ архіву мають усі дослідники, які вивчають тему Голокосту на Поділлі. Крім того, Голокост є темою окремих експозицій чи тематичних стендів краєзнавчих музеїв у Хмельницькому (у т. ч. в обласному архіві), Шепетівці, Ізяславі тощо.

Але найбільшим і одним з найперспективніших осередків меморіального туризму є Кам'янець-Подільський. У місті є два меморіали пам'яті жертв нацизму, а саме у сквері Васильєва та на Новому єврейському цвинтарі. У контексті історії Голокосту на теренах України Кам'янець-Подільський фігурує як одне з наймасовіших місць знищення євреїв (про що було зазначено вище). У світовій літературі ця акція масового винищення євреїв відома як «Kamianets massacre» (з англ. – Кам'янецька різанина), вона згадується у переважній більшості опорних праць із цієї тематики, але детальної характеристики до цього часу не надано. У сквері Васильєва, а в минулому на території підірваних радянських порохових складів, у кінці серпня 1941 р. протягом трьох днів було розстріляно 15–18 тис. місцевих і 8–10 тис. угорських євреїв, депортованих зі своєї Батьківщини. Це була перша від початку німецько-радянської війни акція масового знищення нацистами єврейського населення окремо взятого міста, незважаючи на вік і стать, але третя за розмірами страт після Києва (Бабин Яр) та Одеси (табл. 1). Ще в 1972 р. на місці масового поховання розстріляних жертв було створено меморіал. 2015 р. за підтримки уряду Угорщини меморіал було оновлено сучасним гранітним пам'ятником – стелою. Друга локація масових знищень євреїв у Кам'янці – Новий єврейський цвинтар (у районі сучасної вул. М. Гордійчука) також має власний пам'ятник. На території кладовища впродовж літа 1942 р. було розстріляно від 2 до 5 тис. євреїв, які проживали в селах навколо Кам'янця-Подільського (села Балин, Жванець, Голосків тощо).

Загалом у межах міста локалізовано 7 місць масових розстрілів єврейського населення та військовополонених за часів нацистської окупації 1941–1944 рр., більшість з них ніяк не меморіалізована сьогодні. Можливості для розвитку меморіального туризму закладені в діяльності та виставках місцевих музеїв, передусім Кам'янець-Подільського державного історичного музею-заповідника (КПДІМЗ) та Національного історико-архітектурного заповідника «Кам'янець» (НІАЗ). Зокрема, у межах КПДІМЗ функціонує експозиція «Історія Поділля та Кам'янця-Подільського у XX – на початку XXI ст.», де сторінкам Голокосту Другої світової війни й окупації присвячено окремі секції з десятками оригінальних експонатів. У межах міста також розроблено екскурсійні маршрути, присвячені об'єктам меморіального туризму, це, зокрема, екскурсія «Маршрути пам'яті», підготовлена місцевим відділенням громадської організації «Хесед Бешт», з якої видано туристичний путівник (*Маршрути пам'яті*, 2016).

Висновки

Отже, у Кам'янці-Подільському слід і надалі розвивати тематику меморіалізації Голокосту, розширяти вже наявні меморіали до меморіальних комплексів, зводити нові пам'ятники на тих місцях масових розстрілів, де вони поки що відсутні. Зокрема, як зазначає А. Ю. Хоптяр (2021), такий пам'ятник варто розмістити на території в/ч 62983 у районі залізничного вокзалу, де розташовані т. зв. «козачі казарми». У 1941–1942 рр. там розташовувалося гето (за іншою версією концтабір) для єврейських робітників. Неподалік приміщення казарм у 1942 р. розстріляно кілька сотень євреїв (чоловіків). Після звільнення міста у 1944 р. Надзвичайна комісія з розслідування злочинів нацистів також виявила в районі казарм масове поховання з останками десятків знищених дітей. На сьогодні підходи до будівлі казарм залишаються утрудненими, а сама споруда уже довгий час не експлуатується. Музеєфікація вищеназваних об'єктів та їх включення до туристичних маршрутів відкривають можливості для подальшого розвитку як меморіального, так і релігійного туризму для іудейської спільноти, що сприятиме притоку туристів до м. Кам'янця-Подільського.

Список бібліографічних посилань

160

- Вишня, О. (1927). *Моя автобіографія*. <https://ukrclassic.com.ua/katalog/v/vishnya-ostap/98-ostap-vishnya-moya-avtobiografiya>
- Волкова, В. (2014, 22 серпня). *Бурхливий Кам'янець столицний*. Подольанин. <http://podolyanin.com.ua/history/7834/>
- Грінченко, М. (1922). *Історія української музики*. Спілка.
- Кам'янець-Подільська різанина. (2021, 28 вересня). В *Вікіпедії*. <http://surl.li/awopr>
- Липа, Ю. (1991). Кам'янець столицний. *Дніпро*, 10, 56–63.
- Маршрути пам'яті – Кам'янець-Подільський*. (2016). Фонд «Хесед Бешт».
- Смирнов, І. Г., & Любіцева, О. О. (2020а). Кам'янецька доба Директорії УНР та її туристичний потенціал. В М. Є. Пангелова (Ред.), *Актуальні проблеми та перспективи розвитку фізичного виховання, спорту та туризму* [Колективна монографія] (с. 362–378). Домбровська Я. М.
- Смирнов, І. Г., & Любіцева, О. О. (2020b). У чотирикутнику смерті: туристичний потенціал м. Кам'янця-Подільського, як столиці УНР. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*, 15, 337–348.
- Хоптяр, А. Ю. (2021). Пам'ятки Голокосту як об'єкти меморіального туризму в Хмельницькій області. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*, 16, 355–361.
- Червоненко, В. (2020, 29 вересня). *Бабин Яр не один: 10 місць наймасовіших розстрілів євреїв України*. BBC News Україна. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54279487>
- TerritoryTerror. (2021). *Гетто й акції Голокосту в Україні*. <http://www.territoryterror.org.ua/uk/history/1939-1945/third-reich/ghetto-holocaust/>

References

- Chervonenko, V. (2020, September 29). *Babyn Yar ne ody: 10 mists naimasovishykh rozstriliv yevreiv Ukrainy [Babyn Yar is not alone: 10 places of the most mass shootings of Jews in Ukraine]*. BBC News Ukraina. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54279487> [in Ukrainian].
- Hrinchenko, M. (1922). *Istoriia ukrainskoi muzyky [History of Ukrainian Music]*. Spilka [in Ukrainian].
- Kamianets-Podilska rizanyzna [Kamyanets-Podilsky Massacre]*. (2021, September 28). In *Wikipedia*. <http://surl.li/awopr> [in Ukrainian].
- Khoptiar, A. Yu. (2021). Pamiatky Holokostu yak obiekty memorialnoho turyzmu v Khmelnytskii oblasti [Holocaust monuments as objects of memorial tourism in Khmelnytsky region]. *Visnyk Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka. Ekonomichni nauky*, 16, 355–361 [in Ukrainian].
- Lypa, Yu. (1991). Kam'ianets stolychnyi [The capital of Kamenets]. *Dnipro*, 10, 56–63 [in Ukrainian].
- Marshruty pamiaty – Kamianets-Podilskiy [Routes of Memory – Kamianets-Podilskiy]*. (2016). Fond "Khesed Besht" [in Ukrainian].
- Smyrnov, I. H., & Liubitseva, O. O. (2020a). Kam'ianetska doba Dyrektorii UNR ta yii turystychnyi potentsial [The Kamyanets era of the Directory of the Ukrainian People's Republic and its tourist potential]. In M. Ye. Panhelova (Ed.), *Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku fizychnoho vykhovannia, sportu ta turyzmu [Current issues and prospects for the development of physical education, sports and tourism]* [Collective monograph] (pp. 362–378). Dombrovska Ya. M. [in Ukrainian].
- Smyrnov, I. H., & Liubitseva, O. O. (2020b). U chotyrykutnyku smerti: turystychnyi potentsial m. Kam'iansia-Podilskoho, yak stolytsi UNR [In the quadrangle of death: the tourist potential of Kamianets-Podilskiy as the capital of the Ukrainian People's Republic]. *Visnyk Kam'ianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka. Ekonomichni nauky*, 15, 337–348 [in Ukrainian].
- TerritoryTerror. (2021). *Hetto y aktsii Holokostu v Ukraini [Ghetto and Holocaust actions in Ukraine]*. <http://www.territoryterror.org.ua/uk/history/1939-1945/third-reich/ghetto-holocaust/> [in Ukrainian].
- Volkova, V. (2014, August 22). *Burkhlyvyi Kam'ianets stolychnyi [Stormy Kamenets is the capital]*. Podolianyn. <http://podolyanin.com.ua/history/7834/> [in Ukrainian].
- Vyshnia, O. (1927). *Moia avtobiohrafiiia [My Autobiography]*. <https://ukrclassic.com.ua/katalog/v/vishnya-ostap/98-ostap-vishnya-moya-avtobiografiya> [in Ukrainian].

HOLOCAUST MONUMENTS IN KAMIANETS-PODILSKYI AS A RESOURCE FOR TOURISM DEVELOPMENT

Ihor Smyrnov^{1a}, Olha Liubitseva^{2a}, Cui Jibo^{3a}

¹ Doctor of Sciences in Geography, Professor;
e-mail: Smirnov_IG@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6395-7251

² Doctor of Sciences in Geography, Professor;
e-mail: loa13@ukr.net; ORCID: 0000-0002-8508-9395

³ PhD Student; e-mail: 495425548@qq.com; ORCID: 0000-0002-5365-1443

^a Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Abstract

The Holocaust peculiarities of the Jewish population in Ukraine during the Second World War are revealed. Ten sites of the largest mass executions of Jews in Ukraine by the German occupation authorities during the Second World War have been identified and characterized. The largest number of victims are crimes in Kyiv (Babyn Yar – almost 34 thousand people) and Odesa (25 thousand people). The third-largest death toll was in the Kamianets-Podilskyi massacre (23,000 people), but it was the first chronological case of the Nazi massacre of Jews in Ukraine. The peculiarities of the mass extermination of the Jewish population in Kamianets-Podilskyi, where a ghetto was created not only for the local Jewish population but also for Jews deported from Hungary, are highlighted. Three memorialization ‘waves’ of Holocaust memorial sites in Kamianets-Podilskyi have been identified. The main monuments of the Holocaust have been characterized, and directions for its further memorialization as a resource for the development of memorial tourism have been proposed.

Keywords: Holocaust; places of executions; Jews; Second World War; Kamianets-Podilskyi massacre; Holocaust monuments

DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249694

УДК 338.483.12:728.81(477.43/.44+477.85)

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ В ПОДІЛЬСЬКО-БУКОВИНСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ КЛАСТЕРІ

Володимир Антоненко^{1а}, Володимир Хуткий^{2а}, Денис Мельник^{3б}¹ Доктор географічних наук, професор;

e-mail: antvs@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6819-488X

² Аспірант; e-mail: businesslife@bigmir.net; ORCID: 0000-0001-9500-4191³ Магістрант; e-mail: melnik.denys@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2963-5910^а Київський університет культури, Київ, Україна^б Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

У статті проаналізовано стан розвитку замкового туризму в Подільсько-Буковинському туристичному кластері, його роль і значення для розвитку туризму регіону. Розраховано логістичний потенціал Хотинського та Кам'янець-Подільського замків. Визначено основні проблеми, що гальмують сталий розвиток замкового туризму, виділено головні об'єкти замкового туризму в туристичному кластері й особливості їх збереження.

Ключові слова: замковий туризм; туристичний потенціал; Подільсько-Буковинський туристичний кластер; логістичний потенціал фортеці; Хотинський замок; Кам'янець-Подільський замок; реставрація; реконструкція

163

Вступ

Одним з пріоритетних напрямів розвитку туристичної індустрії в Україні неодмінно має бути замковий туризм. Питання розвитку замкового туризму та підвищення його привабливості на національному та міжнародному рівнях є особливо актуальним на сучасному етапі розвитку й становлення туристичної галузі країни. Україна має унікальні передумови для успішного розвитку замкового туризму: багаті історико-культурні й національно-етнографічні ресурси, понад 125 тис. пам'яток архітектури та містобудування – це в процесі відповідного розвитку може стати основою для формування конкурентного туристичного ринку в туризмі.

Постановка проблеми

Замковий туризм виконує освітню та патріотично-виховну функцію в українському суспільстві, окрім того, сприяє значному бюджетному поповненню міс-

цевих територіальних громад, розвитку внутрішнього туризму в Україні. У нашій державі фортифікаційні споруди в недостатній мірі розцінюють як туристичні ресурси, частина визначних фортифікаційних споруд не включена в популярні туристичні маршрути, що призводить до їх використання у внутрішньому туризмі в обмежених масштабах, занепаду та руйнування. Країни Європи, зокрема Франція, Іспанія, Італія, Польща, Румунія та інші, давно вже оцінили економічний ефект збільшення попиту на туристичному ринку власної країни завдяки відвідуваності фортифікаційних споруд і палаців. Замкові споруди в цих країнах перебувають під охороною держави. На сьогодні понад 1500 замкових споруд Європи (це 2/3 від загальної кількості) успішно відновлені й використовуються в туристичній сфері, зокрема у готельному господарстві. Важливим є також той факт, що королівські замки та знатні аристократичні двори частково чи повністю перетворені в музеї, історичні пам'ятки, а тому є об'єктами туристичного зацікавлення. Тут є численні музейні експонати, відвідувачам пропонують різноманітні атракційні туристичні програми (лицарські турніри, стрільбу з луків та арбалетів, винно-дегустаційні заходи тощо).

На сьогодні в Україні нараховують близько 125 замків. Водночас необстеженими й узятими під охорону держави залишаються ще близько 150 фортифікацій чи їх руїн. З огляду на історичні причини найбільша кількість замків, фортець й оборонних монастирів, придатних як об'єкти пізнавального туризму (близько 100), краще збереглася до нашого часу саме в Західній Україні (за підрахунками різних експертів, приблизно 90 % усіх замків і палаців держави) – на Львівщині, Івано-Франківщині, Тернопільщині, Буковині, Волині, Закарпатті, Хмельниччині) (Крамарчук, 2017). Використання фортифікаційних споруд Західного регіону України в туристичній діяльності за прикладом розвинутих у туристичному аспекті зарубіжних країн (при належних маркетингових комунікаціях), розширення спектра туристичних послуг на території фортець, посилення їх атрактивності, належної реставрації окремих споруд замкового комплексу може давати значний економічний і соціальний ефект.

Замковий туризм у Подільсько-Буковинському туристичному кластері розвивається дуже динамічно. Стародавні фортеці й оборонні споруди в таких містах, що входять до його складу, як Хотин, Чернівці та Кам'янець-Подільський, використовують як музеї, заповідники, а також слугують базою для проведення фестивалів, експозицій, показів, середньовічних боїв, турнірів й інших заходів, що привертають увагу багатьох туристів.

Метою статті є аналіз сучасного стану збереженості пам'яток фортифікаційного зодчества в Подільсько-Буковинському туристичному кластері, оцінка їх туристичного потенціалу, визначення перспектив залучення відомих історико-архітектурних будівель регіону, зокрема замків, фортець і оборонних споруд, у музейно-екскурсійну й анімаційно-туристичну сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Замковий туризм як складова культурно-пізнавального та подієвого туризму – складне й багатогранне явище. Упродовж останніх років усе більше нау-

ковців займаються дослідженням своєрідного феномену. Історичним аспектом виникнення та розвитку замків західного регіону цікавилися впродовж останніх століть відомі історики А. Чаловський, Б. Януш та інші. Мистецьку цінність замків оцінили Ю. Дуткевич та А. Шрусевич. За радянських часів дослідженням замкових комплексів присвячені роботи Ю. Асеева, С. Безсонова, С. Висоцького, Б. Возницького, Г. Логвина, Б. Тимощука, К. Терещука, В. Вуйцика та інших, значну увагу в цих працях зосереджено на історичному аспекті.

Замковому туризму, організації туристичних подорожей та екскурсій у замки Західного регіону України присвячені наукові праці М. Рутинського (2019), С. Крамарчука (2017), С. Уліганець, О. Аріон, Д. Боль (2018), Р. Підставки (2017), О. Бордун, С. Білоус (2011) та інших.

Науково-технічні підходи до класифікації туристичних кластерів Д. Басюк (2011), кластерні моделі організації туристичної діяльності регіону висвітлено Ю. Тимчишин-Чемерис (2015) та А. Тибінь (2017). Подільсько-Буковинському туристичному кластеру присвячено багато робіт та путівників, підручників та монографій, статей та сайтів у мережі Інтернет, наприклад роботи О. Будзея, В. Вінюкової-Волкової, М. Рутинського, М. Паламарюка, Ж. Бучка та Г. Круля та інших.

Логістичний потенціал туристичних дестинацій детально висвітлено у фундаментальному дослідженні І. Смирнова (2009).

Проте на сьогодні висвітлено далеко не всі питання щодо сучасного стану замкового туризму в Україні, є потреба в глибшому дослідженні багатьох його аспектів на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях, визначення основних шляхів і механізмів підвищення ефективності управління різними ресурсами, що залучені в цьому виді туризму.

Виклад основного матеріалу

Подільсько-Буковинський туристичний кластер, розташований на південному заході України, складається з двох історичних регіонів – Поділля та Буковини. Створення такого кластеру базується на ідеї об'єднання різних об'єктів туристичної інфраструктури, які були розділені, в один конгломерат. Отож туристи можуть розраховувати на комплекс послуг та цілісний туристичний продукт. Трьома основними містами Поділля та Буковини є *Кам'янець-Подільський, Чернівці та Хотин*.

Для координації туристичної діяльності в зазначених містах і в регіоні в цілому у 2008 році було засновано організаційний комітет з розробки Подільсько-Буковинського туристичного кластеру, участь в якому беруть координатори від трьох міст. Щорічно на засіданнях організаційного комітету координатори звітують про готовність Чернівців, Хотина та Кам'янця-Подільського до спільного представлення їх туристичного потенціалу на міжнародних виставках, форумах та ярмарках, спільної участі в грантових проєктах з розвитку Подільсько-Буковинського туристичного кластеру в межах транскордонного партнерства. За висновками багатьох експертів, Подільсько-Буковинський туристичний кластер є одним з ефективних і продуктивних туристичних кластерів України як на регіональному, так і на міжнародному рівні.

Украї важливим для просування ідеї туристичного кластеру є укладання Угоди про взаємодію та співпрацю з соціально-економічного розвитку малих міст Західної України у напрямі туризму і ремесел, якою передбачено створення туристичного кластеру історичних малих міст Західної України, до якої ввійшов Хотин – провідне місто замкового туризму Подільсько-Буковинського туристичного кластеру. До ініціативної групи ввійшли державні адміністрації малих міст і територіальних громад Західної України (Бережани, Борщів, Бучач, Збараж, Зборів, Кременець, Коропець, Почаїв, Підгайці, Золочів, Жовква, Галич, Косів, Рогатин, Яремче, Ізяслав, Хотин), Спілка розвитку туризму і ремесел малих міст Західної України «Золоте Опілля» та інші. Метою створення зазначеного туристичного кластеру є розробка та реалізація програм розвитку туризму й ремесел у малих містах Західної України, інформаційна, організаційна та фінансова підтримка розвитку туризму в містах, що обрали туризм як стратегію свого розвитку, забезпечення тісної співпраці туристичних підприємств з банківськими установами та провідними туристичними фірмами України (Тимчишин-Чемерис, 2015).

Варто зазначити, що кластерна модель є ефективною формою ведення бізнесу та застосовується в практиці багатьох високорозвинених країн. Туристичний кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність. Як показує практика, кластери туристичної сфери діяльності об'єднують сукупність галузей, що формують туристичний продукт і сприяють підвищенню його конкурентоспроможності. Це вимагає постійного дослідження внутрішнього середовища кожного підприємства – члена кластеру, а також оновлення його меж у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов функціонування ринку, державного регулювання, міжнародної ситуації, тобто тих чинників, що здійснюють зовнішній опосередкований вплив на туристичну сферу діяльності (Тибінь, 2017).

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичного бізнесу в регіоні є:

- використання ефекту масштабу, за якого економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою в порівнянні з відокремленою діяльністю. Водночас з'являється можливість формувати «критичну масу», необхідну для з'ясування різноманітних організаційно-управлінських питань;
- ефективне використання туристично-рекреаційних ресурсів;
- удосконалення та підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону, сприяння інноваційним інвестиційним проектам у галузі туризму;
- координація зусиль влади, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку туристичної інфраструктури;

- спільне використання кадрового потенціалу, реалізація програм підготовки та підвищення кваліфікації персоналу;
- зниження собівартості туристичних послуг завдяки преференціям для учасників кластеру, спільному використанню ресурсів, узгодженню стратегії й тактики бізнес-діяльності;
- реалізація спільних маркетингових і рекламних заходів, участь у туристичних виставках та ярмарках, розробці та просуванні туристичного бренду регіонів;
- розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності (Басюк, 2011).

Комерційне спрямування функціонування туристичного кластеру є основною умовою мотивації учасників й усунення декларативного аспекту його існування. Важливо, щоб кластер не був об'єктом зайвих витрат для місцевих органів державної влади й інших учасників, а суми коштів, вкладених у його функціонування, мають бути окупними (Тибінь, 2017).

Окрім того, підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись у туристичний кластер у межах регіону, отримують можливість ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах. Тобто створення або кластеризація – один з найважливіших шляхів інноваційного розвитку туристичної діяльності, поєднання традиційних і новітніх форм організації бізнесу, раціонального природокористування та громадських інституцій у сфері туризму.

Одним з таких міст є Кам'янець-Подільський – місто-музей просто неба, місце зосередження значної кількості об'єктів матеріальної та духовної культурної спадщини, які перебувають під охороною держави. Історичну значущість цієї території формують пам'ятки історії, археології, мистецтва, документальні пам'ятки, що разом або окремо є ключовими ресурсами для розвитку культурно-пізнавального туризму. Відвідування цього міста дає унікальну змогу познайомитися із шедевром містобудування XII–XIX ст. Тут нараховують близько 200 пам'яток військової, культової та цивільної архітектури, найвідоміша з яких – Кам'янець-Подільська фортеця, побудована в межах неповторної геологічної пам'ятки природи – каньйону р. Смотрич.

Кам'янець-Подільський – значний економічний, освітній, культурний і туристичний осередок. Тут розташовані численні музеї, заклади культури й екскурсійні об'єкти; проводять різноманітні культурні й фестивальні заходи.

На сьогодні Кам'янець-Подільський являє собою унікальний комплекс історичних споруд, який є третім в Україні після Києва та Львова. У місті багато церков, костьолів, монастирів, старовинних житлових будинків, оборонних споруд. Насамперед це фортеця XIII–XVIII ст., яка є візитною карткою міста. Привертають увагу також Петропавлівський кафедральний костьол (XV–XIX ст.), Миколаївська церква (1398), Замковий міст та інші пам'ятки історії й архітектури. Зважаючи на величезне історико-архітектурне значення пам'яток Старого міста, у 1977 р. створено Державний історико-архітектурний заповідник, якому в 1998 р. Указом Президента України надано статус Національного (Президент України, 1998).

Територія міста розташована в межах Національного природного парку «Подільські Товтри», який створено в 1996 р. з метою збереження, відтворен-

ня й раціонального використання природних ландшафтів Поділля в поєднанні з унікальними історико-культурними комплексами, що мають велике природоохоронне, естетичне, наукове, рекреаційне й оздоровче значення. У межах міста проходить каньйон р. Смотрич, який разом з Товтрами сьогодні розглядають як об'єкт світової природної спадщини.

Кам'янець-Подільський відомий і як визначний український фестивальний осередок – тут відбуваються різноманітні культурні заходи, етнографічні, історичні й інші фестивалі. Усе це забезпечує дестинації чимало туристичну привабливість. У місті відбувається чимало заходів, які так чи інакше пов'язані з культурно-пізнавальним туризмом, зокрема щорічний травневий фестиваль кави, «Битва націй», Terra-Heroica, масштабні реконструкції, мистецькі виставки, експозиції промислів тощо.

Свої переваги й недоліки має і туристсько-географічне положення Кам'янця-Подільського. Це виявляється в близькому сусідстві з популярними культурно-пізнавальними дестинаціями, що дає змогу збільшити туристичний потік завдяки комплексним турам, і zarazом змушує конкурувати місто з територіями, що теж мають доволі потужний історико-культурний потенціал, зокрема з Чернівцями, Ужгородом, Львовом і Мукачевом.

У місті добре розвинена туристична інфраструктура, оскільки місцева влада переймається комфортним перебуванням туристів і робить усе, щоб щорічний потік зростав. Через це поблизу найпопулярніших туристичних об'єктів концентруються готелі, кафе, ресторани.

Туризм тут є одним з потужних елементів економіки, що забезпечує місто доходами, а місцеве населення робочими місцями. У зв'язку із цим у 2015 р. затверджено програму «Популяризації туристичного потенціалу міста Кам'янця-Подільського на 2016–2020 роки» (Кам'янець-Подільська міська рада, 2015).

Основними її цілями є:

- визначення в каньйоні річки Смотрич зони розвитку туристично-рекреаційного потенціалу та сприяння її освоєнню;
- сприяння відновленню історико-архітектурних пам'яток і створенню оглядових об'єктів;
- забезпечення подальшого розвитку мережі кінозалів й інших відпочинково-розважальних закладів;
- забезпечення видання друкованих і рекламних матеріалів;
- підготовка якісних пропорційних продуктів про туристичний потенціал міста;
- створення нових туристичних маршрутів для різних цільових груп туристів;
- розроблення туристичного бренду міста;
- сприяння будівництву в каньйоні річки Смотрич оглядової канатної дороги;
- забезпечення пізнаваності міста як туристичної дестинації та створення позитивного іміджу на національному й міжнародному рівнях.

Кам'янець-Подільський має багато перспектив для розвитку замкового туризму, однак має й низку загроз. Особливо гостро стоїть питання збереження історико-культурної спадщини міста. Останніми роками, незважаючи на всі заборони й охоронний статус, ведеться активне перетворення старої частини

міста через інтенсивну забудову інфраструктурними об'єктами, що порушують архітектурний ансамбль Старого міста.

Наявні проблеми з транспортною мережею, що виражається в низькому залізничному й автобусно-маршрутному забезпеченні цієї території. До того ж залізничний і автобусний вокзали перебувають у неналежному стані та потребують модернізації й реконструкції.

Отже, якщо місцева влада дбає про забезпечення позитивного туристичного іміджу міста з метою зацікавлення та приваблення туристів і намагається створити впізнаваний туристичний бренд, то варто зосередитися на декількох видах туризму, які сформуєть основу розвитку міста як туристичної дестинації. Зважаючи на це, дослідження буде корисним для оцінки динаміки розвитку культурно-пізнавального туризму на території Кам'янця-Подільського та дасть змогу оцінити його як основу для створення туристичного бренду міста, що призведе до збільшення туристичних потоків, підвищить зацікавленість мандрівників цією дестинацією та забезпечить місту процвітання й фінансову стабільність.

Кам'янець-Подільський – одне з небагатьох міст України, де на відносно невеликій площі зосереджено значний ресурсний потенціал для організації, впровадження та реалізації замкового туризму. І велике значення для подальшого розвитку замкового туризму матиме впровадження інноваційних технологій, які зроблять відпочинок туристів значно комфортнішим, а культурно-пізнавальний аспект – більш цікавим й атрактивнішим. До найпростіших і найдієвіших форм інноваційних технологій такого впровадження можна зарахувати QR-коди на туристичних об'єктах, віртуальні тури та екскурсії (Уліганець та ін., 2018).

Після проведення реставраційних робіт у центральній частині міста значно покращився зовнішній вигляд заповідника, упорядковано основний туристичний маршрут, відтепер є можливість проводити загальноміські культурні заходи на площі перед міською ратушею. Стало вже традицією проведення великих загальноміських свят, що дає змогу популяризувати місто та залучати більшу кількість туристів. Велику кількість гостей збирає День міста та Всеукраїнський фестиваль повітряних куль, що проводяться одночасно. Останніми роками серед кам'янчан і туристів популярний Міжнародний лицарський турнір, який збирає дружини історичних реконструкторів не тільки з України, а й з Польщі, Литви.

Зазначені заходи сприяли суттєвому збільшенню потоку вітчизняних й іноземних туристів. Останнім часом місто відвідує близько 500 тис. вітчизняних і 10 тис. закордонних туристів.

Наразі ведеться робота зі створення відповідної туристичної інфраструктури. Збільшилася кількість підприємств, які прагнуть відкрити в Старому місті заклади громадського харчування чи об'єкти обслуговування туристів. Найгостріша проблема міста – відсутність готелів, які відповідають високим сучасним вимогам, вирішується за допомогою туристичних фірм. Так, ще на початку нового сторіччя туристична фірма «Авіцена-транзит» зуміла за короткий термін реконструювати один із центральних готелів міста – готель «Україна».

Нещодавно були створені нові експозиції в підземеллях старої фортеці, розроблені цікаві маршрути історичними місцями, розташованими на околицях

Кам'янця-Подільського. У місті є єдиний в Україні атракціон для екстремалів «Vangee Jumping» (стрибки з мосту на канаті).

Звичайно, місто далеко не вичерпало свій туристичний потенціал.

На сьогодні Кам'янець-Подільський є всеукраїнським туристичним центром із широким спектром розважальних і рекреаційних послуг, є одним з лідерів історико-пізнавального, активного, фестивального та конференційного туризму в Україні з добре розвинутою туристичною інфраструктурою, орієнтованою на широке коло українських і зарубіжних туристів.

Розбудова туристичної інфраструктури міста: музейні об'єкти – 8; об'єкти рекреації (парки, сквери, каньйон р. Смотрич); туристичні маршрути, вказівники, білборди, підсвітка Старого міста; зелений туризм (агрооселі та комплекси); сувенірні ринки, кіоски та крамниці сувенірної продукції; розважальні заклади (нічні клуби, боулінг, дискотеки); спортивні заклади (фітнес-центри, спортивні зали); туристичні фірми – 21; екскурсороводи – 65; системна підготовка кадрів для туристичної сфери; 92 готельні заклади на 4 тис. осіб на добу; 20 ресторанів і кафе високого рівня обслуговування, що можуть одночасно прийняти 1864 клієнтів.

Надання нових туристичних послуг у місті: стимулювання надавачів туристичних послуг; створення нових туристичних продуктів; послуги туристично-інформаційного центру, аудіогід по місту, «єдиний» квиток, мобільний застосунок «Кам'янець-Подільський»; музей мініатюр «Замки України» та інше.

Державно-приватне партнерство в туристичній сфері міста (кластер) об'єднує: Кам'янець-Подільську міську раду; військово-історичні товариства; Державний історичний музей-заповідник; надавачів послуг активного відпочинку; МГО «Відкрита асоціація готельєрів та рестораторів міста»; МГО «Об'єднання турагентів та туроператорів міста»; МГО «Подільський сувенір»; МГО «Подільська гільдія ремісників»; МГО «Спілка орендодавців житлової та комерційної нерухомості»; НПП «Подільські Товтри»; НІАЗ «Кам'янець»; МГО «Ліга екскурсороводів»; фестивалі агенції та інші (Савчук, 2018).

Туристичні підприємства міста пропонують «замковим» туристам також широке коло різноманітних екскурсій та розваг (7 днів, б.д.).

Найбільш популярною для туристів є *Екскурсійна програма по місту Кам'янцю-Подільському*, під час якої екскурсанти відвідують:

1. Середньовічний замок (XVI– XVIII ст.) – комплекс споруд військової архітектури з баштами та бійницями.
2. Міську ратушу (XVII– XVIII ст.) – протягом багатьох століть тут розміщувалася польська управа (магістрат).
3. Костел Св. Апостолів Петра і Павла – відомий своїми фресками Джованні Сампіні, турецьким мінаретом із золотою фігуркою Діви Марії на чолі, кам'яною Лаурою та унікальним органом на 972 труби.
4. Домініканський монастир (XV–XVIII ст.).
5. Вірменський квартал і Миколаївський собор (XV–XVIII ст.).

Тривалість екскурсії – 3,5 год.

Під час *пішохідної екскурсії Кам'янцем «Три народи – одне місто» (сліди руської, польської та вірменської громад)* екскурсанти подорожують містом, де поєднуються національні, культурні традиції всіх народів, де завжди в мирі та спокої

спільно проживали та проживають представники різних національностей і релігійних конфесій, відвідують польський, вірменський і руський ринки, а найбільша цінність – практично повністю збережений історичний центр без вкраплень архітектури ХХ століття. *Тривалість екскурсії – 3,5 год.*

Під час пішохідної екскурсії Кам'янцем «Фортифікації та оборонні об'єкти міста» (польський, руський, турецький бастіони, Старий та Новий замки) туристи відвідують пам'ятки архітектури й історії стародавнього міста. Оглядають культові й оборонні споруди Старого міста та головну міську пам'ятку – старовинну фортецю, перші споруди якої зараховують до XI–XII ст., а основні укріплення – до XVI–XVII століть. Оборонні укріплення в Кам'янці-Подільському вважаємо прекрасним зразком кращих фортифікацій Східної Європи. *Тривалість екскурсії – 3,5 год.*

Пішохідна екскурсія «Мости старого Кам'янця» пропонує захопливу прогулянку по Старому Кам'янцю. Крім основних об'єктів міста, можна відвідати Кафедральний собор, костел, ратушу, Польський ринок, Вірменський ринок і стару фортецю; екскурсанти мають змогу познайомитися з історією мостобудівництва в древньому місті, пройтися по мостах міста, зокрема Новопланівському (XIX століття), Замковому мосту (XIV століття), Старому мосту (XIX століття). *Тривалість екскурсії – 4–5 год.*

Пішохідна екскурсія «Сліди єврейської общини в історії Кам'янця».

Екскурсія по території як Старого Кам'янця, так і по новій частині міста, під час якої туриста ознайомлять з видатними пам'ятками історії, а також з історією єврейської громади міста. Екскурсія проходить єврейськими кварталами, можна відвідати колишню синагогу (XVIII століття), єврейський ринок (XIX століття), місце розстрілу десятків тисяч євреїв фашистами в 1941–1944 рр. *Тривалість екскурсії – 4–5 год.*

Екскурсійна програма по місту Хотин. У Хотині є одна з найгарніших фортець України, яку заснував ще на початку XI ст. київський князь Володимир Великий. Кого тільки не захищали її кремезні, масивні стіни в різні часи: і воїнів Галицько-Волинського князівства, і турків, і поляків. Захоплювали фортецю і війська Богдана Хмельницького. У програму екскурсії входить відвідування села Окопи, визначним місцем якого вважають Траянів вал – укріплення, побудоване під час імператора Траяна.

Екскурсійна програма в село Кривче, де є оборонний замок XVII ст., побудований у формі прямокутника з баштами на кутах, який гарно зберігся до наших часів, та костел. Але головне, що вабить сюди туристів, це Кришталева печера: узорі на стінах печери, загадкові кам'яні форми, скупчення кристалів та «Лабіринт Скелета» залишать незабутні враження.

Екскурсійна програма в селище Бакота. У Бакоті можна побачити найдавніший на придністровських землях монастир, що розташований на скелі, висота якої сягає понад сто метрів, а монастирські келії розташовані здебільшого в печерах. Вважають, що природні джерела, які б'ють зі скель поряд з монастирем, – святі, а вода в них цілюща.

Велоекскурсія у Старому місті – це чудова можливість поєднати активний відпочинок разом з пізнавальною екскурсією по Старому місту та околицях середньовічного замку.

Скелелазіння та каньйонинг, а також атракціон «Бетмен». Кам'янець-Подільський оточений мальовничим каньйоном з високими скелястими берегами глибиною понад 40 метрів, що дає чудову змогу зайнятися скелелазінням і каньйонингом.

Спелеоекскурсія в унікальну гіпсову печеру «Атлантида» буде цікава і для любителів, і для професійних спелеологів. Білосніжні зали, кристали незрівняної краси та дивних форм не залишать жодного шансу на байдужість (*групи від 10 осіб, тривалість – 7 годин*).

Прогулянка на пароплаві. Долина Дністра вирізняється мальовничими ландшафтами. Гірські породи, які утворюють високі береги, формують унікальні пейзажі, що вражають уяву (*групи від 18 осіб, тривалість – 2 години*).

Сплав на байдарках. Обравши в ролі розваги сплав по річці, отримаєте неповторні й незабутні враження та зможете насолодитися унікальними пейзажами (*групи від 4 осіб, тривалість – 9 годин*).

Польоти на повітряних кулях. Ця видовишна подія відкриває унікальну можливість побачити місто та його околиці з висоти пташиного польоту й пережити яскраві незабутні враження (*групи до 4 осіб, тривалість польоту – за домовленістю*).

Кінні прогулянки. Під час кінної прогулянки можна не лише навчитися верхової їзди, але й дізнатися про цікаві факти з історії Кам'янця-Подільського (*групи від 3 до 15 осіб*).

Екскурсія на БРДМ-2. Унікальна можливість відчутти незабутні емоції на борту БРДМ-2 (броньована розвідувально-дозорна машина) – один з найкращих оригінальних способів побачити мальовничі та захопливі види каньйону річки Смотрич, проїхатися по руслу річки, оглянути фортецю з незвичного ракурсу й ознайомитися з пам'ятками історії, які заховані в каньйоні та є важливим доповненням архітектурного ансамблю Кам'янецької фортеці.

Одним з найстародавніших міст Подільсько-Буковинського туристичного кластеру є Хотин. Хотин – місто в Чернівецькій області, що розташоване на березі Дністра. До найближчої залізничної станції «Кам'янець-Подільський» – 20 км, до обласного центру Чернівці – 65 км. Населення міста – 10 тис. осіб. На сьогодні Хотин є одним з найважливіших культурних і туристичних центрів Буковини.

Місто має давню й багату історію, споконвіку було бажаним місцем для проживання. Як встановили науковці, сама назва міста Хотин означає «бажаний», «жаданий». У добу Середньовіччя Хотин славився на всю Європу своїми ринками та ярмарками. Його стара частина має садибну забудову, вузькі й криві вулиці, а нова, заснована наприкінці XIX ст., – квартальну забудову та прямокутну мережу вулиць. У Хотині зберігся замок-фортеця (кінець XIII–XV ст., прибудови XVI–XVIII ст.).

За часів Середньовіччя Хотинська фортеця була частиною єдиної оборонної системи, яка складалася з 9 фортець. Нині з усіх збереглися лише три – Хотинська, Сорокська (Молдова) та Сучавська (Румунія). У 2015 році історико-архітектурний заповідник завершив утілення транскордонного проекту «Середньовічні перлини: Хотин, Сучава, Сороки», який фінансував ЄС у межах спільної програми Румунія – Україна – Молдова. Загалом на проект було виділено 3 млн євро, з яких українська сторона отримала понад 660 тис. євро. Завдяки цьому

Хотинська фортеця змогла розв'язати важливі проблеми. Завдяки реконструкції мереж електропостачання стало можливим освітлювати територію фортеці в нічний час сучасними прихованими освітлювальними приладами. Це дало змогу проводити екскурсії, фестивалі, концерти, лицарські турніри й інші заходи у вечірній і нічний час.

У Хотинській фортеці постійно діють виставки, які безпосередньо пов'язані з історією самої фортеці. Тут є кімната знарядь тортур і страт епохи Середньовіччя, окремо можна подивитися давню військову техніку, яку використовували під час штурму фортеці, холодну та вогнепальну зброю. Багато виставок пов'язані з нумізматичними, керамічними знахідками, що були виявлені під час розкопок на території фортеці.

Після впроваджених реновацій кількість туристів у Хотинській фортеці збільшилася на 20 % у 2016 році. Окрім того, були створені широкоформатні банери та поставлені вказівники, щоб туристи могли безперешкодно дістатися до фортеці. Публікації в пресі та вихід телевізійного ролика про Хотинську фортецю, як одну із семи чудес України, підвищили зацікавленість українських туристів (Тарасова, 2017).

Подільсько-Буковинський туристичний кластер далеко просунувся в розвитку подієвого туризму. Так, цікавими подіями є фестивальний рух і щорічний Міжнародний поетичний фестиваль *MERIDIAN CZERNOWITZ* у так званому Подільсько-Буковинському намисті, що проходить під гаслом: «Один фестиваль – три міста: Кам'янець-Подільський, Хотин, Чернівці».

Подільсько-Буковинське намисто (Podillya-Bukovyna Necklace) – це умовне об'єднання трьох міст, туристичних дестинацій – Кам'янця-Подільського, Хотина та Чернівців з метою оптимізації представлення регіону на туристичному ринку. Для такого об'єднання були деякі передумови.

По-перше, географічне розташування перерахованих міст, що лежать у межах 90 км одне від одного, підсилює інтерес і дає змогу туристу відвідати три міста протягом одного дня. По-друге, ці міста мають спільну рису – багатонаціональне населення та культуру. По-третє, у цьому регіоні зосереджені такі природні дива, як Дністровський каньйон, Подільські Товтри та Буковинські Карпати. Крім того, Чернівці, Хотин та Кам'янець розвинули насичений фестивальний рух, що може взаємно посилювати позиції кожного міста як туристичної дестинації в разі об'єднання.

Таке кластерне позиціонування забезпечить активний обмін туристичними потоками між цими містами, посилить туристичну привабливість регіону та збільшить медійний резонанс від цікавих подій.

Фестиваль проводиться в Чернівцях, а до Хотина та Кам'янця-Подільського приїжджають цікаві й відомі українські, польські, німецькі, австрійські та швейцарські поети з читаннями й перфомансами. Основною метою фестивалю *MERIDIAN CZERNOWITZ* є повернення Чернівців на культурну мапу Європи й розвиток діалогу між сучасними українськими поетами та їх зарубіжними колегами.

Протягом багатьох років на Хотинщині проходять Міжнародні фестивалі «Середньовічний Хотин», «Бессарабський колорит» та «Узвар на Тірасі» й інші.

Отже, Подільсько-Буковинський туристичний кластер пропонує широкий спектр різноманітних фестивалів і свят, а також інших масових заходів, які часто

відбуваються на територіях фортець, що, безумовно, сприяє розвитку замкового туризму в регіоні.

Під час формування та раціонального використання ресурсів туристичної дестинації або туристичного кластеру слід враховувати той чинник, що в основі туризму лежить засада максимально допустимого навантаження, перевищення якого призводить до негативних наслідків фізичного, психологічного та соціального характеру. *Допустиме туристичне навантаження* – це те максимальне навантаження, яке може витримати туристична дестинація (або конкретний туристичний об'єкт) без суттєвої шкоди для місцевих ресурсів, без негативних вражень від подорожі та без виникнення соціально-економічних проблем у місцевого населення (Смирнов, 2010). Слід також враховувати й інші ризики, що можуть виникнути в разі перевищення логістичного потенціалу логістичних ресурсів, такі як екологічні (погіршення стану навколишнього природного середовища), деструктивні (руйнування туристичного ресурсу – об'єкта), медичні (погіршення самопочуття та здоров'я туристів), охоронні (загострення проблем їх безпеки) тощо (Смирнов, 2009).

Ресурсний потенціал становить основу для розвитку будь-якого виду туризму, і замкового в тому числі. Першим важливим кроком є визначення логістичного потенціалу всіх видів туристичних ресурсів, тобто окреслення максимально можливого туристичного «навантаження» на конкретний туристичний ресурс (об'єкт), що не зашкодить сталому розвитку туристичного бізнесу. Очевидно, що туристичні ресурси мають бути початковою та програмовою ланкою розвитку туристичного бізнесу, відповідно до логістичного потенціалу (пропускної спроможності) яких повинні визначатися потоки туристів, а їхні потреби в комплексі необхідних послуг (проживання, харчування, перевезення, програмно-інформаційне забезпечення) мають забезпечуватися розвитком відповідної матеріально-технічної бази туризму.

Основою логістичного потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів (або ресурсної бази туризму) є їх логістична оцінка, тобто визначення максимально можливого для певного виду ресурсів (об'єкта) потоку туристів, який:

- не зашкодить стану самих ресурсів;
- не зашкодить самопочуттю та стану здоров'я туристів;
- не впливатиме негативно на екологію місцезнаходження ресурсу (об'єкта);
- не порушить показника гостинності (це припустиме співвідношення чисельності туристів і постійних мешканців, за якого зберігається атмосфера гостинності; оптимальна пропорція – не більше 1:3);
- не зашкодить безпеці туристів.

Визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму – важлива складова логістичної моделі сталого розвитку туризму, поряд з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази туризму та логістичним потенціалом вхідного потоку туристів у регіон (Смирнов, 2009).

Для здійснення логістичної оцінки ресурсної бази та визначення щоденної пропускної спроможності (логістичного потенціалу) Хотинської та Кам'янець-Подільської фортець застосовуємо методику, яку запропонував професор І. Г. Смирнов (2010), що була розроблена на підставі алгоритму, рекомендованого ЮНВТО для архітектурно-історичних і виставкових об'єктів.

1. Визначаємо пропускний потенціал об'єкта:

$$П = Т / Щ, \quad (1)$$

де $П$ – пропускний потенціал об'єкта (осіб);

$Т$ – площа об'єкта ($м^2$);

$Щ$ – рекомендований стандарт щільності відвідувачів ($м^2/туриста$).

2. Визначаємо коефіцієнт ротації відвідувачів:

$$K_p = Ч / В, \quad (2)$$

де K_p – коефіцієнт ротації;

$Ч$ – кількість годин на день, коли об'єкт відкритий для туристів (год);

$В$ – середня тривалість відвідування (год – хв).

3. Визначаємо максимально допустиму кількість щоденних відвідувачів (максимальний щоденний потік туристів):

$$M_b = П \cdot K_p, \quad (3)$$

де M_b – максимальна допустима кількість щоденних відвідувачів (осіб);

$П$ – пропускний потенціал об'єкта (особи);

K_p – коефіцієнт ротації.

4. Визначаємо логістичний потенціал об'єкта (максимальний щорічний потік туристів):

$$ЛП = M_b \cdot (365 - x), \quad (4)$$

де $ЛП$ – логістичний потенціал об'єкта;

M_b – максимальна допустима кількість щоденних відвідувачів;

x – кількість неробочих днів об'єкта.

Розрахуємо логістичний потенціал (тобто максимально можливий туристопотік) для туристичного об'єкта – Хотинської фортеці площею 1,6 га ($Т = 16\ 000\ м^2$). За даними І. Г. Смирнова, вважатимемо стандартом щільності відвідувачів для середньовічної фортеці $Щ = 50\ м^2 / 1$ туриста. Фортеця відкрита для туристів щоденно з 09:00 до 18:00, без вихідних (окрім 1 січня). Середня тривалість відвідування фортеці становить 2 години. Інформації про неробочі дні об'єкта немає.

Отже, спочатку визначаємо пропускний потенціал об'єкта: $П = 16\ 000 / 50 = 320$ осіб. Далі розраховуємо коефіцієнт ротації: $K_p = 9 / 2 = 4,5$. Тепер отримуємо максимальний щоденний потік туристів: $M_b = 320 \cdot 4,5 = 1\ 440$ осіб на день.

І, нарешті, розраховуємо логістичний потенціал об'єкта, тобто максимальний щорічний потік відвідувачів: $ЛП = 1\ 440 \cdot (365 - 1) = 524\ 160$ осіб на рік.

Розрахуємо також логістичний потенціал Кам'янець-Подільської фортеці, а саме Старого замку. Площа дорівнює 1,5 га ($T = 15\ 000\ \text{м}^2$). Фортеця відкрита щоденно з 9:00 до 18:00 у літній період і з 9:00 до 17:00 у зимовий (без вихідних, окрім 1 січня). Середня тривалість відвідування фортеці становить 2 години.

Визначаємо пропускний потенціал фортеці: $\Pi = 15\ 000 / 50 = 300$ осіб. Коефіцієнт ротації становить: $K_p = 9 / 2 = 4,5$ для літнього періоду та $K_p = 8 / 2 = 4$ для зимового періоду. Тепер можемо розрахувати максимальний щоденний потік туристів, використовуючи середній показник коефіцієнта ротації: $M_b = 300 \cdot 4,5 = 1\ 350$ осіб на день. І визначаємо логістичний потенціал об'єкта: $\text{ЛП} = 1\ 350 \cdot (365 - 1) = 491\ 400$ осіб на рік.

Розрахунки логістичного потенціалу Хотинської та Кам'янець-Подільської фортець наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Логістичний потенціал фортифікаційних об'єктів Подільсько-Буковинського туристичного кластеру для розвитку замкового туризму

(розроблено за такими джерелами: «Хотинська фортеця».

Державний історико-архітектурний заповідник, 2021;

Кам'янець-Подільський державний історичний музей-заповідник, 2021)

Назва об'єкта	T, м ²	Щ, м ² /осіб	Π, осіб	Ч, год	В, год	K _p	M _b , осіб/день	ЛП, осіб/рік
Хотинська фортеця	16 000	50	320	9	2	4,5	1 440	524 160
Кам'янець-Подільська фортеця	15 000	50	300	9	2	4,5	1 350	491 400

Як показують розрахунки, Хотинська фортеця (замок) має більший логістичний потенціал, ніж Кам'янець-Подільська фортеця (замок) через різницю в площі досліджуваних об'єктів. Отож обидві фортеці мають досить великий логістичний потенціал, тобто максимально можливий туристопотік на рік.

На сьогодні середньорічні туристичні потоки до обох фортець наближуються (навіть за умов пандемії COVID-19 у 2020–2021 роках) до максимально допустимих згідно з логістичним потенціалом об'єктів. Варто враховувати те, що Хотин можна назвати «транзитним» містом, адже більшість туристів їде від Кам'янця до Чернівців і робить зупинку в Хотині, або їде з Кам'янця на екскурсію до Хотина й назад. Але це без урахування фестивального туризму. Якщо брати до уваги фестивальний туризм, який швидко розвивається в обох містах, а також вважається перспективним видом туризму в Подільсько-Буковинському туристичному кластері, готельно-ресторанна база Хотина потребує динамічнішого розвитку. Готельну та ресторанну базу Кам'янця-Подільського слід вважати достатньо розвинутою для сталого розвитку туризму в кластері: 92 готельні заклади на 4 тис. осіб на добу; 20 ресторанів і кафе високого рівня обслуговування, що можуть одночасно прийняти 1 864 клієнтів.

Висновки

Замковий туризм є унікальною складовою культурно-пізнавального та подієвого туризму. Результати проведеного аналізу показали, що одним з важливих чинників розвитку замкового туризму є ресурсний потенціал Подільсько-Буковинського туристичного кластеру, родзинками якого є Хотинська та Кам'янець-Подільська фортеці. Слід зазначити про ефективне та раціональне використання фортифікаційних споруд у регіоні, яке не поступається європейському та світовому досвіду використання зазначених об'єктів, що є взірцем розв'язання проблем збереження історико-культурної спадщини, у тому числі фортифікаційних споруд, використання замкових комплексів як готелів зі стилізованими під давнину ресторанами, розвинутою атракцією – проведення в середньовічному стилі історичних реконструкцій, обрядових послуг тощо. Тобто потрібно розвивати інфраструктуру на внутрішній і на зовнішній території споруд за умови збереження їх самобутності й архітектурного стилю. Зазначені інфраструктурні інновації здійснюються завдяки плідному державно-приватному партнерству з розвитку туристичної дестинації, вдалим прикладом якого є Подільсько-Буковинський туристичний кластер.

Дієва стратегія розвитку туристичної галузі забезпечить збереження, відновлення та раціональне використання історико-культурної спадщини, що буде сприяти розвитку замкового туризму й підвищенню іміджу регіону та України в цілому.

Список бібліографічних посилань

- Басюк, Д. І. (2011). Науково-технічні підходи до класифікації туристичних кластерів. В А. О. Гавриш & О. О. Охріменко (Ред.), *Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики* (с. 17–22). Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут».
- Бордун, О. Ю., & Білоус, С. В. (2011). Стан і перспективи замкового туризму в контексті стратегічного розвитку туристичної галузі західного регіону України. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*, (1).
- Кам'янець-Подільський державний історичний музей-заповідник. (2021). *Про нас*. <http://www.muzeum.in.ua/>
- Кам'янець-Подільська міська рада. (2015, 23 грудня). *Програма "Популяризації туристичного потенціалу міста Кам'янця-Подільського на 2016–2020 роки"*. (№ 16/4). <http://kam-pod.gov.ua>
- Крамарчук, С. (2017, 28–29 квітня). Проблеми та перспективи розвитку замкового туризму в Україні. В *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку*, Міжнародна науково-практична конференція (с. 166–168), Тернопіль-Збараж, Україна. Тернопільський національний економічний університет.
- Підставка, Р. (2017, 28–29 квітня). Замковий туризм регіону: дослідження, проблеми, здобутки. В *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан*

- і перспективи розвитку*, Міжнародна науково-практична конференція (с. 199–200), Тернопіль-Збараж, Україна. Тернопільський національний економічний університет. Президент України. (1998, 30 квітня). *Про надання Кам'янець-Подільському державному історико-архітектурному заповіднику статусу національного* (№ 396/98). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396/98#Text>
- Рутинський, М. (2019). *Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження*. Центр навчальної літератури.
- Савчук, В. (2018, 18 липня). *Туристична галузь Кам'янця-Подільського як один із факторів сталого розвитку міста*. https://auc.org.ua/sites/default/files/3_savchuk_turyzm_kamyanec-podilskyu-11.pdf
- 7 днів. Готель (б.д.). *Експерсії у Кам'янець-Подільський*. <https://www.7dniv.ua/ua/tourism-directions>
- Смирнов, І. Г. (2010). Логістичний менеджмент туристичних ресурсів як складник ефективного управління туризмом у регіоні. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм*, 2(2), 139–146.
- Смирнов, І. Г. (2009). *Логістика туризму*. Знання.
- Тарасова, Д. (2017, 29 травня). *Середньовічна перлина України – Хотин: цікаві подорожі поруч*. <https://www.euneighbours.eu/uk/east/eu-in-action/stories/cerednovicna-perlina-ukraini-hotin-cikavi-podorozi-poruc>
- Тибінь, А. (2017, 28–29 квітня). Кластерна модель організації туристичної діяльності регіону. В *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку*, Міжнародна науково-практична конференція (с. 216–218), Тернопіль-Збараж, Україна. Тернопільський національний економічний університет.
- Тимчишин-Чемерис, Ю. В. (2015). Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*, 4(87), 44–57.
- Уліганець, С., Аріон, О., & Боль, Д. (2018). Розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні: м. Кам'янець-Подільський. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*, 3(72), 77–81. <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2018.72.13>
- «Хотинська фортеця». Державний історико-архітектурний заповідник. (2021). *Хотинська фортеця вітає Вас!* <https://khotynska-fortecya.cv.ua/>

References

- Basiuk, D. I. (2011). *Naukovo-tehnicni pidkhody do klasyfikatsii turystychnykh klasteriv* [Scientific and technical approaches to the classification of tourist clusters]. In A. O. Havrysh & O. O. Okhrimenko (Eds.), *Mizhnarodna ekonomika: intehtratsiia nauky ta praktyky [International Economics: Integration of Science and Practice]* (pp. 17–22). National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute" [in Ukrainian].
- Bordun, O. Yu., & Bilous, S. V. (2011). *Stan i perspektyvy zamkovoho turizmu v konteksti stratehichnoho rozvytku turystychnoi haluzi zakhidnoho rehionu Ukrainy* [Status and prospects of castle tourism in the context of strategic development of the tourism industry in the western region of Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Serii: Ekonomichni Nauky*, (1) [in Ukrainian].

- Kam'ianets-Podilskyi derzhavnyi istorychnyi muzei-zapovidnyk. (2021). *Pro nas [About us]*. <http://www.muzeum.in.ua/> [in Ukrainian].
- Kamianets-Podilskoi Miska Rada. (2015, Dezember 23). *Prohrama "Populiaryzatsii turystychnoho potentsialu mista Kamiantsia-Podilskoho na 2016–2020 roky" [Program "Popularization of the Tourist Potential of the City of Kamianets-Podilskyi for 2016–2020"]* (№ 16/4). <http://kam-pod.gov.ua> [in Ukrainian].
- "Khotyn Fortress". State Historical and Architectural Reserve. (2021). *Khotynska fortetsia vitaie Vas! [Khotyn Fortress Welcomes You!]*. <https://khotynska-fortecya.cv.ua/> [in Ukrainian].
- Kramarchuk, S. (2017, April 28–29). Problemy ta perspektyvy rozvytku zamkovoho turyzmu v Ukraini [Problems and prospects of castle tourism development in Ukraine]. In *Mizhnarodnyi biznes ta zamkovyi turyzm v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku [International Business and Castle Tourism in Ukraine: Current Status and Prospects]*, International Scientific-Practical Conference (pp. 166–168), Ternopil-Zbarazh, Ukraine. Ternopil National University of Economics [in Ukrainian].
- Pidstavka, R. (2017, April 28–29). Zamkovyi turyzm rehionu: doslidzhennia, problemy, zdobutky [Castle tourism in the region: research, problems, achievements]. In *Mizhnarodnyi biznes ta zamkovyi turyzm v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku [International Business and Castle Tourism in Ukraine: Current Status and Prospects]*, International Scientific-Practical Conference (pp. 199–200), Ternopil-Zbarazh, Ukraine. Ternopil National University of Economics [in Ukrainian].
- President of Ukraine. (1998, April 30). *Pro nadannia Kamianets-Podilskomu derzhavnomu istoryko-arkhitekturnomu zapovidnyku statusu natsionalnogo [On Granting Kamyianets-Podilsky State Historical and Architectural Reserve National Status]* (№ 396/98). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396/98#Text> [in Ukrainian].
- Rutynskyi, M. (2019). *Zamkovyi turyzm v Ukraini. Heohrafiia pamiatok fortyfikatsiinoho zodchestva ta perspektyvy yikh turystychnoho vidrodzhennia [Castle Tourism in Ukraine. Geography of Monuments of Fortification Architecture and Prospects of Their Tourist Revival]*. Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
- Savchuk, V. (2018, Juli 18). *Turystychna haluz Kam'iansia-Podilskoho yak odyin iz faktoriv staloho rozvytku mista [Kamianets-Podilskyi Tourism Industry as one of the Factors of Sustainable Development of the City]*. https://auc.org.ua/sites/default/files/3_savchuk_turyzm_kamyianec-podilskyy-11.pdf [in Ukrainian].
- 7 dniv. Hotel (n.d.). *Ekskursii u Kamianets-Podilskyi [Excursions in Kamyianets-Podilskiy]*. <https://www.7dniv.ua/ua/tourism-directions> [in Ukrainian].
- Smyrnov, I. H. (2009). *Lohistyka turyzmu [Tourism Logistics]*. Znannia [in Ukrainian].
- Smyrnov, I. H. (2010). Lohistychni menedzhment turystychnykh resursiv yak skladnyk efektyvnoho upravlinnia turyzmom u rehioni [Logistics management of tourist resources as a part of effective management of tourism in the region]. *Naukovyi Visnyk Instytutu Mizhnarodnykh Vidnosyn NAU. Serii: Ekonomika, Pravo, Politolohiia, Turyzm*, 2(2), 139–146 [in Ukrainian].
- Tarasova, D. (2017, May 29). *Cerednovichna perlyna Ukrainy – Khotyn: tsikavi podorozhi poruch [Medieval pearl of Ukraine – Khotyn: Interesting Trips Nearby]*. <https://www.euneighbours.eu/uk/east/eu-in-action/stories/cerednovicna-perlina-ukraini-hotin-cikavi-podorozhi-poruc> [in Ukrainian].

- Tybin, A. (2017, April 28–29). Klasterna model orhanizatsii turystychnoi diialnosti rehionu [Cluster model of organization of tourist activity of the region]. In *Mizhnarodnyi biznes ta zamkovyi turyzm v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku* [International Business and Castle Tourism in Ukraine: Current Status and Prospects], International Scientific-Practical Conference (pp. 216–218), Ternopil-Zbarazh, Ukraine. Ternopil National University of Economics [in Ukrainian].
- Tymchyshyn-Chemerys, Yu. V. (2015). Turystychnyi klaster – forma rozvytku ta uspikhu turystychnoi diialnosti rehionu [Tourism cluster – a form of development and success of tourism in the region]. *Visnyk Ahrarnoi Nauky Prychornomor'ia*, 4(87), 44–57 [in Ukrainian].
- Ulihanets, S., Arion, O., & Bol, D. (2018). Rozvytok kulturno-piznavalnoho turyzmu v Ukraini: m. Kamianets-Podilskyi [Cultural-educational tourism development in Ukraine: Kamyanets-Podilsky]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Geography*, 3(72), 77–81. <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2018.72.13> [in Ukrainian].

TOURIST POTENTIAL OF CASTLE TOURISM IN PODILLIA-BUKOVYNA TOURIST CLUSTER

Volodymyr Antonenko^{1a}, Volodymyr Khutkyi^{2a}, Denys Melnyk^{3b}

180

¹ Doctor of Sciences (Geographical), Professor, Head of the International Tourism Department;
e-mail: antvs@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6819-488X

² PhD student; e-mail: businesslife@bigmir.net; ORCID: 0000-0001-9500-4191

³ Master's Student; e-mail: melnik.denys@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2963-5910

^a Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

^b Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The article analyzes the state of castle tourism development in the Podillia-Bukovyna tourist cluster, its role and significance for the development of tourism in the region. The logistical potential of Khotyn and Kamianets-Podilskyi castles has been calculated. The main problems that hinder the sustainable development of castle tourism and the main objects of castle tourism in the tourism cluster and the features of their preservation have been identified.

Keywords: castle tourism; tourist potential; Podillia-Bukovyna tourist cluster; logistic potential of the fortress; Khotyn castle; Kamianets-Podilskyi castle; restoration; reconstruction



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249696

УДК 338.486.4:005.591.6:004

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Тетяна Зубехіна^{1а}, Наталія Ольхова-Марчук^{2а}, Володимир Кушнір^{3а}¹ Кандидат педагогічних наук, доцент; e-mail: tatius88@gmail.com; ORCID: 0000-0001-9929-4405² Кандидат педагогічних наук, доцент; e-mail: Sirius_2010@inbox.ru; ORCID: 0000-0001-7656-6666³ Старший викладач; e-mail: kushavv@gmail.com; ORCID: 0000-0002-1425-1025^а Академія рекреаційних технологій і права, Луцьк, Україна

Анотація

У статті проаналізовано сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у сфері туризму.

Визначено сутність інноваційних технологій в туризмі та їх роль у розвитку туристичної сфери. З'ясовано, що інноваціями в туризмі є створення нового чи удосконалення наявного продукту з використанням новітніх технік, технологій і ресурсів.

З'ясовано, що у сфері туризму актуальним є використання сучасних інформаційних технологій, зокрема мобільного інтернету, електронних каталогів з пропозиціями відпочинку, електронних систем бронювання, соціальних інформаційних мереж, електронних систем продажу авіаквитків, інтернет-реклами, зручних платіжних систем тощо.

Установлено, що інтернет-технології є ефективним засобом формування позитивного іміджу підприємства, просування нових видів туристичних послуг, інформування споживачів про нові тури чи акції, а також просування їх на ринок та ін.

Наведено приклади сучасних інноваційних технологій, які використовують у сфері туризму, та доведено доцільність їх запровадження. З'ясовано, що в сучасних умовах актуальними є віртуальні 3D-тури та відвідування інтернет-музеїв, тобто можна подорожувати за допомогою мережі Інтернет.

Доведено, що соціальні інформаційні мережі є ефективним інструментом, який впливає на споживання туристичних послуг. Вони дають змогу туристам обмінюватися власним туристичним досвідом, враженнями про готелі, рівень сервісу тощо.

З'ясовано, що на сучасному етапі розвитку туристичної діяльності важливе значення має формування й ефективне функціонування системи інноваційного менеджменту. Доведено необхідність розвитку новітніх напрямів інтернет-маркетингу у сфері туризму.

Установлено, що впровадження інноваційних технологій забезпечує ефективний розвиток туристичної сфери в сучасних умовах, а також дає суттєву конкурентну перевагу.

Ключові слова: інноваційний розвиток; інноваційна діяльність; інноваційні технології; туризм; інформаційні технології

Постановка проблеми

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімким проникненням інноваційних технологій в усі сфери життя. У зв'язку з цим постає необхідність переходу туристичної сфери до інноваційного типу розвитку в умовах формування постіндустріального суспільства.

Інновації в туристичній сфері пов'язані з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, які відіграють важливу роль у будь-якій галузі суспільства. Їх застосування сприяє підвищенню якості туристичних послуг, а також конкурентоспроможності підприємств туристичної індустрії. Щороку роль інноваційних технологій у туризмі все більше зростає, що зумовлює актуальність дослідження сучасних тенденцій застосування інноваційних технологій у туристичній сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання інноваційних процесів у сфері туризму вивчали такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як Н. Гуржій, Д. Гурова, С. Журавльова, В. Зайцева, М. Зуєва, О. Кальченко, О. Корнієнко, Т. Кукліна, Г. Михайліченко, Р. Мірошник, В. Новіков, А. Філіпенко, А. Чухно, В. Цибульський та ін.

Незважаючи на значну кількість наукових розробок учених щодо впровадження інноваційних технологій у сферу туризму, ця проблема не достатньо повно розкрита, оскільки туристична сфера безперервно впроваджує сучасні інноваційні технології, змінює форми й способи пропозиції та надання послуг, відкриває й освоює нові можливості.

Мета статті – проаналізувати сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері.

Виклад основного матеріалу

Вивчення основних тенденцій застосування інноваційних технологій у туристичній сфері потребує уточнення сутності поняття «інноваційні технології». Результати аналізу наукової літератури свідчать про відсутність єдиного трактування цього поняття.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» (Верховна Рада України, 2002), інновації – це «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери». Інновація виступає як чинник зміни, як результат діяльності, втілений у новий чи удосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення соціальних потреб (Гуцол, 2015, с. 8).

Р. Мірошник та І. Щир (2013) інновації в туризмі розглядають як системні заходи, що мають якісну новизну та зумовлюють позитивні зрушення, результатом яких має стати забезпечення стійкого функціонування й розвитку туристичного підприємства.

Л. Шимановська-Діанич та О. Білінська (2019) поняття «інноваційні технології» тлумачать як «радикально нові або вдосконалені технології, які значно поліпшують умови формування туристичного продукту або послуги чи самі виступають товаром» (с. 158).

Інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового чи зміну наявного продукту, на удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, упровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності (Гуцол, 2015, с. 19).

Погоджуємося з думкою В. Корнілової (2018), що «інновація, будучи процесом або продуктом, може стати однією з визначальних статей доходу туристичного підприємства, суттєво впливаючи на його конкурентоспроможність» (с. 26).

Як стверджує Т. Фролова (2011), основними напрямками інноваційної діяльності туристичних організацій є: використання нової техніки і технологій у наданні традиційних послуг; упровадження нових послуг з новими властивостями; використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися; зміни в організації виробництва та споживання традиційних туристських послуг; виявлення та використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів (с. 46).

За змістом інноваційні технології поділяють на інформаційні, організаційно-управлінські, технологічні, технічні (Батьковець & Бурса, 2016). Аналіз сучасного стану туристичної сфери свідчить про масштабність використання новітніх інформаційних технологій, зокрема мобільного інтернету, електронних каталогів з пропозиціями відпочинку, електронних систем бронювання, соціальних інформаційних мереж, електронних систем продажу авіаквитків, інтернет-реклами, зручних платіжних систем тощо.

Туристичні фірми активно використовують переваги мережі Інтернет під час формування туристичного продукту для проведення рекламних заходів, інформування споживачів, формування позитивного іміджу фірми, просування нових видів туристичних послуг тощо.

У сучасних умовах особливо актуальним є відвідування інтернет-музеїв. На сьогодні можливо за допомогою мережі Інтернет відвідати Національний музей Тараса Шевченка в Києві, Лувр у Парижі, Ермітаж у Санкт-Петербурзі, Метрополітен-музей у Нью-Йорку та ін.

На сьогодні поширеними є віртуальні 3D-тури, які дають змогу побувати в різних куточках світу, не виходячи з дому. Серед основних переваг 3D-турів для туристів можна виділити:

- економію часу та коштів;
- можливість попереднього ознайомлення з пропонованими туристичними об'єктами чи послугами та ін. (Гуцол, 2015, с. 55).

Слід зауважити, що створення віртуальних турів, з одного боку, сприяє зростанню доступності туристичних об'єктів, а з іншого – розв'язанню низки нагальних проблем.

Варто відзначити соціальні інформаційні мережі, які є потужним інструментом, що впливає на споживання туристичних послуг. Групи туристів створюють сайти, контактні спільноти з обміну досвідом подорожей, думкою про готелі, ку-

рорти, роботу й рівень сервісу. З'являються нові способи туристичної активності. Наприклад, туристи з різних країн обмінюються житлом на час відпустки і з цією метою реєструються на відповідних порталах, об'єднуються у спеціальні соціальні групи (Шимановська-Діанич & Білінська, 2019, с. 158).

Л. Шимановська-Діанич та О. Білінська відзначають значне поширення головних технологій у багатьох сферах. На думку вчених, їх упровадження в туристичній та готельній галузі буде швидко зростати. Поширення мобільних застосунків і розумних будинків призводить до того, що багато користувачів звикли до голосових помічників. Це дає змогу використовувати популярність такого рішення в туристичному та готельному бізнесі. Люди сьогодні цінують простоту й швидкість більше, ніж будь-коли раніше, і голосові технології стануть важливою частиною комплексної відповіді галузі на попит, що зростає (Шимановська-Діанич & Білінська, 2019, с. 161).

Слід підкреслити, що жорстка конкуренція на ринку туристичних послуг змушує максимально впроваджувати у свою діяльність маркетингові інновації, які дають змогу охоплювати потреби цільових споживачів і залучати неохоплених на цей період клієнтів.

Звернення до потенційних споживачів за допомогою мережі Інтернет істотно змінило придбання туристичних послуг і продуктів, а зміни технологій створили нові можливості для дозвілля й туристичних організацій. Як зауважує О. Боднарук (2019), «сьогодні мова йде не просто про те, щоб мати оновлений веб-сайт із інформацією про нього, але ми перейшли на інший рівень, завдяки якому туристичні напрямки, організації та компанії використовують соціальні мережі та електронний туризм для просування, реклами, демонстрації та, більш за все, для того, щоб споживачі були в курсі будь-якої оновленої інформації за секунди» (с. 101).

Інформаційно-інноваційні технології, сучасні бізнес-інструменти забезпечують підтримку маркетингу через надання інформації щодо інновацій, необхідних для прийняття маркетингових рішень, напрямів використання маркетингової інформації в туризмі; засоби реклами в Інтернеті; нові тлумачення поняття «електронний бізнес» й основних його складових, які детальніше характеризуються з урахуванням галузевої специфіки (Драчук & Дульцева, б.д.).

Упровадження електронного бізнесу дає змогу:

- використовувати більш економічні канали зв'язку з компаніями та цільовими ринками;
- споживачам простіше та швидше отримувати туристський продукт, що призводить до збільшення обороту й обсягу витрат;
- забезпечувати високий рівень обслуговування та утримання споживача;
- скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощення процедури торгових угод (Гуцол, 2015, с. 56).

На сьогодні спостерігаємо зростання інтересу споживачів до рішень на основі технологій самообслуговування, завдяки яким можливо скоротити необхідність взаємодії клієнта з іншою людиною для завершення транзакції. Скорочення витрат часу й простота будуть вигідні як для компаній, так і для споживачів, у той час як подальший розвиток цієї технології зменшить проблеми із системами самообслуговування та підвищить їх надійність.

У туристичному бізнесі на сьогодні широкого використовують програми електронного бронювання, електронні системи продажу авіаквитків і створення віртуальних турів турагентств тощо. Системи онлайн-бронювання мають низку переваг. Вони дають змогу кожній людині забронювати для себе найбільш привабливий номер у будь-якому готелі світу. Найголовнішою перевагою онлайн-бронювання визнана система, яка змогла сформувати потужну пошукову базу готелів (Оливко & Феш, 2017, с. 193).

Сьогодні більшість учасників туристичного ринку віддають перевагу технології онлайн-бронювання, що дає змогу отримувати в будь-який момент оперативну інформацію щодо цін і кількості вільних місць, а також стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення. Як підкреслюють Н. Гуржій та А. Третинко (2013), «поява нової програми цього виду дозволила не лише здешевити засоби зв'язку, але й дала можливість працювати всім учасникам туристичного ринку як єдиного офісу» (с. 222).

Одним з напрямів упровадження новітніх ІКТ у туристичній сфері є використання системи резервування CRS (Computer Reservations System), яка дала змогу прискорити процес резервування авіаквитків і здійснювати його в режимі реального часу. Це підвищило якість сервісних послуг через зменшення часу обслуговування клієнтів, збільшення обсягів і різноманітності пропонованих послуг, а також з'явилася можливість забезпечення оптимізації завантаження авіалайнерів, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, застосування нових управлінських методів тощо. Висока надійність і зручність цієї системи резервування сприяла її швидкому та широкому поширенню (Сагірова, 2019).

Висновки

У сучасних умовах розвиток туристичного бізнесу значно залежить від упровадження інноваційних технологій. На сьогодні у сфері туризму простежуємо тенденцію до активного використання інформаційних технологій, які не тільки оптимізують туристичну діяльність, а й впливають на конкурентоспроможність підприємств на ринку.

Список бібліографічних посилань

- Батьковець, Н. О., & Бурса, О. В. (2016) Аналіз сучасних тенденцій застосування інновацій у туристичній галузі. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 11, 263–266.
- Боднарук, О. В. (2019). Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки»*, 37, 97–104. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943>
- Верховна Рада України. (2002, 4 липня). *Про інноваційну діяльність* (№ 40-IV). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
- Гуржій, Н. М., & Третинко, А. В. (2013). Інноваційні технології в туристичній індустрії. *Сталий розвиток економіки*, 3, 221–224.
- Гуцол, А. (Уклад.). (2015). *Інноваційні технології в туризмі*. ПП «Поліграф-Сервіс».

- Драчук, Ю. З., & Дульцева, І. І. (б.д.). *Інноваційні маркетингові технології суб'єктів туристичної діяльності*. <https://core.ac.uk/download/pdf/60811627.pdf>
- Корнілова, В. В. (2018). Практичний аспект застосування інновацій у туристичному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*, 7, 25–30.
- Мірошник, Р. О., & Щир, І. В. (2013). Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*, 754, 41–46.
- Оливко, О. А., & Феш, М. С. (2017, 28–29 квітня). Переваги інтернет-бронювання готелів. В *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку*, Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (с. 193–194), Тернопіль-Збараж, Україна. Тернопільський національний економічний університет.
- Сагірова, А. С. (2019, 16–17 травня). Потенціал ІТ-технологій у стимулюванні ринку туристичних послуг. В *Університетська наука. 2019, Тези доповідей Міжнародної науково-технічної конференції* (Т. 4, с. 103–104), Маріуполь, Україна. Приазовський державний технічний університет.
- Фролова, Т. А. (2011). *Економіка и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма*. Издательство Таганрогского технологического института Южного федерального университета.
- Шимановська-Діаніч, Л. М., & Білінська, О. П. (2019). Інноваційні технології як інструмент інноваційного розвитку сфери туризму. *Європейський вектор економічного розвитку*, 1(26), 155–163. <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-11>

References

- Batkovets, N. O., & Bursa, O. V. (2016). Analiz suchasnykh tendentsii zastosuvannya innovatsii u turystychnii haluzi [Analysis of current trends in innovations using in tourism industry]. *Global and National Problems of Economy*, 11, 263–266 [in Ukrainian].
- Bodnaruk, O. V. (2019). Vykorystannya innovatsiinykh marketynhovykh tekhnolohii v turystychnii industrii [Using innovative marketing technologies in the tourism industry]. *Reporter of the Priazovskyi State Technical University. Economic Sciences Series*, 37, 9–104. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943> [in Ukrainian].
- Drachuk, Yu. Z., & Dultseva, I. I. (n.d.). *Innovatsiini marketynhovi tekhnolohii subiektiv turystychnoi diialnosti* [Innovative marketing technologies of tourism entities]. <https://core.ac.uk/download/pdf/60811627.pdf> [in Ukrainian].
- Frolova, T. A. (2011). *Ekonomika i upravlenie v sfere sotsialno-kulturnogo servisa i turizma* [Economics and Management in the Field of Social and Cultural Services and Tourism]. Izdatel'stvo Taganroгskogo tekhnologicheskogo instita Yuzhnogo federal'nogo universiteta [in Russian].
- Hurzhiy, N. M., & Tretynko, A. V. (2013). Innovatsiini tekhnolohii v turystychnii industrii [Innovative technologies in the tourism industry]. *Sustainable Development of Economy*, 3, 221–224 [in Ukrainian].
- Hutsol, A. (Comp.). (2015). *Innovatsiini tekhnolohii v turyzmi* [Innovative Technologies in Tourism]. PP "Polihraf-Servis" [in Ukrainian].
- Kornilova, V. V. (2018). Praktychnyi aspekt zastosuvannya innovatsii u turystychnomu biznesi [The practical aspect of innovations' application in the tourism business]. *Investytsiyi: Praktyka ta Dosvid*, 7, 25–30 [in Ukrainian].

- Miroshnyk, R. O., & Shchyr, I. V. (2013). Rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy: osoblyvosti ta problemy [Development of tourism industry of Ukraine: peculiarities and problems]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Problems of Economics and Management*, 754, 41–46 [in Ukrainian].
- Olyvko, O. A., & Fesh, M. S. (2017, April 28–29). Perevahy internet-broniuvannia hoteliv [Benefits of online hotel booking]. In *Mizhnarodnyi biznes ta zamkovyi turizm v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku [International Business and Castle Tourism in Ukraine: Current Status and Prospects]*, Proceedings of the international scientific-practical conference (pp. 193–194), Ternopil-Zbarazh, Ukraine. Ternopil National University of Economics [in Ukrainian].
- Sahirova, A. S. (2019, May 16–17). Potentsial IT-tekhnologii u stymuliuванні rynku turystychnykh posluh [The potential of IT technologies in stimulating the market of tourist services]. In *Universytetska nauka. 2019 [University Science. 2019]*, Abstracts of the International Scientific and Technical Conference (Vol. 4, pp. 103–104), Mariupol, Ukraine. Pryazovskiy State Technical University [in Ukrainian].
- Shymanovska-Dianychn, L. M., & Bilinska, O. P. (2019). Innovatsiini tekhnologii yak instrument innovatsiinoho rozvytku sfery turyzmu [Innovative technologies as a tool for innovative development of tourism]. *European Vector of Economic Development*, 1(26), 155–163 <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-11> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2002, July 4). *Pro innovatsiinu diialnist [About Innovation Activity]* (№ 40-IV). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> [in Ukrainian].

CURRENT TRENDS IN THE APPLICATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE TOURIST FIELD

Tetiana Zubekhina^{1a}, Nataliia Olhova-Marchuk^{2a}, Volodymyr Kushnir^{3a}

¹ PhD in Pedagogy, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Tourism; e-mail: tatius88@gmail.com; ORCID:0000-0001-9929-4405

² PhD in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Economics and Tourism; e-mail: sirius_2010@inbox.ru; ORCID:0000-0001-7656-6666

³ Senior Lecturer at the Department of Economics and Tourism; e-mail: kushavv@gmail.com; ORCID:0000-0002-1425-1025

³ Academy of Recreational Technologies and Law, Lutsk, Ukraine

Abstract

The article analyzes the current trends in the use of innovative technologies in the field of tourism.

The essence of innovative technologies in tourism and their role in the development of tourism is determined. It has been found that innovations in tourism are the creation of a new or improvement of an existing product using the latest techniques, technologies and resources.

It was found that in the field of tourism the use of modern information technologies is relevant, in particular: mobile Internet; electronic catalogues with leisure offers; electronic

booking systems; social information networks; electronic ticketing systems; Internet advertising; convenient payment systems, etc.

It is established that Internet technologies are an effective means of forming a positive image of the enterprise; promotion of new types of tourist services; informing consumers about new tours or promotions, as well as promoting them on the market, etc.

Examples of modern innovative technologies used in the field of tourism are given and the expediency of their introduction is proved. It has been found that in modern conditions it is important to visit online museums and virtual 3D tours, which allow you to travel via the Internet.

It is proved that social information networks are an effective tool that affects the consumption of tourist services. They allow tourists to share their own tourist experience, impressions of hotels, level of service and more.

It was found that at the present stage of tourism development it is important to form and effectively operate a system of innovation management. The necessity of the development of the newest directions of Internet marketing in the field of tourism is proved.

It is established that the introduction of innovative technologies ensures the effective development of the tourism sector in modern conditions, as well as gives a significant competitive advantage.

Keywords: innovative development; innovative activity; innovative technologies; tourism; information technologies



DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249698

УДК 338.483.12:069

МУЗЕЇ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС: КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКІ ПРОЄКТИ В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Володимир Антоненко^{1а}, Володимир Хуткий^{2а}¹ Доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного туризму;

e-mail: antvs@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6819-488X

² Аспірант; e-mail: businesslife@bigmir.net; ORCID: 0000-0001-9500-4191^а Київський університет культури, Київ, Україна

Анотація

В роботі висвітлено та проаналізовано світовий та вітчизняний досвід реалізації культурно-просвітницьких музейних проєктів в сучасному культурному просторі туристичних дестинацій. Запровадження культурно-просвітницьких проєктів у основу музейної діяльності сприяє отриманню музеями прибутку і задоволенню потреб суспільства у прагненні пізнання. Також культурно-просвітницький проєкт удосконалює основні функції музеїв (освітню та виховну), посилює резонанс через масову популяризацію музейної діяльності. Серед поширених культурологічних музейних проєктів є науково-просвітницькі музейні конференції, Міжнародний день музеїв, «Ніч музеїв», тематичні міжкультурні фестивалі, бієнале тощо. Доведено, що в останні десятиліття набули поширення різні культурологічні музейні проєкти, що кардинально змінюють культурний простір туристичної дестинації. Прикладом може слугувати вдалий проєкт розміщення музеїв в закинутих індустріальних будівлях, який дає поштовх для розвитку не тільки музею, але й самому району, інколи депресивному. В статті розглянуто приклади таких проєктів у світі й в Україні. Для багатьох музейних закладів пандемія COVID-19 та її наслідки для сфери культури в цілому є викликом, який треба використати для переосмислення своєї діяльності, упровадження нових методів комунікації з потенційними відвідувачами музеїв.

Ключові слова: музейна діяльність; музеї як туристичний ресурс; культурно-просвітницький музейний проєкт; культурна ревіталізація закинутих індустріальних будівель; пандемія COVID-19

Вступ

Протягом останніх десятиліть музеї все частіше розглядаються як заклади, що можуть надавати широкий спектр послуг, організовувати цікаве дозвілля та допомагати уряду і територіальним громадам реалізовувати культурні та со-

ціальні програми, культурно-просвітницькі проекти. Музеї також реалізують освітні програми, сприяючи збереженню національної ідентичності, формуванню толерантності у суспільстві та сприяють акультурації національних меншин. Музеї роблять значний вклад в економіку своїх країн через туризм та реалізацію різноманітних туристичних продуктів і послуг.

Водночас музейне середовище, незважаючи на спроби впровадження інтерактивних та мультимедійних технологій в експозиції, як і раніше, залишається вкрай консервативним. Однак стає все більш очевидним, що з початком пандемії COVID-19 музеї, як і всі культурні заклади, переосмислюють свою діяльність та методи комунікації для того, щоб рухатися вперед і вижити після пандемії. Все більше у світі спостерігається прагнення звузити розрив між музеєм-комунікатором і музеєм-сховищем, що стане основою для подальшого розвитку музеїв, створення нових проектів в культурному середовищі туристичних дестинацій. Для покращення роботи та залучення більшої кількості відвідувачів музеї широко використовують новітні технології, нові форми експозиції артефактів, впроваджують інноваційні зміни в організації музейної справи.

Постановка проблеми

Останніми роками, обговорюючи перспективи розвитку тієї або іншої території чи цілого регіону в Україні, обов'язково мова заходить і про туризм, як один із локомотивів територіального чи регіонального розвитку.

Однак аналіз туристичного потенціалу території (туристичної дестинації) показує, що туристична пропозиція насправді є доволі однобокою – природно-рекреаційні ресурси, історичні пам'ятки, якщо вони є, спортивні та розважальні заклади, ресторани та засоби розміщення. Натомість чимало об'єктів, які потенційно можна використовувати із туристичною метою, залишаються поза увагою. Насамперед це стосується об'єктів та закладів культури. Навіть музеї, які ідеально вписуються у схему розвитку туристичної привабливості території, доволі часто залишаються поза увагою, хоча в багатьох країнах музейний туризм уже успішно працює. Практика інших країн показує, що попит на туристичний продукт, пов'язаний із музейною справою, наявний і поширюється надзвичайно потужно.

Покращення співпраці музеїв із туристичним сектором – процес, що вигідний обом сторонам. Тому музеї, влада та територіальні громади роблять все більше кроків назустріч туризму, створюють нові інноваційні культурно-просвітницькі проекти або впроваджують в практику світовий досвід реалізації культурних, мистецьких та культурно-розважальних музейних проектів. Аналіз наукових концепцій створення культурологічних проектів, світового та вітчизняного досвіду реалізації зазначених проектів є **метою статті**.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

На сьогодні є значна кількість наукових досліджень з музейної діяльності та використання музеїв як потужного туристичного ресурсу та розвитку туристичних дестинацій.

Системний науковий аналіз розвитку теорії культури та масової культури подано в працях Дж. Сторі (2005); дослідження поглядів туристів та глобалізації, масової культури різних складових музейної діяльності, узагальнення світового та національного досвіду здійснено Дж. Урри (2005). Теоретична реплікація культурології у вітчизняному освітньому дискурсі розглянута О. Кравченко (2010); формування вітчизняної культурної спадщини в музейному просторі висвітлено Ю. Омельченко (2003) та іншими науковцями.

Ґрунтовна наукова концепція музею у сучасному світі та культурно-освітня діяльність музейних закладів подана в наукових працях Є. Ковальчук (2012, 2014). Загальні засади правового регулювання музейної справи в Україні висвітлено О. Копієвською (2008). Роль музеїв у культурному та соціально-економічному розвитку країни проаналізовано О. Кузьмук (2010) та В. Якубовським (2010).

Питання музейної діяльності та музеєзнавства висвітлено в наукових дослідженнях Ф. Вайдахера (2005); Р. Маньковської (2013); Н. Капустіної, Л. Гайда, В. Бекетова, Ю. Малієнко (2005); П. Горішевського, М. Ковалів, В. Мельник, С. Оришко (2005) та ін. Музеї як туристичний ресурс розглянуто в навчальному посібнику В. Бабарицької, А. Короткової, О. Малиновської (2012) та в навчальному посібнику О. Любіцевої, Т. Шпараги (2021) «Музейний туризм». Вартий уваги аналіз впливу пандемії COVID-19 на діяльність музеїв, який виконано Г. Андрощуком (2020), Є. Буцикіною (2020); розгляд діяльності музеїв як туристичного ресурсу в умовах пандемії COVID-19, поданий В. Антоненком, В. Хутким (2021) та ін. Питання реалізації культурологічних музейних проєктів в колишніх промислових об'єктах досліджували М. Штекель (2021) та Ю. Могила, О. Пекарчук (2019).

Виклад основного матеріалу

У добу інформаційного «буму» актуальною проблемою музеїв стало прагнення утримати «планку» суспільної зацікавленості, актуальності й популярності установи серед відвідувачів. У таких реаліях трансформується сама ідея музейної експозиції як чогось непорушного й сталого в часі, з'являється місце для віртуального музею. Багато музеїв за кордоном працюють над постійним оновленням експозиції. Художники та дизайнери перебувають у невпинному творчому пошуку нових ідей, видозміни тла, сюжетно-образної символіки, засобів емоційного відображення й анімації музейних експозицій, доповнення їх новими предметами з відповідною трансформацією логіки побудови всієї композиції та маршрутно-акцентного проведення екскурсійного огляду, використанням різного роду технічних засобів (Ковальчук, 2012).

Ще одна інновація – проведення у музеї суспільно-резонансних презентацій. Традиційними предметами презентацій для українських музеїв може стати випуск нового мистецького каталогу чи альбому, книги відомого вченого, нова археологічна знахідка, переданий до музею експонат тощо.

Нині майбутнє музеїв залежить від об'єднання зусиль держави та громадськості задля розвитку музейної галузі. Перспектива піднесення сучасного музею – це перетворення його на центр громадської активності. Так створюється парадигма взаємозв'язку музеїв та суспільства: музей → суспільство →

група → навчальний заклад/школа → родина. Ця парадигма Є. Ковальчук розкриває взаємозв'язок та порядок впливу сучасних промоцій на суспільство. Інша парадигма Є. Ковальчук розкриває спосіб отримання прибутку музеєм і її напрям змінюється: музей → влада → благодійники → меценати → спонсори → громадські організації (Ковальчук, 2012).

Запровадження культурно-просвітницьких проєктів у основу музейної науково-дослідної діяльності поєднує ці парадигми, результатом чого буде й отримання музеями прибутку, і задоволення потреб суспільства у прагненні пізнання. Також культурно-просвітницькі проєкти покращують основні функції музеїв (освітню та виховну), посилюють резонанс через масову популяризацію музейної діяльності.

Прагнення існування культурно-просвітницьких проєктів спрямоване на скорочення ряду ланок кожної парадигми. Щоб до споживача музейних послуг не проходило довгий час через школи та дітей і не школа формувала прагнення до прекрасного, а таке закладалось безпосередньо в самій родині. Зміна напряму впливу залучить платоспроможне населення до відвідування музеїв, створить необхідні умови для вивчення та ознайомлення з матеріалом, дохідливого сприйняття інформації суспільством. Розширення впливу музейного простору із цієї парадигми на суспільну значущість створить цілком новий клас споживачів послуг, у яких є зацікавленість у цьому.

Інша гілка розвитку притягне меценатів через розгалужену систему співробітництва з іншими музеями, закладами та підприємствами культурного простору, що дасть змогу музейному простору охоплювати ареали далеко за межами його звичного впливу. До таких одиниць впливу належать заклади гостинності та ресторанного спрямування, через які буде відбуватись подальший вплив як на пошук майбутнього споживача послуги, так і додаткових капіталовкладень від меценатів, власників та керівників цих закладів.

Світова практика музейної діяльності, подальший розвиток музейної педагогіки, необхідність пошуку нових форм і видів роботи з дитячою аудиторією – майбутніми відвідувачами, спонукає до створення інтерактивного музею зі спеціальною експозицією для різних вікових дитячих груп, із застосуванням ігрових, театралізованих заходів, гуртків-студій та комп'ютерної техніки, де можна реалізувати науково-освітні та культурно-просвітницькі програми для школярів та студентів (Ковальчук, 2014).

Майбутнє музею суспільство бачить в перетворенні його в науковий і духовний центр туристичної дестинації, виконанні соціальних функцій, адже національна культурна спадщина, пам'ятки історії та культури відіграють важливу роль у розбудові незалежної держави, відродженні духовності та історичної пам'яті.

Важливим завданням сучасного музею є формування музейної культури відвідувача, яка розглядається як ступінь його підготовленості до сприйняття предметної інформації музею, усвідомлення ним цінності оригіналу і специфіки музейної мови, уміння орієнтуватися в музейному середовищі (Ковальчук, 2012).

Серед поширених культурологічних музейних проєктів, які нині підтверджують цей напрям, є науково-просвітницькі музейні конференції, Міжнародний

день музеїв, «Ніч музеїв», тематичні міжкультурні фестивалі, бієнале тощо (Маньковська, 2013).

Наукові та науково-просвітницькі музейні конференції. Не можна повною мірою схарактеризувати як культурологічний проєкт, адже конференції зазвичай не мають розгалуженої системи, але останнім часом явище наукової конференції наповнюється додатковими засобами, спонсорськими коштами, що беруть участь у представленні себе на музейному просторі як однієї з ланок діяльності музеїв. Наукові конференції починають входити в тісний взаємозв'язок з відвідувачами, оскільки стають відкритими для охочих, але водночас не мають добре розробленої рекламної кампанії. Цілком можливо, що з часом наукові конференції переростуть у повноцінні культурологічні проєкти.

Міжнародний день музеїв. Щорічне свято музейництва, яке відзначається 18 травня. Цього дня більшість музеїв працюють безкоштовно і радо показують свої виставкові зали. Вперше Міжнародний день музеїв відсвяткували в усьому світі 1977 року, коли XI Генеральна конференція Міжнародної ради музеїв (ICOM) відбулась у Москві та Ленінграді. Свято дає змогу реалізовувати значну кількість культурно-просвітницьких проєктів, що присвячені цій даті й цим активно займаються музеї світу, які цього дня запроваджують акції, конкурси, додаткові супутні послуги поряд із традиційними екскурсіями.

«Ніч музеїв». Міжнародна акція, яка дозволяє оглянути музейні експозиції вночі, зазвичай присвячена до Міжнародного дня музеїв. Цієї ночі більшість музеїв відкрито для відвідувачів після заходу сонця і майже до ранку. Основна мета акції – показати ресурс, можливості, потенціал сучасних музеїв, залучити молодь.

Тематичні міжкультурні фестивалі. Тематичні фестивалі, зокрема з елементами реконструкції, цілком можна долучити до галузі культурологічних проєктів, адже це масове святкове дійство, що охоплює огляд чи демонстрацію досягнень у певних видах мистецтва, яке має на меті ознайомлення суспільства з шедеврами культури, тобто несе репрезентаційну функцію для туристичної дестинації, етнічної групи, соціальної одиниці.

Бієнале. Одна з провідних виставок сучасного мистецтва; проходить що два непарні роки у Венеції (Італія). У межах бієнале сьогодні проводиться також Венеційський кінофестиваль (щорічний) та Венеційський фестиваль архітектури (по парних роках). Україна бере участь у Венеційській бієнале із 2001 року. Бієнале має розгалужену систему діяльності, яка містить розважальні заходи для відвідувачів, ознайомлення з експозиціями сучасних митців, імпрези провідних акторів театру та кіно. Це фестиваль, який дає змогу наблизити людей до мистецтва.

На сьогодні значним попитом серед маднівників, особливо в умовах пандемії COVID-19, почали користуватись *віртуальні музеї*, коли доступ до експозиції музею користувач може отримати через мережу Інтернет. Спеціально розроблене програмне забезпечення дозволяє відвідувачу побувати в музеях світу не відходячи від власного робочого столу. У таких музеях зазвичай у повному обсязі відображені зали та кімнати музею, в яких розташовані експозиції. Час від часу, як і в реальних музеях, експозиція змінюється. Також серед основних послуг прослуховування екскурсій та семінарів.

Традиційно обидві ключові ролі, притаманні музею, такі як джерело та простір для спілкування науковців (інакше кажучи, як сховище знань) і місце для спілкування науковців із відвідувачами (музеї як джерела інформування та розваг), утілювалися у його фізичному просторі. Однак із розвитком цифрової та гібридної еволюції культурних установ, особливо в межах викликів COVID-19, музеї постали перед нагальною потребою ділитися з віртуальними відвідувачами чимось більшим, створювати нові та сучасніші технології комунікаційного розвитку (Антоненко & Хуткий, 2021).

У новому столітті традиційний статус музею як обізнаного інституційного голосу, що диктує смисли й цінності та не залишає місця для інтерпретації чи відповіді з боку відвідувачів, скасовується. Необхідність вступати в діалог з аудиторією, зокрема за допомогою цифрових технологій, коли майже неможливо дізнатися, хто саме є реципієнтом музею, яке його культурне, освітнє чи соціальне походження, викликає тривалу і складну дискусію серед представників музейної галузі (Буцикіна, 2020).

Велика частина установ на момент початку карантинних заходів уже мала цифрові дані (онлайн-колекції, 360° тури, віртуальні музеї, інтернет-видання, цифрові виставки). Багатьом стала в пригоді платформа Google Arts & Culture (особливо в межах репрезентації традиційних медіумів), що є одним із найефективніших способів для мистецького та історичного музеїв стати цифровими завдяки опції віртуального туру (Антоненко & Хуткий, 2021).

Інноваційна діяльність у межах культурно-просвітницького музейного проєкту дає змогу привернути значну увагу споживачів та глобалізувати музейний простір (Урри, 2005).

Так, останнім часом набули поширення різні культурно-просвітницькі музейні проєкти, що кардинально змінюють культурний простір туристичної дестинації. Прикладом може слугувати вдалий проєкт розміщення музеїв в покинутих індустріальних будівлях, що дає поштовх для розвитку не тільки музею, але й самому району (Штекель, 2021).

Це вже звичайна практика, коли старі об'єкти, заводи чи фабрики, яких позбавили їхньої традиційної функції, перетворюються на культурні заклади – центри сучасного мистецтва, музеї, бібліотеки тощо. Так було в Більбао, в Глазго, в Единбурзі, в Манчестері, у Гданську та інших містах Європи (Кузьмук, 2010).

The Power Plant Contemporary Art Gallery – Торонто, Канада. Заклад, присвячений сучасному мистецтву, було відкрито 1987 року. Будівля, де розташована галерея та інші публічні простори, – це колишня електростанція. З 1926 по 1980 роки індустріальний об'єкт використовувався за призначенням, а потім сім років перебудовувався, щоб стати місцем тяжіння для сучасного мистецтва, освітніх програм та проведення вільного часу жителями цього району. Колишній склад став житловим і офісним будинком – Queen's Quay Terminal.

З самого початку своєї діяльності галерея займається презентацією актуального мистецтва, зокрема канадського. Перетворення колишнього індустріального об'єкта було частиною з реновації набережної Торонто, цим займалась організація Harbourfront Centre – спочатку як королівська, потім як неприбуткова громадська організація. Вона і нині координує діяльність кількох сотень громад-

ських об'єднань та проводить кілька тисяч культурних подій на рік. У самій галереї Power Plant проводять презентації та виставки, там займаються дослідною культурною діяльністю

Sala BHP – Гданськ, Польща, Європейський центр «Солідарності». У 1980 році в цьому будинку на судноверфі підписали договір між урядом польських комуністів і рухом «Солідарність». Раніше судноверф була розташована на околицях міста, сьогодні – посеред Гданська. Будинок Sala BHP був зведений у 1902 році, в ньому озброювали кораблі, що будували на верфі, а також розміщувався склад торпед. Після Другої світової війни тут облаштували спочатку тренувальні приміщення, а потім відкрили музей судноверфі.

Реновацію та часткову перебудову будинок пережив з 2005 по 2010 роки – його перетворили на конференц-центр і сучасний музейний простір. Постійна експозиція присвячена 30-річчю руху «Солідарність», проходять й інші заходи. Судноверф і сама стала культурним простором – ще наприкінці 1990-х років від території підприємства «відокремили» так зване «Нове місто», частину з якого взяв під свій контроль рух «Солідарність». Центр і бібліотека цього руху розташовані неподалік від самої судноверфі, поблизу старих воріт до неї. З 2005 по 2010 роки на колишній ділянці судноверфі проходили концерти світових зірок, зокрема Мадонни, гурту Scorpions, гітариста Девіда Гілмора та мультиінструменталіста Жан-Мішель Жара. На території колишньої судноверфі проклали туристичні маршрути, її об'єкти внесли до реєстру пам'яток. У 2019 році девелопери придбали в «Новому місті» декілька ділянок для забудови – понад тисячу житлових апартаментів та офісної нерухомості.

The Arches – Глазго, Велика Британія. Існував з 1991 по 2015 роки. Культурний простір із барами, театрами, нічними клубами та концертними майданчиками відкрили під залізничним вокзалом міста. Спочатку там провели виставку, присвячену історії міста, а потім ділянку викупив театральний режисер Енді Арнольд, який став першим артдиректором культурного простору. В роботі простору поєднувались розважальні заходи й театральні вистави. У своєму життєписі, який зберігся в інтернет-архіві, творці The Arches пишуть, що 85 % бюджету забезпечували нічні клуби, бари, концерти та ресторани, а всі доходи група інвестувала в розвиток мистецтва. На сцені ставили як класиків сучасного театру, так і роботи актуальних авторів зі всієї країни. Коли у 2015 році The Arches позбавили ліцензії на роботу нічного клубу, простір передали у зовнішнє керування. У 2018 році простір знову відкрився як торговельний і ресторанный центр. Концертний майданчик також працює – на листопад-грудень 2021 року заплановано кілька триб'ют-концертів.

Музей просто неба у Маямі. Приклад реновацій районів після переміщення туди музеїв. Сам район Вінвуд до початку XXI ст. був робітничим, в ньому здебільшого жили мігранти. Місцеві мешканці неодноразово скаржились на відсутність парків, басейнів чи бібліотек. Тут працювали індустріальні підприємства, а наприкінці 1980–1990-х років район став зовсім небезпечним для туристів і мешканців. На початку 2000-х років у районі почали відкриватись артгалереї, а у 2003-му тут з'явилась своя артасоціація кураторів й галеристів. Втім найвідомішим елементом району є його графіті. У 2009 році тут відкрили так званий Wynwood

Walls – величезну колекцію стріт-арту просто неба. Автор цієї ідеї Т. Голдман хотів зберегти пішохідний потенціал району та зробити його привабливим для прогулянок. Навіть після смерті Т. Голдмана збереглася традиція проводити екскурсії для туристів і місцевих мешканців, щоб показати мурали й графіті в районі Вінвуд, що охоплює 50 кварталів. Район залишається вкрай популярним серед інстаблогерів. Артінфраструктура супроводжується розважальним туристичним контекстом – барами, кафе, магазинами та ресторанами. Однак вже з 2018 року не всі галеристи витримують джентрифікацію та закривають свої бізнеси.

Класичним прикладом ревіталізації навіть не району чи міста, а цілого регіону за допомогою креативної індустрії є Рурська область у Німеччині. Традиційно в цьому регіоні видобували вугілля та виробляли сталь, але у другій половині ХХ ст. поступово почали змінювати обличчя і суть регіону – зробили виробництво технологічно просунутим і з ХХІ ст. регіон стає культурною столицею Європи.

Сьогодні практиці давати друге життя закинутим об'єктам, здебільшого індустріальним, присвячена діяльність Trans Europe Halles – організації, що об'єднує по всій Європі культурні центри. Нині в організації 39 членів, зокрема українська «Ізоляція». Trans Europe Halles об'єднує дуже інституції, наприклад є театральна трупа, що взяла собі закинуту комору і робить там театральні вистави Plum Yard/Švestkový Dvůr (Чехія). Є також більші проекти, типу Fabrika в Тбілісі – там і коворкінг, і нічний клуб, і виставковий простір, і освітні проекти. У деяких випадках артінституції дають частину приміщень в оренду під торгівлю чи концерти, а в деяких, здебільшого у північноєвропейських країнах, вони мають бюджетне фінансування. Зазвичай коли в депресивний район міста «приходить» мистецтво, він поступово стає дорожчим і престижним.

В Україні вже існують чудові приклади музеїв сучасного мистецтва. Наприкінці 1980-х років була створена галерея «ТІС», в 1990-х – «Центр сучасного мистецтва Сороса», потім – галерея Гельмана в Києві (Штекель, 2021).

Київський досвід реновації та ревіталізації – Довженко-центр. Це успішний приклад ревіталізації колишнього індустріального приміщення і перетворення його на культурний кластер. Досвід реновації індустріального об'єкта і території навколо нього є і в Україні – це Національний центр Олександра Довженка. Він розташований на території колишньої фабрики кінокопіювання й існує з 1994 року, проте лише з 2014 року, після призначення директором І. Козленка, центр почав перетворюватись з сервісного державного підприємства, яке має копіювати та зберігати український фільмофонд у справжню культурну установу. Тут відкрили театральний простір, Музей кіно, книжкову крамницю, медіатеку та дослідницький центр. Вже кілька років поспіль колишня фабрика функціонує і як фонд, де зберігаються кінонадбання України, і як культурний центр. Довженко-центр розташований доволі далеко від центру Києва, навпроти Голосіївського парку. Він розташований у колишній індустріальній будівлі, а решта фабрики, яка колись займала цілий квартал, віддана під забудову житловими будинками. Близькість Довженко-центру до нового житлового комплексу використовується забудовниками як додаткова привабливість району. У Довженко-центрі є і дитячі програми, і програми для дорослих, затишні кав'ярні – все, щоб людина

йшла до культурного закладу за будь-яких умов. Додає привабливості центру фестиваль цифрового мистецтва «Novembre Numerique».

Ще одним прикладом ревіталізації колишнього індустріального приміщення і перетворення його на культурний кластер є проєкт створення філії Одеського художнього музею в колишньому заводському комплексі неподалік від центру міста. Впродовж кількох років тут мають розгорнути філіал із сучасним мистецтвом, за рік вже закупили понад 500 картин. Щоб отримати найкращий варіант реновації заводу, музей та Міністерство культури проведуть відкритий архітектурний конкурс. До проєкту будуть залучені архітектори й митці, ландшафтні дизайнери. Територію навколо майбутнього філіалу Одеського художнього музею стратегічно також планують віддати під житлову забудову – музей поряд із житловими комплексами робить їх цікавими для покупців та впливає на сам мікрорайон. Конструктивно будівля колишніх цехів в гарному стані, її ремонт та переобладнання профінансують в межах програми «Велике будівництво». І вже за два роки в Одеського художнього музею з'явився філіал, присвячений мистецтву ХХ–ХХІ ст.

Два приміщення майбутнього музею в Одесі розташовані на відстані кількох трамвайних зупинок – їхати близько 20 хв. В новому філіалі музею можна буде розмістити й реставраційні майстерні, і художні резиденції, і тематичні кав'ярні з крамницями – площа втричі більша від старого корпусу Одеського художнього музею. На території заводу також є два ангари, які могли б «закрити» нестачу в Одесі сучасного великого залу для концертів чи інших культурних заходів.

Реставрація палацу Потоцьких, де розташовано Одеський художній музей, має розпочатися у 2022 році та триватиме близько 5 років. Саме тому так важливо мати ще один майданчик, де можна було б принаймні частково експонувати колекцію художнього музею – без постійної роботи культурний заклад може деградувати. В ідеалі за 5 років будуть працювати обидва філіали – в старому приміщенні залишиться мистецтво XVI–XIX ст., а в новому постіндустріальному приміщенні – мистецтво ХХ–ХХІ ст. (Штекель, 2021).

Заслугує особливої уваги проєкт розвитку розважально-рекреаційної, туристичної функції на території промислових об'єктів, розташованих у середній частині Львова, який забезпечить розосередження потоку людей та зменшить навантаження на історичний центр міста. В процесі ревіталізації та трансформації колишньої промислової території міста Львів у культурний простір враховано особливості сформованого архітектурного середовища сучасного Львова. У 2015 році територію заводу «Галичскло», площею 2 га, придбала мережа «!FEST» та реалізувала на цьому місці проєкт ревіталізації *!FESTrepublic*. Головна ціль цього проєкту – підвищення атрактивності території міста, щоб туристи та львів'яни могли цікаво проводити час за межами площі Ринок. Новий культурний простір розташований за 3 км від центральної частини Львова. *!FESTrepublic* – це креативний простір, який забезпечує комфортне середовище для праці та відпочинку працівників компанії та туристів. В основу *!FESTrepublic* покладено концепцію «містечка», де кожен працівник має власну адресу з номером будинку та вулиці. Крім офісних приміщень, на території об'єкта передбачено влаштування музею скла, концертного залу, ресторану, виробничих майстерень, складів, а також пекарні.

Частину проекту реалізовано і вона вже функціонує, а на іншій досі проводять ремонтні роботи. Використання підходів ревіталізації до різних промислових територій допоможе Львову розвиватися та покращувати свій туристичний імідж (Могила & Пекарчук, 2019).

Музейна діяльність в сучасному просторі туристичної дестинації – це перспективний туристичний ресурс, в якому існує багато невирішених проблемних питань, серед яких недосконале нормативно-правове регулювання, проблеми збереження матеріальних пам'яток та реставрація; відсутність чіткої структуризації музею; проблеми фінансування та інші.

Проблема фінансування свідчить про те, що не всі музеї можуть самоокупитись через власну діяльність. Хоча згідно з законодавством музеї можуть здійснювати широкий спектр послуг та діяльності, це не дає їм можливості розширювати музейний простір, збільшувати кількість відвідувачів, а відповідно отримувати прибуток.

Існують різні інструменти та проекти для досягнення фінансової сталості музейного закладу, більшість з яких потребує початкових ресурсів, інвестицій або знайомств. Але водночас існують інструменти та механізми підвищення ефективності, доступні кожному українському музею.

Є великий розрив між українським музеєм сьогодні та яким стейкхолдери хочуть бачити його в майбутньому. В будь-якому разі великі зміни починаються з простих кроків, для яких не потрібні великі кошти, але потрібна рішучість та віра працівників музейних закладів у своїх відвідувачів – туристів та екскурсантів.

Цікавим є узагальненням досвіду підвищення ефективності діяльності музейного закладу, зроблене заступником директора Одеського художнього музею О. Ковальчук: *10 кроків до сталості, доступні кожному музею*:

1. *Збільшуємо вартість вхідного квитка.* У багатьох музеях України вхідні квитки коштують від 5 до 25 грн. Для того, щоб збалансувати збільшення вартості квитків, важливо правильно розробити програму пільг та запровадити дні безкоштовних відвідувань.

2. *Впроваджуємо зручний день безкоштовного відвідування.* Зазвичай в українських музеях дні безкоштовного відвідування не мають чіткого графіка або ж проходять у будні. Справедливо проводити їх у вихідні, коли мешканці міста можуть прийти з друзями чи родинами. Звичайно, виникає страх, ніби люди, маючи один безкоштовний вхід на місяць, зовсім перестануть ходити за гроші. Але практика показує: чим більше людей приходять у безкоштовні дні, тим більше – в інші. Це працює через сарафанне радіо, соціальні мережі. Люди радіють можливості зробити селфі в музеї, розповісти друзям і знайомим. Таким чином все більше людей розуміють, що відвідувати музей приємно, цікаво та потрібно.

3. *Збільшуємо вартість послуг.* У Бердянському художньому музеї імені Бродського у 2021 році збільшили вартість екскурсій з 50 до 150 грн. Попри це люди почали замовляти їх більше. Хоч туристичний сезон у місті був слабкий через пандемію, підвищення цін на послуги позитивно відбилося на фінансовій сталості музею.

4. *Розширюємо пільгову категорію.* В Одеському художньому музеї визначили категорії людей, які можуть отримати 50 % знижки або повністю безкоштовний

квиток: діти молодше 7 років; пенсіонери; особи з інвалідністю; студенти художніх ЗВО, училищ, шкіл; співробітники музеїв України; журналісти; члени родин загиблих поліцейських або пожежників; військовослужбовці, ветерани та учасники війни; внутрішньо переміщені особи; багатодітні сім'ї, сироти.

5. *Дозволяємо фотографування.* Чому фотографування потрібне? В такий спосіб поширюється інформація про музей. Музею не потрібно платити за кожну згадку у соціальних мережах – відвідувачі роблять це самостійно та безкоштовно. Важливо заохочувати відвідувачів ставати амбасадорами музею, щоб вони поверталися та приводили з собою інших. До того ж плата за фотографування може сприйматися образливо. Звичайно, відвідувачам слід пам'ятати про збереження експонатів та робити фотографування без спалаху.

6. *Визначаємо бестселери: історії, враження, імена.* Необхідно визначити, що є головним магнітом, який притягує відвідувачів до музею. В Одеському художньому музеї це грот. Багатьох відвідувачів грот більше цікавить як розвага, ніж культурний проєкт. Втім працівники музею все одно під час екскурсій в грот розповідають історію міста та музею. І після цього відвідувачі вмотивовані повернутися й побачити весь музей та його колекцію.

Сама колекція музею теж може стати магнітом для відвідувачів. У кожного музею завжди є щось унікальне. Наприклад, у багатьох українських музеїв є роботи І. Айвазовського. Більшість людей прийдуть на подію, присвячену творчості художника, саме тому, що чули його ім'я. Можливо, в туристичній дестинації є цікава особистість або історія, здатна привернути увагу відвідувачів. Можна зробити серію заходів, присвячену різним історико-культурним темам, щоб побачити, що людей зацікавило найбільше. Зрозумівши, яка тема є вашим бестселером, важливо зуміти її запакувати для різних аудиторій: дітей, підлітків, дорослих. Одну й ту саму історію важливо вміти розповідати різними мовами, зрозумілими різним групам.

7. *Робимо найпопулярніші заходи регулярними.* Організуючи одноразовий захід, працівники музею багато зусиль спрямовують на створення навколо нього історії, яка швидко завершується разом із ним. Якщо ж проводити захід, наприклад, щосуботи чи щонеділі, в найзручніший для відвідувачів час, то люди, які перші його відвідали, поділяться враженнями у соцмережах, що приверне увагу нових відвідувачів. Наприклад, в Одеському художньому музеї є постійні екскурсії для знайомства з основною експозицією та кураторські екскурсії виставками, які музей проводить в суботу о 14:00. І відвідувачі вже пам'ятають, що під час будь-якого кураторського проєкту вони можуть прийти в суботу о другій годині в музей і дізнатися про нову експозицію від куратора. Про основну колекцію музею відвідувачам розповідають щосуботи о 17:00.

8. *Вінілові магніти – гарний старт сувенірної крамниці.* Сувенірна крамниця – важливий сегмент роботи музею, адже саме через сувеніри відвідувач приносить спогад про музей додому. Сувеніри обов'язково мають бути якісними та естетичними. Хоч і здається, що магніти вже всім набридли, однак з досвіду працівників музеїв, їх добре купують. У багатьох поліграфіях зараз друкують магніти на вінілі. У цього матеріалу є багато переваг: вам не потрібен мінімальний наклад, магніти виходять акуратними та за мінімальною собівартістю.

9. *Перевіряємо, чи сучасно виглядає ваша комунікація.* Відомо, що українські музеї недостатньо фінансуються, через що вони не мають змоги залучати гарних спеціалістів з комунікацій для просування музеїв. Водночас локальні культурологічні спільноти стають проактивними в комунікаціях, поширюється волонтерство. Вся візуальна комунікація музею (банери, афіші, логотип, буклети) має бути естетичною та сучасною.

10. *Залучаємо партнерів.* Музеям дуже потрібна співпраця з громадськими організаціями або окремими відомими особистостями. Це може бути проведення лекцій та екскурсій людьми, які не пов'язані з мистецтвознавством, але є відомими істориками, літераторами, інтелектуалами, лідерами думок. Зазвичай музеї долучають їх до заходів на волонтерських засадах. Така співпраця можлива тільки за умови, що музей буде дружнім простором для відвідувачів. Від цього залежить, повернуться відвідувачі до музею чи ні (Морі, 2021).

Пошуки власного рішення підвищення ефективності музейного закладу – це кропітка повсякденна спільна робота працівників музею. Часто музеї вдаються до різноманітних засобів заохочення нових сегментів в період пандемії COVID-19. Основні теми: відволікання від тривоги, просвіта та гумор. Це зробило музеї доступними та релевантними для ширшої аудиторії. Пандемія також визначила культурні пріоритети багатьох прихильників культури і мистецтв. З'ясовано, що в музей хочуть ходити та з задоволенням ходять онлайн мільйони відвідувачів.

У музеїв давно є потреба відбирати глядачів і виховувати їх. Драматичний досвід виживання музеїв у період пандемії COVID-19 трансформує сучасний культурний простір туристичної дестинації, змінює суспільство.

Висновки

Культурно-просвітницький музейний проект – це інноваційний напрям, здатний збільшувати резонанс музейної діяльності, тобто підсилювати його виховну та освітню функцію й зробити матеріал доступнішим та зрозумілішим для споживача музейної послуги – туристів і екскурсантів.

Парадигма діяльності музеїв та впливу потенційних споживачів через школи за допомогою культурно-просвітницького проекту розширює свій вплив на широкі верстви населення, розвиваючи у них інтерес до отримання культурно-просвітницької інформації.

Культурно-просвітницькі музейні проекти – поширене явище як в Україні, так і у світі. Вони мають різний масштаб, види та способи впливу на споживачів, проводяться у різноманітних форматах, проте досі не систематизовано основні проблеми реалізації зазначених культурно-просвітницьких проектів. Ці аспекти повною мірою розкриваються на етапі розробки та планування культурно-просвітницького проекту, його реалізації в сучасному музейному просторі, що дає змогу проаналізувати результат діяльності зазначених проектів на розвиток туристичної дестинації. Майбутнє музею суспільство бачить в перетворенні його в науковий і духовний центр туристичної дестинації, виконанні соціальних функцій, адже національна культурна спадщина, пам'ятки історії та культури відіграють важливу роль у розбудові незалежної держави, відродженні духовності та історичної пам'яті.

Список бібліографічних посилань

- Андрощук, Г. (2020, 22 червня). COVID-19 і музеї: економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. Юридична газета online. <https://cutt.ly/JYCRlyg>
- Антоненко, В. С., & Хуткий, В. О. (2021). Музеї як туристичний ресурс в умовах пандемії COVID-19: виклики та нові можливості. *Вісник КНУКІМ. Серія: Туризм*, 4(1), 54–73.
- Бабарицька, В. К., Короткова, А. Я., & Малиновська, О. Ю. (2012). *Екскурсознавство і музеєзнавство* (2-ге вид.). Альтерпрес.
- Буцикіна, Є. (2020, 6 серпня). *Музеї після локдауну: відкриваючи нові напрямки руху*. Koridor. Журнал про сучасну культуру. <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/museums-after-lock-down.html>
- Вайдахер, Ф. (2005). *Загальна музеологія* (В. Лозинський, О. Лянг, & Х. Назаркевич, Пер.). Літопис.
- Горішевський, П., Ковалів, М., Мельник, В., & Оришко, С. (2005). *Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв*. Плай.
- Капустіна, Н. І., Гайда, Л. О., Бекетова, В. М., & Малієнко, Ю. М. (2005). *Музей і відвідувач: Методологічні розробки, сценарії, концепції*. Дніпропетровський історичний музей ім. Д. І. Яворницького.
- Ковальчук, Є. І. (2012). Музей у сучасному світі: розробка наукової концепції. *Волинський музейний вісник*, 3, 17–22.
- Ковальчук, Є. І. (2014). Культурно-освітня діяльність музейних закладів як складова музейної комунікації (за результатами соціологічних досліджень Волинського краєзнавчого музею). *Волинський музейний вісник: Музеї у дослідженні та збереженні пам'яток культурної спадщини західноукраїнських етнічних земель*, 4, 73–76.
- Копієвська, О. Р. (2008). Загальні засади правового регулювання музейної справи в Україні. *Наше право*, 1, 51–55.
- Кравченко, О. В. (2010). Теоретична реплікація культурології у вітчизняному освітньому дискурсі. *Культура України*, 30, 38–47.
- Кузьмук, О. (2010, 26 січня). *Роль музеїв у культурному та соціально-економічному розвитку країни: зарубіжний досвід*: Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://cutt.ly/5YCYzPG>
- Любіцева, О., & Шпарага, Т. (2021). *Музейний туризм*. Альтерпрес.
- Маньковська, Р. (2013). Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*, 3, 75–84.
- Могила, Ю. А., & Пекарчук, О. П. (2019). Пристосування промислових територій Львова до сучасних умов. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : Архітектура*, 1(2), 63–69.
- Морі, Є. (2021, 26 січня). *10 кроків до сталості, доступні кожному музею – корисний гайд від Олександри Ковальчук*. <https://cutt.ly/RycYmQr>
- Омельченко Ю. А. (2003). Формування вітчизняної культурної спадщини. *Vita Antiqua*, (5–6), 219–230.
- Сторі, Дж. (2005). *Теорія культури та масова культура*. Вступний курс. Акта.
- Урри, Дж. (2005). Взгляд туриста и глобализация. В В. В. Зверева (Ред.), *Массовая культура: современные западные исследования* (с. 136–150). Прагматика культуры.

Штекель, М. (2021, 23 листопада). Як музеї покращують депресивні райони: у світі, в Україні, зокрема в Одесі. <https://www.radiosvoboda.org/a/new-museum-odesa-contemporary/31573925.html>

Якубовський, В. І. (2010). *Музеєзнавство* (2-ге вид.). ПП Мошак М. І.

References

- Androshchuk, H. (2020, Juni 22). *COVID-19 i muzei: ekonomichniy vplyv, tsyfrovizatsiia, komunikatsiia, bezpeka [COVID-19 and museums: economic impact, digitalization, communication, security]*. Yurydychna hazeta online. <https://cutt.ly/JYCRIly> [in Ukrainian].
- Antonenko, V. S., & Khutkyi, V. O. (2021). Muzei yak turystychnyi resurs v umovakh pandemii COVID-19: vyklyky ta novi mozhlyvosti [Museums as a tourist resource in the conditions of the COVID-19 pandemic: challenges and new opportunities]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism*, 4(1), 54–73 [in Ukrainian].
- Babarytska, V. K., Korotkova, A. Ya., & Malynovska, O. Yu. (2012). *Ekskursoznavstvo i muzeieznnavstvo [Guided Tours and Museum Studie]* (2nd ed.). Alterpres [in Ukrainian].
- Butsykina, Ye. (2020, August 6). *Muzei pislia lokdaunu: vidkryvaiuchy novi napriamky rukhu [Museums after the lockdown: opening new direction]*. Koridor. Zhurnal pro suchasnu kulturu. <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/museums-after-lock-down.html> [in Ukrainian].
- Horishevskiy, P., Kovaliv, M., V. Melnyk, V., & Oryshko, S. (2005). *Osnovy muzeieznnavstva, marketynhu ta reklamno-informatsiinoi diialnosti muzeiv [Fundamentals of Museum Studies, Marketing and Advertising and Information Activities of Museu]*. Plai [in Ukrainian].
- Kapustina, N. I., Haida, L. O., Beketova, V. M., & Maliienko, Yu. M. (2005). *Muzei i vidviduvach [Museum and Visitor]: Methodological developments, scenarios, concepts*. Dnipropetrovskiy istorychnyi muzei im. D. I. Yavornytskoho [in Ukrainian].
- Kopiiivska, O. R. (2008). Zahalni zasady pravovoho rehuliuвання muzeinoi spravy v Ukraini [General principles of legal regulation of museum affairs in Ukraine]. *Our Law*, 1, 51–55 [in Ukrainian].
- Kovalchuk, Ye. I. (2012). Muzei u suchasnomu sviti: rozrobka naukovoї kontseptsii [Museum in the modern world: development of a scientific concept]. *Volynskiy Muzeinyi Visnyk*, 3, 17–22 [in Ukrainian].
- Kovalchuk, Ye. I. (2014). Kulturno-osvitnia diialnist muzeinykh zakladiv yak skladova muzeinoi komunikatsii (za rezultatamy sotsioloichnykh doslidzhen Volynskoho kraieznavchoho muzeiu) [Cultural and educational activities of museum institutions as a component of museum communication (according to the results of sociological research of the Volyn Museum of Local Lore)]. *Volynskiy Muzeinyi Visnyk: Muzei u Doslidzhenni ta Zberezheni Pam'iatok Kulturnoi Spadshchyny Zakhidnoukrainskykh Etnichnykh Zemel*, 4, 73–76 [in Ukrainian].
- Kravchenko, O. V. (2010). Teoretychna replikatsiia kulturolohii u vitchyznianomu osvitnomu dyskursi [Theoretical replication of culturology in the domestic educational discourse]. *Kultura Ukrainy*, 30, 38–47 [in Ukrainian].
- Kuzmuk, O. (2010, January 26). *Rol muzeiv u kulturnomu ta sotsialno-ekonomichnomu rozvytku krainy: zarubizhnyi dosvid [The role of museums in the cultural and socio-economic*

- development of the country: foreign experience*]: Analytical note. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. <https://cutt.ly/5YCYzPG> [in Ukrainian].
- Liubitseva, O., & Shparaha, T. (2021). *Muzeinyi turyzm [Museum Tourism]*. Alterpres [in Ukrainian].
- Mankovska, R. (2013). Suchasni muzeini komunikatsii ta perspektyvy yikh rozvytku [Modern museum communications and prospects for their development]. *Kraieznavstvo*, 3, 75–84 [in Ukrainian].
- Mohyla, Yu. A., & Pekarchuk, O. P. (2019). Prystosuvannia promyslovykh terytorii Lvova do suchasnykh umov [Adaptation of Lviv's industrial territories to modern conditions]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series of Architecture*, 1(2), 63–69 [in Ukrainian].
- Mori, Ye. (2021, January 26). *10 krokiv do stalosti, dostupni kozhnomu muzeiu – korysnyi haid vid Oleksandry Kovalchuk [10 steps to sustainability, available to every museum – a useful guide from Alexandra Kovalchuk]*. <https://cutt.ly/RYCYmQr> [in Ukrainian].
- Omelchenko, Yu. A. (2003). Formuvannia vitchyznianoï kulturnoi spadshchyny [Formation of national cultural heritage]. *Vita Antiqua*, (5–6), 219–230 [in Ukrainian].
- Shtekel, M. (2021, November 23). *Yak muzei pokrashchuiut depresyvni raiony: u sviti, v Ukraini, zokrema v Odesi [How museums improve depressed areas: in the world, in Ukraine, in particular in Odessa]*. <https://www.radiosvoboda.org/a/new-museum-odesa-contemporary/31573925.html> [in Ukrainian].
- Storey, J. (2005). *Teoriia kultury ta masova kultura. Vstupnyi kurs [Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction]*. Akta [in Ukrainian].
- Urry, J. (2005). Vzgl'yad turista i globalizatsiya [Tourist perspective and globalization]. In V. V. Zvereva (Ed.), *Massovaya kul'tura: sovremennye zapadnye issledovaniya [Popular Culture: Contemporary Western Studies]* (pp. 136–150). Pragmatika kul'tury [in Russian].
- Vaidakher, F. (2005). *Zahalna muzeielohiia [General Museology]* (V. Lozynskiy, O. Lianh, & Kh. Nazarkevych, Trans.). Litopys [in Ukrainian].
- Yakubovskiy, V. I. (2010). *Muzeieznavstvo [Museum Studies]* (2nd ed.). PP Moshak M. I. [in Ukrainian].

MUSEUMS AS A TOURIST RESOURCE: CULTURAL AND EDUCATIONAL PROJECTS IN THE MODERN CULTURAL SPACE OF A TOURIST DESTINATION

Volodymyr Antonenko^{1a}, Volodymyr Khutkyi^{2a}

¹ Doctor of Sciences in Geography, Professor, Head of the International Tourism Department;
e-mail: antvs@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6819-488X

² PhD Student; e-mail: businesslife@bigmir.net; ORCID: 0000-0001-9500-4191

^a Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

Abstract

The paper highlights and analyzes the world and domestic experience in the implementation of cultural and educational museum projects in the modern cultural space of tourist destinations.

The introduction of cultural and educational projects based on museum activities contributes to the profits of museums and meet the needs of society in the pursuit of knowledge. Also, the cultural and educational project improves the basic functions of museums (educational and upbringing), strengthens the resonance through the mass promotion of museum activities.

Common cultural museum projects include scientific and educational museum conferences, International Museum Day, Museum Night, thematic intercultural festivals, biennials, etc. It has been proved that in recent decades various cultural museum projects have become widespread, which radically change the cultural space of a tourist destination. An example is a successful project of placing museums in abandoned industrial buildings, which gives impetus to the development not only of the museum, but also the area itself, sometimes depressed. The article considers examples of such projects in the world and Ukraine.

For many museum institutions, the COVID-19 pandemic and its implications for the cultural sphere as a whole is a challenge that needs to be used to rethink its activities, to introduce new methods of communication with potential museum visitors.

Keywords: museum activity; museums as a tourist resource; cultural and educational museum project; cultural revitalization of abandoned industrial buildings; pandemic COVID-19

Наукове видання

**ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**Серія:
Туризм**

Науковий журнал

2021 Том 4 № 2

Scientific publication

**BULLETIN
OF KYIV NATIONAL UNIVERSITY
OF CULTURE AND ARTS**

**Series in
Tourism**

Scientific journal

2021 Volume 4 No 2

Підписано до друку: 29.12.2021. Формат 70x100¹/₁₆
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітури Roboto, Times New Roman, Cambria Math.
Ум. друк. арк. 7,96. Обл.-вид. арк. 6,46.
Наклад 300 примірників
Замовлення № 4788

Видавничий центр КНУКІМ
Видавець Київський національний університет культури і мистецтв
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів
видавничої продукції, серія ДК № 4776 від 09.10.2014