



УДК 379.85(477.74)

DOI <https://doi.org/10.15407/nz2020.05.1071>

РОЛЬ ТУРИЗМУ В ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ БОЙКІВЩИНИ

Ярослава КОРОБЕЙНИКОВА

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-4882-8611>

к. г. н., доцент;

Івано-Франківський національний технічний

університет нафти і газу,

кафедра туризму,

вул. Карпатська, 15, 76000, Івано-Франківськ, Україна,

yaroslava.korob@gmail.com;

Ольга НИКОДЮК

здобувач вищої освіти,

Івано-Франківський національний технічний

університет нафти і газу,

кафедра туризму,

вул. Карпатська, 15, 76000, Івано-Франківськ, Україна,

olhanyakodiuk@gmail.com

Мета дослідження: на основі аналізу попиту на етнічні продукти Бойківщини обґрунтувати значення туризму в популяризації культурної спадщини Бойківщини та запропонувати форми її використання в туризмі. Об'єктом дослідження є сукупність елементів культурної спадщини Бойківщини як туристичний ресурс. *Предмет дослідження* — форми залучення елементів культурної спадщини Бойківщини в туристичну діяльність.

Методи. На основі аналізу пошукової системи google trend виявлено зацікавленість Бойківщиною як етнографічним регіоном серед вітчизняних та іноземних потенційних туристів. Зацікавлення викликають елементи культурної спадщини, в тому числі і зразки народного мистецтва. Проаналізовано роль основних стейкхолдерів процесу збереження культурної спадщини в умовах децентралізації, а також позитивні та негативні аспекти використання культурної спадщини в туризмі, роль територіальних громад в популяризації елементів культурної спадщини.

Ключові слова: культурна спадщина, Бойківщина, етнографічний туризм, туристичний ресурс, пошукові інтернет системи, стейкхолдери.

Yaroslava KOROBEINYKOVA, Olha NYKODIUK
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-4882-8611>
Ph. D., Associate Professor; higher education seeker,
Ivano-Frankivsk National Technical University
of Oil and Gas, Department of Tourism
yaroslava.korob@gmail.com; olhanyakodiuk@gmail.com

THE ROLE OF TOURISM IN POPULARIZING THE CULTURAL HERITAGE OF BOYKIVSHCHYNA

The article substantiated the positive role of tourism in popularizing the cultural heritage of Boykivshchyna.

Problem Statement. Cultural heritage is a vital resource for the prosperity of local and regional development, including tourism. Tourism can be considered as an effective factor that contributes to the acquaintance with cultural heritage. Therefore, research aimed at developing methodological bases for balanced interaction of cultural heritage management processes and development of tourism activities based on its use is relevant.

The purpose of research: based on the analysis of demand for ethnic products of Boykivshchyna to substantiate the importance of tourism in the promotion of cultural heritage of Boykivshchyna and to suggest forms of their use in tourism. *The object of research* is the totality of the cultural heritage of Boykivshchyna as a tourist resource. *The subject of research* is forms of involvement of elements of cultural heritage of Boykivshchyna in tourist activity.

Methods. Based on the analysis of the google trend search engine, the interest in Boykivshchyna as an ethnographic region among domestic and foreign potential tourists was revealed. Elements of cultural heritage are of interest, including samples of folk art. The positive and negative aspects of the use of cultural heritage in tourism and the role of territorial communities in the promotion of elements of cultural heritage are analyzed.

Results. The authors proposed forms of using elements of tangible and intangible cultural heritage in tourism on the example of Boykivshchyna: holding ethno-festivals, organizing tours, conducting master classes on the production of applied arts in museums and cooking traditional dishes in restaurants, organizing animation programs with elements of folk art.

Conclusion. Preservation of cultural heritage and its rational use are crucial for the sustainable attraction of tourist flows and the improvement of socio-economic indicators of the regions. The database can be used by all stakeholders and beneficiaries of cultural heritage and tourism activities: tourism entities, local governments, managers in the field of culture and preservation of monuments. The intensification of ethnographic tourism throughout the Boyko region can contribute to the rise of other sectors of the tourism industry and will certainly have a positive impact on the preservation and reproduction of cultural heritage.

Keywords: cultural heritage, Boykivshchyna, ethnographic tourism, tourist resource, web search engine, stakeholders.

Вступ. Культурна спадщина є життєво важливим ресурсом для процвітання місцевого та регіонального розвитку, включно з туризмом. З економічної точки зору туризм розглядається як важливий чинник розвитку регіонів, які мають значний природний та історико-культурний потенціал. Туристична галузь збільшує обсяги продажу та кількість послуг у пов'язаних з туризмом галузях (наприклад, оптова і роздрібна торгівля, будівництво, транспорт, громадське харчування тощо), економіка регіону тим самим отримує додаткові доходи. Туризм також розглядається як ефективний механізм збереження та розвитку культурної спадщини людства, сприяє її збереженню, поширенню культурних цінностей, взаєморозуміння та зростання патріотичності громадян. Реалізація програм щодо використання культурної спадщини регіону у туризмі може вирішити проблему сезонного коливання попиту — шляхом пропозиції різноманітних форм міжсезонного туризму, які передбачають використання елементів культури. Туризм можна розглядати як ефективний чинник, що сприяє ознайомленню з культурною спадщиною. Так, найбільшу перевагу для туристських поїздок отримали об'єкти і явища, що входять до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Тому актуальними є дослідження, спрямовані на розроблення методологічних основ збалансованої взаємодії процесів менеджменту культурної спадщини та розвитку туристичної діяльності на основі її використання. *Мета дослідження:* на основі аналізу попиту на етнічні продукти Бойківщини обґрунтувати значення туризму в популяризації культурної спадщини Бойківщини та запропонувати форми їх використання в туризмі. *Об'єктом дослідження* є сукупність культурної спадщини Бойківщини як туристичний ресурс. *Предмет дослідження* — форми залучення елементів культурної спадщини Бойківщини в туристичну діяльність.

Основна частина. В туризмі є достатньо прагматичний підхід до регіональних культурних цінностей — вони вписуються в контекст так званого культурного надбання чи культурної спадщини [1]. Більшість вчених з цієї галузі вважає, що багатство культурної спадщини може і має використовуватися шляхом створення доданої вартості культурними цінностями. Туризм може стати в цьому ефективним засобом, враховувати різницю між туристичною

діяльністю, яка є економічною чи комерційною та культурною, до якої належить пам'яткоохоронна, музейна діяльність, що мають слабу комерційну основу [2; 3; 4]. Відповідно до статті 4 Глобального кодексу туризму, «Діяльність туризму має бути спланована таким чином, щоб сприяти збереженню і розвитку традиційних культурних продуктів, ремесел і фольклору, а не вести до їх виродження та стандартизації» [5].

Пам'ятка, яка не зберігається належним чином та не функціонує, поступово руйнується та втрачає своє значення. Залучення ж пам'яток в туристичну діяльність включає пам'ятку в сферу людської культури як своєрідний винятковий прояв людської діяльності, який необхідно зберегти для майбутніх поколінь. Прихований в історико-культурній спадщині економічний потенціал може й навіть повинен бути використаний у сучасній економічній системі, так залучення пам'яток історії та культури до туристичної галузі дає можливість отримати певні кошти для їх утримання, реставрації або ремонту. Менеджмент багатьох об'єктів культурної спадщини та музеїв наразі вважають зайвим займатися діяльністю, яка не входить в комплекс охоронних заходів, та не зацікавлений у ширшій взаємодії з громадою та туристичним сектором. Іноді конфронтація виникає через різні засади і вартості, на яких будуються ці види діяльності, місці пам'яткоохоронних інституцій та комерційний характер туристичних інституцій.

Специфіка формування продуктів культурної спадщини полягає також у тому, що пріоритетними у цьому процесі стають потреби споживача (власника або користувача). Це відрізняє культурну спадщину від інших продуктів на ринку, де відправною точкою є аналіз потреб споживачів.

Поєднання споживчих властивостей та необхідності збереження об'єктів культурної спадщини можуть суперечити один одному. Функціонування культурного надбання як музейного експонату — це найпростіший та найбільш ефективний з точки зору його збереження спосіб. Проте, так можна зберегти не всі ресурси. Особливо, це стосується елементів нематеріальної спадщини, які потребують розвитку та розширення активної практики застосування чи передавання досвіду і навиків. Більше того, багато дослідників історико-культурної спадщини стверджують, що найбільший успіх в охороні — це фак-

тичне використання цього об'єкта спадщини, близьке до його первісного призначення [6].

Комерціалізований підхід до використання культурної спадщини, який характерний ринковим механізмам господарювання, може викликати суперечності з необхідністю їх збереження для наступних поколінь, що є основним завданням суспільства щодо менеджменту культурної спадщини. Існує небезпідставна точка зору, що туризм може «розмивати» та руйнувати культурне надбання, дбаючи, в першу чергу, за економічні вигоди з його використання. Попри те, що культурна спадщина є економічним потенціалом, повинні існувати чіткі ліміти і бар'єри ринкового освоєння її ресурсів. Тому функції туризму полягають у необхідності управління культурною спадщиною так, щоб її ресурси не були виснажені або переключені надмірним сучасним споживанням. Таку загрозу несе в собі масовий туризм, який часто призводить до деградації культурного простору, змін, часто незворотних, його характеру. Нерегульовані туристичні потоки, які можуть бути у зонах розташування об'єктів культурної спадщини, неетичне ставлення до традицій, надмірна комерціалізація, нівелювання інтересів місцевої громади — носія автентичної культури, може негативно впливати на її збереження. Не слід допускати, щоб підвищення атрактивності об'єкта культурної спадщини як туристичного супроводжувалося його руйнуванням чи нівелюванням його культурно-історичної цінності. Наслідки надмірної туристичної діяльності можуть бути небезпечні як для матеріальних (наприклад, історичні об'єкти або території), так і нематеріальних (наприклад, народні традиції) ресурсів. Під впливом розвитку туризму можуть також відбуватися несприятливі зміни в місцевих спільнотах, пов'язані з «імпортом» способу життя і втратою традиційних цінностей, навчків та звичаїв [7].

На відміну від пам'яток, занесених до спадщини ЮНЕСКО, стан регіональних та місцевих пам'яток залишається поза увагою фахівців. Наприклад, користувачами багатьох пам'яток сакрального мистецтва є церковні громади, які не володіють достатніми знаннями щодо рівня культурної цінності цих пам'яток. Новітні ремонти без супроводу фахівців перетворюють ці об'єкти в менш цінні з точки зору історії та культури. Часто рухомі пам'ятки церков-



Іл. 1. Основні стейкхолдери менеджменту культурної спадщини на місцевому рівні

них громад стають предметом торгівлі для отримання коштів на ремонт чи побудову новішої церкви. Для захисту сакральних об'єктів як об'єктів культурної спадщини у Ватикані створений окремий офіс, відповідальний за їх збереження. Ця установа вирішує спірні питання, пов'язані з використанням особливо цінних церковних об'єктів, що належать до їх управління.

Аналіз інституційної приналежності культурної спадщини показав, що її об'єкти можуть бути у різному підпорядкуванні та належати до різних відомств. Це ускладнює процеси їх менеджменту, в тому числі і формування туристичного продукту та вимагає узгоджених механізмів координації. З іншого боку, туристична діяльність не може розглядатися як єдиний механізм збереження історико-культурної спадщини. Завдяки поєднанню спільних зусиль державних і громадських пам'яткоохоронних організацій, суб'єктів туристичної діяльності може бути досягнута спільна мета по збереженню пам'яток. Вважаємо, що розроблення планів менеджменту об'єктів культурної спадщини повинна відбуватися шляхом колаборації зусиль основних стейкхолдерів процесу: інституційного користувача об'єкта, фактичного користувача об'єкта, місцевих адміністрацій, наукових та навчальних установ, міністерства культури (їх представниками на місцях), громадських організацій (іл. 1).

Внаслідок такої взаємодії навколо місця або пам'ятки як центру туристичної активності утворюється особливе соціокультурне середовище, вплив якого значною мірою визначатиме споживацьку поведінку туристів та стан збереженості елементів культурної спадщини.

Серед пріоритетних принципів регіонального розвитку територій в Україні виокремлюється іс-

торична спадкоємність (урахування та збереження позитивних надбань попереднього розвитку регіонів); етнокультурний розвиток (відродження етнічної самосвідомості та збереження духовної й матеріальної культури етносів, сприяння розвитку їхньої етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності); сталий розвиток (задоволення потреб нинішнього покоління з урахуванням інтересів майбутніх поколінь) [8].

Згідно з принципами збалансованого (сталого) розвитку регіонів залучення пам'яток до використання в туризмі розглядається як своєрідний вид людської діяльності з метою збереження їх для майбутніх поколінь [9]. Також завдяки залученню пам'яток історії та культури до туристичної галузі можна отримати певні кошти для їх утримання, реставрації або ремонту, що також сприяє реалізації принципів сталого розвитку регіонів.

Для новостворених об'єднаних територіальних громад дослідження культурної спадщини є важливим аспектом розвитку громади загалом та туристичної діяльності зокрема. Відповідно до цього, після вивчення пам'ятки треба провести заходи щодо її туристичної адаптації з метою сформуванню інформаційну та атрактивну основу туристичного об'єкта, якщо планується перетворити її на об'єкт туризму. Так, Гаррісон Лінн С відзначає такі потенційні вигоди від використання культурної спадщини в туризмі на місцевому рівні: створення нових робочих місць, каталізатор для створення нових підприємств та розвитку нових видів бізнесу, збільшення податкових надходжень, диверсифікація місцевої економіки, створення можливостей для партнерства у різних сферах та галузях, приваблення відвідувачів, увіковічення місцевих традицій та культури, залучення інвестицій в культурні ресурси, відчуття гордості за свою спадщину та важливості рідної місцевості, вплив іноземної валюти, диверсифікація та зміцнення економіки, зростання валового внутрішнього продукту, поліпшення платіжного балансу, зменшення безробіття, стимулювання торгівлі, стимулювання інвестицій в інші сфери економіки, стимул до поліпшення інфраструктури, створення робочих місць, перерозподілу доходу, зменшення бідності [10]. Американський вчений Д. Рипкем стверджує, що відновлені об'єкти культурної спадщини залучають значно більшу кількість туристів і сприяють загальному зростан-

ню цін на нерухомість в населених пунктах — туристичних дестинаціях [11]. При цьому автор додає, що лише деякі з відомих людству 500 видів економічної діяльності можуть здійснювати на місцеву економіку такий суттєвий вплив, як відновлення історичних будинків. Українська дослідниця Яхіна Т.Р. вважає позитивним перетворення історико-культурного потенціалу міст та регіонів на потужний територіальний рентоутворюючий чинник — джерело стабільного надходження до бюджетів міст і держави значних коштів від високоприбуткових видів функціонального використання міської території історичних міст (туристичного, оздоровчого, екологічного, комерційного та ін.) [12].

Майже в усіх громадах наявні об'єкти, які мають охоронний статус, це або пам'ятки місцевого, або національного чи навіть світового значення. Ці об'єкти використовуються по різному: в 75% громад використовують історичні будівлі для суспільних потреб. Це і вокзали, школи, лікарні, різні бюджетні установи. 80% громад, які надали інформацію до асоціації міст України, і в яких наявні історичні пам'ятки, говорять про те, що ці пам'ятки потребують або реконструкції, або ремонту, або відновлення. В 2014 році була започаткована бюджетна децентралізація, ресурси громад були збільшені. Згідно з даними асоціації міст України, 20% об'єднаних громад повідомили, що протягом останніх 3—4 роки вони можуть і вже виділяють кошти на поновлення чи реставрацію пам'яток з того переліку об'єктів, які потребують відновлення [13].

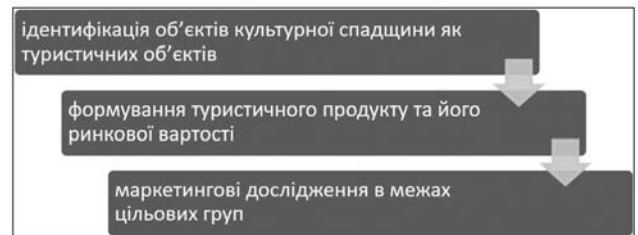
На сьогоднішній день не розроблено методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури в якості туристичних об'єктів. Внаслідок цього складові культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Наприклад, з 418 пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти, з 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98, з 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено 28 [14].

У науковому світі розроблені основні механізми менеджменту культурної спадщини. Ці заходи, як правило, передбачають використання елементів спадщини в туризмі. При чому це стосується як

елементів матеріальної так і нематеріальної спадщини. Ми виходимо з тези, що будь яке територіальне утворення володіє об'єктами та елементами культурної спадщини, яку необхідно зберігати та відновлювати. Відповідно до чинного вітчизняного законодавства, представникам місцевих громад належить право реалізації юридичних, технічних, адміністративних і фінансових заходів, спрямованих на охорону та популяризацію елементів культурної спадщини місцевого рівня. Як правило, утримання таких об'єктів, в основному, лягає на бюджет громади. Проте, при розробленні державних комплексних та регіональних, цільових галузевих програм, можливе передбачення фінансування на утримання та розвиток елементів культурної спадщини. Наприклад, державні цільові програми: програми збереження історичної забудови міст, програми та заходи щодо розвитку історико-культурних заповідників та музеїв-заповідників; перспективні програми щодо збереження та використання окремих елементів культурної спадщини, таких як замки, місцеві краєзнавчі музеї тощо. Також існує низка програм, які є прикладом включення питань культурної спадщини до завдань соціально-економічного розвитку країни, регіонів та міст, наприклад, загальнодержавна програма розвитку малих міст, державні цільова програма підготовки та проведення в Україні різних подій — фестивалів, змагань, святкувань річниць визначних подій.

Взаємодію стейхолдерів процесу збереження та використання культурної спадщини треба починати з укладання концепції розвитку місцевої територіальної громади, як туристичної дестинації та локального культурного середовища, де окреслити коло зобов'язань держави як власника культурної спадщини, громади, інших зацікавлених сторін щодо функціонального призначення кожної пам'ятки і джерел фінансування, передбачивши потреби на реставрацію унікальних пам'яток і їх подальше функціонування як культурних та туристичних об'єктів. Тому створення туристичних продуктів має відбуватися з урахуванням елементів стратегічного плану розвитку громади, громадам потрібно навчитися заробляти на таких пам'ятках.

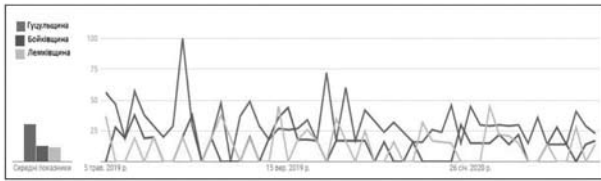
Процес формування туристичного продукту на основі культурної спадщини в межах об'єднаних територіальних громад можна розділити на етапи (іл. 2):



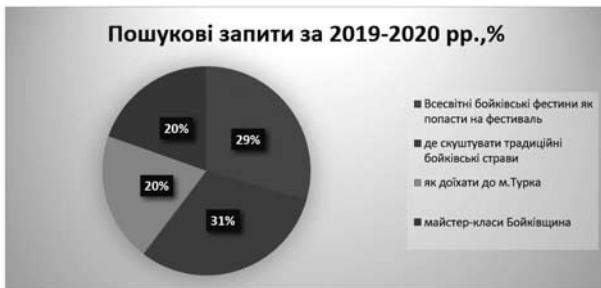
Іл. 2. Етапи формування туристичного продукту на основі елементів культурної спадщини

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

У цьому процесі кожна громада має шанс знайти таку пам'ятку, яка би була унікальною, а туристичний продукт на її основі був би конкурентоспроможним на ринку послуг. Зараз найпоширеніші такі моделі створення унікальності туристичних дестинацій, як реалізація ексклюзивності території через ефект «genius loci». Територія розвивається через просування знакової, ключової фігури, життя якої пов'язане з цим місцем. Серед найяскравіших прикладів варто назвати досвід Австрії, яка активно використовує славу А. Моцарта не просто як великого композитора, але й головного туристичного брэнда країни. Як вітчизняний приклад — музей-садиба Івана Франка у Нагуєвичах Львівської області. Реалізація ексклюзивності за рахунок продукції, що має географічне зазначення. Наприклад, гуцульська бринзя, де в межах географічних осередків поширення створюються гастрономічні туристичні маршрути. Реалізація ексклюзивності завдяки створенню унікальних інфраструктурних проектів Наприклад: центр Помпіду в Парижі, Мистецький арсенал в Києві, Лас Вегас, гірськолижний курорт зі справжнім снігом у Дубаї тощо. Реалізація ексклюзивності завдяки досягненню ефекту тематичного міста. Місто по-



Іл. 3. Статистика пошуку етнографічних регіонів 2019—2020 рр. в Україні (розроблено авторами на основі Google trends)



Іл. 4. Розподіл пошукових запитів в пошуковій системі Google (розроблено авторами на основі Google Trends)



Іл. 5. Розподіл інтернет користувачів пошукової системи Google за країнами (розроблено авторами на основі Google Trends)

зиціонує себе як вітрину, театральну сцену. Найяскравіший приклад — Единбург, де відбувається найвідоміший театральний фестиваль і все міське середовище налаштоване під цю тему. Так, протягом останніх років Івано-Франківськ позиціонує себе як місто сучасних креативних індустрій та новітнього мистецтва через проведення тут фестивалю сучасного мистецтва «Porto Franko». Таким чином, забезпечення ексклюзивності місць і пам'яток, як об'єктів туристичного попиту, слід розглядати як механізм створення привабливого місцевого туристичного продукту і забезпечення на цій основі конкурентних переваг громади, як туристичної дестинації.

Локальна ідентичність громад, яка формується на основі унікального ресурсу, може складати атрактивний туристичний потенціал місцевості. В багатьох випадках — це елементи нематеріальної культурної спадщини, які визначаються як цінність,

надбання, що виникли і набувають активного поширення під впливом певних суспільно-історичних та культурно-етнографічних чинників в межах географічного простору.

Нематеріальна культурна спадщина використовується як об'єкт туристичних атракцій, тобто має здатність бути залученою до створення туристичного продукту. Такий продукт має бути унікальним, не може бути копіюваним іншими виробниками. Він може бути розробленим за умови, коли продукція осередку або процес її виготовлення поєднуватиметься із туристичними послугами, які можливо надавати лише у межах історично сформованого осередку (поєднання унікальної сировини, технологій, виробів, традицій, кухні тощо). Тобто це повинен бути комплексний туристичний продукт, який приваблюватиме туристів своєю оригінальністю.

Фахівці зі сталого розвитку пропонують два варіанти розробки унікального туристичного продукту.

1. Заходи на місцевому рівні. Найкращий спосіб відчутти місцеву культуру — це участь у місцевих заходах. Туристи насолоджуватимуться новим досвідом та незабутніми враженнями, а місцеві жителі отримуватимуть доходи. Насправді привабливими є ті села та громади, що змогли зберегти свої традиції. З іншої сторони, цікавість туристів до культури сільських регіонів може стати стимулом для її відновлення та збереження місцевими жителями. До того ж, слід поширювати інформацію про місцеві свята та визначні події, це приваблює туристів та може вирішити проблему сезонності, оскільки на цікаву, добре підготовлену подію прийдуть туристи навіть не в сезон. Це можуть бути фестивалі та свята, що відбуваються щороку та вже стали частиною місцевої культури села чи регіону. Слід пам'ятати, що сучасні фестивалі та ярмарки часто втрачають свій шарм та автентичність через свою комерційну спрямованість. Так можна легко втратити туристів.

2. Місцеві продукти. Місцеві продукти забезпечують іншу можливість для диверсифікації туристичної пропозиції. Місцеві продукти — це їжа, напої, вироби ручної роботи, мистецькі твори тощо. Туристи люблять яскраві сувеніри, які потім будуть нагадувати їм про туристичну поїздку. Стосовно їжі та напоїв, — туристам особливо подобається те, що сільськогосподарські продукти зазвичай смачніші та свіжіші, ніж вони купують у місті. До того ж, ці

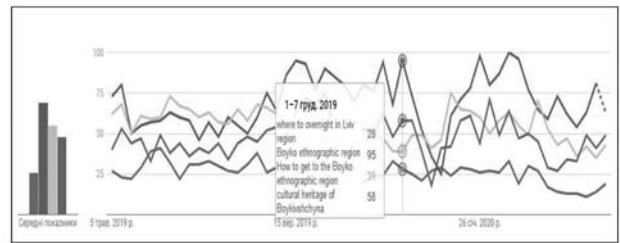
продукти мають характерні особливості і неможливо знайти в іншому місці щось схоже. Акцентування уваги на місцевих продуктах стимулює виробників до поглиблення своїх знань та технологій виробництва. Особливо це стосується вина, коньяків, сиру, меду. Дуже цікавою для туристів є участь у щоденному житті сільських господарів: випічка хліба разом з місцевими жінками, збір урожаю, догляд за тваринами тощо [15]. Процедура отримання географічного зазначення, а отже визнання продукції унікальною, стимулюватиме розвиток туристичної діяльності в межах таких територій.

Бойківщина вважається регіоном з великою кількістю туристичних ресурсів, однак мало використаними у туризмі. Бойківська етнокультурна, порівняно із іншими, є достатньо асимільованою, а тому і мало використовується туристичними підприємствами для позиціонування власних етнічних турів. Водночас, Бойківщина дуже перспективна з точки зору поєднання етнічного туризму із оздоровчим, екологічним, сільським та спортивним. Щораз більше людей цікавляться етнографічними особливостями Бойківщини (іл. 3).

Значна частка потенційних туристів прагнуть відчути весь колорит Бойківського краю через традиції та побут. Свідченням цього може бути статистика пошуку інформації у пошуковій системі Google за останні два роки (іл. 4). Потенційні туристи цікавляться бойківськими стравами, а саме де їх можна спробувати та як доїхати до неофіційної столиці Бойківщини, де зосереджено найбільше історико-культурних об'єктів бойківського характеру.

У розвиток етнографічного туризму на території Бойківщини найбільший внесок сьогодні робить фестиваль «Всесвітні бойківські фестини», який відбувається раз у п'ять років у м. Турка та його околицях. На цьому етнофестивалі виступають усі самодіяльні колективи, які демонструють різні грані багатого бойківського фольклору. Останній такий фестиваль відбувся 2017 р., а наступний заплановано на літо 2022 р.

Етнографічним регіоном Бойківщини цікавляться не тільки в Україні, а за її межами. Та цікавим фактом є те, що ці країни є досить економічно розвинутими в усіх аспектах життя, в тому числі і щодо туристичної активності громадян (США, Канада) (іл. 5). Тому, підвищена увага до етнографічного ре-



Іл. 6. Статистика пошуків інформації про етнографічний район Бойківщина серед іноземних користувачів (розроблено авторами на основі Google Trends)



Іл. 7. Розподіл пошукового запиту «Цікаві місця Бойківщини» серед Українців за період березень 2019—2020 рр. (розроблено авторами на основі Google Trends)

гіону «Бойківщина» з боку організаторів туристичної діяльності дасть змогу залучити потенційних зарубіжних туристів та позитивно вплинути на в'їзний туризм в Україні загалом.

Загалом у всьому світі культурна спадщина бойків та етнографічний регіон «Бойківщина» зараз викликає інтерес (іл. 6).

Що стосується внутрішніх туристів, потенційними відвідувачами, які відвідували або збираються відвідати осередки Бойківщини, переважно є люди з Західної України, Київської та Дніпропетровської областей (іл. 7).

Зацікавлення потенційних туристів етнографічним регіоном «Бойківщина» розглядається нами як підвищення попиту на етнографічний туристичний продукт. Для фахівців туристичного сектору важлива інформація про найбільш цікаві елементи культурної спадщини Бойківщини та можливість їх використання в туристичних програмах. Тому, для етнографічного регіону «Бойківщина» розроблена відповідна база даних, яка дає змогу організаторам туристичної діяльності ідентифікувати та ефективно використовувати елементи культурної спадщини в туризмі (див. таблицю). Основні історичні центри, де зібрані туристичні ресурси Бойківщини — Турка, Сколе, Дрогобич, Рожнятів, Долина.

Фрагмент бази даних елементів культурної спадщини Бойківщини для використання в туризмі

№	Назва	Розташування (осередки поширення), контакти	Опис короткий	Ступінь збереженості 100%	Ступінь атрактивності 100%	Форми використання в туризмі
1	Музей «Бойківщина»	Площа Ринок, 1, Турка, Львівська область	Народний музей «Бойківщина» — це одночасно історичний, етнографічний і краєзнавчий музей....	100%	70%	Використання в тематичних (етнічних) та пізнавальних екскурсіях
2	Бойківські традиційні танці «Сторцак»	Село Вовче Турківський район Львівська область	Для цього танцю характерна особлива постава корпусу та голови (відповідно до манери виконання — гордовитої), рухи (спокійні, легкі та плавні) на ледь зігнутих колінах, серед яких найпоширенішими є вихилася, підківки, присядка-гайдук, тропітка та ін.; композиційні особливості; характеризуються досить цікавим складанням фігур та використанням повторень, а також поперечними лініями в малюнку танців.....	80%	100%	Використання в рамках етнофестива-лів, використання в анімаційних туристичних програмах

Висновки. Таким чином, культурна спадщина є важливим чинником розвитку суспільства, вагомий потенціал та збереженість якої буде визначати розвиток також і галузі туризму. Культурна спадщина має економічний потенціал, який можна використати через туристичну діяльність. Проблема формування і використання туристичного продукту на основі елементів культурної спадщини вимагає комплексного підходу, щоб за економічними цілями не втратити функції формування і зміцнення культурної ідентичності, локальних громад і суспільства в цілому. Важлива роль в цьому процесі всіх стейкхолдерів: фахівців з культури та збереження пам'яток, місцеві громади, громадський сектор, наукові та навчальні установи, суб'єкти туристичного господарювання. Результати досліджень дають підставу стверджувати про зростання попиту на етнічний туризм, зокрема, зацікавлення етнографічним регіоном Бойківщина. Сформована структура та наповнена база даних, яка відображає елементи матеріальної та нематері-

альної культурної спадщини Бойківщини. Вона містить таку інформацію про об'єкти: назва, приналежність до матеріальної чи нематеріальної культурної спадщини, розташування (осередки поширення), ступінь збереженості, ступінь атрактивності, можливі форми використання в туризмі. Така інформація може бути використана всіма зацікавленими сторонами та вигодонабувачами розвитку культурної спадщини та туристичної діяльності: суб'єктами туризму, органами місцевого самоврядування, управлінцями в галузі культури та збереження пам'яток. Збереження культурної спадщини і його раціональне використання мають визначальне значення для стійкого залучення туристських потоків і покращення соціально-економічних показників регіонів.

1. Квартальнов В.А. *Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления*. Москва: Финансы и статистика, 1999. 496 с.
2. Мазурик З.В. Культурна спадщина регіону як туристичний продукт. *Вісник ДІТБ. Серія «Економіка»*

- організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері). 2006. № 10. С. 178—182.
3. Батченко Л.В., Близнюк І.О. Культурні цінності як фактор конкурентоспроможності туристичної галузі. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. фестивалю (м. Київ, 25—26 жовтня 2018 р.)*. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 27—31.
 4. Ворошилова Г.О., Злиденна М.С. Туризм і культурна спадщина: проблеми та взаємодії. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. фестивалю (м. Київ, 25—26 жовтня 2018 р.)*. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 31—35.
 5. Глобальний етичний кодекс туриста. URL: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism> (дата звернення: 20.04.2020).
 6. *Актуальные проблемы экономики культурного наследия*. Под ред. А.Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания. 2016. 108 с.
 7. Ганський В.О. Комерціалізація ресурсів історико-культурної спадщини в туризмі: механізми, ліміти та бар'єри. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. № 15. Мукачево. С. 95—99.
 8. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 5 лютого 2015 р. № 156-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 13. 9 с.
 9. Збереження і сталий розвиток Карпат. Навчальний посібник зі сталого туризму. URL: http://www.dobrobut-hromad.org/wp-content/uploads/2016/01/Staly_rozvytok_Karpat.pdf (дата звернення: 20.04.2020).
 10. Гаррісон Лінн С. Розвиток туризму в історичних містечках: привід для роздумів. Офіційний сайт Ін-ту управління суспільними змінами, м. Київ. URL: <http://www.istc.biz/index.php?id=12&cons=1&N=2> (дата звернення: 20.04.2020).
 11. Рипкем Д. *Економіка історичного насліддя: Практич. посібник*. Пер. с англ. Москва: Билдинг Медиа Груп, 2006. 156 с.
 12. Яхіна Т.Р. *Економічна оцінка територіальних ресурсів історичних міст України (на прикладі історичного міста Полтави)*: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.00. Харків: нац. акад. міського госп-ва. Харків, 2004. 20 с.
 13. Асоціація міст України. URL: <https://2.auc.org.ua/page/krashchi-praktiki> (дата звернення: 21.04.2020).
 14. Корнієнко В. Сучасний стан та проблеми використання пам'яток археології в туризмі. Історико-географічні дослідження в Україні. Електронне фахове видання, 2009. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?I21DBN=EJRN&P21DBN=EJRN&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=IDP=&2_S21STR=geo_2006_9_373 (дата звернення: 21.04.2020).
 15. Антоненко В.С., Балабан Н.М., Ковтун М., Сарапуха Б.А. Народні промисли і ремесла в Україні як туристичний ресурс. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. фестивалю (м. Київ, 25—26 жовтня 2018 р.)*. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 176—179.

REFERENCES

- Kvartal'nov V.A. (1999). *Strategic management in tourism: modern management experience*. M: Finance and statistics [in Russian].
- Mazuryk Z.V. (2006) Cultural heritage of the region as a tourist product. *Visnyk DITB. Seriya «Ekonomika, orh-anizatsiia i upravlinnia pidpriemstvamy» (v turystychnij sferi)*, 10, (178-182) [in Ukrainian].
- Batchenko L. V. & Blyzniuk I. O. (2018) Cultural values as a factor in the competitiveness of the tourism industry. *Intangible cultural heritage as a modern tourist resource: experience, practices, innovations: tezy dopovidej II Mizhnar. nauk.-prakt. Konf. festyval'*, Kyiv [in Ukrainian].
- Voroshlyova H. O. & Zlydenna M. S. (2018) Tourism and cultural heritage: problems and interactions. *Intangible cultural heritage as a modern tourist resource: experience, practices, innovations: tezy dopovidej II Mizhnar. nauk.-prakt. konf.festyval'*, Kyiv [in Ukrainian].
- Global code ethics tourism. Retrieved from: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism> (Last accessed: 19.04.2020).
- Rubinshtejn A.YA. (2016) *Actual problems of the economy of cultural heritage*. Moskva: Gosudarstvennyj institut iskusst-voznaniya [in Russian].
- Hans'kyj V.O. (2018) Commercialization of historical and cultural heritage resources in tourism: mechanisms, limits and barriers. *Ekonomika ta upravlinnia natsional'nyh hospo-darstvov*, 15 (95 — 99) [in Ukrainian].
- On the principles of state regional policy: *Zakon Ukrainy vid 5 liutoho 2015 r. № 156-VIII. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. 2015. № 13 [in Ukrainian].
- Preservation and sustainable development of the Carpathians. A textbook on sustainable tourism. URL: http://www.dobrobut-hromad.org/wp-content/uploads/2016/01/Staly_rozvytok_Karpat.pdf (access date: 20.04.2020). [in Ukrainian].
- Harrison Linn S. Development of tourism in historic towns: a reason for reflection. Official site of the Institute for Social Change Management. Retrieved from: [URL://www.istc.biz/index.php?id=12&cons=1&N=2](http://www.istc.biz/index.php?id=12&cons=1&N=2) (Last accessed: 19.04.2020) [in Ukrainian].
- Ripkem D. (2006) *Economy of historical heritage. Practical guid.* M.: Bilding Media Group [in Russian].
- Yakhina T.R. (2004) *Economic assessment of territorial resources of historical cities of Ukraine (on the example of*

- the historical city of Poltava*). The thesis for the academic degree of Doctor of Economical Sciences Lviv. Kharkiv [in Ukrainian].
- Association of Ukrainian Cities. Retrieved from: URL: <https://2.auc.org.ua/page/krashchi-praktiki> (Last accessed: 22.04.202) [in Ukrainian].
- Korniienko V. Current state and problems of using archeological monuments in tourism. Historical and geographical research in Ukraine. Retrieved from: URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?I21DBN=EJRN&P21DBN=EJRN&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=IDP=&2_S21STR=geo_2006_9_373 (Last accessed: 22.04.2020) [in Ukrainian].
- Antonenko V.S., Balaban N.M., Kovtun M., & Sarapukha B.A. (2018). Folk crafts and handicrafts in Ukraine as a tourist resource. *Intangible cultural heritage as a modern tourist resource: experiences, practices, innovations: tezy dopovidej II Mizhnar. nauk.-prakt. konf.festylval'* [in Ukrainian].