

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
туристичного бізнесу та
країнознавства
доц. Парфіненко А.Ю.



Кваліфікаційна магістерська робота

на тему: «Сталий розвиток етнографічного туризму як засіб
збереження та повосенного відновлення етнокультурної
спадщини України»

Виконала: студентка 6 курсу, групи УТз-61
Спеціальності 242 «Туризм»

Сичугова Інна Сергіївна

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.І.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: д.е.н., доц. Третяк В.П.


(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою:

кількість балів:

Голова Екзаменаційної комісії


(підпис)

Поколотна М.М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2023 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий
(магістерський)
Напрямок підготовки
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства
Доц. Парфіненко А.Ю.



„ 07 „ _____ грудня _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Сичугової Інни Сергіївни

_____ (прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Сталий розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України»

керівник роботи _____ Гапоненко Ганна Ігорівна, к.е.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 07.08.2023 р. № 4002 – 5/1676

2. Строк подання студентом роботи 20.11.2023 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

Вивчити сутність поняття етнографічного туризму як форми презентації етнокультурної спадщини; дослідити сучасні підходи до вивчення етнографічних туристичних DESTINATION; розглянути теоретико-методологічні

основи дослідження етнографічного туризму в сучасному світі; проаналізувати сучасний стан туризму в Україні; описати історико-соціальні передумови формування ресурсів етнографічного туризму в Україні; оцінити тенденції та проблеми розвитку етнографічного туризму; визначити напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму; розробити концепцію сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні основи дослідження етнографічного туризму
2	Розділ 2. Дослідження сучасного стану розвитку етнографічного туризму в Україні
3	Розділ 3. Пріоритетні напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму

5. Дата видачі завдання 3.09.2023 р.

Студент

підпис

І.С. Сичугова
ініціали, прізвище

Керівник роботи

підпис

Г. І. Гапоненко
ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Сичугова І.С. Сталий розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України

В роботі на основі аналізу основних тенденцій розвитку туристичного ринку в контексті глобальної цифровізації, що активізувалася у сфері туризму та гостинності, обґрунтовуються структурні зміни ринку туристичних послуг України. Метою дипломної роботи є розробка концепції сталого розвитку етнографічного туризму задля повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань: вивчити сутність поняття етнографічного туризму як форми презентації етнокультурної спадщини; визначити напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму; розробити концепцію сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. Отримано наступні результати. Формування концепції етнографічного туризму у регіонах України в статті пропонується на основі використання шерінг-моделі як чинника підвищення сталості функціонування економіки. Висновки. Застосування шерінг-моделі для об'єднання та просування послуг підприємців сфери туризму та етнотуристичних ресурсів дозволить залучити велику кількість споживачів туристських послуг у регіон, зацікавить молодіжну аудиторію, знизить витрати на формування турпакетів.

ANNOTATION

Sychuhova I.S. Sustainable development of ethnographic tourism as a means of preservation and post-war recovery of ethnocultural heritage of Ukraine

The work, based on the analysis of the main trends in the development of the tourist market in the context of global digitalization, which has become more active in the field of tourism and hospitality, substantiates the structural changes in the tourist services market of Ukraine. The aim of the thesis is to develop the concept of sustainable development of ethnographic tourism for the post-war restoration of the ethno-cultural heritage of Ukraine. Achieving the stated goal necessitated solving the following tasks: to study the essence of the concept of ethnographic tourism as a form of presentation of ethnocultural heritage; determine directions for ensuring the sustainable development of ethnographic tourism; to develop the concept of sustainable development of ethnographic tourism as a means of preservation and post-war restoration of the ethno-cultural heritage of Ukraine. The following results were obtained. The formation of the concept of ethnographic tourism in the regions of Ukraine is proposed in the article based on the use of the sharing model as a factor in increasing the sustainability of the functioning of the economy. Conclusions. The application of the sharing model for unifying and promoting the services of entrepreneurs in the field of tourism and ethno-tourism resources will attract a large number of consumers of tourist services to the region, interest the youth audience, and reduce the costs of forming tour packages.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Сутність поняття етнографічного туризму як форми презентації етнокультурної спадщини	6
1.2. Сучасні підходи до вивчення етнографічних туристичних destinations	13
1.3. Теоретико-методологічні основи дослідження етнографічного туризму в сучасному світі	20
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	31
2.1. Аналіз сучасного стану туризму в Україні	31
2.2. Історико-соціальні передумови формування ресурсів етнографічного туризму в Україні	37
2.3. Тенденції та проблеми розвитку етнографічного туризму	47
РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ	57
3.1. Напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму	57
3.2. Розробка концепції сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України ...	64
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75

ВСТУП

Актуальність теми дослідження визначається значимістю етнографічного туризму в освоєнні природно-культурної спадщини, формуванні та збереженні етнічної самосвідомості та необхідністю наукового осмислення його як культурологічного феномену, а також його впливу на туристичну галузь.

Нині у світі існує величезний інтерес до етнічної культури. У зв'язку з поширенням інтернет-технологій та глобальних інформаційних мереж втрачається необхідність безпосередніх соціальних контактів, втрачається ідентичність етнічних груп, тому популярні у різних країнах конференції, зустрічі, симпозиуми, семінари з національних питань, етнографічні дослідження тощо.

Ступінь вивченості проблеми. Різноманітні аспекти сталого розвитку туризму досліджуються в роботах таких вітчизняних та закордонних вчених, як С. Богданов, Д. Боуен, Р. Браймер, Л. Бутовська, Г. Гапоненко, Д. Гільберт, О. Євтушенко, І. Зорін, Ф. Котлер, К. Купер, О. Меліх, В. Нарштедт, А. Парфіненко, П. Подлепіна, І. Посохов, Н. Раскін, Дж. Суорбрукер, В. Федорченко, Д. Флетчер, В. Цибух, І. Шамара та ін.

Питаннями розвитку етнографічного туризму займаються В. Петранівський, А. Лисик, М. Мальська, І. Волков, М. Кляп. Перспективи розвитку етнографічного туризму в Україні та інших країнах світу розкриваються у численних публікаціях: С. Дудчак, М. Дудчак, І.М. Кулаковської, В. Серебій та ін.

Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є розробка концепції сталого розвитку етнографічного туризму задля повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- вивчити сутність поняття етнографічного туризму як форми презентації етнокультурної спадщини;
- дослідити сучасні підходи до вивчення етнографічних туристичних дестинацій;
- розглянути теоретико-методологічні основи дослідження етнографічного туризму в сучасному світі;
- проаналізувати сучасний стан туризму в Україні;
- описати історико-соціальні передумови формування ресурсів етнографічного туризму в Україні;
- оцінити тенденції та проблеми розвитку етнографічного туризму;
- визначити напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму;
- розробити концепцію сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України.

Об'єктом дослідження є особливості становлення та розвитку етнографічного туризму в Україні.

Предметом дослідження є перспективи сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України.

Методологія дослідження. В якості методологічної основи був прийнятий комплексний підхід до проблематики, що вивчається. У процесі дослідження застосовувалися загальнонаукові прийоми та методи логічного та порівняльного аналізу, а також методи узагальнення та обробки інформації з використанням прийомів економічного, статистичного аналізу.

Практична значимість роботи полягає у використанні для проектування об'єктів етнографічного туризму рекомендацій, розроблених у рамках дослідження. Положення магістерської кваліфікаційної роботи можуть знайти відображення у практичній діяльності установ, що зберігають та актуалізують матеріальну та нематеріальну культурну спадщину, а також

організацій, діяльність яких спрямована на відродження інтересу до історико-культурної спадщини України.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаної літератури; містить 81 сторінку тексту, 24 рисунки, 5 таблиць. Список джерел включає 61 найменування літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність поняття етнографічного туризму як форми презентації етнокультурної спадщини

Під етнографічним туризмом розуміється вид пізнавального туризму, основною метою якого є відвідування етнографічного об'єкта для пізнання культури, архітектури, побуту того чи іншого народу (етносу), який живе зараз чи колись проживав на цій території. Інакше кажучи, етнографічний туризм виступає формою пізнання історико-культурної спадщини регіону [3, 4, 8, 11, 25].

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі близьким до етнографічного туризму поняттям є «культурний туризм» («cultural heritage tourism»), «heritage tourism» або «diaspora tourism») [2., 54, 57]

Етнографічний туризм ґрунтується на інтересі туристів до справжнього життя народів, до ознайомлення з народними традиціями, обрядами, творчістю та культурою. На особливу увагу заслуговують рекомендації ЮНЕСКО з охорони культурно-історичної та природної спадщини, що наголошують на важливості її збереження для подальшого розвитку туризму [57]. Пам'ятники історії, культури та природи є національними надбаннями країни. Освоєння території для туристичних цілей вимагає дбайливого підходу за принципом: «Збережи – віднови – не нашкодь». Безліч регіонів багаті на унікальні історичні території (стародавні міста, палацові ансамблі, історико-культурні пам'ятки та ін.). Під час розвитку туристичної інфраструктури важливо не порушити історичного вигляду території. Кожен новостворений туристичний об'єкт повинен відповідати національним особливостям і традиціям і одночасно мати свій неповторний вигляд.

Етнотуризм, будучи природоподібним видом діяльності, при правильній організації стимулює розвиток традиційних промислів та ремесел і може стати найближчими роками одним із джерел доходу для місцевих жителів.

Усі об'єкти, які залучають туристів та беруть участь у їх обслуговуванні, належать до туристичних ресурсів. Сюди відносяться природні ресурси (пам'ятники природи, заповідники, ландшафти для відпочинку) та культурні (пам'ятники архітектури, музеї, театри, місця, пов'язані із життям знаменитих людей). Перспективність території з погляду розвитку туризму, особливо пізнавального, визначається наявністю культурно-історичних ресурсів: пам'яток історії та культури. Сюди можна віднести культуру народів зі своїми звичаями, традиціями і побутом.

На рекреаційних ресурсах, що використовуються для задоволення потреб населення, хотілося б зупинитися докладніше. До цих ресурсів належать комплекси та компоненти (рельєф, клімат, водоймища, рослинний та тваринний світ). Культурно-історичні пам'ятки, економічний потенціал території, що включає інфраструктуру, трудові ресурси. Трудовими ресурсами є працездатне населення, здатне виробляти якийсь корисний продукт, а також професійні навички та освітньо-культурний рівень цього населення [25].

Усі об'єкти, які залучають туристів та беруть участь у їх обслуговуванні, належать до туристичних ресурсів. Сюди відносяться вже названі природні та культурні (різні фестивалі, змагання, пам'ятки архітектури музеї, центри). Природні ресурси оцінюють з погляду функціональної придатності певного виду туризму. Відносно туристичної діяльності виділяють ще забезпечуючі ресурси, сюди відносяться готелі та інші засоби розміщення, транспорт, магазини і т.д.

Одними з основних ресурсів для організації етнографічного туризму є етнографічні об'єкти. Етнографічним об'єктом є культурно-історичний об'єкт, що містить інформацію про етнічні прояви традиційної культури.

Ці об'єкти обов'язково мають зберігати етнічну специфіку. Можна виділити такі категорії об'єктів [22]:

1. пам'ятники архітектури, житла, допоміжні споруди (комори, навіси), виконані у традиційному для етносу стилі та пов'язані з певним періодом у культурному житті етносу;

2. поселення, що зберегли «етнічний тип», у місцях компактного проживання представників етносу;

3. культові місця та споруди, що відображають конфесійну приналежність представника того чи іншого етносу;

4. місця проведення народних свят та обрядів;

5. місця відродження народних промислів та традиційних занять;

6. етнографічні музеї;

7. археологічні об'єкти (археологічні пам'ятки) мають етнічну історію;

8. місця поховання з традиційними надгробними спорудами.

Основна вимога до етнографічних об'єктів – вони мають обов'язково зберігати етнічну специфіку. Етнічний туризм передбачає знайомство не тільки з етнографічними об'єктами, але, передусім, із різними проявами «живої» культури. До них відносяться [2]:

1. фольклор (казки, легенди, пісні, танці тощо);

2. обряди, ритуали;

3. народні традиції та звичаї;

4. традиційні ремесла та технології;

5. ігри, іграшки, спортивні змагання;

6. традиційна медицина;

7. національна кухня.

В таблиці 1.1 нами наведено визначення етнографічного туризму різними науковцями. Можемо зробити висновок, що є певна національна та культурна різниця в розумінні науковцями цього виду туризму. З одного боку, метою етнографічного туризму є насамперед ознайомлення з етносом, що живе на певній території, з іншого – подорож до своєї етнічної групи.

В багатьох джерелах термін «етнографічний» використовують як синонім «етнічного» туризму. Внаслідок цього важливе значення має визначення різниці між такими близькими різновидами туризму.

Ряд авторів виділяють поняття «етнокультурний» туризм, яке найчастіше є узагальнюючим для етнічного та етнографічного. Етнокультурний туризм – сукупність різних форм туристської активності, обумовлених прагненням пізнання різноманіття феноменів етнокультурної сфери.

Таблиця 1.1

Визначення етнографічного туризму в Східноєвропейській літературі

Автор	Визначення
В. Кифяк	поїздка з метою побачень з рідними та близькими й пов'язана з відвідуванням і виїздом у віддалені регіони країни або інші держави
A. M. Rohrscheidt	подорожі з туристичним характером, учасники яких проживають в іншій країні, їдуть до країн та місць свого походження або походження близьких осіб, або до місць культурно або історично пов'язаних з власною етнічною групою або групою своїх близьких
W. Siwiński/ R. Tauber	відноситься до соціальних груп, які знаходяться на чужині в зв'язку зі зміною кордонів або еміграцією. Такі групи шукають контакту з країною свого походження, Батьківщиною, країною народження предків. Цей вид туризму допомагає утримувати національну свідомість, а також розвиває контакти з державними культурними, соціальними, професійними або церковними/костельними організаціями за допомогою різних видів туризму
Harron S., Weiler B., Hall C.M.	Подорож мотивована насамперед контактом з людьми, етнічна та / або культурна спадщина яких відрізняється від культурної та / або етнічної спадщини туриста
Bolnick S.	Особливий різновид культурного туризму, що має на меті будь-яку екскурсію, яка фокусується насамперед на людях, а не на природі, а також розкриває образ життя місцевого населення
Л. Устименко	етнічний туризм розглядається як етнографічний, що є видом пізнавального туризму, основною метою якого є відвідування етнографічних об'єктів, які є історичною спадщиною народу, який проживав на цій території
Л. Черчик / Н. Коленда	вид туризму, який передбачає ознайомлення з історією та особливостями культури, побуту і життя певного народу
М. П. Кляп / Ф. Ф. Шандор	етнотуризм (ностальгічний, етнографічний) – вид туризму, який полягає в подорожах до місць свого історичного походження. Етнічний туризм може бути внутрішнім, він пов'язаний з відвіданням віддалених місць мешканцями міста для пізнання діалекту, фольклору, життя і культури. А також зовнішнім, який пов'язаний з історичною Батьківщиною або місцем народження родичів

Складено автором за джерелами [4, 10, 18, 20, 22, 25, 33]

Проаналізувавши ряд джерел ми дійшли висновку, що термін «етнічний» відноситься до якого-небудь певного народу та його походженню. Термін «етнографічний» відноситься до науки, що вивчає походження народів, їх традицій та культури. Тобто етнічний туризм – це такий вид туризму, який пов'язаний з пізнанням етносів, а етнографічний – з оглядом об'єктів, які створені або знайдені в процесі дослідження етносів.

Отже, на нашу думку, «етнографічний туризм» – підвид культурно-пізнавального туризму, що є туристичними подорожами:

1) що здійснюються з метою ознайомлення з національними традиціями, звичаями, святами, творчістю різних народів, які проживають у країні чи регіоні;

2) подорожі туристів, мотивовані бажанням відвідати регіони чи країни, вихідцями з яких є вони самі чи їхні родичі, для зустрічі зі своїми рідними, сусідами тощо. Особливістю етнографічного туризму є цільова спрямованість маршруту поїздки, наприклад, невелике містечко, село, місця кочівлі тощо.

Етнографічний туризм можна поділити на стаціонарний, пов'язаний з відвідуванням місця проживання етносу, та подієвий, пов'язаний з проведенням якого-небудь заходу [22].

Можна виокремити також наступні види етнографічного туризму, що наведені нами на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Класифікація етнографічного туризму

Ностальгічний туризм – поїздка в місця, з якими у людини пов'язані якісь особисті спогади, наприклад місце, де він народився і виріс, або місце навчання, або місце, де він жив і працював. Ностальгічний туризм на відміну більшості інших видів, несе туристам скоріш не відпочинок і розвагу, а розуміється як глибша подорож для пошуку себе через минуле своїх предків. На відміну від справжньої ностальгії, що відноситься до пережитого минулого, цей вид туризму являє собою «симульовану ностальгію», побічно пов'язану або з минулим «через очі» та оповідання інших людей, або колективну ностальгію, що виникла в культурі цілого покоління чи нації [33].

Генеалогічний туризм, що іноді називають кореневим туризмом, є сегментом туристичного ринку, що складається з туристів, які мають родові зв'язки з місцем відпочинку. Генеалогічний туризм згідно з дослідженнями Університету Іллінойсу – один із найбільш швидко зростаючих секторів туризму. Особливо активно він розвивається в Шотландії, куди щорічно приїжджає понад 1 млн. туристів з метою знайти своїх родичів [25]. За оцінками експертів [26] дохід шотландської туристичної індустрії від

реалізації активної політики щодо розвитку цього виду туризму в перспективі може становити близько 2,4 млрд. дол. США.

Антропологічний туризм (anthropological tourism) як один із напрямів етнографічного туризму передбачає вивчення культур зниклих етнічних спільностей, відвідування країни їхнього колишнього проживання з метою знайомства з сучасною культурою; а також відвідування місць компактного проживання народів, що знаходяться під загрозою зникнення, та нечисленних народів [3].

Яскравими прикладами вивчення зниклих спільностей можуть бути екскурсії до Перу з метою ознайомлення з культурою інків, у Криму – з культурою скіфів. Популярні екскурсії до караїмів (Крим), які перебувають під загрозою зникнення. У Панамі організують тури до індіанців емберського племені.

Джайлоо-туризм – це один з наймолодших підвидів етнічного туризму (різновид етнографічного туризму), Назва походить від киргизького слова «джайлоо», що означає альпійський луг, гірське пасовище. Це відпочинок далеко від благ цивілізації за умов примітивного побуту. Джайлоо-туризм зародився у Киргизстані наприкінці 1990-х років, коли місцевий туроператор запропонував туристам пожити деякий час у юртах життям гірського чабану. Першими джайлоо-тури випробували туристи зі Швейцарії, Німеччини, Великобританії. До сьогодні Киргизстан є лідером джайлоо-туризму. Найбільш популярні туристичні маршрути прокладені навколо берегів високогірного озера Іссик-Куль, прикладом може бути тур Бішкек – село Корчкорка – Сарала – Саз – Бішкек. Тут туристи знайомляться з кочовою культурою, національними іграми, катаються на конях, навчаються ткати алакїзи та ширдаки – національні повстяні килими.

Аборигенний туризм (aboriginal tourism, indigenous tourism) – вид туризму, у якому корінні народи безпосередньо залучені до організації туристичної промисловості. Даному виду етнографічного туризму присвячені, зокрема, роботи С. Руан та М. Аікен [53]. Етнокультурні тури до аборигенів

популярні в Австралії, зокрема по південній частині країни. Екскурсійна програма проводиться корінними жителями Австралії, під час 1–5 денних турів туристи відвідують села аборигенів, знайомляться з їхньою історією та культурою, а також оглядають місцеві природні пам'ятки.

На північному узбережжі Гондурасу громади народу гарифуну організують тури у свої села та знайомлять туристів із традиційною рибальською культурою, танцями, музикою та національною кухнею.

У селі Akha Hill Tribe, розташованому в північній частині Таїланду, туристам пропонують зупинитися в бамбукових бунгало з видом на долину, оточену чайними плантаціями, рисовими полями, водоспадами та джунглями. Місцеві гіді супроводжують гостей поселення на рибалку, організують катання на слонах, а також тури до сусідніх гірських племен. Весь отриманий від туризму прибуток залишається у місцевій спільноті і витрачається на розвиток освітньої системи.

1.2. Сучасні підходи до вивчення етнографічних туристичних дестинацій

Починаючи з часу становлення етнології як самостійної науки серед етнологів не вщухають суперечки про справжню природу етнічного феномена. В етнології склалися три магістральні підходи у розумінні сутності цього явища – примордіалістський (об'єктивістський), конструктивістський (суб'єктивістський) та інструменталістський. Найчастіше останній точці зору відмовляють в оригінальності, вважаючи лише формою практичного втілення конструктивістських трактувань фактора етнічності [20].

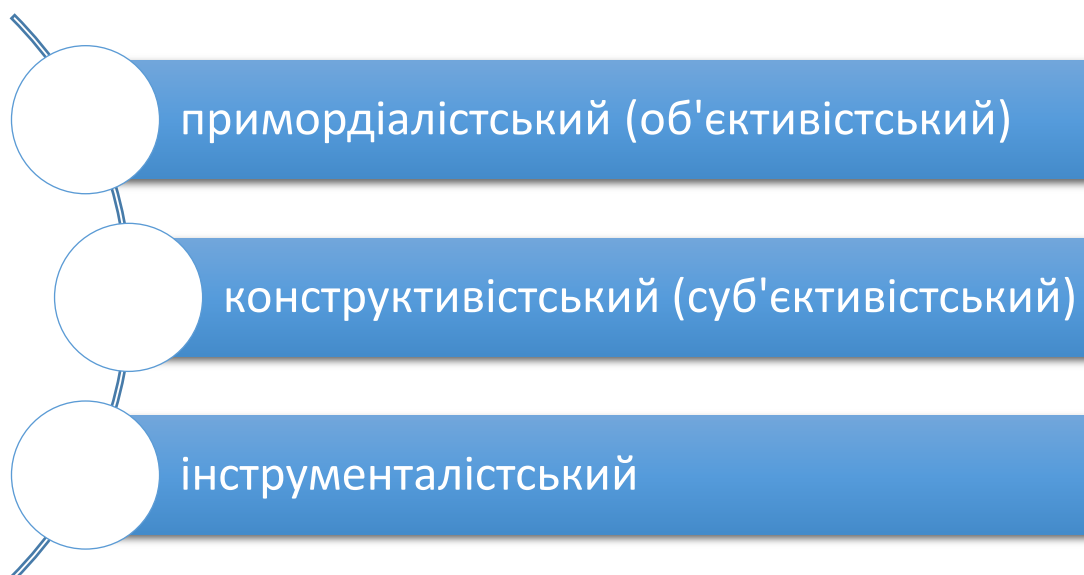


Рис. 1.2. Підходи в розумінні природи етнічного феномену [20]

Без перебільшення від часу свого зародження і до середини минулого століття етнологічна наука розвивалася майже виключно в руслі примордіалістських концепцій. Об'єктивістські погляди на феномен етнічності були характерними для таких відомих вітчизняних та зарубіжних дослідників, як І.Г. Гердер, С.М. Широкогоров, Л.М. Гумільов, П. ван ден Берге, Ю.В. Бромлей. Незаперечною істиною об'єктивісти визнають принцип реальності етносу як соціальної категорії. Такою ж об'єктивною є культурна атрибутика етносів і, як наслідок, міжетнічні кордони. Але беззастережне визнання об'єктивності етнічності ще не означає повної одностайності серед прибічників цього напрямку щодо самої суті цього явища. У другій половині XIX ст. сформувалися дві основні течії в примордіалізмі – соціально-історична (еволюційно-історична) і соціально-біологічна, або природна [25].

Соціально-історичний підхід зводиться до абсолютизації ролі історичних та соціальних чинників у етногенезі. Зародження та розвиток етносів тлумачиться як закономірний результат спільної дії зазначених передумов. У колишньому Радянському Союзі зазначений різновид примордіалізму був пануючою і чи не єдиною, що узгоджується з прийнятою державною ідеологією. Примітно, що ще кілька десятиліть тому ця думка

домінувала в етнологічній науці не лише соціалістичних, а й низки інших країн, зокрема у ФРН, Фінляндії.

Визнаючи низку критеріїв – спільність території формування культури, мови, самосвідомості та інших – як невід'ємних елементів етнічності, прихильники зазначеної течії не відводили кожному з них окремо роль етноідентифікуючих. Тільки в комплексі набір перелічених ознак виступає атрибутом етнічності.

У переліку запропонованих прихильниками соціально-історичної течії критеріїв етнічної ідентифікації немає такої важливої ознаки, як фізичний вигляд. Тим часом без перебільшення протягом практично всієї історії людства зазначеній ознаці відводилася дуже значна, а то й вирішальна роль в процесі встановлення етнічної приналежності групи чи індивіда [23].

Прибічники соціобіологічного напрямку примордіалізму приписують етносу певну первозданність, природність, що заснована на генетичній спорідненості. У цьому контексті спільність походження пояснює закономірну тотожність культурних характеристик представників відповідної групи людей. Етнічність розглядається як феномен, обумовлений майже виключно поєднанням генетичних географічних передумов. Так, на думку американського дослідника П. ван ден Берга, етнос – це розширена родинна група, яка стала закономірним результатом родинного відбору. При цьому цей автор посилається на біологічні передумови непотизму – поведінки, що базується на неусвідомленій перевазі собі подібних [21].

Соціобіологічний напрям етнології оперує також поняттям «реципрокність» («взаємність»), під яким розуміється співробітництво як між віддаленими родичами, так і людьми, не пов'язаними родинними узами. Еволюція від родової до сусідської форми громади, гадаємо, переконливо свідчить на користь такого трактування виникнення етнічності. В умовах, що перешкоджають непотистській поведінці та знижують її ефективність, насамперед через жорстку дискримінацію, геноцид або їх загрозу, індивіди та цілі групи нерідко вдаються до спільних дій щодо усунення зовнішньої

небезпеки. Мотивом до реципрокності служить очікувана вигода, а саме можливість залишити та захистити власне потомство [25].

У рамках об'єднаного суб'єктивістсько-інструменталістського підходу під етнічністю було прийнято розуміти сукупність культурних рис, що ідентифікують групу або окремого індивіда [23, 25].

Етнічна реальність передбачає існування соціальних маркерів як визнаних засобів диференціації груп. Етнічність нерозривно пов'язана з феноменом етнічних стереотипів, що є великою різноманітністю форм – поведінки, сприйняття, суджень, очікувань тощо. Етнічні стереотипи – важлива частина комплексу міжетнічної взаємодії. Але, крім очевидно негативного аспекту, стереотипи несуть і позитивне навантаження. Сприйняття «за шаблоном» дозволяє учасникам міжетнічної взаємодії (контакту) з більшою ймовірністю досягти бажаного результату без ризику серйозних ускладнень. Поінформованість про стереотипи суттєво полегшує сторонам взаємодію, що беруть участь у контакті [20].

У зв'язку з цим необхідно дати визначення феномену етнічної маргінальності, під якою розуміють прикордонний стан індивіда (групи) стосовно соціальної спільності або соціально значимих структур, обумовлений відірваністю від звичного середовища за одночасного неприйняття нового способу життя. Поява маргінальних груп визнана закономірним наслідком різних форм соціальної мобільності, включаючи просторові переміщення [20, 23].

Отже, основним предметом вивчення суб'єктивістів виступають синхронні етнічні зв'язки, тобто в режимі реального часу. Саме тому, наприклад, німецькі старожили України сприймаються етнічними українцями в нашій країні як німці чи «німецькі українці». При цьому епітет «німецькі» вживається в етнічному контексті або набуває етнічного сенсу.

Навпаки, об'єктивісти наголошують на діахронних зв'язках, тобто на наступності етнічних традицій, самосвідомості. Для прихильників цієї позиції етнічність постає як об'єктивне явище духовного порядку. Етнічність реальна,

оскільки значних мас людей, розділених величезними відстанями, нерідко – океанами, приналежність до народу і зараз здається актуальною. Отже, якщо для об'єктивістів найважливішим вмістилищем етнічності виступає етнічна пам'ять, то для їх опонентів – конструктивістів – етнічні комунікації у теперішньому, зараз [10].

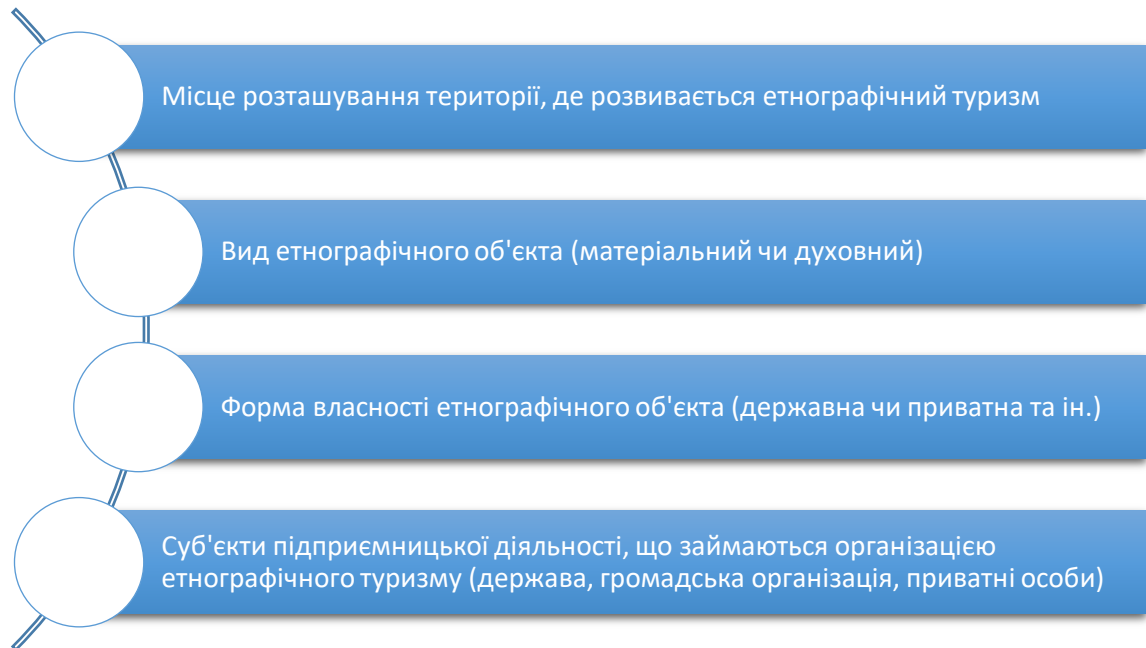


Рис. 1.2. Фактори, що впливають на вибір форми організації етнографічного туризму

Етнографічний туризм – це багатогранне явище, організація якого може набувати різних форм, на вибір яких впливають наступні фактори, що представлені на рис. 1.2.

Вищезазначені фактори та міжнародний досвід дозволив запропонувати можливі форми організації етнографічного туризму.

Одна з найпоширеніших форм – музеї. Серед них виділяємо: етнографічні музеї, музеї під відкритим небом, етнографічні села.

Етнографічні музеї – це музеї, де зібрані і демонструються матеріали, що висвітлюють культуру, соціальні структури, вірування, звичаї, традиційні види мистецтва певних етнічних груп населення.

Особливе місце серед музеїв займають музеї просто неба. За визначенням Міжнародної Ради ЮНЕСКО, культурно-етнографічний центр-

музей – це «колекція будівель, відкрита для загального огляду, що складається зі зразків доіндустріальної епохи, завжди обладнана меблями та начиннями відповідного періоду, відкритим майданчиком для виступу художніх народних колективів, рестораном, можна отримати народні страви і т.д.».

Зазначимо, що популярність музеїв просто неба за кордоном дуже висока і це підтверджується кількістю цих установ. Наприклад, в Естонії налічується 4 музеї просто неба, в Латвії – 8; у Фінляндії – 229; у Норвегії – 395; у Швеції – 1162, а в Україні – 28 [33].

Це пояснюється тим, що музеї просто неба є сьогодні невід'ємною частиною індустрії туризму. Більшість відвідувачів таких музеїв, безперечно, розглядають їх як належність до рекреаційної сфери, розваг. Музеї просто неба мають можливості для комунікації, недоступні більш традиційному типу музеїв. Розповідаючи про досягнення минулого, вони дозволяють краще зрозуміти сучасний стан суспільства, виробити власну думку та визначити чіткіші перспективи на майбутнє. Музеї просто неба швидко змінюються. Як і раніше визнаючи важливість традиційних завдань і не відмовляючись від їх вирішення, багато хто з них поставили перед собою нові цілі: відродження в нетрадиційній формі, що більш відповідає запитам та інтересам сучасності.

Етнографічні села – музеєфікуються окремі квартали старої забудови в історичній частині міста або повністю село – одна з поширених та ефективних форм збереження, вивчення та пропаганди пам'яток історії, культури та народної архітектури. Забудови як сільські, так і міські, можуть носити світський або церковний (сакральний) характер, причому ідеальним є їх демонстрація разом з усім інвентарем, що складається зі справжніх речей або реконструйованих руками місцевих ремісників. Цінними є не лише будівлі та споруди, а й планування вулиць. Копії та реконструкції будівель допускаються як виняток. У цих музеях проводяться великі етнографічні вистави, фестивалі, можна спостерігати, як працюють ремісничі майстерні. У таких етнографічних селах є готелі, і на вибір можна проживати або в комфортному,

облаштованому, сучасному готелі або «зануритися» в минуле і провести час у національній реконструйованій садибі [35].

Етнографічний туризм може включати елементи сільського зеленого туризму, за умови поєднання відпочинку в сільській місцевості з пізнанням культури, архітектури, традицій, кухні, звичаїв етносів, що проживають в даному селі, приїжджаючи в яку, турист має можливість пожити в істинно національному будинку, на відміну від етнографічного села, що є музеєм. Це не одноденне, а тривале перебування в національному середовищі, тут можна скуштувати страви національної кухні, поспілкуватися з представниками даного народу, побувати і навіть взяти участь у святах, тобто поринути у звичайне, щоденне життя цього народу. Таким чином, проживання у сільській місцевості несе не лише відпочинок та оздоровлення, а й пізнавальну мету – вивчення самотності, національних особливостей народів, що населяють територію.

Останнім часом широкого поширення набула організація етнографічних турів, їх класифікацію можна провести за двома принципами:

1. за метою поїздки:

- культурно-розважальні;
- навчальні;
- релігійні;

2. за способом пересування:

- автомобільні;
- пішохідні;
- морські.

Культурно-розважальні тури організуються з метою відпочинку та розваг через спостереження та участь у національних святах, обрядах, дегустації національної кухні та ін.

Навчальні тури організуються з вивчення історії краю, культури, архітектури та побуту етнічних груп. Такі тури проводяться для школярів, студентів як додаток до навчальних програм. Організація туру може

проходити місцями компактного проживання одного етносу або в один маршрут включається відвідування різних національних сіл.

Релігійні тури передбачають відвідування культових споруд та поховань. Організація таких турів може відбуватися за двома напрямками: по-перше, знайомство з особливостями лише однієї релігії (православні, мусульманські, католицькі та інші тури); по-друге, знайомство з усіма конфесіями, що існують в країні. Тури складаються з двох категорій – для віруючих громадян (паломницькі тури) та для звичайних туристів.

При організації етнографічних турів потрібно [20]:

- визначити етнографічні об'єкти, якими проходить маршрут;
- провести їх оцінку за такими критеріями:
 - вік об'єкта;
 - ступінь безпеки зараз;
 - ступінь привабливості для туристів;
 - транспортна доступність;
 - віддаленість від культурних центрів;
 - характер інформації, що надається (про культуру одного етносу – моноетнічний об'єкт або кількох – поліетнічний об'єкт);
- при розробці маршрутів, екскурсій необхідно консультування з фахівцями з етнографічних музеїв;
- визначити місця ночівлі та харчування туристів відповідно до санітарно-гігієнічних норм;
- складання культурної програми,
- розміщення реклами.

1.3. Теоретико-методологічні основи дослідження етнографічного туризму в сучасному світі

На думку ЮНЕСКО, етнографічний туризм є найефективнішим способом встановлення миру та взаєморозуміння між жителями різних країн,

чому, безумовно, сприяють організовані тури та залучені до туризму об'єкти спадщини, що відображають специфіку різних культур і народів. Слід зазначити, що у вітчизняній теорії туризму термін «етнографічний туризм» поки що лише осмислюється. У найзагальнішому вигляді під етнографічним туризмом розуміється особливий вид туризму, що передбачає знайомство з особливостями життя народів, які проживають сьогодні чи раніше на певних територіях [57, 58].

Сучасний світ характеризується процесами національної самоідентифікації народів, що посилюються, а посилюється глобалізація посилює прагнення людей усвідомити свою унікальність, приналежність до певних етнічних груп і власного коріння. Етнографічний туризм, що ґрунтується на справжньому інтересі туристів до життя людей в інших країнах, до їх традицій, сприяє збільшенню зростання туристських поїздок з метою вивчення способу життя народів своїх та чужих країн.

Як будь-який вид туризму, етнографічний виконує низку функцій, серед яких [55]:

- відродження національних традицій;
- підвищення культурного рівня людей;
- формування толерантного ставлення до інших народів, їх традицій та норм;
- сприяння економічній стабільності музеїв, культурних та науково-дослідних організацій;
- збереження культурного розмаїття світу, допомогти у відновленні та охороні об'єктів національних культур;
- поліпшення соціально-економічного стану регіону, в якому розташовані об'єкти етнографічного туризму.

Цікаво, що аудиторія етнографічного туризму останнім часом розширюється. Якщо раніше серед туристів, які цікавляться побутом та традиціями різних народів, історією та культурою різних етносів були особи з високими пізнавальними запитами, найчастіше середнього та старшого віку,

то сьогодні все частіше у подібні тури вирушають сім'ї з дітьми шкільного віку. Навчання роботі на національних інструментах та можливість взяти участь у традиційних обрядах залучають туристів різного віку. Участь в етнографічних турах дозволяє дітям з ранніх років більше дізнатися про власну культуру, її коріння, традиції, спадщину. При цьому особлива роль приділяється етнографічним музеям, де проводяться навчальні заняття для дітей, на яких їх знайомлять із національними ремеслами, фольклором, рідною мовою. Музейна театралізація, яка часто використовується при проведенні подібних заходів, дозволяє не тільки познайомитися з культурою етносу, а й відчутти себе представником цього народу [26, 53]. У рамках спеціальних турів це зробити набагато простіше, ніж у навчальних класах. Отже, етнографічний туризм можна як спосіб трансляції споконвічних традицій наступним поколінням.

Сьогодні етнографічний туризм стає досить популярним напрямом у всьому світі. Безумовно, найбільшими перспективами у розвитку та затребуваності етнографічного туризму серед туристів є території Європи та Північної Америки, де розташована величезна кількість територій, що зберегли традиційний спосіб життя корінного населення. Найпопулярнішими на сьогоднішній день, як і раніше, залишаються індійські поселення та парки в Канаді та США.

Для популяризації традиційного способу життя населення створюються музеї просто неба. Одним із родоначальників етнографічних парків просто неба став шведський Скансен. Подібні музеї сьогодні відкриті у Європі. Наприклад, в угорському Сентендрі є Скансен, який привертає увагу туристів. В Азії також активно розвивається етнографічний туризм – у Таїланді є маршрути річкою Квай, що знайомлять із життям місцевого населення [53]. У Бангкоку є унікальний парк Muang Boran Ancient City, в якому зібрані будівлі з усієї країни, також є модель плавучого ринку та багато майстерень із місцевими ремеслами.

Найбільш значущим видом етнографічного туризму є, на наш погляд, відвідування існуючих поселень, що зберегли особливості традиційної культури та побуту певних народів. Зазначені поселення можна назвати показовими, це можуть бути тимчасові стоянки кочівників, скотарів, оленярів, мисливців, збирачів. Туристичні маршрути, які проходять через такі поселення, існують у багатьох країнах. Так, найбільш відомим видом відпочинку в Єгипті є сафарі пустелею на джипах, під час якого туристи відвідують стоянки бедуїнів і знайомляться з їх кочовим укладом життя [22].

Однією з цілей поїздки до латиноамериканської держави Перу багатьох туристів є бажання зіткнутися з традиційним побутом корінних жителів країни – індіанців. Для цього туристи вирушають до глибинних районів країни – зокрема, до джунглів басейну Амазонки. У цьому випадку чітко простежується поєднання етнографічного туризму з екологічним. Аналогічні маршрути прокладено у горах Північної Індії та Північного Таїланду, у внутрішніх районах Австралії та на островах Океанії. У деяких сільських поселеннях країн Європи для залучення туристів населення іноді одягає свій національний одяг. Часто у різних регіонах світу туристи стають свідками та навіть учасниками барвистих традиційних свят та фестивалів. Відвідуючи традиційні поселення, туристи із задоволенням купують як сувеніри різні вироби місцевих умільців, куштують страви національної кухні [25].

Європа – частина світу, якої в достатній мірі торкнулася глобалізація. Внаслідок цього країни Європейського континенту певною мірою стали схожими за способом життя. Внаслідок тісного сусідства та спорідненості культур країн Європи, а також внаслідок низки історичних подій, звичаїв та традицій у цих країнах зазнали сильних змін. Тому одним із головних завдань організаторів туризму в країнах Європейського співтовариства є виділення кожної країни за допомогою певних рис, властивих лише їй. Звідси взяття під охорону Європейським Союзом деяких страв чеської кухні, створення «пивної» культури у країнах Центральної Європи, проведення фестивалів народної музики у сільській місцевості. Великий внесок у збереження

матеріальних та духовних атрибутів європейських традицій робить ЮНЕСКО. Також подібна діяльність виконує головне завдання – формує імідж кожної країни в очах світової спільноти, а також є рекламою для потенційних туристів усього світу.

Європейський етнографічний туризм нерідко поєднує у собі риси історичного та гастрономічного туризму. Це пояснюється тим, що історично європейське суспільство було поділено на стани, а в більш пізню епоху – на класи. Кожен стан мав свій спосіб життя та свої характерні риси. Тому, наприклад, проводяться фольклорні вечори у розбійницькому стилі чи прогулянки ремісничою «Золотою вуличкою» у Празі.

Так, у Чехії, на популярних туристичних напрямках організуються фольклорні вечори з вечерею, що поєднують у собі розвагу туристів інструментальною музикою, яка виконується на лютні, чеському славнику, гайді та танцями XI-XIV ст. (Гулян, Соуседська, Бажант, Пасачка, Резанка тощо), пісенним фольклором привілейованих станів (лицарські романси), бійками розбійників, святами селян, а також старочеською кухнею. Програма включає демонстрацію як сільської культури, міської, так і куртуазної (рис. 1.3). Гостям подаються унікальні страви (кнедлики, Штрамберкські вуха (печиво), печене свиняче «вешеве» коліно, Тржебонський короп, Пардубицький імбирний пряник...), кожна з яких має свою історію появи.

Hlavní město Praha, Asociace Etnica a Limbora ve spolupráci s:
Klub Polští, Anima Artis, Bulharské spolky, Svaz Maďarů, Detvan, Rečká obec, Sčislé spolky, Svaz Vietnamců, Domus SM,
Spolek Němci a přátel něm. kultury, BonaFide, Ruská tradice, Muzika Judaika, Rusíni, Romské kluby a Ukrajinská iniciativa
Vás zvou na

25. MEZINÁRODNÍ FESTIVAL NÁRODŮ,
NÁRODNOSTNÍCH MENŠIN A ETNIK
PRAHA SRDCE NÁRODŮ
Záštitu převzal primátor hl. m. Prahy doc. MUDr. Bohuslav Svoboda CSc.

25.-29. 5. 2023

Účinkují:
Plai de dor
Vršatec
Dunav
Vila
Džerelo
Tessedik
Ze-Kartan
Bartošovci
Dvorana
Limborka
Polonim
Njchas
Limbora
Shonert A.
Ziriab

Rosa
Ignis
Kintari
Karpaty
Vietnam
Cojseim
Yasinsky A.
Flamenkeria
I. Herák & Band
Mariachi Azteca
Malá Limborka
Dunjngarav
Hájček
Bulgari
Górale
a další

Výběr z programů:
25.-27. 5. Staroměstské a Václavské náměstí
28. 5. 19:00 GALAPROGRAM – Divadlo na Vinohradech
www.prahasrdcenarodu.cz

Akci podpořili: Hl. m. Praha, MK ČR, MŠMT, ÚSZZ, DNM, Rumunský institut, Kávárna PAUSETERIA...

Рис. 1.3. Прома фольклорного фестивалю народів, нацменшин та етносів
«Прага – серце народів» (Praha srdce národů)

Для посилення почуття причетності туристів до дійства автори шоу привносять до нього елемент інтерактивності, запрошуючи гостей взяти участь у танці разом із артистами.

Такі вечори з вечерею мають успіх у туристів з усього світу головним чином, тому що організатори шоу апелюють до всіх сторін сприйняття людини: зорова – динамічний танець, використання яскравих, оригінальних народних костюмів, оформлення приміщення ресторану під розбійницьку печеру або під середньовічну таверну. Слухова – жива музика, смакова – тематична вечеря, дотик – можливість взяти участь у танці. Таким чином, впливаючи на всі органи почуттів, організатори такого фольклорного вечора дають можливість познайомитись туристам з народною культурою країни у всіх її аспектах, в умовах «народних гулянь», а також створити суб'єктивну «картину етносу», спираючись на всі форми сприйняття.

З економічного погляду така діяльність забезпечує робочими місцями в'їзну туристичну галузь, ресторанний бізнес, шоу-бізнес (музиканти, артисти, танцюристи), дизайнерів (за інтер'єрами та костюмами).

Німеччина є лідером у Європі з подієвого туризму. Частина подій відноситься до етнографічного туризму. Також до нього можна віднести щорічні ярмарки, пивні та фестивалі народної музики, що проводяться у федеральних землях у різний час (збігається з часом збору врожаю): Liebori–Пдерборн, Луллусфест у Бад-Херсберд, Хюстенер-Кірмес – Арнс , Домвай – Фреден, Oktoberfest – середина осені та Gubodenvolksfest у середині серпня – у Баварії та Саксонії, Bergkirchweih – початок червня – Ерланген, International Berlin Beer Festival – початок серпня – Берлін, Cannstatt Volksfest – середина осені – Штудгарт [26].

Гастрономічною складовою таких заходів є: особливий сорт пива, який вариться спеціально для події, кренделя (Brezeln), сосиски (їх різновиди варіюються залежно від Федеральної Землі, де проводиться фестиваль), картопляний та капустяний салати, смажені кури та бики, запечена риба.

Музичний контент представлений конкурсами серед виконавців народної музики, які грають на характерних для певної місцевості музичних інструментів, і одягнених у національні костюми. Туристів запрошують взяти участь у танцях та піснях нарівні з професійними музикантами. Це підвищує привабливість туристичного продукту, і навіть зближує представників різних національностей між собою.

Такі заходи дозволяють сформувати позитивний імідж народу, познайомитися ближче з його культурою у багатьох аспектах – кухні, музики, одягу, устрій життя, умов життя, особливостями ментальності. Серед німецьких федеральних земель найбільшого успіху досягла Баварія, де щорічно проводиться найбільш відвідуваний серед іноземних туристів пивний фестиваль Oktoberfest (рис. 1.4). Обіг фестивалю в євро з кожним роком збільшується, що позитивно позначається на економіці країни.



Рис. 1.4. Афіша фестивалю Oktoberfest в 2023 р.

У грецькій туриндустрії етнографічний туризм є чудовим доповненням до історичної складової, яка допомагає порівняти туристу античну та традиційну материкову й острівну культури. Через географічне розташування, на території Греції багато ендемічних сіл, цікавих тим, що вони зберегли патріархальний уклад до наших днів. В даний час, етно- та екотуризм у Греції здійснюється, в основному, за допомогою організації етносел, екопарків, агроферм та таверн для проведення вечорів для туристів. Найбільші з них знаходяться на острові Крит, на півострові Халкідікі, в Афінах та на острові Родос.

Подібні екскурсії проводяться у форматі «1 день» і, як правило, включають обід або вечерю, що складається зі страв регіону, в якому проводиться екскурсія (рис. 1.5). Іноді туристи беруть участь у приготуванні обіду під керівництвом «домогосподарок».

Важливою відмінністю грецького етнографічного туризму від центральноєвропейського є те, що крім шоу в національному колориті та традиційного обіду, туристам пропонують спробувати свої сили у традиційних ремеслах та основах сільського господарства – гончарній справі, бджільництві, виготовленні воскових свічок, ловлі риби приготуванні традиційних грецьких та критських страв (антикростос, піта), виготовленні сиру, оливкової олії, а також традиційної горілки – ципуро, ракії та узо [18].



Рис. 1.4. Експерсія «Критський вечір» (Греція, острів Крит)

Поширення у Греції набули грецькі традиційні вечори з музикою та танцями. Проводяться вони виключно влітку на відкритому повітрі (у відкритій таверні). Фольклорна програма представлена музикою, танцями та піснями різних регіонів Греції. Музика виконується професійними музикантами виключно на автентичних грецьких струнних, духових та ударних інструментах – бузуку, лірі, барабані. Музична програма подібного заходу, як правило, включає: інструментальні награти, вокальні сольні номери (лірична пісня, жартівливі куплети) та танцювально-хореографічне відділення, в ході яких танці різного характеру виконуються як окремо артистами, так і артистами спільно з глядачами. Спільні танці поступово переходять у величезне танцювальне дійство, де глядачі стають повноправними виконавцями.

В Іспанії також набули популярності серед туристів вечори іспанської музики, які проводяться у стилізованих під автентичну ферму майданчиках, у ресторанах у міській місцевості, а також у віллах. Також, як і в інших країнах, програма включає музичну складову, гастрономічну, комунікаційну та інтерактивну.

Відмінною рисою етнографічних екскурсій в Іспанії, зокрема на узбережжі Середземного моря є їх камерність. Число артистів, зайнятих у шоу, як правило, становить 5-6 осіб, включаючи музикантів. Центральне місце

займає танець фламенко, визнаний культурним національним надбанням Іспанії, а також визнаний нематеріальною культурною спадщиною ЮНЕСКО. Перед початком виступу гід-екскурсовод, який супроводжує туристів, роз'яснює символіку жестів та рухів танцюристів для кращого сприйняття глядачами цього унікального виду мистецтва. Крім цього, туристам демонструються інструментальні нагайки на струнних (гітара) та ударних інструментах (кастаньети) – фанданго [3].

Італійська туристична галузь є однією з найрозвиненіших у світі, тому туристам пропонується безліч різних екскурсій на різний смак з різних точок відправлення (Калабрії, Ріміні, Сардинії, Сицилії). Такі екскурсії в Італії проводяться у форматі півдня/день та включають відвідування унікальних сіл (Mondaino, Portadi Sotto Mill) та агрокультурних компаній (Frantoio) з виробництвом натуральних продуктів (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Виробництво оливкової олії Франтойо в Умбрії

На таких екскурсіях акцент робиться насамперед на дегустацію вин, сирів, оливкової олії та домашнього хліба, а також меду. В рамках подібної екскурсії можливе також і відвідування органічної молочної ферми з прийняттям участі у виготовленні сирів за старовинними італійськими рецептами з подальшою дегустацією. За бажанням туристів, можливе відвідування коротких кулінарних курсів – навчитися готувати традиційну

італійську пасту, а також коржі. Після закінчення навчання туристам подається обід із страв місцевої кухні.

Музична програма вечора представлена переважно танцювальними номерами, включаючи традиційний танець для цієї місцевості – тарантелу. Програма передбачає участь туристів у танцях, приблизно 50% від усієї музичної програми вечора. Вокальна програма представлена розіграшами сценок із селянського життя, робочих пісень та ліричних наспівів.

У Норвегії, Швеції та Фінляндії провідні туроператори пропонують екскурсії до села до корінних народів європейської півночі, тривалістю 1-2 дні, з проживанням у житлі традиційного типу (голку, чум...). Трансфер на такі екскурсії зазвичай здійснюється на собачих упряжках або північних оленях (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Індивідуальна екскурсія в Лапландії

Серед європейських країн, етнографічні екскурсії в Північній Європі найбільш наближені до умов експедицій, і крім унікальності матеріалу, що представляється, особливої уваги заслуговує також атмосфера, властива цій екскурсії. Розміщуються туристи в будинках традиційного типу, нерідко поділяючи його разом із господарями. Харчуються також разом із жителями автентичного села [25].

Значний інтерес представляє той факт, що аборигени майже не володіють звичними для більшості жителів Європи мовами. Тому спілкування

туристів та місцевих жителів здійснюється більше на невербальному рівні за допомогою жестів, міміки та інтонацій. Такий спосіб спілкування далекий від звичного для жителів цивілізованих країн і міст, і тому представляє величезний інтерес як новий досвід і можливість отримання нових відчуттів, які можна отримати від такої подорожі та спілкування з людьми, що мають несхожий на європейський спосіб життя. Тому такі міні-тури, тривалістю в 1-3 дні, надзвичайно популярні серед європейських туристів, які спробували вже інші, інклюзивні тури. Ціни на подібні екскурсії коливаються до 500 євро за особу в сезон. У цю ціну входить проживання в традиційному житлі, трансфер на собачих упряжках або оленях, спілкування з представниками корінного народу і можливість доторкнутися до їхнього способу життя в натуральних умовах, і стати на якийсь час членом їх громади з правами та обов'язками, що звідси впливають. Європейський споживач вважає за краще платити за нові враження, оскільки вже є досвідченим у споживанні всіх різновидів туристичного продукту.

Таким чином, частка етнографічного туристичного продукту серед загальноєвропейського значна. Подібний вид туризму успішно реалізується серед туристів різних груп, тому що апелює відразу до кількох каналів сприйняття людини: візуального – костюми, дизайн оформлення інтер'єру ресторану, планування села, аудіального – музична програма, кінестетичного – атмосфера свята, народного гуляння, смакового – гастрономічна частина екскурсії.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз сучасного стану туризму в Україні

У звіті American Express Travel про глобальні тенденції у сфері туризму в 2023 році відмічено чотири глобальні тенденції, що надихають людей подорожувати цього року [61]:

- Зростання «сет-джеттингу»: популярні фільми, телешоу та соціальні мережі надихають людей подорожувати до місць, які вони бачать на екрані, наприклад, до Італії, Парижа, Йеллоустоуна та Лондона.
- Смачні напрямки: від найкращих ресторанів до місцевих фаворитів та кулінарних майстер-класів. Люди обирають наступний пункт призначення на основі місцевої кухні.
- Хвиля оздоровлення: оздоровчий відпочинок стає все популярнішим, оскільки мандрівники віддають пріоритет турботі про себе, а також психічному та фізичному здоров'ю.
- Подорож знайомими шляхами: мандрівники хочуть відкрити для себе приховані перлини і підтримати місцеві спільноти, коли вони подорожують.

Звіт, заснований на даних опитування мандрівників зі США, Австралії, Канади, Мексики, Японії, Індії та Великобританії, показав, що більше половини (52%) респондентів заявили, що планують здійснити цього року більше поїздок, ніж минулого, а 50% респондентів планують витратити на подорожі у 2023 році більше грошей, ніж у 2022 році. 84% опитаних представників покоління Z і міленіалів віддали б перевагу відпустці мрії купівлі нового предмета розкоші, а 79% згодні з тим, що подорожі є важливим бюджетним пріоритетом [61].

Військовий наступ Росії в Україні надає негативний вплив на міжнародний туризм. Це посилює і без того високі ціни на нафту та витрати

на транспортування, збільшило невизначеність і призвело до перебоїв у подорожах у Східній Європі.

Напрямки, які найбільше постраждали (крім Росії та України), це Республіка Молдова з падінням кількості рейсів на 69% з 24 лютого (порівняно з рівнем 2019 року), Словенія (-42%), Латвія (-38%) та Фінляндія (-36%) за даними Eurocontrol. Кількість бронювань у Росії на вихідні рейси також впала наприкінці лютого та на початку березня, але з тих пір відновилася, згідно з даними Forwardkeys [38].

Незважаючи на конфлікт, з середини березня до початку травня європейське авіасполучення стабільно зростає. Бронювання авіаквитків також свідчить про зростання попиту на подорожі всередині Європи та рейси зі США до Європи.

Як туристичні напрямки, на Росію та Україну припадало 4% міжнародних туристичних прибуттів до Європи, та лише 1% надходжень Європи від міжнародного туризму (рис. 2.1).

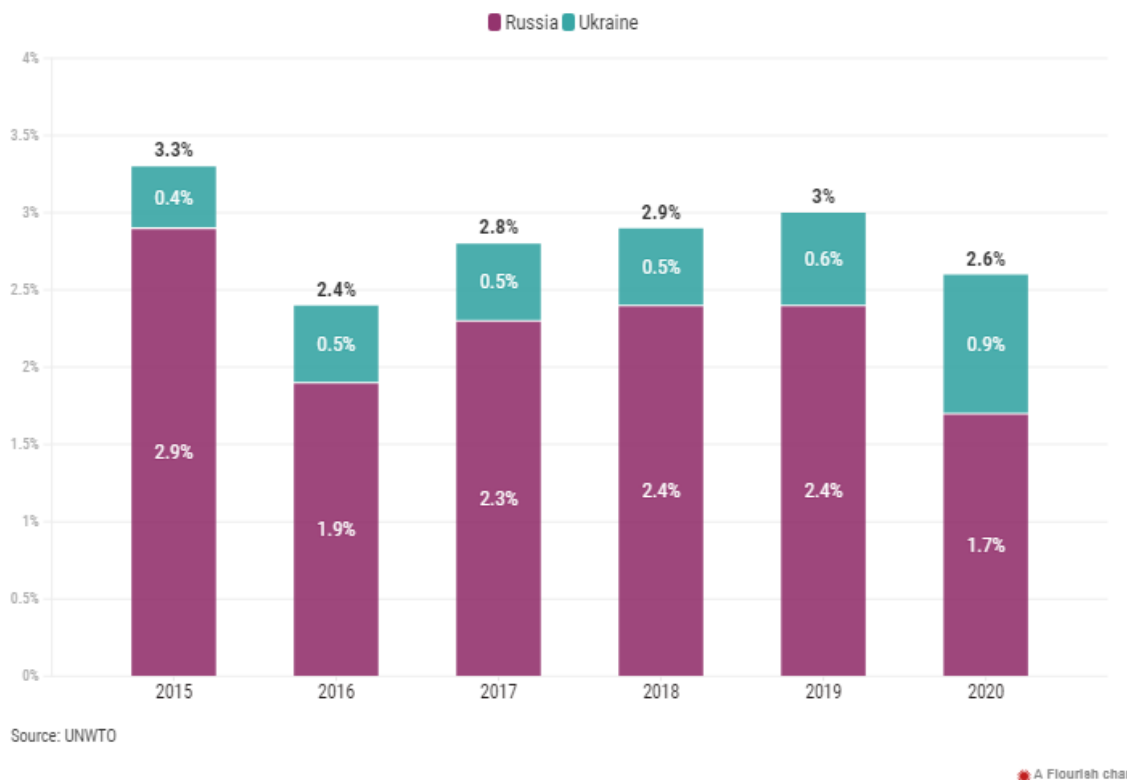
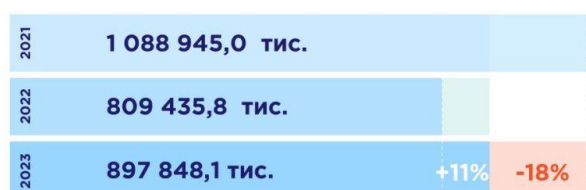


Рис. 2.1. Витрати РФ та України на міжнародний туризм в 2015-2020 рр. (% від загального світового рівня) [31]

Якщо порівнювати сучасний стан туристичної галузі з довоєнними показниками, можна побачити, що за перше півріччя 2023 р. кількість юридичних осіб – платників податків зменшилася на 45%, а фізичних – на 32% (порівняно з аналогічним періодом 2021 р.) (див. рис. 2.2).

ПОДАТКИ ЗА I ПІВРІЧЧЯ 2023

ДАРТ



КІЛЬКІСТЬ ПЛАТНИКІВ



ВІДСТОВКА ЧАСТКА КОЖНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ



* ТИС. ГРН

Рис.2.2. Аналіз динаміки податкових надходжень від сфери туризму [30]

У Державному агентстві розвитку туризму (ДАРТ) вважають своїм головним завданням не перетворити Україну на напрямок чорного туризму. Після війни Україна має відродити свою туристичну галузь та показати світові, насамперед, що це країна з багатою культурною спадщиною. Альтернативою дарк-туризму можуть стати маршрути пам'яті, пов'язані з історією та героїзмом наших людей.

Міська рада Бучі обрала п'ять місць, пов'язаних з окупацією, і встановила там таблички, де за QR-кодом можна прочитати, що там відбувалося. На сайті міської адміністрації також є віртуальна мапа цих локацій.

З такою пропозицією нещодавно виступив керівник Чернігівської міської військової адміністрації Дмитро Брижинський. Він пропонує помітити місця масової загибелі людей у Чернігові, аби вшанувати їхню пам'ять. Також

ведуться розмови про створення музею "Стійкість Чернігова", який збереже у пам'яті подвиг городян.

Водночас у місцях колишніх бойових дій виникають і стихійні меморіали. Найчастіше це цвинтарі розбитої російської техніки чи виставки залишків снарядів. Таку виставку нещодавно створили у селі Циркуни, де довгий час стояли росіяни, обстрілюючи Харків.

Біля села Дмитрівка на Житомирській трасі на місці розбитої російської колони й досі стоять танки та БМП. Місцеві жителі акуратно обгородили їх огорожею. Біля них зупиняються автобуси, що проїжджають по трасі, люди виходять подивитися, доторкнутися до них.

Є чимало віртуальних проектів, які показують, як виглядають українські міста після нападу Росії. Це, наприклад, сайт фотографа Дмитра Малишева «Немає дома» чи VR-музей пам'яті війни на сайті управління туризму Київської обласної адміністрації. Деякі українські музеї вже почали створювати невеликі експозиції речей, пов'язаних із російсько-українською війною.

Якщо говорити про основні напрямки внутрішнього туризму в Україні в 2022 р., то найбільш популярними є відпочинок в санаторіях та Карпатах, а також гірськолижні курорти під час зимового відпочинку.

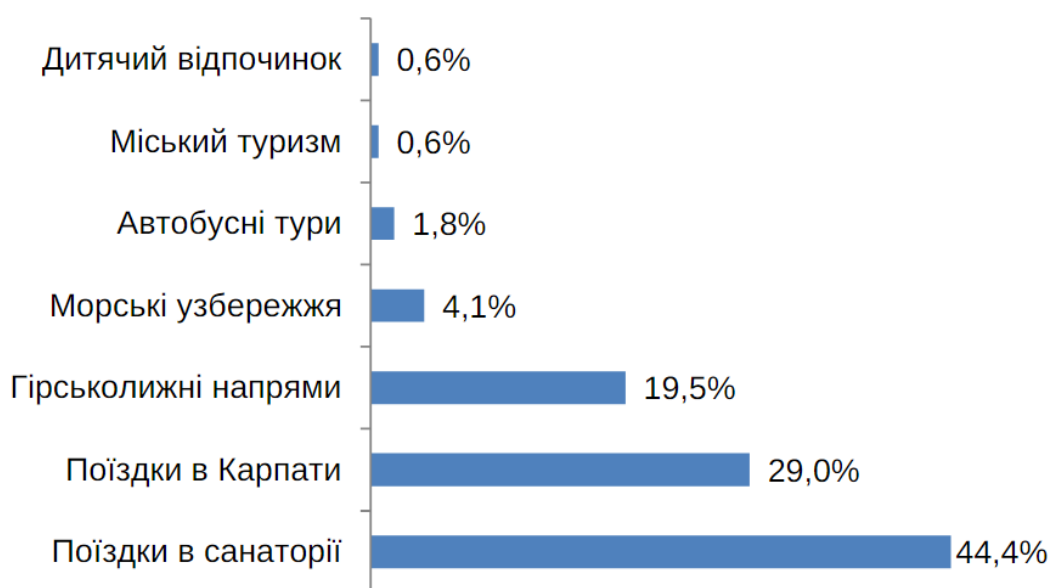


Рис. 2.3. Напрямки внутрішнього туризму в Україні в 2022 р., % [29]

Майже одразу після початку повномасштабного вторгнення в Україну вітчизняна влада почала збирати та оцінювати інформацію щодо руйнації різноманітних об'єктів в нашій країні. Київська школа економіки (KSE) цю інформацію групує та аналізує, щоб отримати повну картину наслідків подій, що відбуваються. В березні 2023 р. вже вдруге аналітиками KSE було опубліковано звіт, що охоплював період з 24 лютого 2022 по 23 лютого 2023 рр., із загальною оцінкою збитків економіці України згідно методології Світового банку (рис. 2.4). бачимо, що збитки, нанесені сфері культури, туризму та спорту перевищили 2 млрд. дол. США.

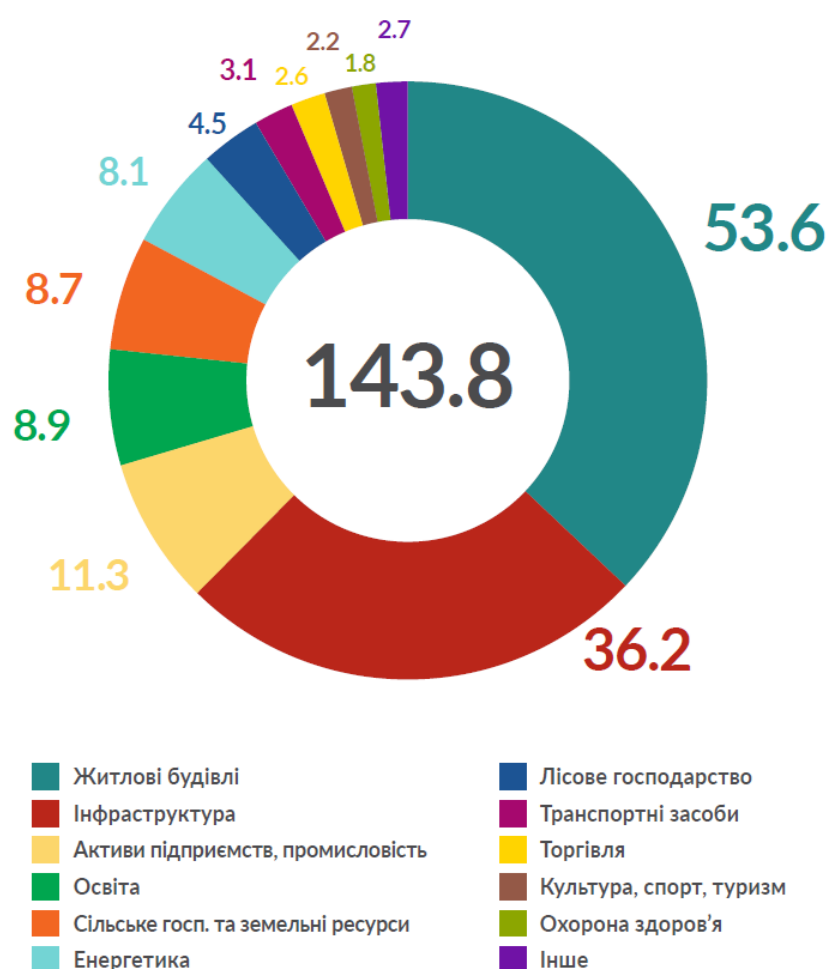


Рис. 2.4. Прямі збитки економіці України за типами майна, млрд \$ [15]

Щодо пошкоджених та зруйнованих об'єктів сфери культури та туризму, то серед них 22 театри та 82 музеї, 348 релігійних споруд і 703 будинків та палаців культури – в цілому більше 2148 об'єктів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Найбільш пошкоджені категорії об'єктів станом на лютий 2023 р.

Вид закладу	Збитки, \$ млн
Історичні будівлі	792,4
Будинки/палаці культури	357,6
Релігійні об'єкти	111,1
Бібліотеки	87,2
Національні та обласні театри	74,4
Музеї	57,6
Художні школи	48
Кінотеатри	15,3
Меморіали, братські могили	3,2
Пам'ятники	0,2
Загалом	1547

Складено за матеріалами KSE Institute

З початку повномасштабного вторгнення в Україні зазнали ушкоджень різного ступеня, включаючи повне руйнування, 157 готелів/ресторанів, 703 будинки культури/палаці культури, 348 релігійних об'єктів, 8 спортивних стадіонів та 82 музеї. Майже всі вони знаходяться переважно в східних, центральних та південних областях країни (Донецька, Луганська, Харківська, Дніпровська, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Сумська, Херсонська, Львівська та м. Київ).

Розподіл кількості пошкоджених об'єктів сфери культури та релігії за областями, на лютий 2023

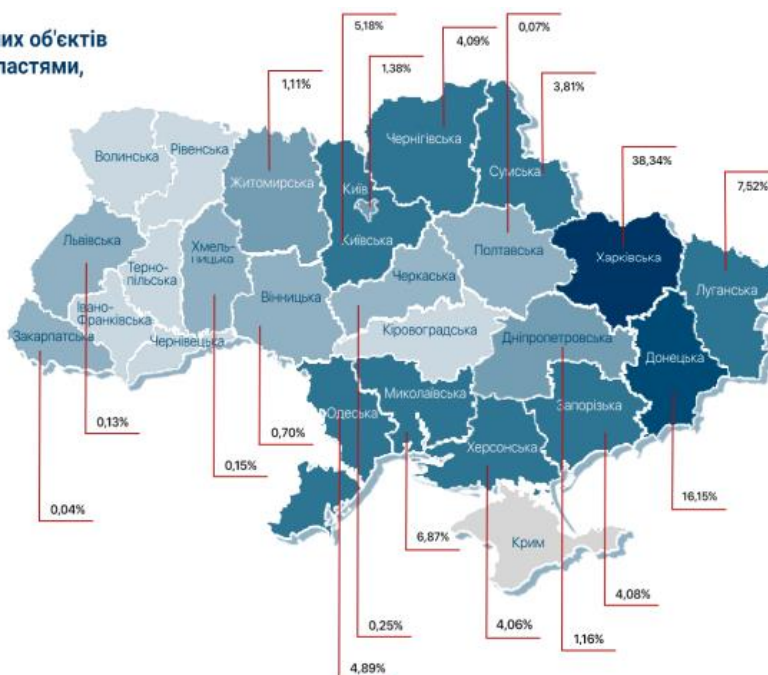


Рис. 2.5. Кількість зруйнованих та пошкоджених об'єктів сфери туризму [15]

Наприкінці потрібно зазначити, що наразі через значну інтенсивність бойових дій в східних та південних областях України, а також постійні ракетні обстріли, переважна більшість культурних та спортивних установ тимчасово припинили свою роботу. Наслідком цього стала втрата доступу 12,5 млн жителів з 6 областей країни до послуг названих установ (Донецька, Запорізька, Луганська, Миколаївська, Харківська, Херсонська обл.). Ще 13 млн осіб обмежені в їх отриманні.

2.2. Історико-соціальні передумови формування ресурсів етнографічного туризму в Україні

Україна має усі необхідні потенційні складові для розвитку сучасної туристичної індустрії, а саме: унікальні географічні, природно-кліматичні, історико-культурні та національно-етнографічні ресурси. Загальна площа придатних для туризму та відпочинку природних ландшафтів становить 94 млн. гектарів, які й досі ще повністю не освоєні. На території України налічується понад 125 тис. пам'яток археології, архітектури, містобудування, історії та мистецтва.

Щодо нормативно-правової бази розвитку етнографічного туризму потрібно виокремити насамперед Державну програму розвитку туризму на 2002 – 2010 роки (затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 р. № 583), Програму розвитку краєзнавства на період до 2010 року (затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 10.06.2002 р. № 389), «Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2015 року» (затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 21.07.2006 р. № 1001). На жаль зараз в нашій країні не проводяться ґрунтовні дослідження можливостей етнографічного туризму для розвитку як малих міст, так і сільських населених пунктів, не ведеться статистичний облік етнографічного туризму.

Етнографічний туризм виник як засіб, що використовується в багатьох країнах для підтримки економічного та культурного розвитку регіонів та надання допомоги у збереженні культурної спадщини. Це цікавий вид туризму, який пропонує подорожувати своєю країною, поєднуючи відпочинок із пізнанням свого народу, його культури та традицій. В Україні він з'явився зовсім недавно, але вже зараз обіцяє стати затребуваним та улюбленим напрямком не лише українців, а й іноземців, які бажають вивчити національні традиції українського народу та національних меншин [17]. Збереження, розвиток та збагачення етноресурсів є важливою передумовою розвитку етнографічного туризму як перспективної галузі економіки країни шляхом оптимізації процесів розвитку території, створення робочих місць і фактором збереження культурної спадщини.

На думку істориків, саме на північному заході нашої країни відбулось зародження слов'ян: сіверян, полян, древлян, тиверців, волинян та інших. Ще у IX-X ст. новгородський князь Олег звільнив від хазарського гніту дніпровські землі, де, вважають, й з'явилася згодом Київська Русь. Столицею цієї держави став Київ-град, яким правили государі із династії Рюриковичів. В Україні, протягом її становлення як суверенної одиниці, панували різні народи, тому навіть у межах одного міста можна побачити пам'ятки та архітектуру різних епох та напрямків. В контексті цієї інформації на рис.2.6 нами наведено карту етнографічних регіонів нашої країни.

Сучасні етнографічні музеї, які працюють на території нашої країни, представляють експозиції традиційної культури українців як то мистецькі та побутові предмети загального ужитку 18-20 ст., а також експонати, зібрані з різноманітних етнографічних земель України (Бойківщина, Буковина, Волинь, Гуцульщина, Донеччина, низинне Закарпаття, Лемківщина, Середня Наддніпрянщина, Надчорномор'я, Західне і Східне Поділля, Центральнo-Східне Полісся, Слобожанщина).



Рис.2.6. Етнографічні регіони України

У кризових реаліях (синергетичного ефекту військових, політичних, економічних, демографічно-міграційних, психоемоційних потрясінь) етнотуризм України нещодавно став на шлях відродження улюблених брендів та центрів етнотуристичного тяжіння та подальшого розширення географії новомодних подієво-етнокультурних дестинацій.

Саме тепер масові етнокультурно-туристичні заходи, що збирають тисячі відвідувачів з різних, частково русифікованих та розчарованих у державному процесі регіонів України, є тим цементом, який консолідує сучасних українців від Ужгорода до Маріуполя, хвилює серця небайдужих українців, а потім спонукає їх змінювати. на краще. Міжнародні етнофестивалі, у тому числі включені до календаря CIOF (Conseil International des Organization de Festivals et d'Arts Traditionnelles) як імпрези світового масштабу, якраз саме зараз є одним із найважливіших чинників та найпромовистішою константою утвердження іміджу України у світі як

держави з високорозвиненою культурою, різноманітною палітрою заходів традиційного та сучасного мистецтва, насиченим календарем уявлень етноподієвого туризму.

Розвиток етнографічного туризму є важливим для соціально-культурного та економічного розвитку держави через популяризацію народних звичаїв та традиції серед сучасників, а також їх збереження для майбутніх поколінь. Адже шляхами та засобами туризму можна гідно пропагувати національно-культурну спадщину, багате історичне минуле та привабливість рідного краю не лише на внутрішньому, а й на міжнародному туристичному ринку.

Таблиця 2.2

Ресурси етнографічного туризму в Україні

Основні джерела традиційної культури та побуту народів України	Регіони розповсюдження
Традиційна культура українців	
гуцульські ремесла та народне мистецтво	Яремче, Коломия, Косів, Рахів
великодні яйця-крашанки (укр. писанки)	Космач
художнє ткацтво	Кролевець
лозоплетіння	Боромля
художній розпис	Петриківка
музей майстра української народної творчості Т. Гараса	Вашковці
килимарство, вишивка	Дегтярі, Решитилівка
гончарство	Опішня
всеукраїнський ярмарок народних ремесел	Сорочинці
Традиційна культура національних меншин	
виробництво крафтової кисломолочної продукції, вівчарство (болгари та гагаузи)	Одеська обл.
особлива одесько-єврейська кухня, Одеський гумористичний фестиваль (євреї)	Одеська, Київська, Житомирська області
виноградарство, виробництво крафтового вина (молдавани)	Буковина, Одеська область
виробництво крафтового вина, вівчарство (румуні)	Закарпаття, Буковина
різдвяні ярмарки (угорці, словаки)	Закарпаття
різдвяні традиції та ярмарки (поляки)	Львівська, Вінницька, Житомирська області
фестиваль грецької музики та танців «Мега Йорт», Дні грецької культури в Україні, грецька кухня (приазовські греки)	Приазовські регіони Донецької області

Мандруючи країною, туристи зустрічають на своєму шляху неперевершені за красою історичні музеї, які неодмінно потрібно відвідати: Невицький замок на березі річки Уж, Музей етнографії та художнього промислу Інституту народознавства НАНУ у Львові, музей Писанки та Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття ім. Й. Кобринського у місті Коломия Івано-Франківської області, Закарпатський музей народної архітектури та побуту в Ужгороді, Косівський музей народного мистецтва та побуту Гуцульщини на Івано-Франківщині, Музей культури та побуту Уманщини, Печенізький краєзнавчий музей та Етнографічний музей «Українська слобода» у Харківській області. Безперечно, всі вони варті уваги [1].

Серед безлічі відомих історичних музеїв в Україні найбільшої уваги заслуговують етнографічні музеї просто неба, що дають можливість відчувати себе частиною історії нашої країни, побачити особливості давнього життя наших предків.

Наприклад, Музей народної архітектури та побуту в с. Пирогово (неподалік від Києва) розташовано просто неба на 150 га. Тут туристи можуть відчувати себе частиною історії та опинитись в Україні XVI–XX ст. Для мандрівників тут відкрито понад три сотні експонатів архітектури. Схожі музеї під відкритим небом працюють у селі Рокині (10 км від Луцька), Переяславі-Хмельницькому (80 км від Києва), Львові та інших містах у різних регіонах нашої країни.

На Одещині є свого роду аналог знаменитого київського музею просто неба Пирогово – Фрумушика-Нова. Назва – молдавська, в перекладі означає «Нова Красивенька». На території розвивається туристичний комплекс – етносело, краєзнавчий музей, зоопарк, корчма, міні-готель, можливість долучитися до сільськогосподарської праці і навіть пополювати. Розташоване етносело в Тарутинському районі між селами Весела Долина та Старосілля.

Туристичний комплекс почав розвиватися з 2008 року. Спочатку тут запрацювала вівчарська ферма, на якій вирощуються вівці каракулевої породи.

Потім з'явилися виноградники та, відповідно, винний підвал. Згодом почалося будівництво етносела з відтворення традиційного молдавського обійстя. З'явилися садиби німецьких колоністів, болгар, українців, євреїв, росіян, гагаузів, а також типовий будиночок радянських колгоспників. Етносело доповнює величезна колекція сільськогосподарських механізмів, серед яких зустрічаються екземпляри від середини ХІХ століття і до радянського трактора 30-х років. Тут є і краєзнавчий музей, в якому зібрано безліч предметів старовини.

В 2018 р. в рамках стратегічного проекту «Розумний регіон», голова Одеської облдержадміністрації розпорядився про запуск пілотного агрокластера «Фрумушика-Нова», що має стати новим центром екологічного та сільського туризму.

Також окремо потрібно зазначити приватні історико-культурні та етнографічні музеї, які було створено за роки незалежності України. Особливої уваги серед них заслуговують Харківський приватний музей міської садиби, Музей гуцульського побуту, етнографії та музичних інструментів Романа Кумлика в смт. Верховина, Регіональний музей етнографії сіл пониззя ріки Тересля, приватний Музей Довбуша в с. Космач, Музей української домашньої ікони в м. Радомишль тощо.

Завдяки функціонуючим як державним, так і приватним етнографічним музеям нашої країни формуються етнографічні тури. Зокрема можемо навести як приклади наступні:

- «Полтавський колорит» – вивчення історії та побуту загадкового і гостинного Полтавського краю з відвідуванням Полтавського Краєзнавчого музею (м. Полтава) та Національного музею-заповідника українського гончарства в Опішному (сmt. Опішне, Полтавська обл.);
- «Трипільська Україна» – занурення в історію та культуру Трипільської цивілізації з відвідуванням «Трипільського скверу» (м. Ржищів, Київська обл.), приватного історико-археологічного музею «Прадавня

Аратта – Україна» (с. Трипілля, Київська обл.) та Київського обласного археологічного музею (с. Трипілля, Київська обл.);

- «Гуцульські коломийки» – дослідження особливостей побуту та традицій гуцулів з відвідуванням музею «Гуцульська гражда» (с. Криворівня, Івано-Франківська обл.), Музею гуцульського побуту, етнографії та музичних інструментів Романа Кумлика (сmt. Верховина, Івано-Франківська обл.), музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття «Гуцульщина» (м. Коломия, Івано-Франківська обл.), а також музею «Писанки».

Створення таких етнотурів є новим видом туроператорської діяльності України. Спеціалісти з туроперейтингу стикаються з проблемою відсутності актуальної та цілісної інформації про ресурси етнічного туризму, що ускладнює роботу над створенням відповідного туристичного продукту. Тому створення бази даних об'єктів етнотуризму є актуальним для всіх зацікавлених сторін процесу розвитку етнотуризму в Україні: організаторів етнофестивалів, народних майстрів, власників музеїв, органів управління у сфері туризму.

Найстаріші етнофестивалі, що проводилися в Україні до війни наведено нами в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Найстаріші етнофестивалі України

Назва фестивалю	Тип фестивалю	Дата проведення	Місце проведення	Зміст
«Срібний татош»	історичний	травень	сmt. Чинадієво	Проходить у замку Сент-Міклош. Приймає гостей з Угорщини, України та Словаччини. Кульмінацією дійства є лицарські поєдинки. Гості можуть скуштувати страви, приготовані за старовинними рецептами, пожити у середньовічному таборі, постріляти з арбалета та лука, стати учасником майстер-класів з танців та середньовічних ремесел. З 2015 року проводиться «ЛітТатош» – літературна

				частина фестивалю, яка збирає поетів та бардів.
«Маланка-Фест»	етнографічний	січень	Села Галичини та Буковини	Традиція святкувати Маланку бере свій початок від середньовічних карнавалів. Маланка – святковий вечір напередодні “старого” Нового року”. Зазвичай люди переодягаються у фольклорних персонажів та тварин.
«Середньовічний Хотин»	історичний	травень	м. Хотин	Головним дійством є лицарські поєдинки. Можна послухати як грають на гусях, флейтах та волинках, побачити облогу фортеці, скуштувати страви XIII-XV століть, пожити у шатрі, побачити жінок, одягнутих у стилі XV століття та лицарів із справжньою зброєю.
«Проводи отар на полонину»	етнографічний	травень	сmt. Міжгір'я	Основний етап дійства – провадження вівчарів на полонину під звуки трембіт. Відвідувачі мають можливість побачити виступи творчих колективів Міжгірського району. На гостей чекають майстер-класи ковальського мистецтва, традиційне приготування продуктів вівчарства (сиру, вурди та бринзи), спортивні змагання, ігри та розваги.
«Русь Пересопницька»	історичний	травень	с. Пересопниця	Проходить на території культурно-археологічного центру «Пересопниця». Головна мета: відновити культуру та побут XVI століття, бо саме тоді було написано Пересопницьке Євангеліє. Гості можуть стати свідками штурму фортеці та середньовічних боїв, послухати українські пісні під супровід народних інструментів, взяти участь у майстер-класах з давньоруських ремесел.
«Колодар Fest Купайло»	етнографічний	червень	м. Київ	Ідея фестивалю: поєднання протилежностей – це об'єднання духовного і матеріального, минулого і сучасного, це реальна можливість доторкнутися до мудрості наших Дідів – Прадідів.

				<p>Свято Купайло – це одне з чотирьох основних колодарних Свят. Купайло – це Свято літнього Сонцестояння. В цей час Сонце перебуває у найвищій точці, тобто у куполі, тому дні найбільші, а ночі – найкоротші. Купайло є Богом плодючості. Свякування починається увечері, напередодні Купайла. Основним дійством є купальський Вогонь, який символізує Сонце – зародок у материнській утробі. Він має горіти цілу ніч – від заходу Сонця – Ярила до лона Матері – Землі, до сходу Купайла.</p>
Фестиваль «Ту Стань»	історичний	серпень/вересень (кожного року різний місяць)	с. Урич	<p>Фестиваль проходить на території історико-культурного заповідника «Тустань» (Львівська область). Присвячений тематиці українського Середньовіччя, а саме часу існування наскельного міста фортеці Тустань (IX—XVI століття).</p> <p>З 2016 року розширилися рамки історичного періоду з IX до XVIII століть.</p> <p>Захід орієнтований на відтворення побуту періоду розквіту фортеці та приверненню уваги з боку туристів до розвитку агротуризму.</p> <p>Під час фестивалю пропонують такі розваги: двобої, бугурти, кінний турнір, середньовічні танці, музика (героїчний епос, фольк, середньовічна музика та їх інтерпретації), вогняне дійство, пісні при ватрі, кіноніч.</p>
Фестиваль «Шипіт»	етнографічний	липень	біля водоспаду Шипіт (с. Пилипець, Міжгірський район)	<p>Проходить з 1 липня по 6 липня. Головною частиною цього заходу є святкування Івана Купала. Дійство відбувається за усіма традиціями та повністю відображає місцевий колорит.</p>

Складено автором за джерелом: [1, 3, 18, 22, 24, 26]

Культурні етнічні звичаї України дуже цікаві, веселі, різноманітні. Варто один раз поринути у цю незвичайну атмосферу, щоби закохатися в

український народ. До традиційних українських загальнонародних гулянь належать такі популярні гуляння, як:

- Масляна – проводи зими, тиждень поїдання млинців перед великим постом. Традиційно прийнято палити опудало зими на площі, зустрічати весну та пригощати всіх млинцями. А які захоплюючі ярмарки проводять цього дня словами не висловити. Краще один раз побачити, ніж 7 разів почути.
- Івана Купала – свято приурочене до літнього сонцестояння. У ніч із 6 на 7 липня дівчата ворожать на вінках, юнаки шукають цвіт папороті, і звичайно ж усі стрибають через багаття.
- Коляда – різдвяні костюмовані танці та гулянки – музичні, веселі, костюмовані.
- Калита – свято на честь Андрія свято на честь Андрія Первозванного, перша зимова урочистість народного масштабу в українців.
- Щедрий вечір – святкування дня народження Ісуса Христа, що супроводжується легендарними щедрівками, піснями та танцями.

Отже етнографічний туризм буде затребуваний у майбутньому у зв'язку з унікальністю, автентичністю його пропозиції. Це підкреслюється тим, що етнічне розмаїття скорочується зі швидкістю, відповідної темпами втрати біологічного розмаїття [18]. Корінні нечисленні народи є носіями унікальної культури та системи господарювання, тому перспективним буде поєднання етнічного туризму з розвитком екологічного туризму на теренах їхнього традиційного проживання. Для цього Україна має сильну ресурсну основу [24].

Етнотуризм також сприяє вирішенню соціально-економічних проблем регіонів, створює сприятливе макросередовище, що проявляється у розширенні зайнятості населення у сфері обслуговування, формуванні додаткового заробітку, стимулюванні розвитку інфраструктури, зокрема транспортних комунікацій, зв'язку, мережі торгівлі, засобів розміщення, підприємств харчування, відпочинку та розважальних комплексів [25]. Таким

чином, етнотуризм має бути одним із пріоритетних напрямів у складі державних цільових програм розвитку української економіки.

2.3. Тенденції та проблеми розвитку етнографічного туризму

Незважаючи на абсолютну важливість та затребуваність етнографічного туризму у світі, його організація пов'язана з багатьма складнощами та проблемами. Головна складність полягає в тому, що створення/відтворення етнографічних об'єктів потребує наукових досліджень, обґрунтувань та значних вкладень. Найчастіше інвестиції у розвиток етнографічного туризму під силу лише великим організаціям чи державі. Ще одна складність пов'язана із потенційною загрозою об'єктам етнографічного туризму з боку великого потоку туристів.

Війни – це політичні, насильницькі події, які поляризують і травмують. Потокам інформації загрожує цензура зверху, поляризація з середини та самоцензура знизу. Як зазначив Ерік Лід, якщо першою жертвою війни є правда, то другою її жертвою є двозначність. Одним із способів описати результат є чорно-біле фото без відтінків сірого. Само собою зрозуміло, що біле представляє «нас», чорне – наших ворогів.

Етнографія може допомогти відновити двозначність і нюанси в розумінні війни та її наслідків. Ми маємо професійний обов'язок розуміти (хоча не обов'язково співчувати) діаметрально протилежні погляди не лише на війну, а й на українську культуру та історію. З таких повідомлень ми вже знаємо, що лише через декілька днів після нападу російських військ на Україну стало зрозуміло, що російська стратегія базується на неправильному розумінні української культури та політики. Російські керівники сильно недооцінили український опір вторгненню. У поєднанні з переоцінкою власного військового потенціалу Росії цей опір означав, що російська атака незабаром зупинилася.

Протягом місяця, що передував вторгненню, Федеральна служба безпеки (ФСБ) Росії проводила опитування в Україні, щоб оцінити політичну температуру серед українців. Згідно з результатами, рейтинг схвалення президента Володимира Зеленського склав 34 відсотки. 44 відсотки опитаних очікували, що вони матимуть проблеми з оплатою комунальних послуг. 40% заявили, що не будуть захищати Україну, якщо країну захоплять.

Результати опитування, можливо, зміцнили існуюче уявлення про те, що українці вітали б зміну режиму — або, принаймні, не ризикували б своїм життям. У широко обговорюваній статті, опублікованій у липні минулого року (тепер її обов'язково читають російські військові), Путін стверджував, що українці «справді росіяни». Можна очікувати, що справжні росіяни принаймні терпітимуть новий проросійський режим, якщо не вітатимуть його відверто.

Таким чином, претензії щодо культури та історії вимальовувалися як причини російської агресії проти України. Оголошуючи про початок своєї «спеціальної військової операції», Путін назвав українську владу «неонацистською», «хунтою» та «противником народу, який грабує Україну та принижує український народ». Таким чином Путін провів пряму межу між війною та політикою пам'яті про Другу світову війну. Його рішення утриматися від того, щоб називати війну війною, виглядає сьогодні як новомовність Оруелла, але воно також може відображати щире віру в те, що Росія повторить у національному масштабі швидке та майже безкровне вторгнення на Кримський півострів у 2014 році. Сподівалися, що швидка операція обмежить міжнародну реакцію [44].

Проте вторгненню та анексії Криму сприяв елемент несподіванки, а також сприятлива політична ситуація. Революція Майдану 2014 року загострила існуючі розбіжності в Україні, оскільки російська пропаганда сформувала нові. Особливо в Криму українські сили безпеки були невідготовлені та недостатньо політично надійні, щоб протистояти вторгненню.

У той час як Росії вдалося встановити контроль над Кримом, її подальші спроби спровокувати заворушення на сході України були менш успішними. Крім того, російська агресія породила те, що можна було б назвати — за таким же міфологізованим духом серпня минулого століття — українським «духом 2014 року». Зрештою, російським механізованим частинам довелося рятувати своїх союзників-сепаратистів від знищення руками українських добровольців і збройних сил, що знову палають патріотичним запалом після подій тієї весни. Я вивчав цей дух опору через так звані добровольчі батальйони: підрозділи ополчення, які здебільшого самообілізувались для захисту територіальної цілісності України відразу після революції на Майдані [43].

Протягом наступних восьми років Україна реформувала свою політичну систему та армію, водночас беручи участь у розбудові нації. Після війни Путіна проти України Росії часто приписували роль чужого та ворожого «іншого». Тисячі українців воювали проти очолюваних Росією сепаратистських сил на Донбасі. Описуючи свого ворога, вони часто використовують слова «сепаратист» і «росіянин» як синоніми.

Здається, ці події в українській культурі та політиці з 2014 року не були помічені російськими чиновниками, які в 2022 році вирішили вторгнутися. Мало бути очевидним, що українці знову чинитимуть опір, тепер ще сильніше. Одне з пояснень помилки – обмежений російський інтерес та інвестиції в розуміння українських реалій. Інша – рішення про вторгнення в Україну прийняла невелика група людей. Здається малоймовірним, щоб помічники навколо все більш ізольованого Путіна поставили під сумнів його висловлені переконання щодо почуття єдності між росіянами та українцями. Повідомлення про арешт керівництва зовнішньої розвідки ФСБ, яке стояло за українським опитуванням, свідчить про те, що провал розвідки сприяв неправильній початковій стратегії Росії [44].

Тут наведемо аналітичну інформацію з проведеного дослідження Центру Разумкова, що відбувалось в березні 2017 р. Кількість респондентів склала 2016 осіб з усіх регіонів України за винятком тих, що знаходяться на

окупованих територіях. Соціологічна служба, яка проводила дослідження зазначила, що теоретична похибка вибірки не вища ніж 2,3%.

На рис. 2.7 бачимо, що відсоток громадян нашої країни, що вважають себе за національність не українцями незначний. Мова йде насамперед про такі поліетнічні регіони як Захід та Південь.

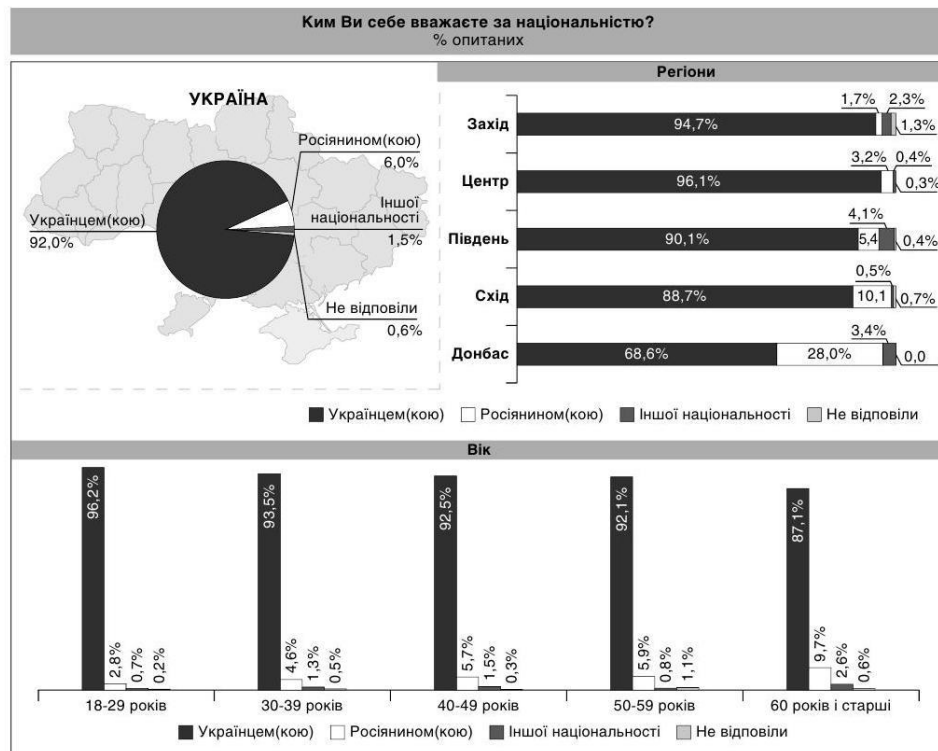


Рис. 2.7. Результати опитування громадян України щодо їх національної самоідентичності [44]

На відміну від того, що Росія не змогла повторити свій сценарій 2014 року, український «Дух 2014» розширився до національного — навіть світового — «Духу 2022». І тут вважаємо за потрібне звернутися до результатів всеукраїнського опитування громадської думки «Омнібус» щодо ставлення населення України до деяких етнічних груп за шкалою американського соціолога Еморі Богардуса, яке проводилося у вересні 2022 р. Київським міжнародним інститутом соціології. Протягом тижня було опитано 2000 осіб у віці 18 років та старше за допомогою випадкової вибірки мобільних телефонних номерів. В опитуванні брали участь респонденти, що є громадянами України і знаходилися на цей момент на території нашої держави за винятком територій, які тимчасово не контролювалися владою України.

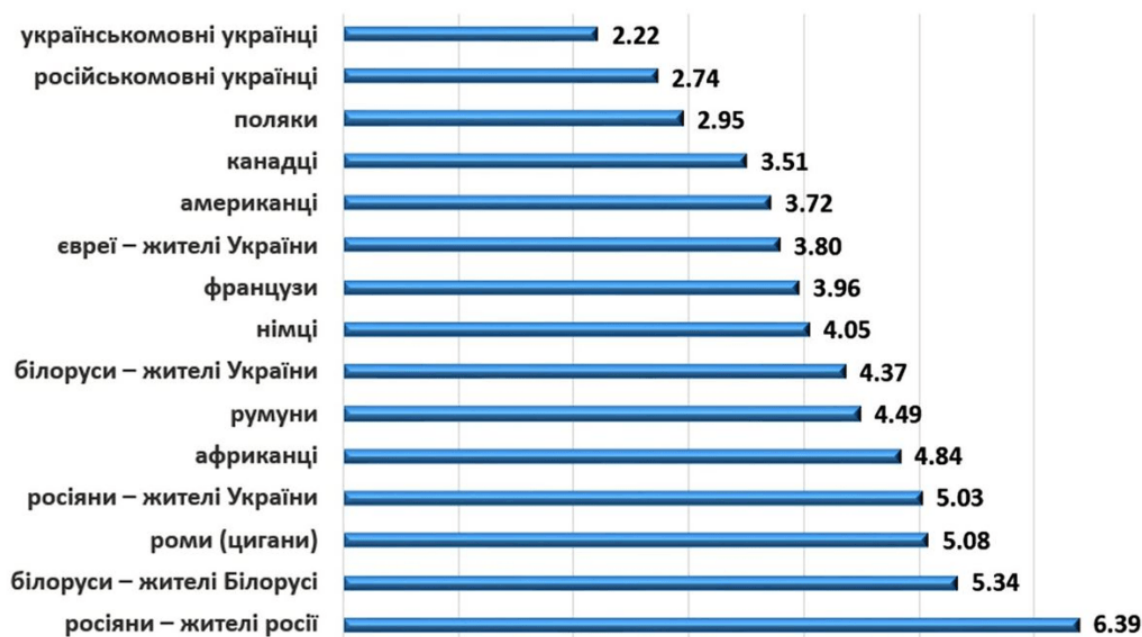


Рис. 2.8. Результати опитування українців щодо соціальної дистанції відносно певних етнічних груп [31]

Респонденти мали відповіді для кожної етнічної групи з наведеного переліку, наскільки близькі стосунки вони готові допустити з представниками кожної з груп. Мінімальна соціальна дистанція маркується одиницею (1), тобто опитуваний готовий допустити представника певної етнічної групи як члена родини, максимальна соціальна дистанція маркується сімкою (7) – не пускав би в Україну. Мова йде про рівень упередженості до тієї чи іншої етнічної групи.

З діаграми 2.8 бачимо, що найменша дистанція громадян нашої країни до україномовних та російськомовних українців. Опитані респонденти готові встановити для них соціальну дистанцію як для членів власних родин або близьких друзів. За ними в бік зростання соціальної дистанції йдуть поляки, канадці, американці та євреї. Найбільшу соціальну дистанцію встановлено для росіян. Більшість опитаних не готові допустити їх в країну навіть як туристів.

На рис 2.9 представлено динаміку індексу ксенофобії, яку автори опитування розраховували як середню соціальну дистанцію до 13 етнічних груп. Бачимо, що цей показник в Україні зростає з коливаннями починаючи з 1994 до 2022 рр.

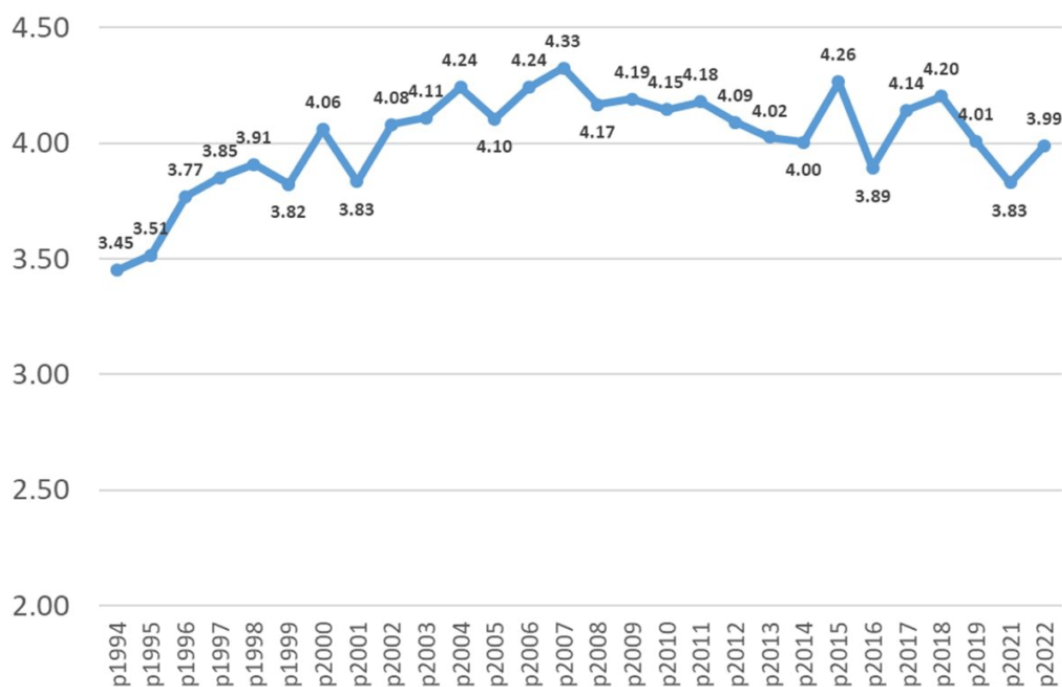


Рис. 2.9. Динаміка рівня ксенофобії в Україні з 1994 до 2022 рр. [44]

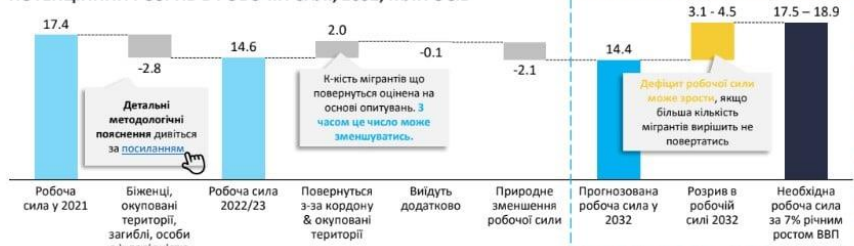
Потрібно зазначити, що такий рівень ксенофобії не є високим та означає відношення населення України до представників певних етнічних груп, при якому вони не хотіли би бачити їх членами своїх родин або близькими друзями, але не проти бути з ними колегами по роботі або сусідами тощо.

Дійсно, моральний дух українців здається високим після багатьох перемог проти російських військ у поєднанні з жахливими втратами, понесеними протягом війни.

Потрібно також окремо зупинитись на міграційних процесах, що відбуваються під час війни, оскільки вони безпосередньо впливають в майбутньому на розвиток етнографічного туризму. Як доказ цієї тези можна навести приклад того, що етнографічний туризм стає популярним у країнах Центральної Європи, де під час Другої світової війни мала місце масова міграція населення: подорожі нащадків французьких репатріантів до Тунісу, поїздки нинішніх американців ірландського походження до Ірландії тощо.

Відсутність ефективної політики повернення вимушених мігрантів може коштувати Україні до 113 млрд доларів ВВП

ПОТЕНЦІЙНИЙ РОЗРИВ В РОБОЧІЙ СИЛІ, 2032, МЛН ОСІБ



КОМЕНТАРІ

- За розрахунками, близько **1.42 млн** українських вимушених мігрантів в країнах Європи, а також **0.7 млн** в країнах-агресорах **належать до робочої сили** (всього близько 2.1 млн осіб).
- Повернення цих мігрантів є важливим з точки зору забезпечення швидкого та стійкого економічного зростання: аби зростати з темпом 7% на рік, до 2032 року Україні потрібно буде **залучити від 3.1 до 4.5 млн осіб до робочої сили** (навіть враховуючи припущення, що більша частина мігрантів планують повернутись).
- При цьому, з часом бажання мігрантів повертатись знижується через їх інтеграцію в країнах-реципієнтах. **Без ефективної державної політики у сфері повернення мігрантів Україна може втратити до 113 млрд доларів ВВП за 10 років** (у цінах 2021), що також може означати недоотримання близько **45 млрд доларів податкових надходжень**.

ПОТЕНЦІЙНИЙ РОЗРИВ ВВП ДО 2032 РОКУ, МЛРД ДОЛ США (У ЦІНАХ 2021)



Джерела: EasyBusiness, Мінекономіки, ООН

Рис. 2.10. Прогноз потенційного розриву в робочій силі до 2032 р. через міграцію населення внаслідок війни

Аналітики зазначають, що повернення українських мігрантів є важливим з точки зору забезпечення сталого економічного зростання. Щоб спостерігати зростання 7% на рік, до 2032 року нашій країні потрібно буде залучити близько 3,1 – 4,5 млн осіб до робочої сили. При цьому потрібно відмітити, що з часом бажання мігрантів повертатись в Україну знижується через їх інтеграцію в країнах-реципієнтах.

Наприкінці 2022 р. на польському кордоні було проведено опитування REACH¹, яке показало, що основними факторами, які впливають на вибір країни призначення українськими мігрантами, були насамперед родина або друзі в місці прибуття – 39%, близькість до України – 31%, а також поради, які вони отримали в центрах прийому – 17% [42].

З рис. 2.11 бачимо, що в 2022 р. імпорт послуг за статтею «подорожі» збільшився з березня до жовтень до 2 млрд дол. щомісяця в порівнянні в середньому з щомісячними 0,5 млрд дол. до повномасштабної війни. Потрібно

¹ REACH – це спільна ініціатива міжнародних неурядових організацій ACTED та IMPACT Initiatives, а також Програми ООН з оперативного застосування супутників (UNOSAT). Метою є допомога у прийнятті рішень суб'єктам гуманітарної допомоги на основі збору, управління та аналізу фактичних даних до, під час і після надзвичайної ситуації.

зазначити, що 87% мігрантів – це жінки з дітьми, з яких 65% жінок в працездатному віці. Близько 70% опитаних з вищою освітою.

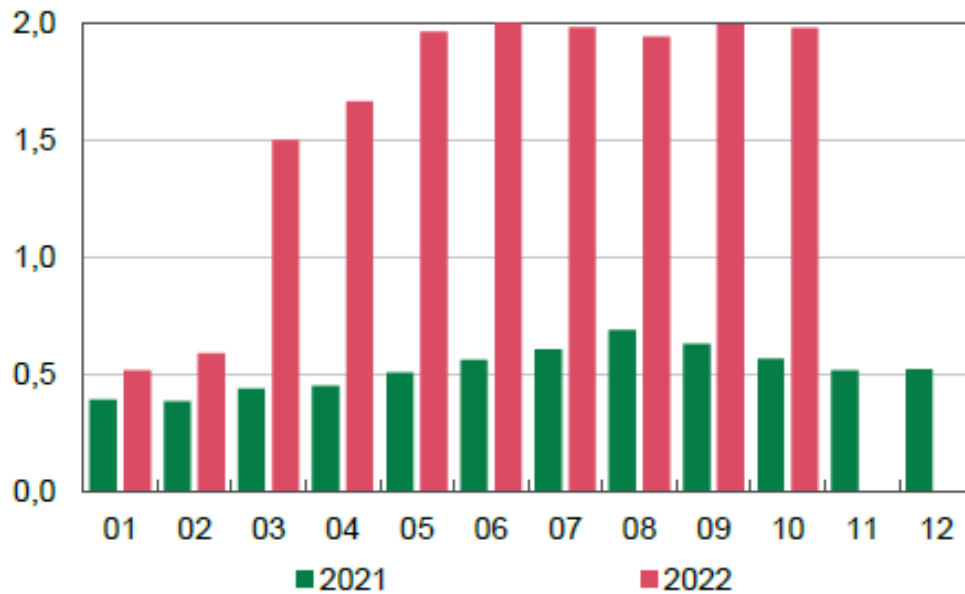


Рис. 2.11. Імпорт послуг за статтею «подорожі», млрд дол. (Джерело НБУ)

Але також наведемо іншу інфографіку, яка чітко доводить, що майже половина опитаних українців під час повномасштабного вторгнення подорожували територією країни саме з туристичною метою (рис. 2.12).

Отже, на нашу думку, для організації етнографічного туризму в Україні необхідно:

1. Визначення основних регіонів розвитку етнографічного туризму.
2. Визначення можливих зон розвитку етнографічного туризму за такими ознаками:

- місця компактного проживання етнічних груп;
- райони найбільшої концентрації необлаштованих етнографічних об'єктів (перспективні райони);
- райони з облаштованими етнографічними об'єктами вже підготовленими для показу та розробленими екскурсіями;
- райони, що користуються популярністю у туристів.



Рис. 2.12. Результати опитування ДАРТ щодо внутрішнього туризму в Україні під час війни [30]

Розвиток етнографічного туризму в нашій країні покликаний вирішувати такі завдання:

- формування міжетнічної поваги;
- виховання патріотизму, любові до рідного краю, поваги до минулого;
- підвищення інтелектуального рівня населення;
- сприяння відродженню національних культур, національної майстерності, мови, традицій, обрядів;
- збереження пам'яток традиційної архітектури, характерних для будь-якого етносу, в неспотвореному вигляді;
- розширення традиційної туристичної діяльності;
- створення додаткових робочих місць;
- згладжування явищ сезонності у регіоні.

РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму

Поняття «сталий розвиток» з'явилося 1980 року у документі Світової стратегії збереження природи. Проте найвідоміше формулювання було озвучено через сім років у доповіді «Наше спільне майбутнє» Організації Об'єднаних Націй (ООН): «Сталим називається розвиток, у якому задоволення потреб теперішнього часу не підриває здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби». Нині саме її використовують більшість країн та компаній [58].

Потрібно зазначити, що у червні 2022 року, через п'ятдесят років після конференції ООН, у Стокгольмі було підбито проміжні підсумки досягнення поставлених цілей. Концепція сталого розвитку вказує на глобальні проблеми в економіці, екології та соціальній сфері. Останнім часом дуже часто додають четвертий принцип (їх також називають стовпами (від англ. pillar) сталого розвитку) – Human Sustainability, тобто дослівно «людська стійкість». Він спрямований на підтримку та покращення людського капіталу у суспільстві.

У Доповіді про цілі у сфері сталого розвитку 2022 року описується прогрес у досягненні 17 цілей (рис. 3.1). Це результат спільної роботи Департаменту Організації Об'єднаних Націй з економічних та соціальних питань та понад 50 міжнародних та регіональних установ, в основі якої лежать надані понад 200 країнами та територіями мільйони одиниць даних. Представлена у доповіді картина особливо пригнічує. На основі останніх наявних даних та оцінок у доповіді показано, що здійсненню Порядку денного в галузі сталого розвитку на період до 2030 року загрожує серйозна небезпека, зумовлена численними та тісно пов'язаними між собою кризами, що мають кумулятивний ефект. На перший план виходять COVID-19, зміна клімату та воєнні конфлікти. Кожна з цих криз та їх комплексна взаємодія впливають на

всі цілі, провокуючи побічні кризи в галузі продовольства та харчування, охорони здоров'я, освіти, навколишнього середовища та миру та безпеки. Повернення світової спільноти на шлях забезпечення екологічної стійкості вимагатиме узгоджених зусиль на глобальному рівні.

ГЛОБАЛЬНІ ЦІЛІ Сталого Розвитку



Рис. 3.1. Глобальні цілі сталого розвитку тисячоліття [59]

Мета сталого розвитку 4 «Забезпечити всеосяжну та справедливу якісну освіту та заохочувати можливості навчання протягом усього життя для всіх», включає наступні завдання, що безпосередньо стосуються культурного та національного розмаїття країн світу:

4.5. До 2030 року ліквідувати гендерну нерівність у сфері освіти та забезпечити рівний доступ до всіх рівнів освіти та професійної підготовки для осіб, що перебувають у несприятливому становищі, включаючи інвалідів, представників корінних народів та дітей, які перебувають у вразливому становищі.

4.7. До 2030 року забезпечити, щоб усі учні набули знань та навичок, необхідних для сприяння сталому розвитку, у тому числі за допомогою

навчання з питань сталого розвитку, пропаганди сталого способу життя, прав людини, гендерної рівності, заохочення культури миру та ненасильства, виховання громадян світу та визнання культурної різноманітності та внеску культури у сталий розвиток.

Отже відповідно до принципів сталого розвитку (зберегти різноманітність культур і традицій численних народів світу як найбільш істотного історичного багатства людської цивілізації) – етнографічний туризм має стати одним з провідних видів туризму, оскільки корінне населення та його громади відіграють життєво важливу роль у раціональному використанні та покращенні навколишнього середовища у силу їх знань та традиційної практики. Держава зобов'язана визнавати та належним чином підтримувати самобутність, культуру та інтереси етносу та забезпечувати їх ефективну участь у досягненні сталого розвитку.

Для розробки проектів з розвитку даного напрямку в туризмі та організації конкретних маршрутів по місцях проживання корінних нечисленних народів важливим є етап підготовки. Необхідно зібрати всі наявні матеріали, документи, програми та плани щодо розвитку туризму в проектних територіях; розглянути соціально-економічне становище районів; дати оцінку інвестиційних пропозицій; вивчити попит послуг етнічного туризму; створити партнерську мережу різних організацій, зацікавлених у розвитку цього виду туризму. Також слід провести комплекс маркетингових досліджень щодо оцінки можливостей розвитку сталого етнічного туризму силами національних громад, а також визначити ступінь готовності та можливостей громад корінного населення використовувати потенційні ресурси етнотуризму та розвивати на своїх територіях [45]. Для реалізації проектів необхідно підготувати кваліфікованих спеціалістів у галузі етнічного туризму з-поміж місцевого населення.

Дотримання критеріїв сталого туризму розробки етнографічних турів є обов'язковою умовою. Перехід до сталого розвитку у його класичному розумінні можливий лише за дотримання умови реалізації економічних,

соціальних та екологічних цілей, забезпечення відповідності соціально-економічних систем різного рангу трьом ключовим критеріям:

- 1) економічної ефективності (окупності витрат доходами);
- 2) екологічної сталості (забезпечення довгострокової життєздатності своїх екосистем);
- 3) соціального благополуччя (задоволення рівною мірою культурних, матеріальних та духовних потреб суспільства).

Подорожі з етнокультурною мотивацією викликають найбільший інтерес, оскільки саме етнокультурний чинник багато чому визначає цінність туристичного об'єкта чи території. Познайомитися з культурою та звичаями тієї чи іншої країни допомагає етнографічний туризм. Він стає популярним та набирає обертів, що може стати додатковим джерелом економічного та культурного розвитку регіону.

На сьогодні майже кожен регіон нашої країни може представити свої програми в галузі організації та просування етнографічного туризму. Реалізація планів таких програм чи проектів на місцях сприятиме дбайливому відношенню, збереженню та розширенню національної самобутності культури корінних етногруп, а також розвитку внутрішнього та в'їзного туризму загалом.

Так, наприклад 20 липня 2023 р. відбулась презентація скансену або Музею просто неба «Ostrogothia» біля села Війтенки у Валківському краєзнавчому музеї. Проект було розроблено спільною командою співробітників Навчально-дослідної лабораторії Германно-Слов'янської археологічної експедиції Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна та Валківського краєзнавчого музею за сприяння Валківської міської територіальної громади. Унікальний археологічний комплекс часів черняхівської культури складається з поселення та могильника та є одним із найбільших на території Лівобережної України.

Музеї-скансени у всьому світі вже справа звична. І хоча батько-засновник цього виду музею (скансен, відкритий у 1891 році і розташований

на острові Юргорден у Стокгольмі), як і раніше, залишається найпопулярнішим музеєм-скансеном світу, майже в кожній країні є свої музеї просто неба. Музей-скансен – це історико-етнографічний комплекс, у якому зібрано споруди, архітектурні споруди та інші пам'ятки культури з певної місцевості. Зазвичай, будівлі в музеї-скансені групуються географічними районами, в яких колись знаходилися. Також тут можна познайомитись із традиційними ремеслами, характерними для того чи іншого регіону.

У скансені «Ostrogothia» в експозиції представлено житлові споруди, господарські будівлі, а також гончарна майстерня та гончарний горн. Основна мета і завдання такого Музею під відкритим небом – зберегти автентичні пам'ятки археології, створити умови для вільного доступу до них широких верств населення, забезпечити показ предметів побуту, знарядь праці, ужиткового мистецтва, тобто моделі середовища і ландшафту, характерних для нашої місцевості у III–Vст. н. е.

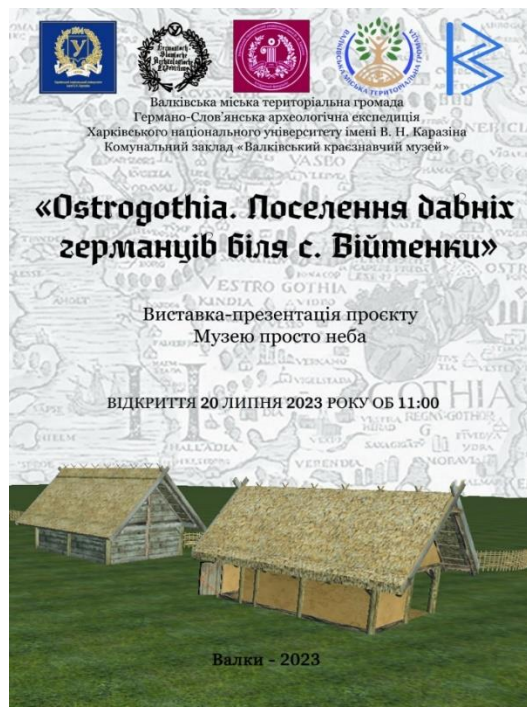


Рис. 3.2. Рекламні матеріали до відкриття скансену «Ostrogothia»

При розробці та формуванні етнографічного туру критерії сталого туризму мають забезпечити досягнення екологічної, культурної, економічної стійкості у регіоні, а також стійкості місцевих спільнот. Також однією з найважливіших умов є дотримання туристичною індустрією принципів

невичерпного природокористування, прояв екологічної відповідальності при виборі технологій та будівництві туристичних об'єктів та інфраструктури, а також дбайливе ставлення до пам'яток природної та культурної спадщини та традиційних видів господарської діяльності.

Моделі розвитку етнографічного туризму в Україні поки що не існує, її ще потрібно розробити. Основні причини розвитку цього виду туризму – це великі ресурси в місцях проживання корінних народів на Заході та Півдні і велика кількість створених останнім часом громад цих народів, які хочуть займатися залученням туристів [25].

Для досягнення поставлених завдань пропонуються такі основні напрямки, що стимулюють розвиток туризму в Україні:

- Формування так званого привабливого сприятливого туристичного іміджу регіону як унікальної дестинації етнокультурного типу (активно використовуючи можливості інтернет-маркетингу та ЗМІ для надання унікальних особливостей території, що підкреслюють її індивідуальність з погляду масового туриста).

- Слід збільшити обсяг інвестицій у найбільш перспективні види та атрактори туризму.

- Необхідне створення сучасної інфраструктури сфери туризму (розміщення, харчування, транспорту, зони відпочинку), що відповідає міжнародним вимогам та стандартам. Що, у свою чергу, вимагає підтримки регіональної влади.

- Однією з важливих проблем є підготовка професійних кадрів та вдосконалення компетенцій спеціалістів діючих туристичних фірм та компаній.

- У тих населених пунктах чи перспективних туристичних локаціях, де потенційно цікавою є етнографічна тема, бажано максимальне залучення корінного населення у вигляді проведення конкурсів, майстер-класів та інших акцій для популяризації цих територій.

– Широке використання традиційних народних промислів з метою розвитку туризму, тому необхідно запропонувати туристам досить широкий асортимент унікальної сувенірної продукції. Сувеніри стануть гарним нагадуванням про сам край і його пам'ятки. Особливим попитом у туристів користується широкий асортимент туристських товарів, оскільки під час подорожей туристи дуже люблять витратити гроші, більше, ніж у повсякденному житті. Крім цього, в етноцентрах можна організувати і виробництво сувенірної продукції майстрами із залученням туристів до процесу виготовлення, що буде досить цікаво та дозволить збільшити продаж.

– Для успішного позиціонування регіону на туристичному ринку не вистачає якісної друкованої продукції (путівники та спеціалізована література, каталоги численних культурно-історичних та туристичних пам'яток).

Етнографічний туризм, як специфічний вид туристичної діяльності, вимагає делікатного підходу, оскільки зачіпає міжетнічні відносини, культуру народів, експлуатацію пам'яток архітектури та культури. Подальший його розвиток неможливий також без створення Координаційного центру розвитку етнографічного туризму в Україні.

За допомогою багатофункціональної бази даних можна ефективно просувати туристичний продукт, найбільш інформативно його представити всім зацікавленим сторонам. Така база даних, на наш погляд, є найкращою первинною рекламою туристських послуг. Для органів управління у сфері туризму, які відчують потребу у функціонуванні універсальної, інформаційної бази даних, з якою легко працювати, створення бази даних вирішить проблему уніфікації, структурування інформації, отже, та її швидкий пошук.

3.2. Розробка концепції сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України

Головною метою сталого розвитку етнографічного туризму є раціональне використання ресурсів навколишнього середовища, збереження культурної спадщини та розвиток територій проживання етносів, а також відновлення ресурсів та вдосконалення технологій виробництва туристських послуг за рахунок отримуваних коштів від доходу туристичного бізнесу. Самостійне керівництво реалізацією проектів представниками нечисленних народів стане гарантією для стабільного та ефективного розвитку сталого туристичного бізнесу в Україні.

Завдання, яке ставиться у розвитку етнографічного туризму – це повага до культур та традицій всіх етнографічних груп, що входять до України. Це завдання поставлене тому, що більшість людей думають, що вони живуть в українському етнічному суспільстві, але насправді середовище, в якому ми живемо, є сумішшю радянської спадщини та європейського впливу. Те й інше не має нічого спільного з українською самобутністю, не кажучи вже про фольклор, побут, культуру та мови різних етнографічних груп.

Відмінною рисою даного виду туризму є те, що він може бути цікавим практично для будь-якої категорії туристів – як для жителів регіону, так і для іноземців, як для молодих людей, які цікавляться історією, традиціями та побутом своїх предків, так і для старшої вікової категорії людей, що мають різну мотивацію до подорожей. Однак цей туристичний напрямок не досить популярний в Україні і не поширений серед широкого кола споживачів.

У нашій країні актуальність проблеми підвищення якості життя населення сільської місцевості, малих і середніх поселень, малих мономіст підкреслюється як на рівні політичних завдань держави, так і на рівні стратегій економічного розвитку регіонів України. Серед першочергових завдань – підвищення рівня добробуту населення, зниження соціальної напруги за

рахунок створення умов зайнятості та конкурентоспроможності для працездатного населення, забезпечення додаткових соціальних гарантій для непрацездатного населення. У всіх цих сферах, як свідчить світова практика, розвиток туризму може зіграти істотну позитивну роль.

Для розвитку етнографічного туризму в регіоні (країні, місті, селі) повинні бути присутніми об'єкти культурної спадщини, але також це можуть бути традиційні ремесла, наприклад, гончарна майстерня, виноробня, майстерня плетіння лози або виготовлення народного одягу. В європейських країнах наявність таких об'єктів давно використовується для розробки етномаршрутів (Франція, Іспанія, Скандинавія). Виник і широко застосовується такий термін, як етнокультурний ландшафт, де турист може поринути у традиційний спосіб життя місцевого населення від архітектурних будівель до одягу, кухні, музики, танців.

Формування концепції етнографічного туризму у регіонах України ми пропонуємо на основі використання шерінг-моделі як чинника підвищення сталості функціонування економіки.

Зазначимо, що *шерінгова економіка* – це бізнес-модель колективного використання нерухомості, транспорту, товарів та контенту на умовах оренди чи обміну. Завдяки їй сформувалася нова культура споживання, що змінила ставлення до власності. З розвитком інтернет-технологій шерінг перестав обмежуватися колом спілкування людини та виріс до світових масштабів [50].

Першим доступним для кожного шерінговим сервісом став Airbnb, заснований у 2008 році американськими підприємцями Брайаном Ческі та Джо Геббіа. Тоді за його допомогою можна було винайняти спальне місце в квартирі в Сан-Франциско. Зараз сервіс є всесвітньо відомою платформою, якою користуються понад 50 млн людей.

Під час виступу на конференції TED у 2012 році світовий експерт із соціальних інновацій Рейчел Ботсман зазначила, що шерінг здійснить революцію у сфері споживання товарів та послуг. Цей прогноз виявився

вірним: мільйони людей оцінили зручність онлайн-сервісів спільного користування [56].

Модель шерінгової економіки має наступні переваги [51]:

- sharing-платформи дозволяють здійснювати замовлення послуг значно дешевше порівняно з бізнесом, що працює в рамках традиційних моделей та схем;
- sharing-сервіси надають можливість отримання додаткового доходу у разі самостійного надання послуг, виключаючи тим самим посередників як проміжну ланку між споживачем та постачальником послуги;
- збільшення швидкості надання послуги та широкий спектр їх надання. Наприклад, онлайн-сервіси на замовлення автомобілів скорочують до кількох хвилин час очікування, або у туриста за допомогою шерінг-сервісу є можливість вибору будь-якого житла, виходячи з бюджету;
- sharing-сервіси дозволяють ефективно використовувати ресурси та знижувати вплив на довкілля. У багатьох містах розвивається велосипедний та автомобільний шерінг. Дані міжнародних досліджень PwC відображають думки більше 80% користувачів про одночасний позитивний вплив, економію та турботу про навколишнє середовище шерінг-сервісів;
- посилення ролі онлайн-репутації та саморегулювання спільноти для забезпечення якості послуг.

Це далеко не повний список ефектів шерінг-економіки.

Незважаючи на зручність та користь, шерінгова економіка не позбавлена мінусів:

- багато угод ніяк не оформлюються, деякі послуги важко назвати законними;
- буває важко перевірити репутацію учасників обміну. Є ризик, що домовленості буде порушено, а завданих збитків ніхто не компенсує.

На рис. 3.3 нами наведено шерінгову модель економіки в європейських країнах.

попередніх поколінь. Виступаючи як покупці продуктів чи послуг, вони орієнтовані на придбання емоцій від покупки, відповідаючи на запитання «яка емоція буде отримана мною від покупки?», а не «для яких цілей мені потрібно купити саме цей товар?».

Покоління міленіалів як головна платоспроможна частина населення планети задає вектор розвитку туризму. По-перше, міленіали мають установку на дематеріалізацію цінностей, вони готові відмовитися від власного житла та автомобіля на користь подорожей – і що більше, то краще. Значення комфорту в подорожі для нового покоління є нижчим, тому популярними стають дешевші варіанти розміщення. По-друге, для міленіалів цінним ресурсом є час, вони бояться упустити можливість побачити, випробувати щось нове.

Отже тепер звернімо увагу на коротку характеристику шерінг-моделі та можливість її використання для розробки нової концепції етнографічного туризму. Для початку наведемо приклад, який у ході нашого дослідження ми виявили в Інтернеті, оскільки ми вивчали шерінг-сервіси для туризму. Італійський портал VoomaGo (voomago.com) пропонував до травня поточного року потенційним туристам скласти власний тур, обравши цікаві для нього атракції, що базуються на культурі та традиціях італійського провінційного життя в регіонах країни.

На сайті розповідається історія того, як цей ресурс (voomago.com) був задуманий і втілений. Американець із сім'єю прийняв рішення з'їздити відпочити до Італії, але дешевше. Його італійський друг склав йому оригінальний маршрут, що включає життя італійських провінцій (Сицилії, Калабрії, Тоскани, Умбрії тощо). Американцю сподобалося, а італійський друг Антімо вирішив зробити портал, де він акумулює інформацію про можливості сфери туризму та гостинності Італії.

Відмінність від звичайного турмаршруту в тому, що кожен клієнт знайде щось своє, створюється індивідуальний маршрут, а клієнт може зв'язатися з виробником послуги без посередника. Такий підхід сьогодні у сфері туризму дуже привабливий, особливо для молодих, енергійних туристів та людей

середнього віку – самодіяльний туризм, що просувається за допомогою моделі шерінг-туризму.

Як було зазначено вище, для розвитку етнографічного туризму необхідна наявність туристичного потенціалу регіону, необхідної інфраструктури (дороги, засоби розміщення, харчування, доставки), кваліфікованих кадрів, але головне, соціальний фактор (позитивне сприйняття з боку населення, що проживає в даному регіоні), інституційний фактор – підтримка з боку регіональної влади.

Самодіяльний чи самостійний туризм розвивається з розвитком інформаційних технологій, формуванням нового способу життя, особливо у молодого покоління. Останні кілька років над ринком туристичних послуг відбувається перерозподіл попиту: споживачі дедалі більше прагнуть організувати відпустку самостійно. Багато в чому тренд на самостійні подорожі підтримується розвитком сучасних засобів комунікацій, мобільних додатків та сервісів оренди, якими може скористатися будь-яка людина, плануючи майбутню відпустку.

Отже, застосування шерінг-моделей для об'єднання та просування послуг підприємців сфери туризму та етнотуристичних ресурсів дозволить залучити велику кількість споживачів туристських послуг у регіон, зацікавить молодіжну аудиторію, знизить витрати на формування турпакетів, тобто в цілому буде вирішено два важливі завдання: здешевлення турпакету за рахунок виключення посередників у ході формування та продажу турпослуги, а також підвищення залученості місцевого населення до процесу надання турпослуг, наслідком чого буде досягнення мети сталого розвитку регіону. Зазначимо, що серед показників реалізації цілей сталого розвитку туризму визнається забезпечення зайнятості, зниження рівня бідності, розширення можливостей отримання доходу місцевими співтовариствами, зокрема за рахунок розвитку малого та середнього підприємництва, а також досягнення балансу інтересів територій (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Бізнес-модель економіки спільного використання (шерінг-модель) етнографічного туризму. Складено автором

Шерінг-модель розподілу співробітників є актуальною в нинішньому контексті, який характеризується постійними технологічними та цифровими інноваціями та зростаючими зовнішніми шоками. Вона потенційно може зменшити рівень безробіття, підвищити чуйність роботодавців і прибутковість, а також прискорити перекваліфікацію та підвищення кваліфікації працівників сфери туризму.

Ми пропонуємо стратегічну структуру шерінг-моделі в контексті етнографічного туризму, яку можна адаптувати до інших ринків праці (рис. 3.5). Структура складається з чотирьох ключових зацікавлених сторін: роботодавців, працівників, урядів та навчальних закладів. До моделі включено три ключові компоненти: платформа обміну P2P², угода та структура політики.

² Peer-to-peer, P2P (з англ. – рівний до рівного) – варіант архітектури системи, в основі якої стоїть мережа рівноправних вузлів. Ця модель мережевої взаємодії відрізняється від клієнт-серверної архітектури, в якій зв'язок відбувається лише між клієнтами та центральним сервером.

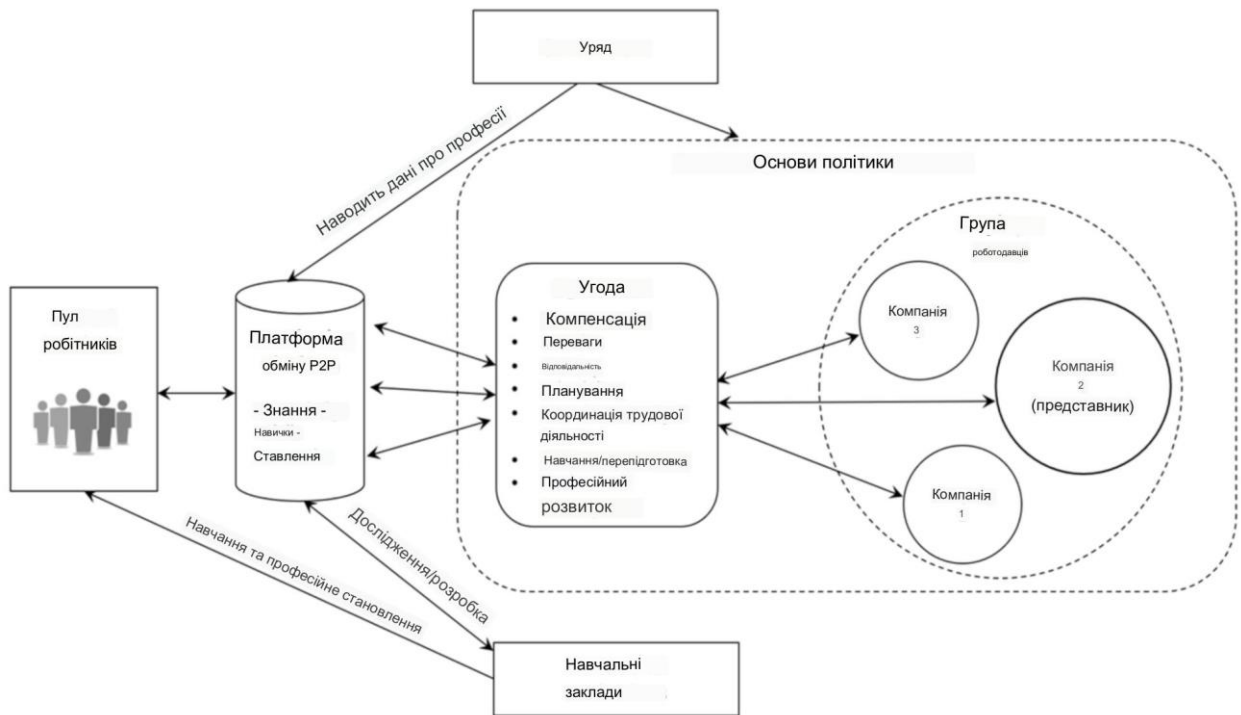


Рис. 3.5. Структура моделі стратегічного розподілу співробітників в шерінг-моделі для сфери туризму

На рис. 3.5 показано базове функціонування шерінг-моделі. Щоб полегшити розуміння її структури, надамо наступний приклад. Враховуючи наявну ситуацію дисбалансу на ринку праці туризму в нашій країні в зв'язку з війною, два роботодавці (наприклад, мережа ресторанів і продуктовий магазин) добровільно зустрічаються та підписують угоду, спрямовану на полегшення спільного використання працівників сфери послуг (наприклад, працівників служби обслуговування клієнтів). Угода встановлює компенсацію працівникам, планування, відповідальність, координацію функцій робочих місць тощо. Угода також визначає представника/компанію-відповідальність.

Потім обидва роботодавці реєструють свій пул сервісних працівників на платформі обміну P2P. Працівники служби можуть оновлювати свої знання (наприклад, знання про потреби споживачів), навички (наприклад, використання технічних інструментів) і ставлення (наприклад, уважність) за допомогою платформи P2P. Коли роботодавці шукають працівників із певними знаннями, навичками та поглядами, платформа обміну P2P здатна узгодити потреби роботодавця з наявними працівниками і на основі цього

ініціювати обмін працівниками. Уряди можуть підтримувати процеси узгодження, забезпечуючи відповідні рамки політики та стимули. Освітні заклади можуть сприяти розвитку кваліфікованої робочої сили сфери туризму, збагачуючи функції платформи обміну P2P.

По суті, платформа P2P повинна функціонувати як децентралізований онлайн-сервіс для роботодавців і співробітників, щоб безпосередньо взаємодіяти один з одним. Відмінною рисою цієї платформи є доступ до точних профілів співробітників. Співробітники також можуть використовувати платформу P2P для визначення вакансій, які їх цікавлять. Інструменти обробки платежів, планування та прямого спілкування також можуть бути включені для зацікавлених сторін. Крім того, можна включити автоматичне видалення профілів, пошук за місцем розташування, рейтинги та відгуки, обмін повідомленнями в програмі та детальну інформацію про профілі співробітників/роботодавців. Для окремих працівників інструменти пошуку кар'єри та аналізу роботи можуть бути призначені для платформи P2P.

На нашу думку, шерніг-модель є багатообіцяючим підходом для підтримки працівників і підприємств сфери туризму. Компанії, які мають надлишок працівників можуть укласти угоди про те, щоб поділитися своїм персоналом з компаніями, які стикаються з нестачею робочої сили.

Незважаючи на суттєві галузеві відмінності, всі шерингові сервіси мають спільне коло актуальних питань регулювання. Більшість з них зводяться до чотирьох тем: якість послуг, їх ліцензування, податки та збори, дані користувача.

ВИСНОВКИ

1. Етнографічний туризм заснований на інтересі туристів до справжнього життя народів, до знайомства з культурою, традиціями, обрядами та творчістю народу. У сучасному стандартизованому світі людина прагне самовизначення, вивчаючи своє етнічне коріння, щоб виділити себе на тлі інших, мати персональну історію і власні, особливі для кожного культурні традиції. Знайомство з етнічними особливостями інших культур дозволяє скласти єдину картину багатостороннього світу з унікальними у своїй індивідуальності народами та народностями. Етнічний туризм сприяє тіснішим зв'язкам між представниками цих народів, включенню їхньої культури у світову культурну спадщину.

2. Розвиваючись, етнографічний туризм, є чинником відродження та розвитку національних культур. Йде пошук забутих традиційних ремесел, створюються школи майстерності, зберігається та популяризується мова, традиції, обряди та звичаї. Таким чином, в етнографічному туризмі закладено ідею збереження, примноження та передачі нащадкам історико-культурної спадщини.

3. Для розвитку етнографічного туризму в регіоні повинні бути присутніми об'єкти культурної спадщини, але також це можуть бути традиційні ремесла, наприклад, гончарна майстерня, виноробня, майстерня плетіння лози або виготовлення народного одягу.

4. Навіть під час війни майже кожен регіон нашої країни може представити свої програми в галузі організації та просування етнографічного туризму. Реалізація планів таких програм чи проектів на місцях сприятиме дбайливому відношенню, збереженню та розширенню національної самобутності культури корінних етногруп, а також розвитку внутрішнього та в'їзного туризму загалом.

5. В роботі серед основних показників реалізації цілей сталого розвитку туризму визнається забезпечення зайнятості, зниження рівня бідності,

розширення можливостей отримання доходу місцевими співтовариствами, зокрема за рахунок розвитку малого та середнього підприємництва, а також досягнення балансу інтересів територій.

6. Створення етнографічних проектів на території нашої країни допоможе:

- максимально задовольнити інтереси та попит великої кількості туристів, що приїжджають, на повноцінний відпочинок та якісні послуги;
- забезпечити зайнятстю більшу кількість місцевого населення внаслідок появи нових робочих місць у регіоні, оскільки туризм – галузь номер один у світі створення робочих місць.

7. Формування концепції етнографічного туризму у регіонах України в нашій роботі пропонується на основі використання шерінг-моделі як чинника підвищення сталості функціонування економіки.

Застосування шерінг-моделі для об'єднання та просування послуг підприємців сфери туризму та етнотуристичних ресурсів дозволить, на нашу думку, залучити велику кількість споживачів туристських послуг у регіон, зацікавить молодіжну аудиторію, знизить витрати на формування турпакетів.

8. Простежується перспектива появи робочих місць у містах, великих центрах, та у місцях проживання носіїв етнокультури;

- підвищити привабливість регіону для потенційних інвесторів;
- збільшити надходження до регіональних та муніципальних бюджетів тощо.

Розвиток етнографічного туризму сприятиме соціально-економічному підйому та розвитку регіону та підвищенню рівня та якості життя місцевого населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Атлас «Населення України та його природна і культурна спадщина». За ред. Л. Г. Руденка. Ін-т географії НАН України, 2022.
2. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2011. Вип.32. С. 3–10.
3. Гаврилюк А. Сучасний розвиток українського етнотуризму: зміна парадигми. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2013. Вип. 665-666. С. 56-61.
4. Галасюк С. С. Можливості організації етнічного туризму в Одеській області. *Dny vědy: materiály z mezinár. conf. vědecky praktická*. Praha, 2014. С. 27 – 31.
5. Гапоненко Г. І., Болото К. І. Перспективні напрями повоєнного відновлення вітчизняного туризму. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 11 листопада 2022 р.). К.:ТОВ «Геопринт», 2022. С. 44-47.
6. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. *Бізнес Інформ*. 2022. № 10. С. 114-125. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-114-125>
7. Гапоненко Г. І., Крутько К.І. Перспективи повоєнного розвитку зеленого туризму в Україні. Географія та туризм: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди (28 лютого - 1 березня 2023 р., м. Харків) / за заг. ред. Муромцевої Ю. І. Харків: ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2023. С. 422-432.
8. Голод А. П, Мисяк О. М., Етнічний туризм у Карпатському регіоні: структурні особливості та проблеми розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 15. Част.1. С. 85-87.

9. Грищенко С.І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 23. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
10. Джаман Я. В. Розвиток етнотуризму в поліетнічному місті (на прикладі м. Чернівці). Автореф. дис. ... канд. географ. наук: спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія». К., 2018. 20 с.
11. Джаман Я. В. Формування поліетнічного простору великого міста як передумови розвитку етнотуризму (на прикладі Чернівців). *Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2016. Вип. 775–776: Географія*. С. 168–177.
12. Джаман В. О., Джаман Я. В., Чаплінський П. Розвиток етнічного туризму в поліетнічному просторі (на прикладі Чернівців). *Укр. геогр. журн.* 2023. № 1. С. 35–45. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2023.01.035>
13. Дмитришин Л. І. Просторова модель уніфікації та конкуренції в регіональному туристичному секторі. *Проблеми економіки*. 2014. № 3. С. 335–340.
14. Дутчак С. В., Дутчак М. В. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області. *Туристсько-краєзнавчі дослідження*. Вип. 2. 1999. С. 123 – 136.
15. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/03/UKR_Feb23_FINAL_Damages-Report-1.pdf
16. Ільїна О. В., Бояр Л. П., Ткачук Т. В. Туристичний бренд як інструмент іміджу і туристичних можливостей України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип.7, 2017. С.185–191.
17. Ільїна О. В., Ткачук Т. В. Туристичні бренди країн, регіонів і міст як чинник підвищення їх конкурентоспроможності. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку:*

- Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Львів : ЛІЕТ, 2019. С. 18-20.
18. Карпенко Ю. В., Гвоздик Т. О. Етнографічний туризм як інноваційна форма збереження та відродження історико-культурної спадщини регіону. *Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи*: Зб. матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених. Львів, 2016. С. 101-107.
19. Клевченков М. Г. Етика і культура підприємництва в сфері міжнародного туризму. URL: <http://infotour.in.ua/klevchenkov.htm>
20. Корнієнко В. В. Методика використання в туризмі пам'яток етнічної історико-культурної спадщини України. *Етнічна історія народів Європи*: Зб. наук. праць. Київський нац. ун-т ім. Т.Шевченка. К., 2006. Вип. 21. С. 119-124.
21. Кузьмук О.І. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. URL:: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm>.
22. Кулаковська І. М. Етнокультурний потенціал як чинник підвищення екскурсійної привабливості регіону. *Вісник Держ. академії керівних в культурі і мистецтв*. К., 2010. № 3. С. 73-76.
23. Лиман С. І., Парфіненко А. Ю., Посохов І. С. Історія туризму: навчальний посібник (для студентів спеціальності «Туризм»). Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2018. 372 с.
24. Манелюк Д. І. Розвиток вітчизняного фестивального руху: історичні аспекти. *Культура України*. 2019. Вип. 63. С. 229 – 238.
25. Мелько Л.Ф. Етнографічний туризм як складова культурно-пізнавального туризму. *Туризм у контексті сучасного виміру: Збірник наукових праць*. К., Університет «КРОК», Вип.1. 2013. С. 61-65.
26. Молодецький А., Пташнік А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/molodeckyj.htm

27. Національна парадигма сталого розвитку України / За ред. проф., академіка НАН України, д. т. н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б.Є. Патона. К.: ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с.
28. Олексюк Г.В., Подольський О.С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. *Регіональна економіка*. 2022. № 3. С. 95–105. URL: http://re.gov.ua/re202203/re202203_095_OleksyukHV_PodolskyOS.pdf
29. Офіційний сайт Національної туристичної організації України. URL: <https://www.ntoukraine.org/>
30. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
31. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
32. Перспективи розвитку етнічного туризму в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/mysjak.htm
33. Петрик Н. А., Олексійчук Т. В. Етнічний туризм: зміст, особливості та форми. *Наукові записки Вінницького педуніверситету. Серія: Географія*. 2010. Вип. 20. С. 82-88.
34. Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. N 878, Про затвердження Списку історичних населених місць України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF>
35. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
36. Проект Плану відновлення України. *Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури. Сфера туризму і курортів»*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>

37. Растворова М. Підходи до позиціонування туристичних дестинацій в умовах викликів війни: аналіз досвіду країн балканського півострову. *Вчені записки Університету «Крок»*. 2022. № 3 (67). С. 83–91. DOI: <https://doi.org/10.31732/2.663-2209-2022-67-83-91>
38. Рейманн М., Корнус О., Венгерська Н., Холодок В., Пацюк В., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. *Регіональна економіка*. 2023. № 1. С. 136–144. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>
39. Рейманн М., Корнус О., Паланг Х., Корнус А. Особливості розвитку туристичної діяльності у Сумській області в умовах війни та перспективи на майбутнє. *Наукові записки СумДПУ ім. А.С.Макаренка. Географічні науки*. 2023. Вип. 2 (4). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7711685>
40. Роїк О., Недзвецька О. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2022. № 46. С. 11–15. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>
41. Стецько Н. П. Концептуальні основи розвитку етнофестивального туризму в Україні. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного ун-ту імені в. Гнатюка*. 2016. №2. С. 138–144.
42. Тиравський В. Право на відпочинок під час війни: як російське вторгнення вплинуло на туризм в Україні. URL: <https://foreignukraines.com/2022/10/20/how-the-russian-invasion-affected-tourism-in-ukraine/>
43. Туризм в умовах війни. «Перетворювати місця живої трагедії на варіант розваги – неприпустимо». URL: <https://www.wprostukraine.eu/ua/kultura/10715638/tyrizm-v-ymovah-vijini-peretvoruvati-miscya-jivoyi-tragediyi-na-variant-rozvagi-nepripystimo.html>
44. Філюк С.М. Вплив кризових процесів на туристично-рекреаційний потенціал України: ретроспективний аналіз даних 2014–2022 рр. *Наукові*

- записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична.* 2022. Вип. 34. С. 296–305. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7220110>
45. Цупка І.М., Кривенкова Р.Ю. Пріоритети функціонування туристичної індустрії під час війни в Україні. *Причорноморські економічні студії.* 2023. Вип. 79. С. 247–250. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.79-38>
46. Demary, V., (2014) *Competition in the sharing economy*, Institut der deutschen Wirtschaft, Köln.
47. Liubarets, V., Bakhmat, N., Kurylo, L., Spitsyna, A., Biriukova, O. (2022). Formation of transversal competences of future economists in the conditions of digital space. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 22 (14), 67–80.
48. Liubarets, V., Levadna, K., Tsytko, V., Rodinova, N. (2021). Hospitality ethics – the main image criterion of the tourism industry managers / *Ética em hospitalidade – o principal critério de imagem dos gestores da indústria do turismo.* URL: <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/947/923>
49. Marasco, A.; De Martino, M.; Magnotti, F.; Morvillo, A. Collaborative innovation in tourism and hospitality: a systematic review of the literature. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2018. 30(6). P. 2364-2395
50. Marzen C., Prum D.A., Aalberts R. 2017. The new sharing economy: the role of property, tort, and contract law for managing the Airbnb model. *N.Y. Univ. Journal of law and business*, VOL. 13, № 2: 295–336.
51. Masneri M. (2016) "Airbnb, la casa del mondo", in *Rivista Studio*, settembre, Milano: Studio Editoriale.
52. Notzke, C. (2004). Indigenous tourism development in southern Alberta, Canada: Tentative engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(1), 29–54.

53. Roblek V., Meško Štok Z., Meško M. Complexity of a sharing economy for tourism and hospitality. *Tourism & Hospitality Industry*. 2016. Congress Proceedings, pp. 374-387.
54. Rudenko, V. P., Dzhaman, V. O., Buchko, Zh. I., Dzhaman, Ya. V., & Mruchkovskyy, P. V. (2016). Theoretical- Methodological Basis for Studying the Preconditions of Ethnic Tourism in Multi-ethnic Urban Settlements. The Case of Chernivtsi City, Ukraine. In *Journal of Settlements and Spatial Planning*. Vol. 7, No. 2. 157–165.
55. Smith, M. (2016). *Issues in cultural tourism studies*. New York: Routledge.
56. Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2015). “Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns”, in *Journal of Travel Research*, New York.
57. UNESCO (2003). Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. URL: <https://ich.unesco.org/en/convention>
58. UNESCO (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism: Discussion report of the planning meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>
59. World Tourism Organization (2018). *Tourism and Culture Synergies*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
60. Yang Li. *Planning for Ethnic Tourism: Case Studies from Xishuangbanna, Yunnan, China*. Waterloo, Ontario, 2007. P. 1–2. URL: http://libdspace.uwaterloo.ca/bitstream/10012/3123/1/Thesis_Li.pdf/
61. 2023 Global Travel Trends Report. <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/global-travel-trends>

Державній екзаменаційній комісії із захисту магістерських робіт студентів спеціальності 242 «Туризм»

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу магістра 6 курсу групи УТз-61 факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна спеціальності 242 «Туризм» Сичугової Інни Сергіївни «Сталий розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України»

У дипломній роботі Сичугової Інни Сергіївни показано, що в наш час етнографічний туризм стає досить популярним напрямом у всьому світі. Безумовно, найбільшими перспективами у розвитку та затребуваності етнографічного туризму серед туристів є території Європи та Північної Америки, де розташована величезна кількість територій, що зберегли традиційний спосіб життя корінного населення.. Магістерську роботу відрізняє глибокий аналіз, в процесі якого автор намагалася виділити ті базові компоненти, що формують основи сталості туристичного ринку нашої країни. Вдало, на мою думку, проведено аналіз проблем розвитку етнографічного туризму під час війни в нашій країні.

На мою думку автору в повній мірі вдалося вирішити поставлену мету свого дослідження. В роботі пропонується розвивати етнографічний туризм на основі використання шерінг-моделі як чинника підвищення сталості функціонування економіки. Зазначено, що застосування шерінг-моделей для об'єднання та просування послуг підприємців сфери туризму та етнотуристичних ресурсів дозволить залучити велику кількість споживачів туристських послуг у регіон, зацікавить молодіжну аудиторію, знизить витрати на формування турпакетів

Вважаю, що дипломна робота магістра Сичугової І.С. може бути допущена до захисту в Державній екзаменаційній комісії, оскільки вона

відповідає всім вимогам, що пред'являються до таких робіт та заслуговує високої оцінки.

Рецензент

докт. екон. наук, доцент,
професор кафедри управління та
адміністрування Навчально-
наукового інституту «Каразінська
школа бізнесу»
Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна



Вікторія ТРЕТЯК

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на кваліфікаційну роботу магістра Сичугової Інни Сергіївни на тему
«Сталий розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного
відновлення етнокультурної спадщини України» зі спеціальності 242 –
«Туризм»

Зазначена робота та її результати, на мій погляд, є продовженням сформованого стійкого інтересу дипломниці до необхідності удосконалення ринку туристичних послуг нашої країни, особливо в періоди криз. Необхідність сталого розвитку з кожним роком стає дедалі помітнішою, оскільки все очевидніше негативні сторони впливу сфери туризму, а позитивні ефекти не такі значні, як були раніше. Актуальність теми магістерської роботи обумовлена

Перший розділ дипломної роботи присвячений теоретичному дослідженню сутності етнографічного туризму та основним підходам до вивчення етнографічних туристичних дестинацій. В другому розділі здобувачем вищої освіти докладно вивчено історико-соціальні передумови формування ресурсів етнографічного туризму в Україні. Зокрема відмічено, що саме на північному заході нашої країни відбулось зародження слов'ян: сіверян, полян, древлян, тиверців, волинян та інших. І зараз, у кризових реаліях (синергетичного ефекту військових, політичних, економічних, демографічно-міграційних, психоемоційних потрясінь) етнотуризм України став на шлях відродження улюблених брендів та центрів етнотуристичного тяжіння та подальшого розширення географії новомодних подієво-етнокультурних дестинацій.

Формування концепції етнографічного туризму у регіонах України в роботі пропонується на основі використання шерінг-моделі як чинника

підвищення сталості функціонування економіки. На думку автора, застосування шерінг-моделі для об'єднання та просування послуг підприємців сфери туризму та етнотуристичних ресурсів дозволить залучити велику кількість споживачів туристських послуг у регіон, зацікавить молодіжну аудиторію, знизить витрати на формування турпакетів.

Матеріал всіх розділів викладено у логічній послідовності. Робота виконувалася відповідно до плану та встановленого графіку. Зміст та оформлення роботи відповідає висунутим вимогам. В процесі роботи над дипломною роботою Інною Сергіївною графік не порушувався. Вона виявила себе відповідальною особистістю, що творчо мислить, швидко та вчасно реагує на всі зауваження керівника. Вважаю, що дипломну роботу магістра може бути допущено до захисту в Державній екзаменаційній комісії, оскільки вона відповідає всім вимогам, що пред'являються до таких робіт.

Науковий керівник
к.е.н., доцент, доцент
кафедри туристичного
бізнесу та країнознавства
Харківського національного
університету
імені В.Н. Каразіна



Ганна ГАПОНЕНКО