

УДК 338.48:008:502.131.1

Миронов Ю. Б.

yuriy@myronov.com, ORCID ID: 0000-0002-9015-506X

Researcher ID: E-9613-2019

д.е.н., доц., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РОЛЬ АВТЕНТИЧНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню ролі автентичної культурної спадщини у забезпеченні сталого розвитку туристичних дестинацій. Розглянуто еволюцію наукових підходів до розуміння автентичності – від матеріально верифікованих характеристик до суб'єктивно сприйнятих культурних сенсів та емоційних переживань туристів, що відображає загальну трансформацію концепції спадщини від суто матеріального феномену до комплексної соціальної та інтелектуальної конструкції. Обґрунтовано, що матеріальна культурна спадщина формує просторову й символічну основу дестинацій, тоді як нематеріальна – забезпечує їхню культурну ідентичність і створює умови для глибокого пізнавального досвіду відвідувачів. Проаналізовано суперечність між прагненням зберегти автентичну спадщину та потребою задовольнити туристичні очікування, надмірна комерціалізація яких загрожує фізичній і символічній цілісності культурних об'єктів та нівелює первісний сенс автентичних практик. Розкрито взаємозв'язок між культурною ідентичністю місцевих громад і мотиваційними установками туристів: показано, що самобутні культурні практики й об'єкти нематеріальної автентичності формують когнітивне поле, яке визначає поведінкові моделі відвідувачів і впливає на їхню задоволеність та лояльність до туристичної дестинації. Окрему увагу приділено соціально-економічним ефектам залучення спадщини до туристичної діяльності на макро- та мікроекономічному рівнях: туризм розглядається як чинник наповнення місцевих бюджетів, створення робочих місць, залучення інвестицій і фінансування охорони культурних цінностей. Зроблено висновок, що ефективне використання автентичних ресурсів потребує збалансування інтересів туристичного бізнесу, місцевих громад і системи охорони спадщини в межах комплексних моделей управління туристичними дестинаціями, орієнтованих на довгострокові соціокультурні й економічні результати.

Ключові слова: туризм, культурна спадщина, сталий розвиток туризму, туристична дестинація, нематеріальна культурна спадщина, гастрономічна спадщина, культурна ідентичність, туристичний досвід, культурний туризм, туристична мотивація.

Myronov Yurii

yuriy@myronov.com, ORCID ID: 0000-0002-9015-506X

Researcher ID: E-9613-2019

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Tourism
and Hotel&Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

THE ROLE OF AUTHENTIC CULTURAL HERITAGE IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATIONS

Abstract. The article is devoted to the study of the role of authentic cultural heritage in ensuring the sustainable development of tourist destinations. The evolution of scholarly approaches to understanding



© Миронов Ю. Б., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

authenticity is examined, ranging from materially verifiable characteristics to subjectively perceived cultural meanings and tourists' emotional experiences. This shift reflects the broader transformation of the heritage concept from a purely material phenomenon into a complex social and intellectual construct. It is substantiated that tangible cultural heritage forms the spatial and symbolic foundation of destinations, while intangible heritage provides their cultural identity and creates conditions for deeper cognitive and experiential engagement of visitors. The study also analyzes the contradiction between the need to preserve the authenticity of heritage and the necessity to meet tourist expectations, the excessive commercialization of which may threaten both the physical and symbolic integrity of cultural assets and diminish the original meaning of authentic cultural practices. The relationship between the cultural identity of local communities and tourists' motivational attitudes is explored. It is demonstrated that unique cultural practices and elements of intangible authenticity create a cognitive framework that shapes visitors' behavioral patterns and influences their satisfaction and loyalty to a destination. Particular attention is paid to the socio-economic effects of integrating heritage into tourism activities at both macro- and microeconomic levels. In this context, tourism is considered a factor contributing to local budget revenues, job creation, investment attraction, and the financing of cultural heritage protection. The study concludes that the effective use of authentic heritage resources requires balancing the interests of tourism businesses, local communities, and heritage protection systems within comprehensive destination management models oriented toward long-term sociocultural and economic outcomes.

Keywords: tourism, cultural heritage, sustainable tourism development, tourist destination, intangible cultural heritage, culinary heritage, cultural identity, tourist experience, cultural tourism, tourist motivation.

JEL Classification: Q01, R11, Z31, Z32

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-15-12>

Постановка проблеми. За умов поглиблення глобалізаційних процесів і заострення конкуренції між туристичними дестинаціями автентична культурна спадщина дедалі виразніше постає не лише як об'єкт охорони, а як стратегічний ресурс сталого розвитку туризму, здатний забезпечити унікальність туристичної дестинації, сформувати її ідентичність та задовольнити зростаючий попит на глибинний пізнавальний і культурний досвід. Водночас активне залучення матеріальних і нематеріальних об'єктів спадщини до туристичної діяльності несе в собі суперечність: комерційне використання автентики загрожує її фізичній і символічній цілісності, а пріоритетизація туристичних очікувань нерідко відтісняє на другий план інтереси місцевих громад і завдання збереження культурних цінностей. Особливої гостроти ця суперечність набуває в контексті трансформації самого поняття автентичності – від верифікованих матеріальних характеристик до суб'єктивно сприйнятих сенсів й емоційних переживань, що ускладнює вироблення уніфікованих підходів до управління спадщиною в туристичних дестинаціях. Для України зазначена проблематика набуває додаткового виміру: культурна спадщина визначена стра-

тегічним підґрунтям національної ідентичності та консолідації суспільства, а тому її включення до туристичного споживання є одночасно питанням економічного розвитку і питанням збереження культурного суверенітету, що особливо актуально за умов воєнного часу та необхідності повоєнного відновлення туристичної галузі. Незважаючи на зростаючу кількість досліджень у цій міждисциплінарній сфері, у науковій літературі досі відсутні комплексні підходи до осмислення механізмів збалансування економічних, соціокультурних та охоронних функцій автентичної спадщини в системі сталого туристичного розвитку, що й зумовлює актуальність і наукову доцільність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання взаємозв'язку автентичної культурної спадщини та туристичного розвитку привертає дедалі більшу увагу науковців, що зумовлює зростання кількості досліджень у цій сфері. Теоретичне підґрунтя для осмислення ролі культурної спадщини у забезпеченні соціально-економічного розвитку та формуванні туристичної привабливості дестинацій формувалось поступово. Так, Паньків Н. і Гаврилишин О. обґрунтували, що культурна спадщина набуває в академічному середовищі

визнання як один із ключових чинників соціально-економічного поступу регіонів і дієвий інструмент збалансованого суспільного прогресу [11]. Своєю чергою Dai С. та співавтори акцентують увагу на тому, що туризм, заснований на культурній спадщині, залучає відвідувачів насамперед завдяки самобутній історичній архітектурі, релігійним традиціям, місцевій кухні й іншим характерним рисам дестинації. Науковці також констатують, що збагачення антропологічних і соціологічних знань спричинило трансформацію розуміння культурної спадщини – від суто матеріального феномену до комплексної культурної, соціальної й інтелектуальної конструкції, що формується людьми у процесі їхнього розвитку в просторово-часовому та культурному вимірі [24]. Суттєвим є також спостереження Воссарді С. щодо природи автентичності спадщини: вчений доводить, що вона визначається переважно не через верифіковані об'єктивні факти, а через сукупність матеріальних і нематеріальних ознак, які формують її суб'єктивну значущість [20]. Науковою спільнотою досить активно розглядаються проблеми включення автентичної культурної спадщини у туристичні продукти. Тарангул Л. зі співавторами вказують на органічне поєднання матеріальної цінності та духовного й емоційного надбання у системі ціннісних координат використання історико-культурної спадщини [16]. Вказуючи на міждисциплінарний характер відповідних досліджень, Чорна Н., тим не менше, констатує відсутність комплексних студій з цього питання, наголошуючи на фрагментарності авторських розвідок і позицій [17]. Дичковський С. говорить про розвиток нової моделі культурного туризму, за якого сенс виробництва і споживання туристичних послуг трансформується з технологій обслуговування на технології забезпечення емоційно-чуттєвого та діяльного досвіду осягнення культурної спадщини дестинації [5].

Таким чином, наведені підходи до осмислення автентичності засвідчують, що спільним знаменником для матеріальної та нематеріальної культурної спадщини й автентичності в туризмі є орієнтація на цінність індивідуального пізнавального переживання й усвідомлення потреби в збереженні культурної самобутності туристичних дестинацій, що робить дослідження цього напряму особливо актуальним за умов сучасних глобалізаційних викликів.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити роль автентичної культурної спадщини у забезпеченні сталого розвитку туристичних дестинацій шляхом аналізу механізмів включення матеріальних і нематеріальних об'єктів спадщини до туристичної діяльності та виявлення умов, за яких їх використання забезпечує збалансування економічних, соціокультурних та охоронних інтересів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У чинній Стратегії національної безпеки України вітчизняну культуру визначено основою консолідації нації та зміцнення її ідентичності [15]. Водночас Законом України «Про туризм» встановлено порядок використання туристичних ресурсів, що передбачає облік гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження їх цілісності та заходи для їх відновлення [14]. В Законі України «Про охорону культурної спадщини» це поняття сформульовано як сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини, тобто визначних місць, споруд (витворів), комплексів (ансамблів), їхніх частин, пов'язаних з ними рухомих предметів, а також територій чи водних об'єктів (у т. ч. об'єктів підводної культурної та археологічної спадщини), інших природних, природно-антропогенних чи створених людиною об'єктів, незалежно від стану їх збереженості, які зберегли автентичність та цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду [13]. Необхідність захисту та відновлення культурної спадщини як спільного надбання людства зазначена у відповідних конвенціях ЮНЕСКО [8; 22], відповідно до яких до списку Всесвітньої спадщини внесено 1 природний та 7 культурних об'єктів України. Відтак варто погодитись із твердженням Н. Левицької та О. Коцюбанської, що кожна туристична дестинація та кожна історико-культурна територія має сприйматись як захищений комплекс, спрямований на збереженість автентичних об'єктів людської історії чи культури [9]. Досліджуючи розвиток культурного туризму, Папп В. і співавтори виявили зміну його місії, означивши її як «інструмент миру, розвитку, зближення народів, виховання поваги, толерантності, взаєморозуміння на основі гуманітарних цінностей» [12]. Використання цього підходу

дозволяє по новому поглянути на мету та цілі збереження автентичної спадщини під час її залучення до туристичної діяльності. Сталий розвиток туристичних дестинацій передбачає збереження культурного ландшафту, а отже, щодо збереження автентики, ми спостерігаємо тенденції охорони і дбайливої реставрації матеріальних пам'яток культури, залучення архітектурної спадщини для досягнення економічних і соціокультурних цілей туризму. Подібну позицію демонструють Г. Заваріка й О. Зеленко, котрі вказують, що оновлена інтерпретація концепції сталого туризму має розглядатись як засіб відновлення історико-культурної спадщини та спосіб пропагування національних культурних цінностей одночасно з глобальними цінностями цивілізації [7]. Захист матеріальної культурної спадщини у цьому контексті набуває особливої ваги, оскільки саме історичні будівлі, архітектурні ансамблі, пам'ятки археології та культові споруди формують просторову й символічну основу туристичних дестинацій. Їх використання у туристичній діяльності потребує поєднання двох взаємопов'язаних завдань – забезпечення збереження автентичності й одночасного створення умов для пізнавального та культурного споживання цих об'єктів. Тому в сучасній практиці управління туризмом щораз більшого значення набувають підходи, спрямовані на регулювання туристичних навантажень, проведення науково обґрунтованої реставрації, адаптивне повторне використання історичних будівель та інтеграцію пам'яток у культурний ландшафт дестинації без втрати їх історичної цінності.

Водночас особливістю охорони матеріальної культурної спадщини за умов сталого розвитку туризму є необхідність узгодження інтересів різних груп стейкхолдерів – державних органів, місцевих громад, науковців і суб'єктів туристичного бізнесу. Надмірна комерціалізація або неконтрольоване використання пам'яток може призводити до фізичного руйнування об'єктів і втрати їх автентичності, що суперечить принципам сталого розвитку. Саме тому сучасні підходи до управління туристичними ресурсами дедалі частіше передбачають запровадження комплексних програм охорони спадщини, залучення місцевих громад до її збереження та використання механізмів сталого туризму, які забезпечують одночасне збереження

історико-культурних цінностей і отримання соціально-економічних вигод для територій. Натомість наукові дослідження з включення елементів нематеріальної культурної спадщини в туризм сконцентровані, насамперед, на питаннях розвитку туристичної галузі, розвитку туристичних дестинацій, розкриття туристичного потенціалу об'єктів нематеріальної автентики, забезпечення науково-пізнавальних, естетичних та емоційних потреб туристів.

Нематеріальна культурна спадщина охоплює практики, уявлення, вираження, знання і навички, а також інструменти, об'єкти, артефакти та культурні простори, пов'язані з ними. Білушак Т. і Добровольська С. розглядають нематеріальну культурну спадщину як важливу основу поступального розвитку інноваційного суспільства, наголошуючи на необхідності вивчення як національних підходів, так і глобальних тенденцій у сфері її збереження й охорони [2]. Передаючись з покоління до покоління, ця спадщина постійно відтворюється спільнотами у взаємодії з іншими елементами розвитку навколишнього середовища, забезпечуючи місцевим громадам і відвідувачам відчуття ідентичності та безперервності сприяння повазі до культурного різноманіття та людської творчості.

У науковій літературі щораз частіше з'являються повідомлення про необхідність переосмислення феномену використання культурної спадщини в туристичній діяльності через недостатність усталених і законодавчо сформульованих заходів її збереження та розвитку. Про необхідність перегляду усталених наукових поглядів на концепцію сталого розвитку туризму говорить і Vitusikova A., зазначаючи, що класична концепція побудови туризму на культурній спадщині була орієнтована на її фізичне і матеріальне використання та збереження, тоді як існує потреба її переорієнтації на соціально-культурну конструкцію, що має властивість динамічно й еластично забезпечувати способи розуміння та взаємодії сьогодення за допомогою спілкування з минулим [19]. Zhang S. і співавтори зауважують, що нематеріальна спадщина людства дозволяє інтегрувати історичні та культурні цінності в естетичні уподобання відвідувачів, а тому є природно сумісною з розвитком туризму [36]. Своєю чергою, експлуатуючи прагнення туристів отримати досвід спілкування з автентичними мисте-

цтвами, ремеслами, кухнею, традиційними ритуалами, туризм отримав можливість досягти сталого розвитку, використовуючи нематеріальну культурну спадщину для отримання власних економічних і маркетингових вигод, залучення туристів, створення нового культурного досвіду подорожей та економічної цінності для місць призначення. Особливе місце в цій системі посідає гастрономічна спадщина, яка через традиційні страви, локальні продукти, способи їх приготування та пов'язані з ними обрядові практики є важливим носієм культурної пам'яті, ідентичності громади та чинником підвищення туристичної привабливості дестинації. Kumar A. систематизував можливі прояви нематеріальної культурної спадщини як такі, що охоплюють життєві події та соціальні аспекти життєдіяльності місцевої громади, прояви поваги до біорізноманіття та природозбереження, розвиток ритуальних проявів, мистецтв і святкувань [31]. Автентичні прояви культурної спадщини, попри традиційність і постійне відтворення в межах певної спільноти під час туристичного споживання, як вказують Qiu Q. та співавтори, можуть сприйматись відвідувачами як суб'єктивні характеристики туристичної дестинації, є не як культурний продукт [32], а тому для включення їх до складу туристичної послуги потребують творчого залучення у минуле з одночасною рефлексією на сучасність.

Проживання в межах туристичних дестинацій місцевих громад із власними історико-культурними традиціями та пам'ятками надало поштовх до зростання серед відвідувачів зацікавленості місцевою автентикою, а це зумовило активізацію культурно-пізнавальної взаємодії, контекст якої не обмежувався виключно матеріальними об'єктами природної чи культурної спадщини, а охоплював досвід занурення в місцеві релігійні, духовні, мистецькі та інші автентичні практики. Отож, можна стверджувати, що підвалинами цієї парадигми є визнання соціокультурних цінностей місцевих громад, принцип дотримання колективних прав місцевого населення на території, самобутність, історію та культуру, що, зрештою, було офіційно визнано ЮНЕСКО та відобразилось у національному законодавстві більшості країн світу.

Загалом соціокультурні цінності сучасного суспільства досить ґрунтовно досліджуються в науковому середовищі. Божко Л. і Зайцева

М. підтверджують усталене розуміння ролі автентичної спадщини у набутті культурного досвіду, описують існування ментальних паралелей між культурно-пізнавальною мотивацією в туризмі та загальнонародського поживлення інтересу до культури [3]. Водночас про вплив тенденцій масового споживання на виникнення і розповсюдження індивідуальних моделей туристичної взаємодії з природним і культурологічним середовищем вказує Eldridge A., котрий пов'язує з цим феноменом значну диференціацію та диверсифікацію туристичного споживання [25]. Це дослідження можна вважати суттєвим вкладом в аналіз не лише переваг, але й проблем соціокультурного споживання автентичного досвіду в туристичних дестинаціях, коли задля кращої комерціалізації туристичного продукту або покращення комфортабельності туристичної послуги може нівелюватись первісний сенс нематеріального об'єкту культурної спадщини.

У цьому контексті особливої уваги набуває роль культурної ідентичності як одного з ключових чинників формування туристичного досвіду та мотивації відвідувачів. Культурна ідентичність часто розглядається дослідниками як фактор впливу на туризм нематеріальної культурної спадщини. Так, Wang Y. та Hu H. аргументовано довели вплив іміджу нематеріальної культури на культурну самоідентифікацію туристів, сприйняттю цінності новизни, емоційну і соціальну цінність [33]. Пізніше дослідження Kahraman O. та Cifci I. запропонувало модель, засновану на теорії соціальної ідентичності, підтвердивши вплив самоідентифікації на загальну задоволеність і лояльність до туристичної дестинації через посередництво пам'ятних туристичних вражень [30]. У дослідженні Yasout O. показано, що туристичний досвід формується не лише під впливом усвідомлених потреб людини, пов'язаних із її самоідентифікацією, але й суттєво залежить від того, як турист сприймає дестинацію та який пізнавальний і емоційний досвід він отримує під час подорожі, здатний задовольнити ці потреби [34]. Досліджуючи самоідентифікацію та пов'язану із нею національно-культурну ідентичність українського суспільства, Желанова В. і Матвієнко О. вказують на їх визначальну цінність, яка забезпечує соціалізацію особистості й обумовлює фактори життєдіяльності [6]. Автори вказують на очевидний мультикультуралізм

України з різною структурою національних самоідентифікацій громадян понад 130 національностей, які, поза тим, об'єднані спільною самоідентифікацією українського народу. Відтак структура української національно-культурної ідентичності може розглядатись як система компонентів:

– аксіологічний компонент – ґрунтується на національній ідеї та формує ціннісні орієнтири українців щодо української культури і традицій, мови, національної символіки, фольклору;

– когнітивний компонент – відображено в особливостях української ментальності, базових цінностях суспільства, культурі, традиціях та етнічних і регіональних особливостях;

– емоційний компонент – забезпечується усвідомленням належності до нації, почуттям національної єдності;

– праксеологічний компонент – пов'язаний із досвідом діяльності, спрямованої на вивчення та захист культурного надбання українців [6].

Влучним є зауваження Борисенко В. і Борисенко М., про те, що нематеріальна культурна спадщина українців не лише є невіддільною складовою екосистеми України, але й має сприйматись як один із найважливіших її елементів, а всебічної підтримки у розвитку потребують не лише етнокультурні автентичні об'єкти, але і носії збереженої культури, слід не лише демонструвати, але й методично відроджувати народні традиції, звичаї та обряди [4]. Відповідно до Конвенції ЮНЕСКО [8] в Україні запроваджено Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини, який постійно оновлюється і станом на березень 2026 року включає 120 нематеріальних автентичних об'єктів [10].

Наведена специфіка української ідентичності ілюструє ширшу тенденцію, характерну для туристичних дестинацій у різних країнах світу. У контексті глобалізації туризм нематеріальної культурної спадщини надає туристам різні джерела й інструменти сприйняття власної ідентичності та обрання на цій основі туристичної дестинації. Нематеріальна культурна спадщина набирає, таким чином, рис джерела ідентичності туристичної дестинації, адже історико-культурна ідентифікація об'єктів нематеріальної автентики мотивує туристів отримати досвід подорожі. Важливою складовою такої спадщини є також гастрономічні традиції. В результаті, отри-

мані туристом позитивні культурні та когнітивні враження впливають на задоволеність дестинацією і впливають на формування подальшої туристичної поведінкової моделі. У межах такої моделі взаємодії туриста з автентичною спадщиною пізнавальні процеси зосереджуються на отриманні індивідуальних вражень і формуванні власних оцінок й уявлень про туристичну дестинацію. Ідентифікація туристами культурних особливостей та автентичних об'єктів дестинації створює певне спільне когнітивне поле, яке туристичні підприємства можуть використовувати як інструмент впливу на поведінку споживачів і формування більш сталих моделей туристичної діяльності. Так, зокрема, Cotter К. і співавтори, досліджуючи мотивацію відвідування художніх музеїв, встановили, що туристів найбільше приваблюють мотиви, пов'язані з особистим пізнанням історико-культурних цінностей, тоді як значно меншою мірою їх спонукає бажання допомогти іншим відвідувачам у задоволенні їхніх інтересів [23]. Хоча цей приклад можна розглядати як окремий випадок взаємодії з культурною спадщиною, він переконливо демонструє, що результати такого досвіду суттєво визначаються індивідуальними мотиваційними установками туристів.

Найпопулярніша на сьогодні модель мотиваційної ідентифікації туриста була запропонована Falk J. і описує п'ять типів (рис. 1).

Варто зауважити, що існує можливість інших мотивацій туристичного відвідування історико-культурних об'єктів, або їх часткового комбінування [26]. Втім, мотивація щодо відвідування туристом певного об'єкта історико-культурної спадщини не має розглядатись як стала величина, адже вона може змінюватись під впливом набуття туристом нових знань, причому не обов'язково у сфері саме автентичної спадщини [1, с. 137].

Важливим також є питання виявлення взаємозв'язків між розвитком туристичних продуктів із використанням автентичної нематеріальної спадщини та розвитком дестинацій, у межах територій яких ця автентика була культивована і збережена. Fang W. та Ariffin A. пропонують розглядати проектування туристичного продукту як похідну від ексклюзивних характеристик об'єкту спадщини й особливостей організації туристичного обслуговування. Автори дослідили детермінанти поведінкових намірів туристів

до повторного відвідування туристичних дестинацій у контексті маркетингової перспективи туризму культурної спадщини, оцінивши в одній моделі відносний вплив трьох ідентифікованих експериментальних конструктивів (досвід обслуговування, досвід новизни та досвід дозвілля) й аргументовано довели взаємозв'язок між належним розвитком продуктів нематеріальної культурної спадщини та залученням, а отже – ефективного використання туристичних ресурсів і забезпечення результативності діяльності [27].

Asmelash A. та Kumar S. зазначають, що в туристичних дестинаціях часто виникає суперечність між прагненням зберегти культурну спадщину та потребою створювати для відвідувачів автентичний туристичний досвід. Це зумовлено тим, що у практиці розвитку туризму пріоритет нерідко надається задоволенню очікувань туристів і підвищенню привабливості території, у той час як підтримання сталості соціально-економічного та культурного життя місцевих громад відходить на другий план [18]. Відтак Zhang

G. і співавтори пропонують сприймати сталий розвиток культурного туризму як певний компроміс цілей навчання, збереження та фінансових вигод, вказуючи, що покликанням нематеріальної культурної спадщини в туризмі є створення культурної цінності в межах туристичного продукту чи туристичних напрямів, завдяки якій дестинації можуть отримати економічну вигоду [35].

В останні роки помітно активізувались дослідження, пов'язані із аналізом можливостей економії загальних ресурсів, які вилучаються з навколишнього середовища для задоволення потреб розвитку туризму. І хоча на перший погляд ця теза виглядає парадоксальною, тим не менше у науковій літературі ми зустрічаємо дедалі більше відповідних дослідницьких повідомлень. Зокрема, Foster G. стверджує про високу значимість концепції циркулярної економіки щодо набуття екологічних переваг адаптивного повторного використання об'єктів культурної спадщини й інструментів для реалізації цих проєктів у туризмі [28]. Автор насамперед має на



Рис. 1. Модель мотиваційної ідентифікації туриста

Джерело: побудовано за [26]

увазі будівлі міської культурної спадщини, які можуть зумовити туристичну зацікавленість і мають певну історичну чи художню цінність для місцевої чи навіть міжнародної спільноти. Це можуть бути місця релігійного культу, аристократичні чи королівські замки або навіть промислові чи військові будівлі, для яких важливо віднайти сталі рішення у міському розвитку для адаптивного повторного використання цих будівель культурної спадщини. Girard L. дослідив, що за рахунок поєднання культурної й економічної цінності історичних міст їх історико-культурна спадщина стає основним ресурсом сталого розвитку туризму цих територій, хоча і вказав також на переваги для довкілля від адаптивного повторного використання [29].

Адаптивне використання культурної спадщини є економічно вигідним інструментом. Говорячи про сталий розвиток туристичних дестинацій, науковці вказують на існування спорідненості щодо фінансових вигод, підтримки місцевої економіки та місцевих громад, а також фінансування збереження спадщини, по аналогії з цими факторами щодо екосистемних послуг у туризмі. Божко Л. і Зайцева М. наголошують, що туризм як один із ключових секторів місцевої економіки здатний виступати важливим чинником соціокультурного розвитку територій, сприяти підвищенню рівня добробуту населення та формувати додаткові фінансові надходження для місцевих громад. Автори систематизували можливі шляхи отримання доходів, акцентувавши, зокрема, на ефекті зростання доходів туризму від залучення туристів до дестинації, мультиплікативному впливі розвитку туризму на місцеве соціально-економічне середовище (створення додаткових робочих місць, забезпечення діяльності дотичних і споріднених до туризму підприємств, у тому числі у сфері локальної гастрономії, наповнення місцевих бюджетів), залученні інвестицій у збереження та розвиток об'єктів історико-культурної спадщини, забезпеченні іміджевої складової розвитку туристичної дестинації [3].

Економічні ефекти включення об'єктів історико-культурної спадщини до туризму Виї Н. пропонує оцінювати на макро- та мікроекономічному рівнях із урахуванням їх вкладу в стимулювання туристичної та споріднених галузей і продукування переваг для громади туристичної дестинації. Водночас автор зауважує, що оцінювання економічного ефекту

від самих туристичних продуктів, сформованих із використанням ресурсів спадщини, не може бути чітко визначеним і залежить від їх специфіки та характеристик. Наприклад, для оцінювання впливу такого продукту як відвідування демонстраційних заходів (музеї, концерти, виставки тощо), достатньо володіти інформацією щодо вартості вхідного квитка та чисельності відвідувачів, тоді як вплив подібних заходів (фестивалі, форуми, тематичні свята) є складним для оцінювання через відсутність чітких даних і розподілу прямої економічної вигоди між різними підприємствами [21]. Погоджуючись із цими твердженнями варто зауважити, що складність агрегованого визначення соціально-економічних і культурних впливів автентичного середовища на сталий розвиток туризму обумовлюється неоднорідністю й амбівалентністю ефектів від перерозподілу ресурсів, оскільки кожен учасник взаємодії сприймає ці ефекти виключно в контексті власного досвіду.

Отже, використання ресурсів культурної спадщини у туризмі є складним багатовимірним процесом, у якому поєднуються соціокультурні, економічні й екологічні чинники розвитку дестинацій. Ефективне залучення автентичних історико-культурних ресурсів до туристичної діяльності потребує збалансування інтересів туристичного бізнесу, місцевих громад і системи охорони спадщини, що передбачає формування таких моделей управління туристичними дестинаціями, які одночасно забезпечують збереження культурних цінностей, створення якісного туристичного продукту та досягнення позитивних довгострокових соціально-економічних ефектів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження засвідчує, що автентична культурна спадщина є багатовимірним ресурсом сталого розвитку туристичних дестинацій, ефективно використання якого потребує одночасного врахування соціокультурних, економічних та охоронних чинників. Матеріальна спадщина формує просторову й символічну основу дестинації, забезпечуючи її впізнаваність і туристичну привабливість, у той час як нематеріальна – через автентичні практики, традиції та живу культуру місцевих громад – створює умови для глибинного пізнавального й емоційного досвіду, який визначає задоволеність туриста та його поведінкову модель щодо повторного відвідування. Ключовою умовою збереження

автентичності в туристичному використанні спадщини є подолання суперечності між комерційними інтересами туристичного бізнесу та завданнями охорони культурних цінностей, що досягається через запровадження збалансованих моделей управління destinations, які залучають місцеві громади як повноправних учасників туристичного процесу, а не лише як носіїв культурного продукту для споживання. Культурна ідентичність destinations виступає не лише чинником туристичної мотивації, але й стратегічним інструментом диференціації на конкурентному ринку туристичних послуг, а її збереження безпосередньо пов'язане з довгостроковою соціально-економічною стійкістю туристичних територій. Для України ці висновки набувають особливої актуальності в контексті післявоєнного відновлення, коли культурна спадщина одночасно постає об'єктом відбудови й інструментом національної консолідації і туристичного ренесансу.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у розробленні практичних механізмів оцінювання сукупного соціально-економічного ефекту від залучення автентичних об'єктів до туристичної діяльності, у вивченні моделей партисипативного управління спадщиною на рівні територіальних громад, а також у дослідженні цифровізації як інструменту популяризації та збереження нематеріальної культурної спадщини за умов зростання попиту на дистанційні та гібридні форми культурно-пізнавального туризму.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Барна М. Ю., Миронов Ю. Б. Автентична культурна спадщина та сталий розвиток культурного туризму на природоохоронних територіях України: виклики воєнного часу та стратегії відбудови. *Туризм у стратегії національної відбудови: глобальні та локальні виміри*: монографія. Львів: ЛТЕУ, 2026. 356 с. С. 117-168. DOI: <https://doi.org/10.32782/978-617-602-403-3>
2. Білушак Т. М., Добровольська С. І. Європейські та національні аспекти охорони, збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини: цифрові колекції у вебінформаційному середовищі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. Вип. 1. С. 41-52. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2023.276764>
3. Божко Л. Д., Зайцева М. М. Соціально-культурні та економічні засади міського туризму. *Культура України*. 2021. Вип. 72. С. 13-20. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.072.02>
4. Борисенко В. Борисенко М. Нематеріальна культурна спадщина українців (регіональний аналіз прояву). *Український географічний журнал*. 2022. № 2 (118). С. 73-81. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2022.02.073>
5. Дичковський С. І. Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду. *Мистецтвознавчі записки*. 2019. № 36. С. 9-16. DOI: <https://doi.org/10.32461/190653>
6. Желанова В. В., Матвієнко О. В. Національно-культурна ідентичність особистості: сутність та структура. *Інноваційна педагогіка*. 2022. Вип. 149. Т.1. С.17-20. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2022/49.1.3>
7. Заваріка Г. М., Зеленко О. О. Сталий туризм як інструмент збереження культурної спадщини та відновлення постраждалих територій. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-78>
8. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. Документ 995_d69. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69
9. Левицька Н. М., Коцюбанська О. О. Культурна спадщина як чинник розвитку туризму регіонів України. *Регіональна політика: історія, політико-правові засади, урбаністика, просторове планування, архітектура*. 2019. Вип. 5. Ч. 2. С. 101-106. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/8205>
10. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. Міністерство культури України, 2026. URL: <https://mincult.gov.ua/kulturna-spadshchyna/natsionalnyu-perelik-elementiv-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-ukrainy/>
11. Паньків Н. Є., Гаврилишин О. М. Вплив культурної спадщини на розвиток туризму в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 6 (1). С. 212-224. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6-34>
12. Папп В., Котубей В., Грицько В. Культурний туризм як багатогранний феномен національної самоідентифікації. *Економічний форум*. 2022. Т. 12. № 4. С. 48-57. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/papp2.htm
13. Про охорону культурної спадщини: Закон України в ред. від 31.10.2025 р. № 1805-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>
14. Про туризм: Закон України в ред. від 15.11.2024 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
15. Стратегія національної безпеки України. Затв. Указом Президента України від 14 вересня 2020 р. № 392/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020>
16. Тарангул Л. М., Чернікова І. В., Дрогомирецька Л. Р. Збереження історико-культурної спад-

щини України як чинник національної ідентичності. *Культурологічний альманах*. 2024. Вип. 1. С. 147-159. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2024.1.18>

17. Чорна Н. М. Нематеріальна культурна спадщина як туристичний ресурс. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2021. Вип. 59. С. 29-33. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct59-5>

18. Asmelash A. G., Kumar S. Assessing Progress of Tourism Sustainability: Developing and Validating Sustainability Indicators. *Tourism Management*. 2019. Vol. 71. pp. 67-83. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.020>

19. Bitusikova A. Cultural Heritage as a Means of Heritage Tourism Development. *Muzeológia a kultúrne dedičstvo*. 2021. Vol. 9 (1). P. 81-95. DOI: <https://doi.org/10.46284/mkd.2021.9.1.5>

20. Boccardi G. Authenticity in the Heritage Context: a Reflection Beyond the Nara Document. *The Historic Environment: Policy & Practice*. 2019. Vol. 10 (1). pp. 4-18. DOI: <https://doi.org/10.1080/17567505.2018.1531647>

21. Bui H. T., Jones T. E., Weaver D. B., Le A. The Adaptive Resilience of Living Cultural Heritage in a Tourism Destination. *Journal of Sustainable Tourism*. 2020. Vol. 28 (7). pp. 1022-1040. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717503>

22. Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. UNESCO, 1972. URL: <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

23. Cotter K. N., Fekete A., Silvia P. J. Why do People Visit Art Museums? Examining Visitor Motivations and Visit Outcomes. *Empirical Studies of the Arts*. 2022. Vol. 40 (2). pp. 275-295. DOI: <https://doi.org/10.1177/02762374211011740>

24. Dai T. C., Zheng X., Yan J. Contradictory or Aligned? The Nexus between Authenticity in Heritage Conservation and Heritage Tourism, and its Impact on Satisfaction. *Habitat International*. 2021. Vol. 107. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2020.102307>

25. Eldridge A. Strangers in the Night: Nightlife Studies and New Urban Tourism. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2019. Vol. 11 (3). pp. 422-435. DOI: <https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1583666>

26. Falk J. H. Contextualizing Falk's Identity-Related Visitor Motivation Model. *Visitor Studies*, 2011. Vol. 14 (2). pp. 141-157. DOI: <https://doi.org/10.1080/10645578.2011.608002>

27. Fang W. G., Ariffin A. A. M. Cultural Heritage Tourism: Determinants of Behavioral Intention to Visit a Historical City from Experiential Perspectives. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*. 2021. Vol. 6 (22). DOI: <https://doi.org/10.35631/JTHEM.622001>

28. Foster G. Circular Economy Strategies for Adaptive Reuse of Cultural Heritage Buildings

to Reduce Environmental Impacts. *Resources, Conservation and Recycling*. 2020. Vol. 152. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104507>

29. Girard L. F. The Role of Cultural Urban Landscape towards a New Urban Economics: New Structural Assets for Increasing Economic Productivity through Hybrid Processes. *Housing Policies and Urban Economics*. 2014. Vol. 1 (1). pp. 3-27. URL: <https://www.iris.unina.it/handle/11588/587224>

30. Kahraman O. C., Cifci I. Modeling Self-Identification, Memorable Tourism Experience, Overall Satisfaction and Destination Loyalty: Empirical Evidence from Small Island Destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2023. Vol. 6 (2). pp. 1001-1023. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0090>

31. Kumar A. Cultural and Heritage Tourism: a Tool for Sustainable Development. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*. 2017. Vol. 6 (6). pp. 56-59. DOI: <https://doi.org/10.24105/gjcmp.6.6.1709>

32. Qiu Q., Zuo Y., Zhang M. Intangible Cultural Heritage in Tourism: Research Review and Investigation of Future Agenda. *Land*. 2022. Vol. 11 (139). DOI: <https://doi.org/10.3390/land11010139>

33. Wang Y., Hu H. Cultural Identity: the Core Mechanism for the Survival and Development of Intangible Cultural Heritage. *Fujian Tribune (The Humanities & Social Sciences)*. 2014. Issue 10. pp. 49-55.

34. Yacout O. M. Tourism Motives, Tourism Experience Value and Cultural Change: a Focus on Egyptian Tourists. *Contemporary Muslim Travel Cultures: Practices, Complexities and Emerging Issues* / ed. C. M. Hall, S. Seyfi, S. M. Rasoolimanesh. Taylor & Francis, 2022. 294 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003036296>

35. Zhang G., Chen X., Law R., Zhang M. Sustainability of Heritage Tourism: a Structural Perspective from Cultural Identity and Consumption Intention. *Sustainability*. 2020. Vol. 12 (21). DOI: <https://doi.org/10.3390/su12219199>

36. Zhang S., Liang J., Su X. Research on Global Cultural Heritage Tourism Based on Bibliometric Analysis. *Heritage Science*. 2023. Vol. 11. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40494-023-00981-w>

REFERENCES

1. Barna, M. Yu., & Myronov, Yu. B. (2026). Avtentychna kulturna spadshchyna ta stalyyi rozvytok kulturnoho turyzmu na pryrodookhoronnykh terytoriiakh Ukrainy: vyklyky voiennoho chasu ta stratehii vidbudovy. In *Turyzm u stratehii natsionalnoi vidbudovy: hlobalni ta lokalni vymiry: monograph*. Lviv: LTEU, pp. 117-168. DOI: <https://doi.org/10.32782/978-617-602-403-3>

2. Bilushchak, T. M., & Dobrovolska, S. I. (2023). Yevropeyski ta natsionalni aspekty okhorony,

zberezhennia ta populiaryzatsii nematerialnoi kulturnoi spadshchyny: tsyfrovi kolektsii u vebinformatiinomu seredovyschchi. Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia, no. 1, pp. 41-52. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2023.276764>

3. Bozhko, L. D., & Zaitseva, M. M. (2021). Sotsialno-kulturni ta ekonomichni zasady miskoho turyzmu. *Kultura Ukrainy*, no. 72, pp. 13-20. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.072.02>

4. Borysenko, V., & Borysenko, M. (2022). Nematerialna kulturna spadshchyna ukraintsiv (rehionalnyi analiz proiavu). *Ukrainskyi heohrafichnyi zhurnal*, no. 2 (118), pp. 73-81. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2022.02.073>

5. Dychkovskiy, S. I. (2019). Kulturnyi turyzm yak sfera realizatsii dozvillevykh tekhnolohii ta virtualnogo dosvidu. *Mystetstvoznachchi zapysky*, no. 36, pp. 9-16. DOI: <https://doi.org/10.32461/190653>

6. Zhelanova, V. V., & Matviienko, O. V. (2022). Natsionalno-kulturna identychnist osobystosti: sutnist ta struktura. *Innovatsiina pedahohika*, no. 149 (1), pp. 17-20. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2022/49.1.3>

7. Zavarika, H. M., & Zelenko, O. O. (2022). Stalyi turyzm yak instrument zberezhennia kulturnoi spadshchyny ta vidnovlennia postrazhdalych terytorii. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-78>

8. Konventsiia pro okhoronu nematerialnoi kulturnoi spadshchyny. Document 995_d69. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69

9. Levytska, N. M., & Kotsiubanska, O. O. (2019). Kulturna spadshchyna yak chynnyk rozvytku turyzmu rehioniv Ukrainy. *Rehionalna polityka: istoriia, polityko-pravovi zasady, urbanistyka, prostorove planuvannia, arkhitektura*, no. 5 (2), pp. 101-106. Available at: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/8205>

10. Ministerstvo kultury Ukrainy. (2026). Natsionalnyi perelik elementiv nematerialnoi kulturnoi spadshchyny Ukrainy. Available at: <https://mincult.gov.ua/kulturna-spadshchyna/natsionalnyy-pereklik-elementiv-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-ukrainy/>

11. Pankiv, N. Ye., & Havrylyshyn, O. M. (2021). Vplyv kulturnoi spadshchyny na rozvytok turyzmu v Ukraini. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 6 (1), pp. 212-224. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6-34>

12. Papp, V., Kotubei, V., & Hrytsko, V. (2022). Kulturnyi turyzm yak bahatohranyi fenomen natsionalnoi samoidentyfikatsii. *Ekonomichni forum*, no. 12 (4), pp. 48-57. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/papp2.htm

13. Pro okhoronu kulturnoi spadshchyny: Zakon Ukrainy v red. vid 31.10.2025. No. 1805-III. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>

14. Pro turyzm: Zakon Ukrainy v red. vid 15.11.2024. No. 324/95-BP. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

15. Stratehiia natsionalnoi bezpeky Ukrainy. (2020). *Zatv. Ukazom Prezydenta Ukrainy vid 14.09.2020*. No. 392/2020. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020>

16. Tarangul, L. M., Chernikova, I. V., & Drogo-myretska, L. R. (2024). Zberezhennia istoryko-kulturnoi spadshchyny Ukrainy yak chynnyk natsionalnoi identychnosti. *Kulturolohichnyi almanakh*, no. 1, pp. 147-159. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2024.1.18>

17. Chorna, N. M. (2021). Nematerialna kulturna spadshchyna yak turystychnyi resurs. *Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny*, 59, 29-33, available at: <https://doi.org/10.32843/infrastructure59-5>

18. Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). Assessing Progress of Tourism Sustainability: Developing and Validating Sustainability Indicators. *Tourism Management*, no. 71, pp. 67-83. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.020>

19. Bitusikova, A. (2021). Cultural Heritage as a Means of Heritage Tourism Development. *Muzeologia a kultúrne dedičstvo*, no. 9 (1), pp. 81-95. DOI: <https://doi.org/10.46284/mkd.2021.9.1.5>

20. Boccardi, G. (2019). Authenticity in the Heritage Context: A Reflection Beyond the Nara Document. *The Historic Environment: Policy & Practice*, no. 10 (1), pp. 4-18. DOI: <https://doi.org/10.1080/17567505.2018.1531647>

21. Bui, H. T., Jones, T. E., Weaver, D. B., & Le, A. (2020). The Adaptive Resilience of Living Cultural Heritage in a Tourism Destination. *Journal of Sustainable Tourism*, no. 28 (7), pp. 1022-1040. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717503>

22. UNESCO. (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Available at: <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

23. Cotter, K. N., Fekete, A., & Silvia, P. J. (2022). Why Do People Visit Art Museums? Examining Visitor Motivations and Visit Outcomes. *Empirical Studies of the Arts*, no. 40 (2), pp. 275-295. DOI: <https://doi.org/10.1177/02762374211011740>

24. Dai, T. C., Zheng, X., & Yan, J. (2021). Contradictory or Aligned? The Nexus between Authenticity in Heritage Conservation and Heritage Tourism, and Its Impact on Satisfaction. *Habitat International*, no. 107. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2020.102307>

25. Eldridge, A. (2019). Strangers in the Night: Nightlife Studies and New Urban Tourism. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, no. 11 (3), pp. 422-435. DOI: <https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1583666>

26. Falk, J. H. (2011). Contextualizing Falk's Identity-Related Visitor Motivation Model. *Visitor*

Studies, no. 14 (2), pp. 141-157. DOI: <https://doi.org/10.1080/10645578.2011.608002>

27. Fang, W. G., & Ariffin, A. A. M. (2021). Cultural Heritage Tourism: Determinants of Behavioral Intention to Visit a Historical City from Experiential Perspectives. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, no. 6 pp. (22). DOI: <https://doi.org/10.35631/JTHEM.622001>

28. Foster, G. (2020). Circular Economy Strategies for Adaptive Reuse of Cultural Heritage Buildings to Reduce Environmental Impacts. *Resources, Conservation and Recycling*, no. 152. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104507>

29. Girard, L. F. (2014). The Role of Cultural Urban Landscape towards a New Urban Economics: New Structural Assets for Increasing Economic Productivity through Hybrid Processes. *Housing Policies and Urban Economics*, no. 1 (1), pp. 3-27. Available at: <https://www.iris.unina.it/handle/11588/587224>

30. Kahraman, O. C., & Cifci, I. (2023). Modeling Self-Identification, Memorable Tourism Experience, Overall Satisfaction and Destination Loyalty: Empirical Evidence from Small Island Destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, no. 6 (2), pp. 1001-1023. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0090>

31. Kumar, A. (2017). Cultural and Heritage Tourism: a Tool for Sustainable Development. *Global*

Journal of Commerce & Management Perspective, no. 6 (6), pp. 56-59. DOI: <https://doi.org/10.24105/gjcmp.6.6.1709>

32. Qiu, Q., Zuo, Y., & Zhang, M. (2022). Intangible Cultural Heritage in Tourism: Research Review and Investigation of Future Agenda. *Land*, no. 11. DOI: <https://doi.org/10.3390/land11010139>

33. Wang, Y., & Hu, H. (2014). Cultural Identity: the Core Mechanism for the Survival and Development of Intangible Cultural Heritage. *Fujian Tribune (The Humanities & Social Sciences)*, no. 10, pp. 49-55.

34. Yacout, O. M. (2022). Tourism Motives, Tourism Experience Value and Cultural Change: A Focus on Egyptian Tourists. In C. M. Hall, S. Seyfi, & S. M. Rasoolimanesh (eds.), *Contemporary Muslim Travel Cultures: Practices, Complexities and Emerging Issues*. Taylor & Francis, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003036296>

35. Zhang, G., Chen, X., Law, R., & Zhang, M. (2020). Sustainability of Heritage Tourism: A Structural Perspective from Cultural Identity and Consumption Intention. *Sustainability*, no. 12 (21), DOI: <https://doi.org/10.3390/su12219199>

36. Zhang, S., Liang, J., & Su, X. (2023). Research on Global Cultural Heritage Tourism Based on Bibliometric Analysis. *Heritage Science*, no. 11, 139, DOI: <https://doi.org/10.1186/s40494-023-00981-w>

Дата надходження статті: 09.04.2026

Дата прийняття статті: 30.04.2026

Дата публікації статті: 26.06.2026