

Туризм

УДК 338.483.13:069:398(477)

**Покоłodна Марія Миколоаївна**

*кандидат географічних наук,*

*доцент кафедри туризму і готельного господарства*

*Харківський національний університет міського господарства*

*імені О. М. Бекетова*

**Покоłodная Мария Николаевна**

*кандидат географических наук,*

*доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства*

*Харьковский национальный университет городского хозяйства*

*имени А. Н. Бекетова*

**Pokolodna Mariia**

*Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor of the*

*Department of Tourism and Hospitality*

*O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**Семків Мар'яна Олегівна**

*магістр кафедри туризму і готельного господарства*

*Харківського національного університету міського господарства*

*імені О. М. Бекетова*

**Семкив Марьяна Олеговна**

*магистр кафедры туризма и гостиничного хозяйства*

*Харьковского национального университета городского хозяйства*

*имени А. Н. Бекетова*

**Semkiv Mariana**

*Master of Tourism of the*

*Department of Tourism and Hospitality of the*

*O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**ЕТНОГРАФІЧНИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЛИВОСТІ, ГЕОГРАФІЯ ТА  
РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ)  
ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ, ГЕОГРАФИЯ И  
РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ)  
ETHNOGRAPHIC TOURISM: FEATURES, GEOGRAPHY AND  
RESOURCE CAPACITY (ON THE EXAMPLE OF UKRAINE)**

*Анотація.* У статті висвітлено питання, щодо сутності поняття «етнографічний туризм» та виокремленні особливості його організації та ресурсного потенціалу на теренах України. За допомогою метода інтегральної оцінки здійснено групування областей держави за рівнем потенціалу етнографічних ресурсів.

**Ключові слова:** етнографічні ресурси, етнографічний туризм, музей, скансен, туризм.

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы сущности понятия «этнографический туризм», выделены особенности его организации и ресурсного потенциала на территории Украины. С помощью метода интегральной оценки проведена группировка областей страны по уровню потенциала этнографических ресурсов.

**Ключевые слова:** музей, скансен, туризм, этнографические ресурсы, этнографический туризм.

*Summary.* The article covers issues concerning the essence of the concept of ethnographic tourism, its features the features of its organization and resource potential in the territory of Ukraine. Using the integral assessment method, the regions of the country were grouped according to the level of **capacity** of ethnographic resources.

**Key words:** ethnographic resources, ethnographic tourism, museum, skansen, tourism.

**Постановка проблеми.** Сучасний етап розвитку туризму вирізняється високими вимогами з боку зацікавленої клієнтури, що вимагає від організаторів туризму постійного урізноманітнення пропозиції. У зв'язку з цим спостерігається поява та виокремлення нових напрямків, і, навіть, формування нових видів туризму. Це в свою чергу потребує узагальнення досвіду їх організації, виявлення їх характерних ознак, дослідження географії туристичних потоків та ресурсного потенціалу.

Все вище зазначене певною мірою відноситься до етнографічного туризму, який лише останніми роками зайняв самостійну позицію серед інших видів туризму, і стає дедалі популярнішим.

В Україні етнографічний туризм має великий потенціал та всі необхідні можливості для розвитку: ресурсний потенціал, висококваліфіковані кадри, сформовані атрактивні центри, що досягли певного рівня популярності та визнання у споживачів. Проте, комплексного дослідження даного виду туризму не проводилося, понятійний апарат не чітко окреслений, а частина ресурсного потенціалу поки що мало використовується для його організації.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Протягом останніх років теоретико-методологічні аспекти розвитку етнографічного туризму активно досліджують вчені, як українські, так і зарубіжні. Це географи, історики, політологи, культурологи, туризмознавці, соціологи, етнологи. Зокрема виділяються праці: І. Бочана, О. Кузьмука, І. Кулаковської, В. Попова, Л. Мухіна, В. Серебря, В. Віткалова, В. Великочого та інших вчених.

Не менш важливим для розвитку етнографічного туризму є дослідження формування і розвитку українського народу та малих етносів України, ефективність використання культурної спадщини. Цим проблемам були присвячені праці таких сучасних українських вчених: В.

Грабовецького, В. Євдокименка, Я. Ісаєвича, В. Кравціва, Є. Пайкової, Н. Паньків, М. Рутинського, Р. Сливки, В. Стафійчука та ін.

Крім того, на базі Львівського інституту економіки і туризму проводиться Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи», що дозволяє молодим вченим зробити свій внесок до скарбниці вивчення етнографічного туризму на теренах України.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Попри активне вивчення етнографічного туризму в останні роки, деякі його аспекти залишаються малодослідженими і такими, що потребують узагальнення та уточнення, зокрема це понятійно-термінологічний апарат, ресурсна база, диференціація потенціалу по регіонах держави.

**Метою статті є** дослідження етнографічного туризму в сучасних реаліях розвитку туризму в Україні, його особливостей, географії та ресурсного потенціалу.

**Виклад основного матеріалу.** Етнографічний туризм сьогодні є видом туризму, який активно розвивається. Він заснований на інтересі туристів до справжнього життя народів, до ознайомлення з традиціями, обрядами, творчістю і культурою. Знайомство з етнічними особливостями інших культур дозволяє скласти єдину картину багатостороннього світу з унікальними в своїй індивідуальності етносами.

Етнографічний туризм сприяє збереженню та залученню етнографічних ресурсів певних територій до світової культурної спадщини.

На теперішній час існують різноманітні трактування визначення «етнографічний туризм», крім того доволі часто застосовуються і терміни «етнічний туризм», «етнокультурний туризм», «ностальгічний туризм», а на зарубіжного туристичному ринку поняття «етнографічний туризм» ототожнюється з терміном «антропологічний туризм (або туризм способу

життя)», хоча ці поняття не мають синонімічного значення і повинні бути чітко розмежовані. В цьому зв'язку в даній статті розглядається лише поняття «етнографічного туризму». У таблиці 1 надано приклади трактування цього терміну українськими і зарубіжними вченими.

Таблиця 1

### Визначення поняття «етнографічний туризм»

Автор	Визначення
Мисяк О.М.	різновид туристичних подорожей, що здійснюються туристами до місць свого історичного проживання
Трофимов Є.Н.	напрямок культурно-пізнавального туризму, заснований на відвідуванні існуючих поселень, які зберегли особливості традиційної культури і побуту різних народів, у тому числі знайомство з музеями народного побуту
Біржаков М.Б.	підвид культурного туризму, націлений на знайомство з окремими націями і народами і їх вивчення для мовного і культурного обміну
Сундуев Ч.Ч. і Хишіктуева Л.В	це один із напрямів культурно-пізнавального туризму, що має на увазі занурення туриста в середовище корінного населення, знайомство з місцевою національною культурою
Ван де Берг	форма туризму, де культурна екзотика місцевих жителів - головна туристична атракція
Harron M. and Weyler L.	подорож, мотивована перш за все пошуком особистого, справжнього і іноді близького контакту з людьми, етнічна та/або культурна спадщина яких відрізняється від спадщини туриста
Curek H. and Jafari B.	форма туризму, мотивованого, головним чином, дослідженням культурних відмінностей і контактом з екзотичними етнографічними спільнотами
Wood R. E	пізнання культури, відмінної від власної культури туриста
Mackintosh D. and Goldner R.	поїздки з метою спостереження культурних проявів і способів життя екзотичних народів
Болник С.	особливий різновид культурного туризму, що під собою розуміє будь-яку екскурсію, яка фокусується в більшій мірі на людях, а не на природі, а також розкриває спосіб життя місцевого населення
Петроман І., Петроман С., Бузату С., Марин Д., Думітреску А., Статій С., Русь І.	вид туризму, в якому головна ціль для туриста – знайомство з «екзотичними» народами («екзотичні» в даному контексті – це ті, що проживають у віддалених від місця проживання туриста районах)
Аванесова Г., Воронкова Л.	це один із різновидів культурно-пізнавального туризму, пов'язаний з відвідуванням об'єктів традиційних культур, національних селищ, а також з метою знайомства з етнічними

	культурами і промислами
Моральова Н. і Ледовських Е.	сегмент туріндустрії, в якому бере участь корінне населення, чия етнічна особливість і є основною туристичною визначною пам'яткою

*Джерело:* розроблено авторами за матеріалами: [1-3; 11-13; 15; 18-19]

Провівши аналіз таблиці, можна зробити висновок, що однозначне визначення етнографічного туризму до теперішнього моменту не виведено. Більшість дослідників визначає це поняття як туристичну поїздку, мотивовану інтересом до культурної спадщини етнічних груп або територій, що збереглися до нашого часу.

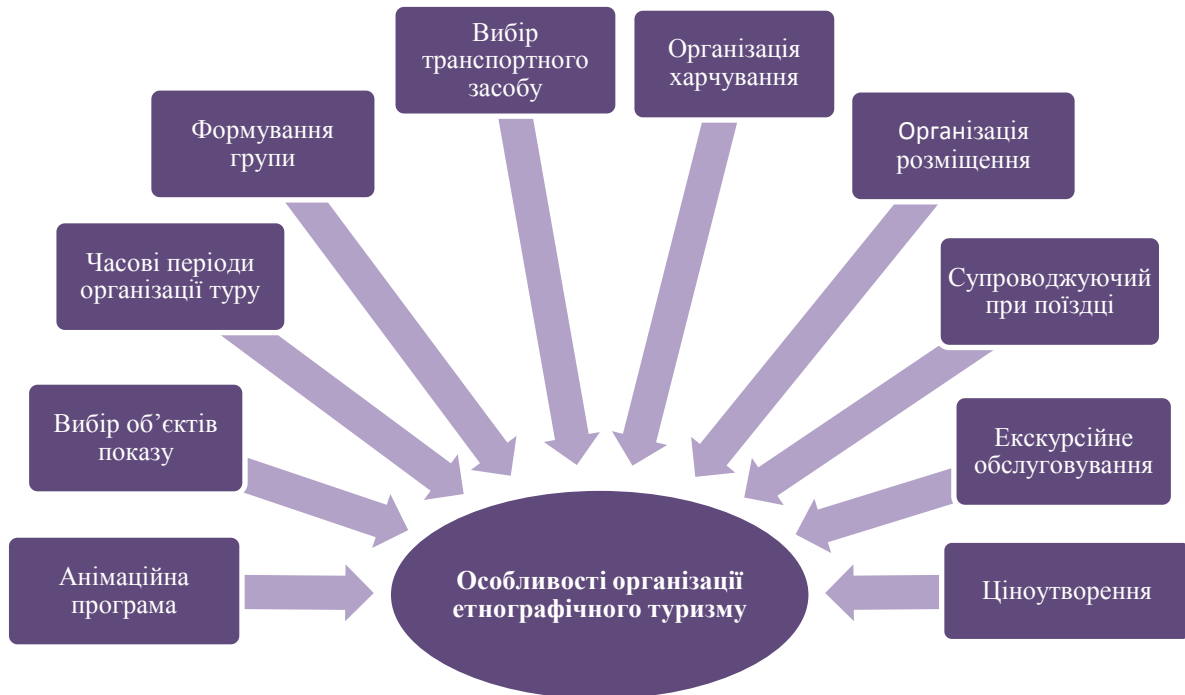
Таким чином, «етнографічний туризм» – це вид туризму, що має суміжні риси з культурно-пізнавальним туризмом, об'єкти яких часто перекликаються, та головною метою якого є пізнання культурної спадщини відвідуваної місцевості.

Як окремий вид туризму етнографічний туризм виконує велику кількість соціальних функцій, найбільш значущі з них:

- сприяє толерантному ставленню до представників різних етносів;
- допомагає зберегти культурне, соціальне і ландшафтно-екологічне різноманіття;
- забезпечує фінансову підтримку музеїв, театрів та інших об'єктів культури, що мають велике значення не тільки для туристів, а й для місцевих жителів;
- сприяє зміцненню почуття ідентичності та подальшого збереження культури регіону, в якому проживає та чи інша етнічна група;
- зберігає різноманіття і багатогранність сучасного світу;
- сприяє відродженню місцевої кухні, ремесел та художніх промислів;
- забезпечує альтернативу поступового економічного спаду і депопуляції, які загрожують багатьом сільським територіям (зокрема створює нові робочі місця для місцевого населення);

- підвищує культурний рівень корінного населення, налагоджує культурні зв'язки з представниками інших культур.

В підсумку можна зазначити, що, в етнографічному туризмі закладена ідея збереження, примноження і передачі нащадкам історико-культурної спадщини. Цей спеціалізований вид туризму має ряд організаційних особливостей, які узагальнено представлені на рис.1.



**Рис. 1. Особливості організації етнографічного туризму**

*Джерело: розроблено авторами*

Так, в першу чергу ретельної уваги потребує формування програми етнографічних турів, яка передбачає підбір комплексу тематичних екскурсій і дозвілєвих заходів, які висвітлюють багатогранність етнографічних особливостей певного регіону, містить навчальний та розважальний елементи (етнографічні вечори, свята в тому числі переодягання в національні костюми), з обов'язковою можливістю спробувати щось зробити своїми руками – здебільшого участь у майстер-класах з традиційних народних ремесел, приготування страв національної кухні. Рационально розроблена програма етнографічного туру дозволяє

туристам глибоко зануритися у культурно-історичні особливості певного регіону чи місцевості, стати учасником життя місцевого населення в сучасності або в певну історичну епохи.

Об'єкти етнографічної спадщини повинні бути представлені розумно і творчо. Науково-технічний прогрес робить свою справу: продукція однієї країни практично не відрізняється від аналогічної продукції іншої. Проте у сфері культури однаковість неприпустима. Тому, регіон, який бажає утримувати спеціалізацію етнографічного туристського напрямку, повинен володіти унікальними автентичними культурними комплексами з розвиненим календарем подій тематичного спрямування (фестивалі, ярмарки, свята), цікавими постійно діючими анімаційними програмами, активно пропонувати їх на туристичний ринок, планомірно створюючи свій власний неповторний образ місцевості.

Щодо часового періоду організації етнографічних турів то слід відзначити що даний спеціалізований вид туризму менше схильний до сезонних коливань, і більше залежить від дат подієвих заходів – календаря народних традиційних свят, тематичних фестивалів і ярмарок.

Етнографічний туризм має широку аудиторію споживачів, яка практично не залежить від віку, зазвичай в одній групі можливе обслуговування як дорослих, так і дітей. Щоправда, слід зважати й на те, що в етнографічному туризмі розробляються тури спеціально для певної вікової групи та певної групи населення (наприклад, етнографічні тури для етнічних груп, з метою відвідання їх історико-етнічних місць проживання), в таких турах потрібно зважати на однорідність споживачів послуг.

Не менш важливим при формуванні етнографічного туру є вибір транспортного засобу. Оскільки в даній статті розглядається етнографічний туризм у межах території України, то найзручнішим транспортом для пересування виступають автобуси.



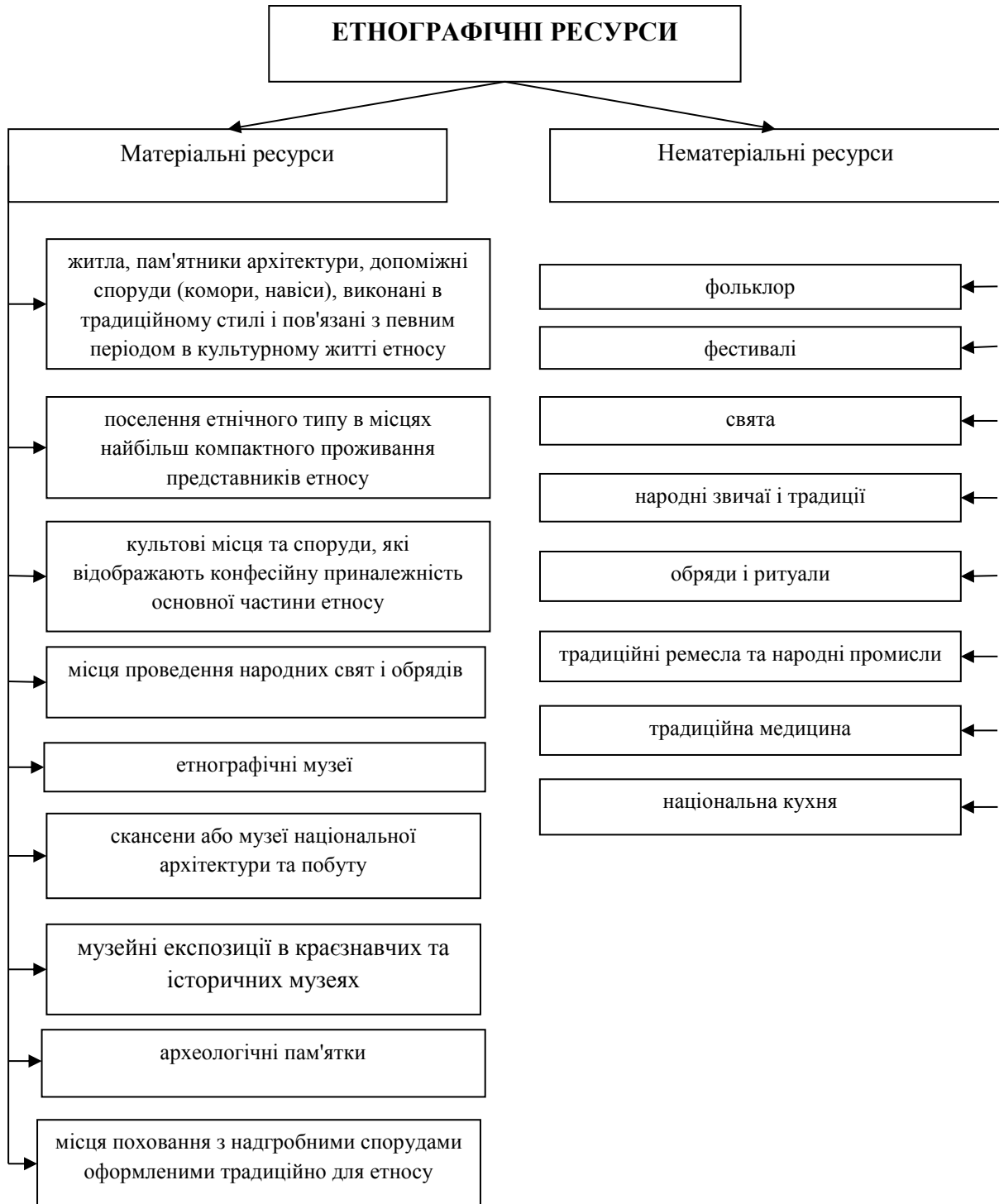
Як і для інших видів екскурсійних турів важливою складовою є організація туристичного супроводу. Для етнографічного туру – це повинен бути фахівець, який на додаток до стандартних професійних обов'язків та необхідного запасу інформації по туру повинен володіти ще й спеціальними знаннями виходячи з тематики та етнографічних особливостей регіону.

Харчування є невід'ємною складовою програми етнографічного туру, адже дає можливість туристам скуштувати традиційну кухню, а також спробувати свої сили в її приготуванні. Найкращим варіантом для надання послуги харчування у турі даного типу будуть заклади ресторанного господарства, інтер'єр яких містить етнографічні елементи або в найкращому з варіантів побудовані в стилі традиційного будівництва закладів харчування в регіоні (корчма, колиба, трактир, таверна, шинок) або такі, що розміщуються в історичних будівлях.

Розміщення в етнографічному турі, має другорядне значення. Проте при його виборі варто віддавати перевагу тим закладам, які, або входять до етнографічного комплексу, або стилізовані під будівлі традиційного типу, що характерні для етносу, що проживає у відвідуваному регіоні.

В етнографічному туризмі якість послуг залежить багато в чому від мінливості критерію автентичності. Тому дуже потрібно, щоб кожний елемент, який входить до складу програми етнографічного туру, був пронизаний етнографічними особливості певного регіону. Це дозволить туристам повністю зануритися у культуру, яку вони бажають пізнати.

Наявність етнографічних ресурсів – це головна умова розвитку етнографічного туризму. Як і для багатьох видів туризму для етнографічного характерна різноманітність цих ресурсів. Їх класифікацію за видами зображено на рис. 2.



**Рис. 2. Різновиди етнографічних ресурсів**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [8]

Туристичні ресурси для розвитку етнографічного туризму в Україні багаті і своєрідні, вони доволі добре досліджені і збережені та представлені всіма переліченими групами.

Для дослідження ресурсного потенціалу етнографічного туризму в Україні був зібраний масив доступних статистичних даних який представляється наступними категоріями:

- Музеї етнографічні, в т.ч. краєзнавчі та історичні з експозиціями етнографічного характеру;
- Скансени;
- Заклади громадського харчування з етнографічними мотивами в інтер'єрі;
- Фестивалі;
- Ярмарки / Виставки;
- Фольклорні колективи.

Для дослідження потенціалу розвитку етнографічного туризму був використаний метод інтегральної оцінки та побудови радару конкурентоспроможності (Рис.3). Метод інтегральної оцінки дозволяє комплексно оцінити потенціал кожної області та надати йому кількісний вимір. Приведення статистичних даних щодо ресурсного потенціалу до спільних одиниць вимірювання (сантиметрів) показаний у таблиці 2.

Таблиця 2

### Переведення кількісних значень в сантиметри

Область	Музеї етнографічні, в т.ч. краєзнавчі та історичні з експозиціями етнографічного характеру	Скансени	Центри народного промислу	Заклади громадського харчування з етнографічними мотивами в інтер'єрі	Фестивалі	Ярмарки / Виставки	Фольклорні колективи
	см	см	см	см	см	см	см
Вінницька	7,1	0	5,4	0,6	6,2	6,8	2,5
Волинська	4,5	2	0,8	0,8	6,2	0,0	2,2
Дніпропетровська	10,0	0	3,1	2,2	2,9	4,7	1,1
Донецька	7,5	2	0,4	0,0	0,0	0,0	0,3
Житомирська	4,7	0	0,8	0,8	0,5	6,3	4,0
Закарпатська	8,9	4	2,3	0,8	10,0	4,7	2,0
Запорізька	8,4	0	0,8	1,4	8,1	10,0	7,5
Івано-Франківська	8,4	4	5,0	5,3	7,1	2,1	9,3
Київ	3,6	0	0,0	10,0	4,3	3,2	2,8
Київська	9,8	10	7,3	1,4	0,0	3,2	6,5

Кіровоградська	6,4	0	0,8	0,6	0,5	1,6	3,5
Луганська	5,1	0	0,0	0,0	2,4	0,0	0,3
Львівська	8,7	4	10,0	5,3	7,1	8,4	10,0
Миколаївська	4,2	0	0,0	0,0	1,9	0,5	1,7
Одеська	5,8	0	0,0	1,7	3,3	3,2	1,6
Полтавська	9,1	0	3,5	3,3	10,0	8,9	4,3
Рівненська	6,2	2	0,0	1,4	6,2	0,5	0,8
Сумська	8,4	2	2,7	0,3	0,5	5,8	2,2
Тернопільська	5,3	0	1,2	1,1	1,9	0,0	9,7
Харківська	8,4	2	0,0	0,8	1,0	2,1	4,6
Херсонська	5,3	0	0,0	1,4	3,8	0,5	1,0
Хмельницька	5,6	0	0,4	0,0	0,5	0,5	3,2
Черкаська	8,5	2	3,5	1,1	1,4	0,5	1,7
Чернівецька	3,3	2	1,2	1,4	2,4	1,6	4,5
Чернігівська	6,5	0	3,5	0,6	2,4	0,5	7,9
Еталон	10	10	10	10	10	10	10

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [4; 5; 10]

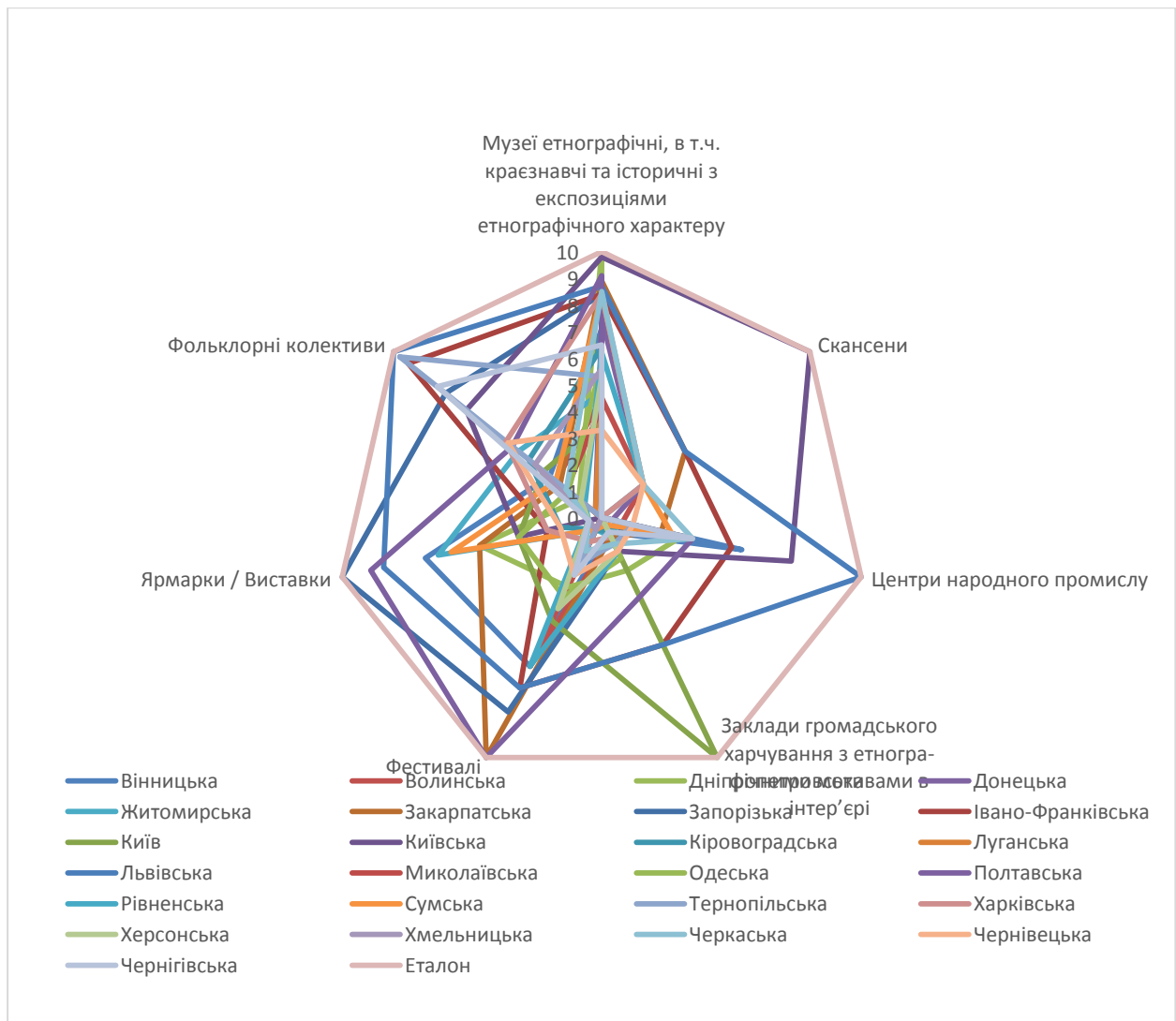


Рис. 3. Радар конкурентоспроможності

Джерело: розроблено авторами

Радар конкурентоспроможності побудований за наступними правилами [20]:

- коло ділиться радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, число яких дорівнює числу критеріїв;
- чим далі від центру кола значення критерію, тим воно вище;
- максимальне значення критеріїв дорівнює радіусу кола;
- для можливості порівняння якості та конкурентоспроможності ресурсного потенціалу окремої області їх радари будуються в єдиному колі.

Метод радару дозволяє визначити узагальнюючий показник конкурентоспроможності по кожній області за формулою

$$I = S_p/S, \quad (1)$$

де  $I$  – відносна площа радара,

$S_p$  – площа радара,

$S$  – площа кола.

Площа радара визначається за формулою:

$$S_p = \frac{1}{2} \sin \alpha (a_1 \times a_2 + a_2 \times a_3 + \dots + a_{n-1} \times a_n + a_n \times a_1) \quad (2)$$

де  $a_1, a_2 \dots a_n$  – дані категорій ресурсів етнографічного туризму.

Результати розрахунків відображено у табл. 3.

Таблиця 3

### Розрахунок Площі радара та відносної площі радара

Область	$S_p$	$I$
Вінницька	39,84	0,127
Волинська	12,40	0,039
Дніпропетровська	20,43	0,065
Донецька	8,57	0,027
Житомирська	22,89	0,073
Закарпатська	61,20	0,195
Запорізька	109,94	0,350
Івано-Франківська	109,39	0,348
Київ	36,01	0,115
Київська	126,22	0,402
Кіровоградська	14,05	0,045

Луганська	0,73	0,002
Львівська	188,13	0,599
Миколаївська	4,25	0,014
Одеська	14,52	0,046
Полтавська	100,20	0,319
Рівненська	14,03	0,045
Сумська	27,22	0,087
Тернопільська	26,04	0,083
Харківська	32,30	0,103
Херсонська	6,18	0,020
Хмельницька	9,39	0,030
Черкаська	21,56	0,069
Чернівецька	18,97	0,060
Чернігівська	28,52	0,091

Джерело: розроблено авторами

Після проведення розрахунків площі радара та відносної площини рівня насичення етнографічними ресурсами областей України, можливо провести ранжування областей за рівнем ресурсного потенціалу етнографічного туризму та створити картограму згідно до отриманих результатів (Рис. 4.):

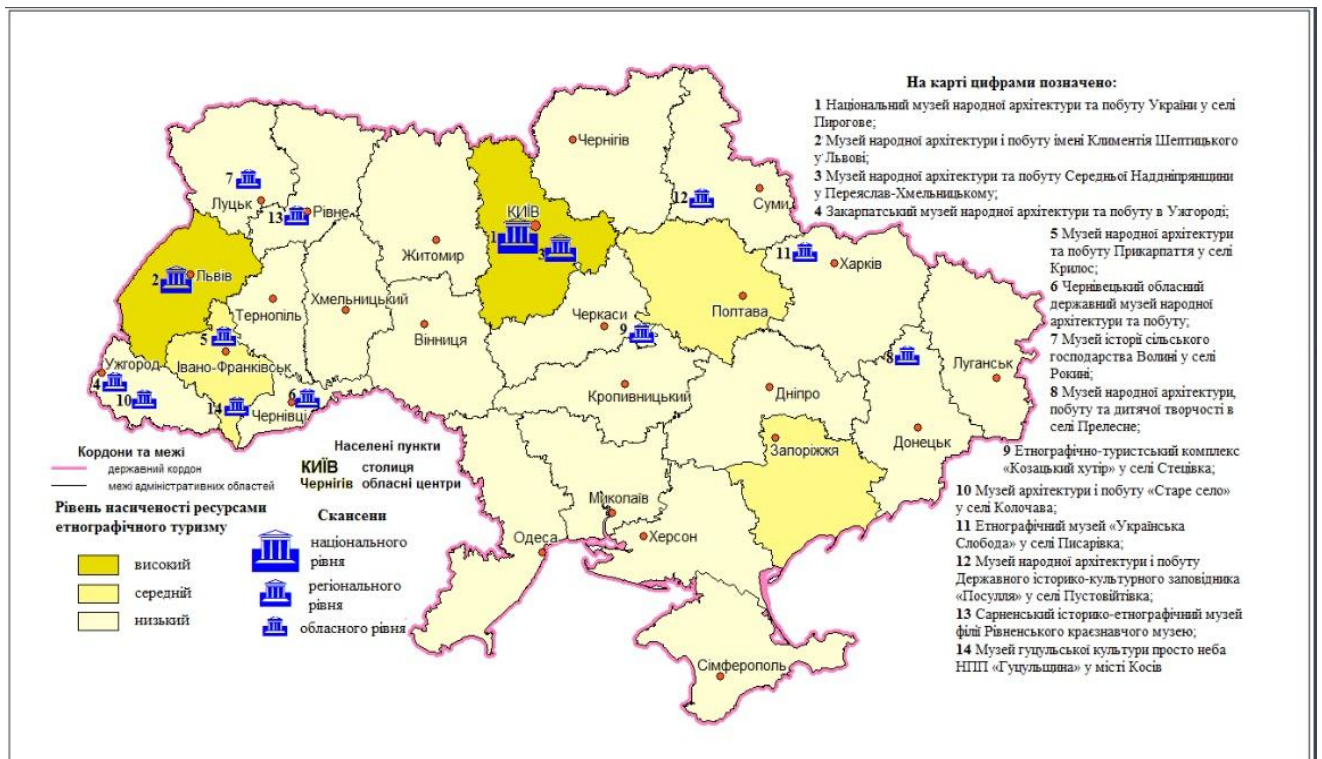


Рис. 4. Ранжування областей за рівнем ресурсного потенціалу етнографічного туризму

Джерело: розроблено авторами

- З високим потенціальним рівнем – від 0,4 до 0,599: Київська, Львівська;
- З середнім потенціальним рівнем – від 0,201 до 0,4: Запорізька, Івано-Франківська, Полтавська;
- З низьким потенціальним рівнем – від 0,002 до 0,201: Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, м. Київ, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська.

Отримані результати дослідження свідчать про те, що всі області держави мають ресурсний потенціал для розвитку етнографічного туризму, проте, перетворити даний спеціалізований вид туризму на галузь своєї спеціалізації мають шанси лише області з високим та середнім потенціалом.

**Висновки.** Україна має багатий та різноманітний ресурсний потенціал для розвитку етнографічного туризму, достатньо гарно вивчений та збережений, який представлений всіма його різновидами. Проведене дослідження та його результати є лише однією з численних спроб провести оціночну розвідку туристсько-ресурсного потенціалу у видовому розрізі, та безумовно мають певну долю суб'єктивізму. Проте отримані результати наочно демонструють значний відрив в ресурсному забезпеченні етнографічного туризму за областями держави, і можуть бути використані при розробці та уточненні програм і стратегій розвитку галузі. Розвиток же етнографічного туризму що в майбутньому допоможе зберегти самобутність українського народу, його історію та культуру, привертатиме увагу вітчизняних і іноземних туристів, що в підсумку принесе країні збільшення конкурентоспроможності та профілювання на міжнародному туристському ринку.

Розвиток етнографічного туризму має численні переваги, зокрема: сприяє зміцненню толерантного ставлення між представниками різних етносів; стимулює створення нових робочих місць, здебільшого в сільській місцевості; сприяє збереженню матеріальної та нематеріальної спадщини корінних народів; урізноманітнює туристську пропозицію держави на міжнародному туристичному ринку та дозволяє зробити її більш профільваною та автентичною.

Таким чином, дана стаття є первинною розвідкою для подальшого вивчення та більш глибокого аналізу ресурсної бази даного виду туризму в нашій державі, розробки нових турів та екскурсійних маршрутів, створення нових об'єктів етнографічного туризму (етнографічних музеїв, музеїв національної архітектури та побуту – скансенів, етнографічних комплексів).

### **Література**

1. Біржаков М.Б. Введення в туризм: [навч. посібник] / М.Б Біржаков – СПб.: Герд – 2000. – С. 192.
2. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України / Теорія та історія культури (філософські й культурологічні виміри) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/ku/2011\\_32/32-1-19.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ku/2011_32/32-1-19.pdf). (дата звернення: 11.08.2018).
3. Бочан І.О. Вступне слово про етнотуризм / І.О. Бочан // Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2 – 3 березня 2011 р.) – Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. – Львів – 2011. – С. 1.



4. Державна служба статистики України. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 11.08.2018).
5. Енциклопедія пам'яток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://encyclosights.com/> (дата звернення: 11.08.2018).
6. Закон України про народні художні промисли: за станом на 16 жов. 2012р. / Верховна Рада України. – Офіц. Вид. – К. : Парлам. вид.-во, 2012.
7. Каднічанський Дмитро. Використання історико-культурної спадщини України у туризмі на прикладі скансенів / Дмитро Каднічанський // Краєзнавство. – 2012. – С. 128-137 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://resource.history.org.ua/publ/kraj\\_2012\\_1\\_128](http://resource.history.org.ua/publ/kraj_2012_1_128) (дата звернення: 11.08.2018).
8. Кузьмук О.І. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm>. (дата звернення: 11.08.2018).
9. Кулаковська І.М. Розвиток етнічного туризму на Житомирщині в часи становлення державності України / Київський національний університету культури і мистецтв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/> (дата звернення: 11.08.2018).
10. Міністерство культури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 11.08.2018).
11. Мисяк О.М. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». Частина II. / О.М. Мисяк – Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ». – 2015. -- С. 145 – С. 68-71.
12. Сундуев Ч.Б., Хишектуева Л.В. Етнотуризм як один із напрямів культурно-пізнавального туризму / Ч.Б. Сундуев, Л.В. Хишектуева // Географія: Вісник Бурятського державного університету. – Електронні дані. – [Улан-Уде Бурятський державний університет, 2017].

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/etnoturizm-kak-odno-iz-napravleniy-kulturno-roznavatelno-go-turizma> (дата звернення: 11.08.2018).
13. Трофимов Е.Н. Соціальний туризм / Е.Н. Трофимов // Соціально-оздоровчий туризм як основа реалізації соціальної політики держави з метою сталого соціально-економічного розвитку: матеріали Круглого столу. – М.: Логос – 2014. – С. 310.
14. Устименко Л.М. Культурно-освітній потенціал етнографічного туризму / Л.М. Устименко // Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Філософія, культурологія, соціологія – Маріуполь: Маріупольський державний університет – 2014. – С. 90-96.
15. Bolnick S. Promoting the culture sector through job creation and small enterprise development in SADC countries: the ethno-tourism industry. / S. Bolnick – ILO – 2003. – С. 50 – 58.
16. CIOFF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cioff.org/about-intro.cfm>. (дата звернення: 11.08.2018).
17. IGotoWorld.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.igotoworld.com/ua/> (дата звернення: 11.08.2018).
18. Petroman I., Petroman C., Buzatu C., Marin D., Dumitrescu A., Statie C., Rus, I. A Religious and Ethnic Tourism Profile of Europe. / I. Petroman, C. Petroman, C. Buzatu, D. Marin, A. Dumitrescu, Statie, C., I. Rus. // Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies. – 2011. – № 44(2) – P. 490–493.
19. Wood R. E. Ethnic tourism: the state and cultural changes in Southeast Asia. / R. E. Wood // In: Annals of Tourism Research – Camden. – 1984. – P. 353-374.
20. Корягіна, С.В. Маркетинговий аудит [навч. посібник] / С.В. Корягіна, М.В. Корягін. – К.: Центр учбової літератури – 2014. – С. 320.

## **References**

1. Birzhakov M. (2000). Introduction to tourism. St. Petersburg.: Gerd, 192.
2. Bozhko L. Cultural tourism as an important factor in the socio-cultural development of the regions of Ukraine. [Theory and history of culture (philosophical and cultural dimensions)]. Available at: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ku/2011\\_32/32-1-19.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ku/2011_32/32-1-19.pdf).
3. Bochan I. (March 2-3, 2011) . Introduction on ethno-tourism. Development of ethno-tourism: problems and perspectives/ [Collection of materials of Ukrainian scientific and practical conference of young scientists]. Ministry of Education and Science, Youth and Sports of Ukraine, Lviv Institute of Economics and tourism.
4. Dmytro Kadnychansky. Using of historical and cultural heritage of Ukraine in tourism on the example of scansen. Available at: [http://resource.history.org.ua/publ/kraj\\_2012\\_1\\_128](http://resource.history.org.ua/publ/kraj_2012_1_128).
5. Encyclopedia of Sights. Available at : <http://encyclosights.com/>.
6. Law of Ukraine on Folk Arts as of October 16, 2012. (2012). Verkhovna Rada of Ukraine. Kiev : Parl. publ. house.
7. Kuzmuk O.I. Cultural tourism yak instrument formavnya natsionalno ĭ iditychnosti. Available at : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm>
8. Kulakovska I. Development of ethnic tourism in Zhytomyr region. [Kyiv National University of Culture and Mystic]. Available at: [.http://archive.nbu.gov.ua/](http://archive.nbu.gov.ua/).
9. The Ministry of Culture of Ukraine. Available at : <http://mincult.kmu.gov.ua/>
10. Misyak O. (2015). Materials of the 3rd All-Ukrainian Scientific and Practical Conference "Modern Trends in Tourism Development". Part II, P.68-71.

11. Sunduev C., Hishektuyeva L. Ethnotourism as one of the areas of cultural and cognitive tourism. [Bulletin of the Buryat State University]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/etnoturizm-kak-odno-iz-napravleniy-kulturno-poznavatel'nogo-turizma>.
12. Trofimov E. (2014) Social and health tourism as the basis of the real social policy of the country with the help of the old social and economic development: materials for the Round Table [Social tourism]. - M.: Logos, 310.
13. Bolnick S. (2003) Promoting the culture sector through job creation and small enterprise development in SADC countries: the ethno-tourism industry. ILO, 50 – 58.
14. Ustymenko L. (2014) Cultural and educational potential of ethnographic tourism Bulletin of the Mariupol State University [Philosophy, Culturology, Sociology], Mariupol: Mariupol State University, 90-96.
15. IGotoWorld.com. Available at : <https://ua.igotoworld.com/ua/>
16. Petroman, I., Petroman, C., Buzatu, C., Marin, D., Dumitrescu, A., Statie, C., & Rus, I. (2011). A Religious and Ethnic Tourism Profile of Europe. Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies, 44(2), 490–493.
17. CIOFF. Available at: <http://www.cioff.org/about-intro.cfm>.
18. Wood R. E., (1984). Ethnic tourism: the state and cultural changes in Southeast Asia. In: Annals of Tourism Research, Camden. 353-374.
19. State Statistics Service of Ukraine. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>
20. Koryagina, S. (2014) Marketing audit studies. Allowance Lviv: Center for educational literature, 320.