

Визначено перспективні тенденції розвитку сфери в подальшому:

- поширення підприємств, що пропонують крафтові страви (пиво, сири, йогурти, кава і т.д.);
- втілення здорового способу харчування;
- приготування страв у присутності замовника, з фермерських продуктів;
- приготування низькокалорійних страв;
- відкриття закладів харчування у форматі casual, своєрідних закладів фабрик та ринків.

Безумовно, ринок ресторанних послуг в місті Черкаси має величезний потенціал і перспективи розвитку, а перейняття зарубіжного досвіду, в свою чергу, сприятиме становленню високорозвиненого ресторанного господарства як в місті Черкаси так і в країні в цілому, що буде об'єднувати у собі як міжнародні, так і національні риси.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гірняк Л. І. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / Л. І. Гірняк, В. А. Глагола // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – № 16. – С. 71–76.

2. Діяльність суб'єктів господарювання 2016: стат. зб. / Держ. служба статистики України. – К.: Консультант, 2017. – 629 с.

3. Галасюк К. А. Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки / К. А. Галасюк // Специфіка маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. – Кривий Ріг, ДонНУЕТ, 2017. – 512 с.

4. Асоціація ритейлерів України Які формати магазинів і закладів громадського харчування переважають в Україні [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/formaty-magazinov-v-ukraine>.

УДК 338.483.12=111

THE ROLE OF MUSEUMS IN CULTURAL AND HERITAGE TOURISM

Chepurda H. M., *Doctor of Historical Sciences, Professor,
Head of Tourism, Hotel and Restaurant Business Department,*
Adamenko Y. S., *third year student, specialty «Hotel and Restaurant Business»
Cherkasy State Technological University*

Cultural and heritage tourism is defined as a travel directed towards experiencing the arts, heritage and activities that represent the stories and people of the past and present. Developing countries need some support from the international community in preserving their precious heritage. Cultural heritage tourism is one of the best parts of the tourism industry, and is a powerful economic development tool. According to the research, museums are now playing a major role not only in the wider sphere of arts, but also within tourism. Museums can no longer sit back

and expect that people will start queuing up. Their roles have changed to attract more audiences.

International Council of Museums (ICOM) has defined that museum is a non-profit permanent institution in the service of society and its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for the purpose of study, education, material evidence of people and their environment. Today the 4th century AD world heritage site of the Sigiriya rock gets 10.000 – 15.000 USD per day during the high season. Similarly, the 17th century AD world heritage site of Galle Dutch Fort is not only a vibrant multi-cultural hub blending traditions and modernity, but also a high-end tourist destination and a portal of convergence for international art and literary activities. At this stage, museum has a big role in conservation, research, and exhibition of cultural heritage in any country. Heritage and tourism are interconnected and reflect the image of the particular country and its inhabitants.

Heritage is defined as the elements of our inherited past that we value. Heritage tourism is defined as tourism markets and the industry, which have evolved around heritage. There is a vital connection between heritage and tourism. Heritage tourism is the form of tourism whose objective is, among other goals, the discovery of monuments and sites. It has become a more popular tourist activity to make visits to historical cultural heritage sites, in this electronic era. Culture, heritage, environment and tourism are interlinked and are the center of attention all over the globe.

There is also another group of tourism. Scholars have introduced the concept of creative tourism. UNCTAD have formulated and broadly classified creative industries into four areas.

- heritage – traditional cultural expressions and cultural sites;
- arts – visual arts and performing arts;
- media (not including new media) –publishing and printed media and audiovisuals;
- functional creations – design new media and creative services.

Heritage tourism, in line with the global trend in cultural tourism, has emerged as one of the most popular tourism categories. The economic contribution of heritage resources is one major means to achieve sustainable tourism development. Therefore, a better understanding of heritage tourist behavior in terms of heritage service attributes, specifically tourist preferences, can provide insightful information leading to the ability of heritage managers to create effective sustainable development strategies.

The historic towns in developing countries make every effort to be dynamic heritage sites of regional development attracting cultural tourism and preserving tangible cultural heritage. Preservation of cultural heritage sites is costly and needs support from the government and other cultural heritage funding organizations. Tourism is one of the most important sections of the developing country economy. Cultural and heritage tourism has become one of the highest growing sectors of the tourism industry.

Museum audiences have a strong connection with tourism, since tourists are a part of the audiences and for some museums even the bigger part of the total number of visitors. The diversity of culture that tourists can consume at any destination essentially makes Cultural Tourism difficult to define. It can be argued that all tourism activities contain some element of culture, ranging from visits to specific cultural sites such as museums, art galleries, or cathedrals, to experiencing the «atmosphere» of the city nightlife.

Previously, cultural tourism largely represented a 'high culture', whereas today many new meanings of cultural and heritage tourism exist and cover tangible as well as intangible aspects of culture. The general goal of most museums is to educate their visitors about the history, cultural and natural heritage of a city, region or a country or about a chosen subject of special interest, while also preserving these elements for future generations. The presence of museum is commonly understood as the indicator of something valuable and relevant to be shared with the public. The main role of the museums is to protect cultural heritage and attract more tourists.

Digital technologies are used in museums worldwide in day-to-day activities providing information on exhibitions, museum products, events, opening hours, ticket availability, prices etc. Some museums use social media tools such as blogs, portals, Twitter, Facebook, YouTube etc. to interact with their audiences. Social media tools help museum professionals to provide efficient service to their customers and at the same time attract more visitors. The museums that have websites interact more with their audiences and with the whole world. They have network not just within a geographical area or community but also globally through international contacts, special interests, different cultural communities, and social networks. In brief, museum websites provide facilities aimed at global connectivity. In such a way visitors come to know the world heritage sites and they can plan their actual visits. More tourists are drawn into the heritage sites like never before due to the rapid change in museums in this electronic era. Heritage tourism is a solid factor in the tourism industry in developing countries, and there is a significant growth of economy in this sector. Research has revealed that heritage travelers spend longer time on heritage sites compared to other tourists. In this context, museums facilitate a dynamic network of travel attractions and visitor services for the heritage tourism industry. Heritage tourism also facilitates other types of visitation such as travel to experience natural heritage, agri-tourism, eco-tourism, cultural tourism (visits to art museums and theaters).

Heritage or cultural tourism is considered to be a kind of tourism where participants "may learn about, witness and experience the cultural heritage of a destination". This type of tourism reportedly provides a tangible motivation for cultural heritage conservation, but in order to be successful in tourism context, heritage and history require more than preservation. Significance of the cultural heritage has to be conveyed to the visitor, leading to the enriched understanding of it in the context of the present. It is our collective responsibility to protect our heritage for the sustainable economy development and our present and future generations.

REFERENCES

1. Chen, Ching-Fu and Pei-chun Chen. Research Note: Exploring Tourists' Stated Preferences for Heritage Tourism Services –the Case of Tainan City, Taiwan // *Tourism Economics*. – 2015. – No. 18 (2). – P. 457–464.
2. Chen C.F., Chen F.S. Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists // *Tourism Management*. – 2012. – Vol. 31. – 29–35.
3. Kotler Neil, Kotler Philip. *Museum Strategy and Marketing. Designing Missions. Building Audiences. Generating Revenue and Resources*. – 2012.
4. Ann Marie Sullivan, *Cultural Heritage & New Media: A Future for the Past*, 15 J. MARSHALL REV. INTELL. PROP. L. 604. – 2016 [Online]. – Available at: <https://repository.jmls.edu>
5. Leila A. Amineddoleh, *Protecting Cultural Heritage by Strictly Scrutinizing Museum Acquisitions* // *Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal*. – Vol. 24. – No. 3 [Online]. – Available at: <http://papers.ssrn.com>

УДК 338.48 – 52:796.9

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Шестель О. Г., *к.філол.н., доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*
Галяс Т. С., *студентка другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності «Туризм»*
Черкаський державний технологічний університет

Поступово у світі гірськолижний туризм починає перетворюватися на один з найпопулярніших видів активного відпочинку. Україна не є винятком. Гірські лижі стають ознакою престижу і навіть життєвого успіху. Серед газетних і журнальних заголовків, присвячених гірськолижному туризму, з'явилися слова на кшталт «гірськолижний бум», «гірськолижна мода», «гірськолижна революція» та «гірськолижна пандемія».

Гірськолижний туризм виконує економічні, виховні, пізнавальні, рекреаційні, оздоровчі та інші функції, але через низку чинників рівень їх реалізації на сьогодні не відповідає потенційним можливостям туристично-рекреаційного потенціалу України.

Особливість лижного туризму полягає в тому, що він, на відміну від більшості видів туризму, не потребує відносно великих матеріальних видатків. Організаційне та матеріально-технічне забезпечення відповідних заходів значною мірою здійснюється силами та засобами самих туристів [4].

Гірськолижний туризм великою мірою відповідає сучасним соціально-економічним реаліям. Він не лише престижний, а й дає змогу цікаво, винахідливо і корисно для здоров'я проводити вільний час. Крім того, віковий і