

## ВПЛИВ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ЮНЕСКО В ТУРИСТИЧНИХ ЦІЛЯХ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ РЕГІОНУ

©2023 БЕРКО В. В., БОГДАН Н. М.

УДК 719:338.48  
JEL Classification: L83; R19; Z10

Берко В. В., Богдан Н. М.

### Вплив використання об'єктів ЮНЕСКО в туристичних цілях на соціально-економічне середовище регіону

У статті досліджено взаємозв'язок між об'єктами ЮНЕСКО та рівнем соціально-економічного розвитку регіонів їх дислокації, а також особливості інвестування в об'єкти ЮНЕСКО; визначено аспекти позитивного та негативного впливу новітніх технологій та інновацій, що використовуються у галузі туристичного попиту на об'єктах всесвітньої культурної та природної значущості. Наведено базові принципи та механізми, за якими використання об'єктів культурної та природної спадщини в туристичних цілях має вагомий вплив на економіку регіонів їх дислокації. Визначено джерела та сфери діяльності, від яких надходить прибуток під впливом використання об'єктів ЮНЕСКО у туристичних цілях. Через взаємозв'язок усіх показників знайдено важелі найбільшого та найменшого значення з урахуванням динаміки показників залежно від об'єкта дослідження. Зазначено роль маркетингу та маркетингової стратегії у діяльності туристичних об'єктів, що знаходяться під охороною ЮНЕСКО, та надано алгоритм застосування та розробки маркетингової стратегії для таких об'єктів. Розглянуто інвестиційний блок у сфері туризму щодо об'єктів ЮНЕСКО, сформульовано групи інвесторів і сфери інвестування; прораховано ефективність інвестування у найвідоміші об'єкти Всесвітньої культурної, історичної та природної значущості. Виявлено послідовність і галузі впливу використання новітніх технологій і розробок у туристичній сфері на об'єктах ЮНЕСКО, їх інтеграцію у процес взаємодії туристичних об'єктів включно із об'єктами Всесвітньої культурної, історичної та природної значущості з туристами, а також виокремлено позитивні та негативні елементи такої інтеграції для економіки. За результатами проведеного дослідження встановлено, що об'єкти Всесвітньої культурної, історичної та природної спадщини відіграють важливу роль у розвитку туризму і сприяють підвищенню прибутковості туристської галузі та її позитивного впливу на соціально-економічне становище регіону. Тематику подальших розвідок у цьому напрямку визначено дослідження ефективності вже діючих систем захисту об'єктів ЮНЕСКО у розрізі із залученням результатів технологічних винаходів.

**Ключові слова:** об'єкти ЮНЕСКО, туризм, економіка регіону, використання об'єктів, витрати, прибутки, культурний спадок, історико-культурна цінність.

**DOI:** <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-112-118>

**Рис.:** 4. **Табл.:** 3. **Формул.:** 1. **Бібл.:** 18.

**Берко Вікторія Вікторівна** – магістрант, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

**Богдан Наталія Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

**E-mail:** 148nika8@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8176-9721>

**Researcher ID:** F-6335-2019

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57220955476>

UDC 719:338.48  
JEL Classification: L83; R19; Z10

### Berko V. V., Bogdan N. M. The Impact of the Use of UNESCO Objects for Tourism Purposes on the Socioeconomic Environment of Region

The article studies the interrelation between UNESCO objects and the level of socioeconomic development of the regions of their location, as well as the peculiarities of investing in UNESCO objects; the aspects of positive and negative impact of new technologies and innovations used in the field of tourism demand on the objects of world cultural and natural significance are determined. The basic principles and mechanisms by which the use of objects of cultural and natural heritage for tourism purposes has a significant impact on the economy of the regions of their deployment are provided. The sources and areas of activity that produce profit under the influence of the use of UNESCO objects for tourism purposes are determined. Through the interrelation of all indicators, levers of the highest and lowest values are found, taking into account the dynamics of indicators depending on the object of study. The role of marketing and marketing strategy in the activities of tourist sites under UNESCO protection is specified, and an algorithm for applying and developing a marketing strategy for such objects is provided. The investment block in the sphere of tourism in relation to UNESCO objects is considered, groups of investors and investment spheres are formulated; the efficiency of investing in the most famous objects of world cultural, historical and natural significance is computed. The congruousness and areas of influence of the use of the latest technologies and developments in the tourism sector at UNESCO sites, their integration into the process of interaction of tourist objects with tourists, including objects of world cultural, historical and natural significance, are identified, both the positive and the negative elements of such integration in the context of their economic significance are allocated. According to the results of the carried out study, it is defined that objects of the World cultural, historical and natural

heritage play an important role in the development of tourism and contribute to increasing the profitability of the tourism industry and its positive impact on the socioeconomic situation of the region. The topic of further research in this direction is the study of the efficiency of existing systems for the protection of UNESCO objects in the context of involving the results of technological inventions.

**Keywords:** UNESCO objects, tourism, economy of the region, use of objects, costs, profits, cultural heritage, historical and cultural value.

**Fig.:** 4. **Tabl.:** 3. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 18.

**Berko Viktoriia V.** – Graduate Student, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**Bogdan Nataliia M.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Tourism and Hotel Industry, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** 148nika8@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8176-9721>

**Researcher ID:** F-6335-2019

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57220955476>

**Вступ.** Використання об'єктів Всесвітньої спадщини сьогодні є дуже розповсюдженим явищем, яке має свої негативні та позитивні риси і вплив на економіку середовища регіону розміщення об'єктів. Проте взаємозв'язок факту використання об'єктів ЮНЕСКО у туристичних цілях та його вплив на економіку та соціальну сферу регіону розташування вивчений недостатньо мірою. Питання мотивації туристів у відвідуванні цих об'єктів може розглядатися як один із найважливіших чинників для вивчення рівнів, ступеня та сфер впливу, що призводить до виникнення взаємозв'язку між попитом на туристичні об'єкти ЮНЕСКО та потужністю їх участі в економічному кругообігу фінансів.

Об'єкти всесвітньої культурної та природної значущості привертають увагу туристів у всьому світі і набувають особливого значення у контексті туристичного потенціалу регіону, крім цього, дослідження цього питання підтверджують, що використання таких об'єктів має значний вплив на економіку регіону, який не можна переоцінити. Не лише розвиток туризму залежить від відвідування об'єктів ЮНЕСКО, а й інші не менш важливі галузі економіки регіону, що є сумісними, наприклад транспорт, готельна індустрія, культурно-розважальна індустрія, інфраструктура торгівлі, фінансів тощо.

Враховуючи зазначене вище, в контексті пошуку напрямів розвитку туристської галузі на територіальному рівні важливо дослідити безпосередній вплив використання об'єктів ЮНЕСКО на місцеву економіку та соціальну сферу, зокрема, аспекти максимізації позитивного впливу туризму, і при цьому врахувати збереження культурно-історичної та екологічної стійкості регіону.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз публікацій з зазначеної проблематики дозволяє виокремити такі питання, що частіше розглядаються: економічні вигоди та витрати від призначення об'єктів ЮНЕСКО на підставі статистичних даних, що зібрані в Європі та Північній Америці («Assessing the Economic Impacts of UNESCO World Heritage Site Designation» (2021) авторів V. Vanblarcom, B. Kayahan) [1]; оцінка впливу ЮНЕСКО на соціально-економічний розвиток регіонів, де знаходяться об'єкти ЮНЕСКО, на основі аналізу даних з 27 країн («The Socio-Economic Impact of UNESCO Designation on World Heritage Sites» (2021) авторів K. Hosseini, A. Stefanec,

S. P. Hosseini) [2] або аналіз впливу об'єктів ЮНЕСКО на економіку країн на основі даних з 14 країн («Heritage Sites: Economic Incentives, Impacts, and Commercialization», авторів P. Gould, P. Burtenshaw) [3].

Однак недостатньо вивченими є питання взаємозв'язку між культурною складовою регіону та його соціально-економічним середовищем, а також недостатньо досліджений вплив технологічних змін у контексті використання об'єктів ЮНЕСКО у туристичних цілях.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Недостатньо висвітлено питання взаємозв'язку між культурною складовою регіону, яку відособлюють об'єкти ЮНЕСКО для туристів, та його соціально-економічним середовищем; принципи впливу туристичної популярності об'єктів Всесвітньої культурної, історичної та природної значущості на економіку та соціальну сферу регіонів їх дислокації; вплив технологічної модернізації на туристичний попит об'єктів ЮНЕСКО.

**Метою** статті є з'ясування взаємозв'язку між об'єктами ЮНЕСКО та рівнем соціально-економічного розвитку регіонів їх дислокації, а також дослідження особливостей інвестування в об'єкти ЮНЕСКО; визначення аспектів позитивного та негативного впливу новітніх технологій та інновацій, що використовуються у галузі туристичного попиту на об'єктах всесвітньої культурної та природної значущості.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** На основі аналізу публікацій дослідників (Новеллі Марина, Фармакі Анна, Б'янчі Рауль, Ксу Хонганг та МакКабе Скот) можна дійти висновку, що використання об'єктів ЮНЕСКО у туристичних цілях може мати позитивний вплив на економіку та соціальну сферу регіону, якщо правильно планувати та розробляти маркетингові стратегії та інвестиційні проекти. За умов збереження культурної спадщини сталий розвиток туризму може забезпечувати нові робочі місця, підвищення рівня доходів місцевих жителів, збільшення податкових надходжень у бюджет та розвиток інфраструктури. Однак дослідники також підкреслюють важливість збереження самої культурної спадщини, зменшення екологічного впливу туризму та захисту прав місцевих спільнот.

Прибуток від туризму є значною складовою загального прибутку місцевого бюджету. Джерела надходжень,

що так чи інакше пов'язані з об'єктами всесвітньої культурної та природної спадщини, можна уявити згідно з такою структурою (рис. 1):



Рис. 1. Структура прибутку від використання об'єктів ЮНЕСКО у туристичних цілях

Джерело: розроблено авторами

Прибуток від туризму. Об'єкти ЮНЕСКО є цікавими туристичними дестинаціями, що продовжують приваблювати туристів, це забезпечує значний дохід від туризму. Ця складова включає в себе гроші, витрачені туристами на проживання, харчування, подарунки та екскурсії;

Прибуток від продажу сувенірної продукції. Це може включати мапи, книги, відтворення історичних артефактів, фотографії та плакати;

Прибуток від послуг. Місцеві спеціалізовані підприємства пропонують такі послуги, як проведення екскурсій, надання в оренду велосипедів або автовок, виконання ремонтних робіт, використання громадського транспорту;

Прибуток від податків та інших зборів. До основних надходжень за цим параметром можуть бути податки на готельне помешкання (туристичний податок / збір), податок на їжу [6].

Звичайно, не всі надходження за цими критеріями будуть саме від діяльності, пов'язаної з об'єктами ЮНЕСКО, оскільки залежно від регіону більшу частку населення займають місцеві громадяни, однак навіть із урахуванням цього можна зробити висновки, що використання об'єктів культурної та природної спадщини відіграє велику роль і у економічній життєдіяльності регіону. Враховуючи значущість фінансового критерію в існуванні людства, можна сказати, що зазначена структура може бути і структурою загального впливу та взаємозв'язку об'єктів ЮНЕСКО, та функціонуванням місцевих населених пунктів.

Згідно з дослідженням, проведеним Всесвітньою організацією туризму (UNWTO) у 2019 році, 47 % туристів, які відвідали об'єкти ЮНЕСКО, зробили це з метою культурного відпочинку та освіти. Інші мотивації включали інтерес до історії та архітектури (35 %), пошук нових туристичних місць (12 %) та екзотичних подорожей (6 %) [1]. Інше дослідження, проведене Туристичною організацією Іспанії у 2019 році, показало, що більшість туристів, які відвідали об'єкти ЮНЕСКО в Іспанії, робили це з метою культурного відпочинку та освіти (69 %). Інші мотивації включали гастрономію та вино (14 %), та активний відпочинок (7 %) [2].

Дослідження, проведене у 2018 році серед туристів, які відвідали об'єкти ЮНЕСКО в Польщі, показало, що 45 % туристів відвідували ці місця з метою культурної та історичної освіти. Інші мотивації включали екскурсії та подорожі (24 %), природу та активний відпочинок (16 %) та гастрономію (6 %) [3].

Усі ці дослідження свідчать, що відвідини об'єктів ЮНЕСКО є одним із найголовніших пріоритетів у туристів.

Історична цінність об'єктів всесвітньої культурної значущості може бути однією з головних мотивацій для туристів, що їх відвідують. Більшість об'єктів ЮНЕСКО мають велику культурну та історичну цінність, і це робить їх привабливими для людей, які шукають історичних та культурних знань. Такі об'єкти можуть бути пов'язані з відомими особами або великими подіями, що також підвищує рівень привабливості.

Окрім цього, історична значущість впливає на маркетинг і просування об'єктів ЮНЕСКО серед туристів. Наприклад: якщо робити акцент на значенні об'єкта у культурному, історичному та природному середовищі, це може зробити їх більш привабливими для тих, хто шукає освітні та культурні враження.

Історична значущість об'єктів ЮНЕСКО може впливати на їх популярність серед туристів і сприяти розвитку туризму в регіоні. Цього можна досягти за допомогою ефективної маркетингової стратегії.

Маркетинг об'єктів ЮНЕСКО передбачає розробку стратегії, що враховує унікальність історичної, культурної та природної спадщини цих місць. Важливим аспектом є привернення уваги туристів до історичної значущості об'єктів ЮНЕСКО та пояснення їх важливості для культурного та історичного розвитку регіону. Маркетингові стратегії можуть включати проведення рекламних кампаній, які акцентують увагу на історичній значущості об'єктів ЮНЕСКО, розробку інформаційних матеріалів та публікацій, спрямованих на просвіту про культурну та історичну спадщину місць, а також залучення експертів з історії та культури для проведення лекцій та екскурсій [14; 15].

При цьому важливо зберігати унікальність і цінність об'єктів ЮНЕСКО, щоб не порушувати їх автентичність та історичну цінність. Також слід враховувати вплив туризму на навколишнє середовище та розвиток інфраструктури, щоб забезпечити сталість та екологічну безпеку об'єктів ЮНЕСКО. Для того щоб залучити туристів до об'єктів ЮНЕСКО та розкрити їх потенціал, варто використовувати маркетингову стратегію (рис. 2).

Загалом маркетингова стратегія для використання об'єктів ЮНЕСКО у туристичних цілях повинна зосереджуватися на культурній та історичній спадщині, яка може бути цікава для туристів. Важливо звернути увагу на унікальність об'єктів ЮНЕСКО та їх значення для світової культури, щоб привернути увагу туристів і зацікавити їх відвідати ці місця.

Для організації життєдіяльності об'єктів ЮНЕСКО залучають як зовнішній, так і внутрішній капітал країни. Одним із джерел їх фінансування є інвестиції.

По-перше, державні інвестиції можуть бути використані для фінансування збереження та реставрації об'єктів ЮНЕСКО. Багато країн вкладають гроші у збереження та реставрацію своїх національних об'єктів, які знаходяться в переліку ЮНЕСКО. Наприклад, у 2018 році Китай виділив понад 70 млн дол. США на реконструкцію своїх об'єктів ЮНЕСКО.

По-друге, приватні інвестиції можуть бути використані для розвитку інфраструктури та послуг для туристів,

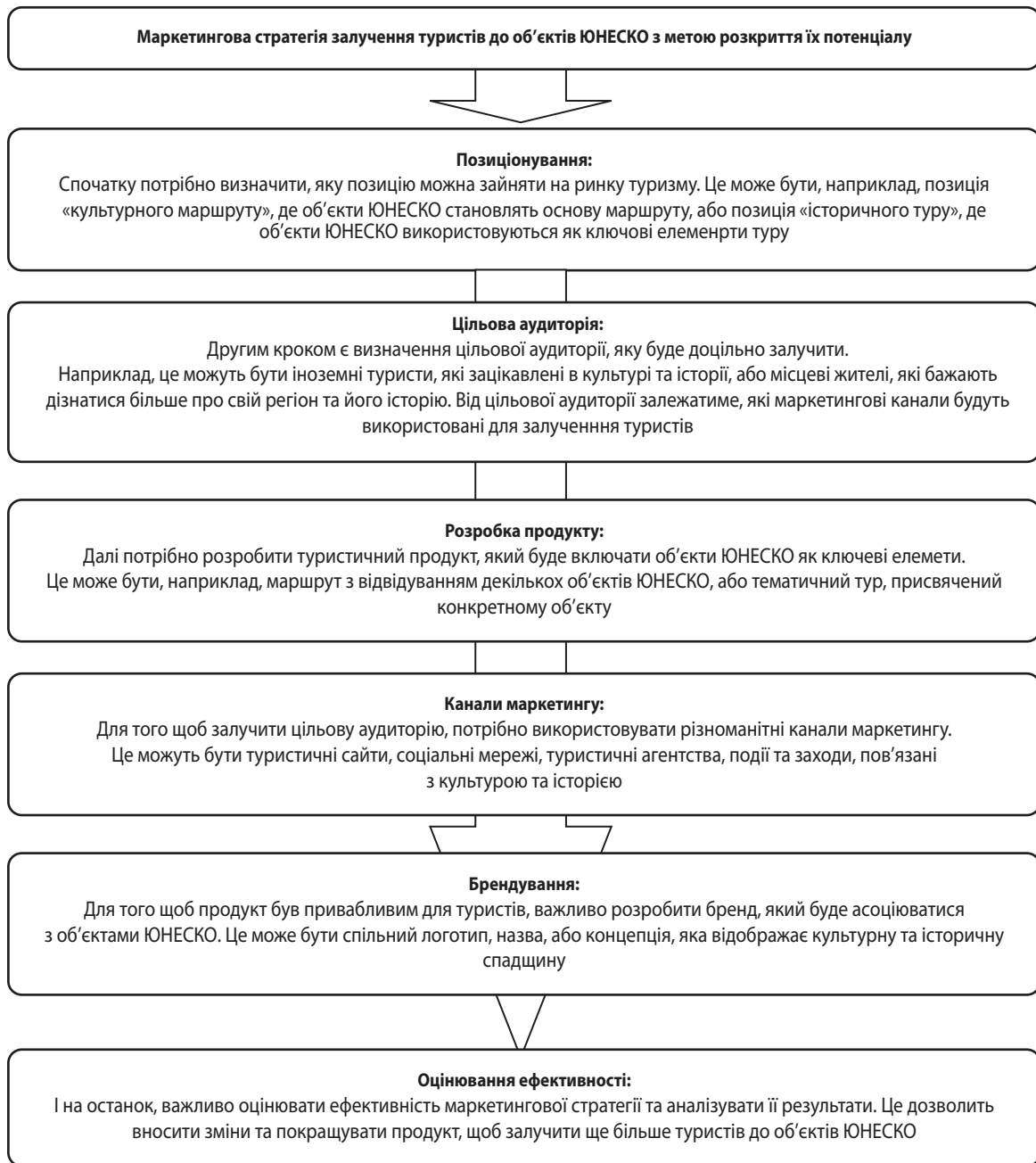


Рис. 2. Маркетингова стратегія залучення туристів до об'єктів ЮНЕСКО з метою розкриття їх потенціалу

Джерело: розроблено авторами

які відвідують об'єкти ЮНЕСКО. Це можуть бути будівництво готелів, ресторанів, магазинів та інших споруд, які забезпечують зручність і комфортність туристам [16].

По-третє, інвестиції у маркетинг та просування можуть допомогти привернути більше туристів до об'єктів ЮНЕСКО. Наприклад, фінансування реклами та просування в соціальних мережах може збільшити свідомість та інтерес до об'єктів ЮНЕСКО, що підвищить їх популярність серед туристів.

Інвесторами можуть бути як юридичні, так і фізичні особи. До представників інвесторського кола відносять наступні групи.

Державні установи: Уряди країн, в яких розташовані об'єкти ЮНЕСКО, можуть інвестувати в розвиток та збереження цих об'єктів. Це може бути здійснено за допомогою державного бюджету, спеціальних програм та фондів.

Приватні інвестори: Приватні компанії та інвестори можуть інвестувати у реставрацію та розвиток об'єктів ЮНЕСКО з метою приваблення туристів. Це може бути здійснено за допомогою спеціальних проектів та інвестицій.

Некомерційні організації: Некомерційні організації, такі як фонди та благодійні організації, також можуть інвестувати у реставрацію та розвиток об'єктів ЮНЕСКО.

Міжнародні організації: Міжнародні організації, такі як ЮНЕСКО та Європейський Союз, можуть надавати фінансову та технічну підтримку для розвитку та збереження об'єктів ЮНЕСКО.

Туристи: Також можна розглядати туристів як інвесторів у об'єкти ЮНЕСКО, оскільки вони здійснюють витрати на відвідування та підтримку цих місць. Вони можуть пожертвувати кошти на реставрацію та збереження об'єктів ЮНЕСКО або здійснювати покупки, що підтримують місцевих виробників і розвивають туристичну інфраструктуру (рис. 3).

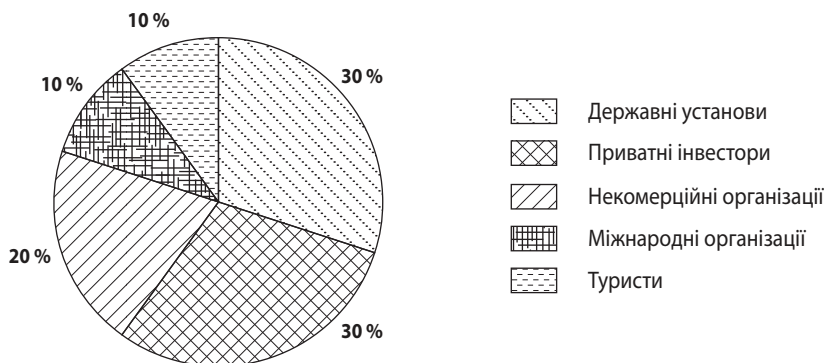


Рис. 3. Структура вкладу різних інвестиційних груп

Джерело: розроблено на основі [6]

ристів. Інвестиції можуть бути в напрямках як покращення місцевої транспортної мережі, створення нових готелів та ресторанів, так і у розвитку туристичних послуг, які пропонуються в околицях об'єкта.

На третьому рівні інвестиції використовуються для збільшення кількості туристів, які відвідують об'єкт. Це може бути виконано за допомогою маркетингових кампа-

Інвестиції у діяльність об'єктів ЮНЕСКО мають декілька рівнів. На першому рівні інвестиції потрібні для збереження самого об'єкта та його включення до списку ЮНЕСКО. Це можуть бути інвестиції в реставрацію, консервацію та реконструкцію об'єкта. Наприклад, для реставрації пам'яток культурної спадщини можуть використовуватися спеціалізовані технології та матеріали, а також фахівці з консервації та реставрації.

На другому рівні інвестиції використовуються для розвитку інфраструктури навколо об'єкта, забезпечення безпеки та комфорту туристів, а також для залучення ту-

рій та рекламних заходів, що спрямовані на залучення більшої кількості туристів [16].

На рис. 4 зображено структуру розподілу інвестицій за різними напрямками, пов'язаними зі збереженням і використанням об'єктів ЮНЕСКО.

Зміни у технологічному середовищі так чи інакше впливають на туристичну індустрію та, зокрема, на



Рис. 4. Структура інвестицій в об'єкти ЮНЕСКО

Джерело: розроблено на основі [13]

об'єкти ЮНЕСКО як туристичні об'єкти. Інвестиції у цьому напрямку направлені більше на розробку технологій, які дозволяють зберегти і показати культурну спадщину об'єктів ЮНЕСКО в більш доступний та цікавий спосіб для туристів.

Наприклад, інвестиції можуть бути спрямовані на розробку віртуальних турів, які дозволяють відвідувачам з усього світу побачити об'єкти ЮНЕСКО без необхідності фізичного присутності на місці. Також можуть бути створені інтерактивні додатки, які дозволяють туристам більш глибоко вивчати історію та культуру об'єктів ЮНЕСКО.

Оцінка ефективності інвестицій у технологічні розробки може проводитись за допомогою таких показників, як збільшення кількості туристів, збільшення витрат туристів на місцеві продукти та послуги, збільшення доходу від туризму та підвищення рівня задоволення туристів від відвідування об'єктів ЮНЕСКО.

Прорахувати ефективність інвестицій у об'єкт ЮНЕСКО можна за допомогою розрахунку показника повернення інвестицій або ROI (Return on Investment). Цей показник відображає, який дохід отримано від інвестицій порівняно з вкладеними коштами.

Щоб розрахувати ROI, потрібно визначити загальний дохід від інвестицій і віднести його до загальних витрат на інвестиції. Для розрахунків використана формула (1).

$$ROI = \frac{P - B}{B} \cdot 100\%, \quad (1)$$

де  $P$  – сума грошей, отриманих від інвестиції;  
 $B$  – сума грошей, витрачених на інвестицію.

Статистичні дані наведено у табл. 1.

Результати обчислення ефективності інвестування наведено у табл. 2.

Таблиця 1

Дані для обчислення ефективності інвестицій у об'єкти ЮНЕСКО

Об'єкт ЮНЕСКО	Витрати на рекламу та маркетинг, \$	Прибуток, \$
Акрополь Афін	3 870 000	300 000 000
Колізей	2 318 000	400 000 000
Стоунхендж	44 614 000	150 000 000
Тадж-Махал	2 500 000	1 300 000 000
Мачу-Пікчу	24 100 000	600 000 000

Джерело: розроблено на основі [10; 11; 12]

Таблиця 2

Результати обчислення ефективності інвестування у об'єкти ЮНЕСКО

Об'єкт ЮНЕСКО	ROI
Акрополь Афін	7,652 тис. \$
Колізей	17,156 тис. \$
Стоунхендж	2,363 тис. \$
Тадж-Махал	519 тис. \$
Мачу-Пікчу	23,896 тис. \$

Джерело: розроблено на основі [1]

За результатами розрахунків можна зробити висновок, що інвестиції у об'єкти ЮНЕСКО є прибутковими у 100 % випадках. Найвищий показник – у Тадж-Махала, де один долар інвестицій збирає 519 тис. доларів прибутку.

Завдяки новітнім технологіям віртуальної реальності туристи можуть відвідувати об'єкти туристичного призначення з будь-якого місця світу, маючи віртуальний досвід перебування на місці.

Є багато досліджень на тему використання віртуальних турів у туризмі. Наприклад, дослідження, проведене компанією Arival, виявило, що 61 % туристів хочуть користуватися віртуальними турами, щоб планувати свої подорожі та отримати додаткові знання про туристичні об'єкти [4].

Також дослідження, проведене компанією Amadeus, показало, що 68 % туристів хотіли б мати можливість використовувати віртуальні тури для попереднього огляду туристичних місць перед подорожжю [5].

Головні негативні наслідки використання новітніх технологій для об'єктів ЮНЕСКО наведено у табл. 3.

Отже, можна зробити висновок, що використання новітніх технологій у туризмі може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вони сприяють підвищенню прибутку від діяльності туристської галузі, покращують доступність для туристів та збільшують обсяг туристичного руху, що, своєю чергою, позитивно впливає на розвиток місцевої економіки. З іншого боку, можуть виникати проблеми з втратою оригінальності, перевантаженням туристичних об'єктів, порушенням приватності місцевого населення та високою вартістю використання новітніх технологій. Для досягнення балансу між позитивними та негативними наслідками використання технологій у туризмі слід проводити обережну та відповідальну політику.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.**

Згідно з результатами дослідження можна дійти висновку, що об'єкти Всесвітньої культурної, історичної та природної спадщини відіграють важливу роль у розвитку туризму і сприяють підвищенню прибутковості туристської галузі та її позитивного впливу на соціально-економічне становище регіону. Загалом розвиток туризму пов'язаний із впливом на економіку та ресурси регіону, що не завжди має за

Таблиця 3

Негативні наслідки використання новітніх технологій у туризмі

№	Показник	Пояснення
1	Втрата оригінальності	Віртуальні тури можуть викликати враження, що турист дійсно був на місці, але вони не замінюють досвід самого перебування в реальному світі. Віртуальний досвід може спотворювати реальний досвід і впливати на сприйняття культурних та історичних об'єктів
2	Порушення конфіденційності та приватності	Використання технологій, таких як дрони та відеокамери, може викликати за надто близькі зустрічі з місцевим населенням, порушуючи їхню приватність і викликаючи неприємності
3	Перевантаження туристичних об'єктів	Використання новітніх технологій може збільшити кількість туристів, які відвідують об'єкти ЮНЕСКО. Це може спричинити перевантаження і забруднення місцевих ресурсів, а також негативно позначитися на стані об'єктів
4	Висока вартість:	Використання новітніх технологій, таких як віртуальна реальність та дрони, може бути витратним для організаторів туристичних подій та інших зацікавлених сторін
5	Відсутність особистого взаємодії	Віртуальні тури не забезпечують можливості для особистої взаємодії з місцевими жителями, що є важливим елементом при знайомстві з культурою. Окрім цього, це впливає на місцеву економіку

Джерело: розроблено на основі [7–9]

собою позитивні наслідки. Водночас використання у туристичних цілях технологічного прогресу може привести до збільшення попиту на об'єкти ЮНЕСКО як туристичних об'єктів, і це може мати негативні наслідки для зазначених споруд.

Надмірний туристичний потік призведе до пришвидшеної руйнації, що, своєю чергою, може стати додатковою причиною для збільшення витрат на відновлення. Отже, використання технологій має бути урегульованим та знаходитися під контролем ЮНЕСКО та місцевих органів влади, щоб запобігти руйнації. У подальшому було б доречно дослідити ефективність вже діючих систем захисту об'єктів ЮНЕСКО у розрізі із залученням результатів технологічних винаходів, що варто визначити тематикою подальших розвідок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Vanblarcom B., Kayahan B. Assessing the economic impact of a UNESCO World Heritage designation. *Journal of Heritage Tourism*. 2011. Vol. 6 (2). P. 143–164.  
DOI: 10.1080/1743873X.2011.561858

2. Hosseini K., Stefaniec A., Seyedeh Parisa Hosseini. World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism *Journal of Destination Marketing and Management*. 2021. Vol. 20 (3). 100616.  
DOI: 10.1016/j.jdmm.2021.100616

3. Gould P., Burtenshaw P. Heritage Sites: Economic Incentives, Impacts, and Commercialization. *Encyclopedia of Global Archaeology*. 2014. P. 3326–3331. URL: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4419-0465-2\\_508](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4419-0465-2_508)

4. Arival. The Arival 2021 Attractions Revisited (2021). URL: <https://arival.travel/research/attractions-revisited/>

5. Amadeus. Journey of Me Insights: What Asia Pacific travelers want. 2018. URL: <https://www.amadeus.com/documents/>

[reports/apac-journey-of-me/amadeus-journey-of-me-insights-apac-report.pdf](https://www.amadeus.com/documents/reports/apac-journey-of-me/amadeus-journey-of-me-insights-apac-report.pdf)

6. Panasiuk A., Krotkiewicz K. Motivations and Characteristics of Visitors to UNESCO World Heritage Sites in Poland: An Exploratory Study. *Sustainability*. 2018. Vol. 10 (9). P. 3206.  
DOI: 10.3390/su10093206

7. Nicolini G., Cude B. J., The Routledge Handbook of Financial Literacy. 2021. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=ETZPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=The+Routledge+Handbook+of+Tourism+Investment+and+Finance&ots=HMwoLtnTqk&sig=79dxzdqLd4f\\_oLJqOcWJsZuHAGk&redir\\_esc=y#v=onepage&q=The%20Routledge%20Handbook%20of%20Tourism%20Investment%20and%20Finance&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=ETZPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=The+Routledge+Handbook+of+Tourism+Investment+and+Finance&ots=HMwoLtnTqk&sig=79dxzdqLd4f_oLJqOcWJsZuHAGk&redir_esc=y#v=onepage&q=The%20Routledge%20Handbook%20of%20Tourism%20Investment%20and%20Finance&f=false)

8. World Tourism Day: Sustainability & Digital Transformation In Tourism. 2018. URL: <https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2018>

9. Xiang Z., Tussyadiah I. P. Tourism and social media: Travelers as co-creators. *Journal of Travel Research*. 2015. Vol. 54 (4). P. 481–492.  
DOI: 10.1177/0047287514531712

10. Buhalis D. Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Challenges for Tourism and Hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2021. Vol. 12 (1). P. 4–20.  
DOI: 10.1108/JHTT-02-(2020)-0032

11. UNESCO. World Heritage: World Heritage Fund. 2021. URL: <https://whc.unesco.org/en/world-heritage-fund/#:~:text=The%20World%20Heritage%20Committee%20makes,of%20the%20World%20Heritage%20Convention.>

12. UNESCO. World Heritage and Tourism in a Changing Climate. 2016. URL: <https://whc.unesco.org/en/tourism-climate-change/>

13. Song H., Li G., Witt S. F. Tourism and World Heritage Sites: Implications for Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 2013. Vol. 21 (7). P. 922–940.

14. Dwyer D., Forsyth M., Spurr P. Estimating the Economic Value of Investment in Tourism Infrastructure: A Framework for

Scotland's National Parks. *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57 (1). P. 36–51.

15. Kozak M., Rimmington M. Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*. 2000. Vol. 38 (3). P. 260–269.

16. Wang D., Li X., Song H., Huang S. Tourism and World Heritage Sites: A Bibliometric Analysis. *Tourism Management*. 2013. Vol. 35. P. 145–157.

17. Zhang J., Huang S., Buhalis D. A comparative study of tourist attraction systems in UNESCO World Heritage Sites and non-heritage sites. *Tourism Management*. 2019. Vol. 72. P. 295–306.

18. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2021). World Heritage Centre–Sustainable Tourism.

## REFERENCES

"Amadeus. Journey of Me Insights: What Asia Pacific travelers want". 2018. <https://www.amadeus.com/documents/reports/apac-journey-of-me/amadeus-journey-of-me-insights-apac-report.pdf>

"Arival. The Arival 2021 Attractions Revisited (2021)". <https://arival.travel/research/attractions-revisited/>

Buhalis, D. "Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Challenges for Tourism and Hospitality". *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, vol. 12 (1) (2021): 4–20.

DOI: 10.1108/JHTT-02-(2020)-0032

Dwyer, D., Forsyth, M., and Spurr, P. "Estimating the Economic Value of Investment in Tourism Infrastructure: A Framework for Scotland's National Parks". *Journal of Travel Research*, vol. 57 (1) (2018): 36–51.

Gould, P., and Burtenshaw, P. "Heritage Sites: Economic Incentives, Impacts, and Commercialization". *Encyclopedia of Global Archaeology*. 2014. [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4419-0465-2\\_508](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4419-0465-2_508)

Hosseini, K., Stefaniec, A., and Seyedeh Parisa, Hosseini. "World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism". *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 20 (3). 100616 (2021).

DOI: 10.1016/j.jdmm.2021.100616

Kozak, M., and Rimmington, M. "Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination". *Journal of Travel Research*, vol. 38 (3) (2000): 260–269.

Nicolini, G., and Cude, B. J. "The Routledge Handbook of Financial Literacy". 2021. [https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=ETZPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=The+Routledge+Handbook+of+Tourism+Investment+and+Finance&ots=HMwoLtnTqk&sig=79dxzdqLd4f\\_oLJqOcWJsZuHAGk&redir\\_esc=y#v=onepage&q=The%20Routledge%20Handbook%20of%20Tourism%20Investment%20and%20Finance&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=ETZPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=The+Routledge+Handbook+of+Tourism+Investment+and+Finance&ots=HMwoLtnTqk&sig=79dxzdqLd4f_oLJqOcWJsZuHAGk&redir_esc=y#v=onepage&q=The%20Routledge%20Handbook%20of%20Tourism%20Investment%20and%20Finance&f=false)

Panasiuk, A., and Krotkiewicz, K. "Motivations and Characteristics of Visitors to UNESCO World Heritage Sites in Poland: An Exploratory Study". *Sustainability*, vol. 10 (9) (2018): 3206.

DOI: 10.3390/su10093206

Song, H., Li, G., and Witt, S. F. "Tourism and World Heritage Sites: Implications for Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21 (7) (2013): 922–940.

"UNESCO. World Heritage and Tourism in a Changing Climate. 2016". <https://whc.unesco.org/en/tourism-climate-change/>

"UNESCO. World Heritage: World Heritage Fund. 2021". <https://whc.unesco.org/en/world-heritage-fund/#:~:text=The%20World%20Heritage%20Committee%20makes,of%20the%20World%20Heritage%20Convention>

Vanblarcom, B., and Kayahan, B. "Assessing the economic impact of a UNESCO World Heritage designation". *Journal of Heritage Tourism*, vol. 6 (2) (2011): 143–164.

DOI: 10.1080/1743873X.2011.561858

"World Tourism Day: Sustainability & Digital Transformation In Tourism. 2018". <https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2018>

Wang, D. et al. "Tourism and World Heritage Sites: A Bibliometric Analysis". *Tourism Management*, vol. 35 (2013): 145–157.

*World Heritage Centre-Sustainable Tourism*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2021.

Xiang, Z., and Tussyadiah, I. P. "Tourism and social media: Travelers as co-creators". *Journal of Travel Research*, vol. 54 (4) (2015): 481–492.

DOI: 10.1177/0047287514531712

Zhang, J., Huang, S., and Buhalis, D. "A comparative study of tourist attraction systems in UNESCO World Heritage Sites and non-heritage sites". *Tourism Management*, vol. 72 (2019): 295–306.

Стаття надійшла до редакції 06.05.2023 р.