

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ І РЕГІОНІВ
НА ОСНОВІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИSOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIES
AND REGIONS ON THE BASIS OF COMMERCIALIZATION
OF HISTORICAL AND CULTURAL LEGACY

Розглянуто сфери впливу історико-культурної спадщини на розвиток окремих територій і регіонів. Досліджено економічні ефекти комерціалізації спадщини. Спадщина розглядається як елемент іміджу та бренду території. Проаналізовано роль спадщини у формуванні креативної економіки та економіки знань. Досліджено функціональні характеристики спадщини як інтегрального елемента процесів ревіталізації. Наведено можливі сценарії впливу комерціалізації спадщини на рівень та якість життя місцевого населення.
Ключові слова: спадщина, регіональний розвиток, ревіталізація, туризм, економіка культури.

Рассмотрены сферы влияния историко-культурного наследия на развитие отдельных территорий и регионов. Исследованы экономические эффекты коммерциализации наследия. Наследие рассматривается как элемент имиджа и бренда территории. Проанализирована роль наследия в формировании креативной экономики и экономики знаний. Исследованы функциональные

характеристики наследия как интегрального элемента процессов ревитализации. Приведены возможные сценарии влияния коммерциализации наследия на уровень и качество жизни местного населения.

Ключевые слова: наследие, региональное развитие, ревитализация, туризм, экономика культуры.

The text presents potential spheres of influence of historical and cultural heritage on the development of individual territories and regions. The article presents the economic effects of the commercialization of heritage. The analysis highlights the heritage as an element of the territory's image and brand. The role of heritage in the formation of creative and knowledge economies is analysed. The paper describes the functional characteristics of the heritage as an integral element of the process of revitalization. The possible scenarios of the impact of heritage commercialization on the level and quality of life of the local population are presented.

Key words: heritage, regional development, revitalization, tourism, economy of culture.

УДК 719:338.48:379.85

Ганський В.О.

к.е.н., к.і.н., доцент, керівник центру туризму
Мінський інститут підприємницької діяльності

Постановка проблеми. Комплексний погляд на спадщину призводить до розгляду множинності значень, якими можна її охарактеризувати. З погляду економічної вигоди від використання об'єкта або заходу, пов'язаного зі спадщиною, можуть бути розділені на цінності споживчі і неспоживчі. Безпосередні споживчі цінності належать до всіх товарів та послуг, які породжують місце, об'єкт або захід, пов'язаний зі спадщиною. Цю цінність, як правило, можна виразити через ціну, наприклад плату за відвідування об'єкту спадщини або ночівлю в історичному об'єкті, вартість історичної нерухомості, ціну покупки творів мистецтва або витрати, понесені для отримання доступу до спадщини і дорогу до об'єкта. Більш складним для оцінки є опосередковані споживчі цінності, пов'язані з актуальною «придатністю» спадщини, яка сприймається через відносини якості життя, естетичні й духовні відчуття, а також через формування індивідуальної та колективної самосвідомості, актуальність освіти, а також підтримку і зміцнення соціального капіталу. Все це має визначальне значення для розвитку окремих територій і регіонів, а також життя місцевих спільнот.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш значущими у даній сфері є ґрунтовні видання, присвячені економіці культури, А. Рубінштейна [1; 2], І. Ріццо та А. Мігноси [3], Є. Хауснера, А. Карвінської та Я. Пурхля [4], Д. Ріпкема [5], Л. Прибегі [6], І. Мартиненко [7] та ін. Однак, незва-

жаючи на наявність окремих публікацій з економіки культури, питання впливу об'єктів спадщини на економічну ситуацію у місцях їх знаходження та потенційного впливу на соціально-економічний розвиток окремих територій і регіонів залишаються практично невивченими, що визначає високий ступінь актуальності цього дослідження у світлі особливої соціальної значимості цієї проблеми.

Постановка завдання. Метою статті є визначення можливостей соціально-економічного розвитку територій і регіонів на основі комерціалізації наявної в них історико-культурної спадщини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Можна виділити кілька основних аспектів, які слід урахувати, розглядаючи потенційний вплив спадщини на процеси регіонального розвитку. Об'єкти спадщини та їх ансамблі можуть робити безпосередній внесок у формування доходів конкретної території (наприклад, доходи від реалізації вхідних квитків та надання інших послуг, таких як музейні уроки та майстер-класи, послуги екскурсів, послуги, пов'язані з оцінкою історичних об'єктів, надходження від продажу сувенірів, послуги громадського харчування, розміщення, оренда приміщень для проведення урочистостей, концертів, конференцій, фотосесій та ін.). До таких надходжень належать також надходження від здачі в оренду приміщень під торговельні або офісні цілі. Не завжди вони співвідносяться з витратами на утримання самого об'єкта, але, наприклад, у

випадку державних установ культури дають змогу здійснити додаткові заходи фінансової підтримки, що доповнюють фінансування організатора, сприяючи тим самим зниженню вартості функціонування закладів і підвищенню якості і розширенню спектра послуг.

Розглядаючи економічне значення об'єкта спадщини або проекту, пов'язаного з реставрацією, збереженням і популяризацією спадщини, а також з урахуванням специфіки такого роду заходів, можна виділити: прямі економічні ефекти, а також ефекти мультиплікатора, що генеруються історичним об'єктом чи діяльністю установ і суб'єктів господарювання, що діють у сфері спадщини; ефекти мультиплікатора, що тимчасово виникають у ході реалізації конкретних інвестицій у сфері реставрації та регенерації спадщини; ефекти мультиплікатора, що виникають у сфері туризму і діють завдяки наявності об'єктів спадщини та їх відвідування. Істотними можуть бути економічні ефекти, які надає спадщина в короткостроковій або середньостроковій перспективі, – отримання доходів і створення робочих місць безпосередньо завдяки діяльності, пов'язаної зі збереженням, ознайомленням та інтерпретацією спадщини, їх мультиплікативними ефектами, впливом на доходи і витрати суспільного сектора, на ринок нерухомості та ін.

Спадщина безпосередньо сприяє утворенню та утриманню робочих місць в установах та організаціях, що займаються збором, документуванням і наданням доступу громадськості до історичних об'єктів, а також у державних установах, пов'язаних із реставрацією об'єктів спадщини, технічним обслуговуванням і плануванням простору. Ці інституції формують запит на висококваліфікований професійний персонал. Часто вони працевлаштовують також численний середньо- і низькокваліфікований обслуговуючий персонал (технічний персонал, служби охорони порядку, обслуговування відвідувачів тощо). Наприклад, установи й об'єкти спадщини у Франції (музеї, бібліотеки, архіви) працевлаштували понад 68 тис. осіб. Кожні 10 тис. відвідувачів на рік сприяють при цьому створенню у середньому 1,2 постійних робочих місць та створенню 0,15 тимчасових робочих місць у цих закладах. Кількість працюючих у музеях і бібліотеках, а також інших подібних закладах у країнах ЄС становить 662 тис. осіб, у тому числі 71% робітників – професійні працівники. У багатьох країнах організації спадщини є також важливим місцем безоплатної, нерідко дуже професійної активності волонтерів, яка має велику як економічну, так і соціальну вигоду [4, с. 96].

Ефект мультиплікатора всіх видів ремонтних та реставраційних робіт на історичних об'єктах і територіях виникає у процесі їх реалізації незалежно від подальшого призначення цих об'єктів (житлові, релігійні, культурні, туристичні, адмі-

ністративні та інші цілі). Ці роботи створюють попит на послуги реставраційних та будівельних організацій (як невеликих сімейних підприємств, так і великих компаній), а також підприємств, які постачають матеріали для реставрації і будівництва. Вони опосередковано впливають і на роботу підприємств, що виробляють товари і матеріали, необхідні в обслуговуванні об'єктів спадщини (наприклад, меблеві підприємства, різні художні майстерні), а також традиційні будівельні матеріали (часто вироблювані локально або які вимагають старовинних знань, немасових методів виготовлення, наприклад цегли, пічних кахлів, керамічної черепиці тощо). Такі роботи тим більше впливають на локальний розвиток, чим більше місцевих матеріалів купується, а роботи виконують місцеві компанії.

Найбільш помітним ефект мультиплікатора буде там, де збереглися традиційні ремісничі навички, а також там, де є великі навчальні та наукові центри, що концентрують людей із необхідними навичками. Райони з великим накопиченням найбільш цінних історичних об'єктів будуть самі по собі залучати такого типу підприємства (наприклад, Прага, Флоренція або Краків). Зникнення традиційних ремісничих навичок, припинення виробництва традиційних матеріалів або відсутність спеціальних реставраційних підприємств буде означати послаблення ефектів мультиплікатора в ході реалізації проектів, пов'язаних зі спадщиною. Крім того, здебільшого місцеві родовища будівельних матеріалів (наприклад, каменю) обмежені або їхня якість не є найкращою. Це викликає необхідність залучення матеріалів ззовні. Іноді традиції такого імпорту існують протягом цілих століть.

Свій внесок в ефект доходу (через місцеві споживчі витрати) роблять виконавці будівельно-реставраційних робіт, працевлаштовані у місцевих підприємствах, стимулюючи тим самим діяльність підприємств торгівлі і послуг у регіоні. Хоча більшість архітектурних бюро не спеціалізується тільки на проектах реставрації та відновленні історичних об'єктів, для деяких цей тип робіт являє собою важливий сегмент ринку архітектурних проектів. Проектування експозицій та інтер'єрів історичних об'єктів також є сегментом загального ринку послуг дизайну. Наприклад, у Франції послуги в галузі архітектури, пов'язані з реставраційними проектами, становлять близько 5% усього ринку послуг проектування. Археологічні дослідження, необхідні перед початком будівельних робіт, дають можливість працевлаштування багатьох людей із профільною освітою. Прикладом може бути підвищений попит на послуги археологічного дослідження території, що спостерігається в останні роки в країнах, що приєдналися до ЄС у першому десятилітті XXI ст., згідно з програмою будівництва доріг.

Роботи на історичних об'єктах можуть також являти собою важливий аспект діяльності будівельних фірм. Роботи, пов'язані з реставрацією та консервацією пам'яток старовини, часто вимагають спеціальних навичок і більше вузько-профільних фахівців, аніж стандартні будівельні роботи, вони також, як правило, більш трудомісткі. Ефекти окремих інвестицій у ході їх реалізації обмежені періодом проведення ремонтно-реставраційних робіт, проте через постійну необхідність проведення певних робіт на території історичних об'єктів існує й довгостроковий попит на послуги спеціалізованих фірм. Наприклад, підраховано, що в США 1 млн дол., інвестований у відновлення житлових історичних об'єктів, створює або підтримує стільки ж робочих місць, скільки у разі інвестування його у видавничу індустрію, і значно більше, ніж якщо б ця ж сума була інвестована у фармацевтичну галузь або сферу ІТ. Витрата 1 млн дол. на ремонтно-реставраційні роботи генерує також і найбільші податкові надходження, тоді як ВВП цієї сфери порівняний з ВВП сфери видавничої діяльності [3, с. 426]. У Польщі підраховано, що під час виконання реставраційних робіт на об'єктах, внесених до реєстру національної спадщини, у 2000 р. виник попит на 161,6 тис. робочих місць (у середньому на строк до двох місяців), більшість із них (85,5%) – під час реалізації робіт, пов'язаних з об'єктами нерухомої спадщини [4, с. 116–117].

У масштабах малого населеного пункту або адміністративно-територіального утворення непрямий вплив спадщини на ринок праці може бути при цьому більш сильним, ніж його вплив на зайнятість у сфері туризму, яку помітити легше. Наприклад, у Франції, у місті Арль, який налічує близько 53 тис. жителів, 450 робочих місць пов'язано з обслуговуванням туристів, а близько 700 осіб зайнято в службах будівельних робіт, пов'язаних із реставрацією історичних об'єктів [8, с. 122]. Однак передусім потрібно враховувати ефект мультиплікатора, який виникає у результаті використання та ведення господарської діяльності вже відремонтованих історичних об'єктах, наданих для цих цілей на різних умовах, будь то громадські об'єкти культури або місця надання послуг приватними суб'єктами господарювання. Незалежно від характеру власності на ці об'єкти вони вимагають придбання різного типу благ і послуг, наприклад комунальні послуги, газ і електрика (часто дуже високі в історичних об'єктах), послуги, пов'язані з охороною, підтриманням чистоти і поточним ремонтом. Публічні інституції сфери спадщини формують попит на різні послуги: інформаційні (у тому числі пов'язані з оцифруванням колекцій), фінансові, юридичні, пов'язані із захистом фондів, обладнанням інтер'єрів та експозицій, видавничі, рекламні тощо. Компанії, які надають на комерційній основі послуги в історичних об'єктах, також

створюють попит на товари і послуги, необхідні в їхній діяльності. Найм на роботу місцевих жителів викликає, своєю чергою, ефект доходу. Наприклад, у Великобританії 1 фунт стерлінгів, виділений на відновлення історичних об'єктів, генерує 1,6 фунтів в економіці, а у випадку проектів, орієнтованих на створення розваг для відвідувачів, – 1,7 фунтів [3, с. 289].

Об'єкти спадщини підтримують розвиток туристичних послуг, викликаючи ефект туристичного мультиплікатора. Туристи, які прибувають у це місце, споживають товари та послуги за межами самого об'єкта спадщини, створюючи попит на послуги розміщення і харчування, паркування, інформаційні та екскурсійні послуги, здійснюють покупки в торговельних об'єктах (продовольчих, сувенірних, книжкових магазинах, на автозаправних станціях тощо). Вони споживають також й інші послуги, пов'язані з проведенням вільного часу. Як і у випадку з реставраційними послугами, чим більше потреб туристів може бути задоволене місцевими суб'єктами господарювання та місцевими жителями найближчих околиць, тим більшим буде мультиплікатор у місцевому масштабі. Має значення й те, де ці фірми купують сторонні послуги, наприклад користуються готелі послугами місцевих пралень та охоронних фірм, набувають локально вироблені продукти, продають туристичні підприємства справжні регіональні сувеніри або імпортовані з-за кордону продукти масового виробництва тощо. Наприклад, у Великобританії було підраховано, що культурний туризм безпосередньо сприяє створенню 4,3 млрд. фунтів стерлінгів у структурі ВВП на рік і підтримує 113 тис. робочих місць. Це більше, ніж внесок у ВВП текстильної або деревообробної промисловості, і лише трохи менше, ніж внесок автомобілебудування. Враховуючи мультиплікативний ефект, культурний туризм сприяє створенню 270 тис. робочих місць, а його внесок у ВВП Великобританії становив 11,9 млрд. фунтів стерлінгів [3, с. 294–295].

Економічний ефект у масштабах регіону чи адміністративно-територіального утворення може бути досить значним. Прикладом може бути адаптація комплексу палацово-паркових комплексів до потреб готельно-ресторанних об'єктів, здійснена в останні роки в Західних Судетах у Польщі. Загальна кількість людей, які відвідали субрегіон і ночували в місцевих замках і палацах, оцінюється як мінімум у 26,5 тис. осіб. Протягом року туристи там витратили поза місцям проживання (палацу або замку) майже 12 млн. злотих, витративши всього в регіоні понад 27 млн. злотих. Вісім резиденцій із цього регіону, що виконують туристичні функції, дали можливість працевлаштування понад 340 осіб: 172 робочих місця у самих палацах і замках вплинули на підтримку або виникнення додаткових 169 робочих місць у різних сферах

економіки, пов'язаних із туризмом, які обслуговують місцеві підприємства та населення (значення мультиплікатора – 1,983) [4, с. 129–136].

У разі появи на ринку нової пропозиції, створеної завдяки пов'язаному зі спадщиною проектом, до ефектів мультиплікатора можна також віднести доходи від обслуговування місцевих споживачів, які раніше задовольняли свої потреби за межами місця проживання, а тепер завдяки цій інвестиції задовольняють більше потреб в місці свого проживання. Завдяки спадщині існують також різні робочі місця у всіх сферах діяльності, для яких спадщина є джерелом натхнення. Хоча більшість інституцій спадщини не працює для отримання прибутку, їх функціонування викликає різні непрямі економічні ефекти. Це стосується і впливу спадщини на сучасну творчу діяльність (наприклад, вироби з дерева, ювелірні вироби, кераміка, мереживо), його використання так званим творчим сектором (наприклад, кінематографічна діяльність, видавнича, дизайн одягу тощо), а також виробнича діяльність іншого типу (наприклад, текстильна, керамічна, меблева, харчова промисловість, виробництво сувенірів та іграшок).

Ефектом популяризації спадщини регіону чи адміністративно-територіального утворення може бути також зростання експорту місцевих продуктів, наприклад виробів ремесла, сільського господарства або кулінарії. Отримані на місці навички реставрації можуть бути використані під час надання послуг за межами міста або регіону. Нарешті, навіть віддалені об'єкти спадщини можуть сприяти експорту певного типу продуктів, необхідних для їх відновлення та будівництва нових об'єктів, натхнених формами минулого. Крім того, значний потенціал використання спадщини в рамках соціальної економіки криється у заходах, які можуть гармонійно поєднувати цілі професійної активізації місцевої громади та захисту місцевого культурного ландшафту.

Частина доходів від об'єктів спадщини може бути спрямована на подальші реставраційні роботи, у результаті чого виникають додаткові тимчасові ефекти мультиплікатора. Ведення діяльності в історичних об'єктах, своєю чергою, може сприяти збільшенню податкових надходжень публічного сектора. Навіть у випадку державних інституцій частина цільових дотацій для установ культурної спадщини «повертається» у вигляді податків до бюджету. З іншого боку, численні історичні об'єкти, які знаходяться під опікою державних органів, генерують високі експлуатаційні витрати, тоді як їх зовнішні ефекти використовують як місцеві, так і немісцеві суб'єкти. Виконання ремонтно-реставраційних робіт на історичних об'єктах може призвести до виникнення важливих непрямих економічних ефектів, пов'язаних із ринком нерухомості. Поліпшення естетики навко-

лишнього середовища і зростаюче усвідомлення його унікальності, а також очікувані доходи від обслуговування туристів можуть викликати зростання престижу території. Це, своєю чергою, сприяє зростанню цін на нерухомість поблизу відновлюваного історичного об'єкта або на території ревіталізованого історичного ансамблю міського середовища, у тому числі нерухомості, яка сама по собі не має історичного характеру, але її власники і мешканці «користуються» унікальними, підкресленими реновацією особливостями оточення. Якщо посилюється «ефект безбілетника», а отже, й більше число людей і суб'єктів господарювання користується ефектами проекту без будь-яких витрат, то в кінцевому підсумку інвестиція може не принести інвестору очікувані переваги і не призвести до поживлення території за рахунок відновлення будівель навколо оновленого об'єкта. На зниження цін на нерухомість можуть впливати деякі обмеження у перетворенні об'єктів нерухомості в історичному ареалі або їх негативний імідж, пов'язаний із тим, що в аварійних об'єктах часто проживають менш заможні соціальні групи.

Правилом є те, що чим менше населений пункт, тим більшим буде ступінь так званого витоку ефектів мультиплікатора пов'язаної зі спадщиною діяльності. На території невеликої адміністративно-територіальної одиниці, орієнтованої значною мірою на туристичне використання спадщини, прямі економічні ефекти, які створює ця спадщина, можуть бути суттєвими, а ефект мультиплікатора – незначним. Ефект мультиплікатора залежить від масштабу інвестицій та навичок створення комплексного продукту культурного туризму, наприклад об'єднання об'єктів у рамках туристичного маршруту. Окремі об'єкти, які поодиночі не генерують сильних економічних ефектів, разом можуть створити відповідну конкурентоспроможну туристичну пропозицію, що приваблює більшу кількість туристів і довше їх затримує, стимулюючи тим самим зростання доходів.

Ефекти мультиплікатора від культурного туризму будуть також залежати від того, який відсоток відвідувачів становлять туристи, які ночують у даній місцевості або її околицях, і який становлять одноденні приїжджі та екскурсанти. Найбільший ефект мультиплікатора виникає у тих галузях, де відносно великі витрати туристів. І менше він у таких, послугами яких туристи безпосередньо не користуються (або використовують меншою мірою), або в таких, де доходи від туристів тільки доповнюють доходи від щоденної торговельної діяльності або сфери послуг для місцевого населення.

Позитивний економічний ефект у масштабах міста або муніципалітету також залежить від ступеня відкритості місцевої громади та її орієнтації на прийом туристів, а також від згоди місцевої гро-

мади на використання спадщини як туристичної атракції, а не тільки як маркера локальної ідентичності. Ставлення місцевої громади до спадщини, усвідомлення її цінності й комерційного потенціалу, а також підприємницька здатність і внутрішні ресурси капіталу визначають розмір та силу ефектів мультиплікатора. Аналізуючи потенційні витрати і вигоди від проекту, пов'язаного зі спадщиною, потрібно брати до уваги те, які суб'єкти і групи виграють від реалізації проекту. Розгляд спадщини як товару дійсно може призвести до досягнення переваг тільки окремими соціальними групами, тобто тими жителями, які мають відповідні фінансові ресурси, щоб інвестувати в туристичну інфраструктуру, для інших членів громади вигоди можуть бути незначними, крім того, туризм може знищити традиційні ролі і функції, які спадщина відіграє у житті цього локального співтовариства (наприклад, місцевий фестиваль, простір площі або церкви як місця для зустрічей, створення нових та відновлення старих зв'язків). «Засмічення» спадщини туристичним сектором може призвести до того, що вона буде розглядатися переважно як туристичний продукт. З іншого боку, безліч чинників, що формують сам туристичний продукт, і насамперед збільшують попит на нього, зумовлені екзогенними факторами і знаходяться поза будь-яким контролем із боку місцевої влади або місцевих підприємців.

Простір, об'єкти та інституції спадщини можуть сприяти створенню і зміцненню соціального капіталу, виступаючи місцями проведення вільного часу, обміну думками, зустрічей і взаємодії членів місцевої громади, а також її контактів з приїжджими. Відбувається це не тільки в рамках формальних дій експозиційного, освітнього чи економічного характеру, а й через сам факт надання простору для зустрічей а також передачу інформації про різні етнічні та релігійні групи, внесок у формування відкритого ставлення до соціальної реальності та ініціювання обговорення важливих соціальних питань. Значні ресурси соціального капіталу, становлячи спадщину місця, можуть, як показують приклади низки регіонів Європи, сприяти розвитку творчого сектора (наприклад, розвитку діяльності, пов'язаної з дизайном, у тому числі з проектуванням моди і меблів, як у випадку з північною Італією).

Висновки з проведеного дослідження. Спадщина являє собою невід'ємний елемент стратегії ревіталізації, найчастіше є першопричиною і фоном для ревіталізаційних процесів, фланганським аспектом і каталізатором процесу відновлення окремої території або цілого регіону. Спадщина часто зумовлює імідж конкретного місця або регіону, його привабливість та сприйняття як туристами, так і інвесторами в окремих галузях. Також вона може бути важливим елементом внутрішнього маркетингу, спрямованого на місцевих

жителів. Позитивний і довгостроковий вплив на місцевий розвиток пов'язаних зі спадщиною дій залежить, зокрема, від їх сталості і тривалості, а також ступеня залученості місцевої громади, як надання туристичних послуг, так і використання спадщини в інших цілях (економічних та неекономічних). Значущим може бути й ефект мультиплікатора всіх видів ремонтних та реставраційних робіт на історичних об'єктах і територіях, що виникає у процесі їх реалізації, незалежно від подальшого призначення цих об'єктів. Нарешті, велике значення може мати вплив спадщини на екологічні детермінанти функціонування конкретного регіону: вона може впливати на більш раціональне управління простором і профілактику «розростання» окремих урбанізованих районів, але також може призводити до надмірного антропогенного впливу, у тому числі залучаючи занадто багато відвідувачів і збільшуючи інтенсивність автомобільного руху. Надзвичайно важливою площиною, що впливає на спадщину, є рівень і якість життя у конкретному місці: об'єкти спадщини впливають на задоволення культурних потреб і потреб у відпочинку, забезпечують естетику простору, а також впливають на загальне задоволення від місця проживання, на локальну ідентичність і місцевий патріотизм.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК.

1. Экономика культуры / Отв. ред. А.Я. Рубинштейн. М.: Слово, 2005. 436 с.
2. Актуальные проблемы экономики культуры наследия / Под ред. А.Я. Рубинштейна. М.: Государственный институт искусствознания, 2016. 108 с.
3. Rizzo I., Mingosa A. Handbook on the Economics of Cultural Heritage. Northampton: Edward Elgar Publishing Inc., 2013. 640 p.
4. Hausner J., Karwińska A., Purchla J. Kultura a rozwój. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2013. 518 s.
5. Рипкема Д. Экономика исторического наследия. М.: Билдинг Медиа Групп, 2006. 156 с.
6. Прибегга Л. Архитектурна спадщина України: пам'яткоохоронний аспект. К.: Інститут культурології НАМ України, 2015. 237 с.
7. Мартыненко И.Э. Правовой статус, охрана и восстановление историко-культурного наследия. Гродно: ГрГУ, 2005. 343 с.
8. Ганский В.А. Глобализация туристического бизнеса и формирование мирового рынка туристических услуг. Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития; под ред. Т.В. Внуковской. Ставрополь: Логос, 2012. 289 с.

REFERENCES:

1. Rubinshteyn A.Y. (2005) *Ekonomika kultury* [The economy of culture]. Moscow: Slovo. (in Russian)
2. Rubinshteyn A.Y. (2016) *Aktualnyie problemy ekonomiki kulturnogo naslediya* [Current problems of

economy of cultural heritage]. Moscow: Gosudarstvennyi institut iskusstvoznaniya. (in Russian)

3. Rizzo I., Mingosa A. (2013) Handbook on the Economics of Cultural Heritage. Northampton: Edward Elgar Publishing Inc. (in English)

4. Hausner J., Karwińska A., Purchla J. (2013) Kultura a rozwój [Culture and development]. Warsaw: Narodowe Centrum Kultury. (in Polish)

5. Ripkema D. (2006) Ekonomika istoricheskogo naslediya [Economics of historical heritage]. Moscow: Building Media Group. (in Russian)

6. Prybyeha L. (2015) Arkhitekturna spadshchyna Ukrainy: pamyatkookhoronnyy aspekt [Architectural

heritage of Ukraine: the aspect of protection]. Kyiv: Instytut kulturolohiyi NAM Ukrainy. (in Ukrainian)

7. Martynenko I.E. (2005) Pravovoy status, okhrana i vosstanovlenie istoriko-kulturnogo naslediya [Legal status, protection and restoration of historical and cultural heritage]. Grodno: GrSU. (in Russian)

8. Ganski V.A. (2012) Globalizatsiya turisticheskogo biznesa i formirovanie mirovogo rynka turisticheskikh uslug [Globalization of tourist business and formation of world market of tourist services]. Sovremennaya ekonomika: analiz sostoyaniya i perspektivy razvitiya [Modern economy: analysis of state and prospects of development]. Stavropol: Logos, pp. 121-134.

Ganski U.A.

Candidate of Economic Sciences, Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor, Head of Centre for Tourism,
Minsk Institute of Entrepreneurial Activity

SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIES AND REGIONS ON THE BASIS OF COMMERCIALIZATION OF HISTORICAL AND CULTURAL LEGACY

Heritage often determines the image of a particular place, territory or region, its attractiveness and the perception of both tourists and investors in some industries. Heritage can also be an important element of internal marketing aimed at local residents. Positive and lasting impact on local development associated with the inheritance of action depends, in part, from their constancy and the duration and extent of involvement of the local community as the provision of tourism services and the use of heritage for other purposes (economic and non-economic). Important can be also the multiplier effect of all types of repair and restoration works on historical sites and territories that arises in the process of their implementation, regardless of future assignment of these objects. A large value may have the effect of heritage on the environmental determinants of the functioning of a particular place, territory or region – it may influence a more rational space management and prevention of “sprawl” separate urbanized areas, but can also lead to excessive anthropogenic impact, including attracting too many visitors and increasing car traffic. A critical plane, which affects the heritage, is the level and quality of life in a particular place, territory or region: the heritage affect the satisfaction of cultural needs and requirements for leisure, provide good aesthetics of the space (including public places), and also affect the overall enjoyment of the residence, local identity, and local patriotism. When expecting that the objects and institutions of heritage will bring positive economic effects, necessary account the geographical location and communication availability of space, scale, and brand of the object, and the size of the settlement. Finally, the attitude of the local community towards heritage, awareness of its value and commercial potential, as well as entrepreneurial ability and internal resources of capital, determine the size and strength of the multiplier effects.