

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПрАТ “Вищий навчальний заклад
“МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ”

А. М. Гаврилюк

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА
У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ:
СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ ВИМІР**

Монографія

Видання друге

Київ
Видавництво Ліра-К
2022

УДК 351 : 338.48 : 304 (477)

Г 12

*Схвалено Вченою радою ПрАТ “Вищий навчальний заклад
Міжрегіональна академія управління персоналом”
(протокол №2 від 26 лютого 2020 року)*

Рецензенти:

Пірен Марія Іванівна, д.соц.н., проф., професор кафедри педагогіки та соціальної роботи Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, заслужений діяч науки і техніки України

Дегтярьова Ія Олександрівна, д.держ. упр., доц., директор Інституту публічного управління та адміністрування Національної академії державного управління при Президентові України

Кіслов Денис Васильович, д.держ. упр., проф., завідувачий кафедрою міжнародних відносин, міжнародного права та суспільно-гуманітарних дисциплін Відкритого міжнародного університету розвитку людини “Україна”

Поспелова Тетяна Вадимівна, д.держ. упр., доц., професор кафедри управління Київського університету імені Бориса Грінченка

Гаврилюк А. М.

Г 12 Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія. Вид. 2-ге. Київ : Видавництво Ліра-К, 2022. 428 с.

ISBN 978-617-7910-56-4

У монографії застосовано комплексний соціогуманітарний підхід до формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні на національному, регіональному, локальному рівнях, що ґрунтується на принципах туристичного людиноцентризму, гуманізму, сталого розвитку, інклюзії, соціальної згуртованості, мультикультуралізму тощо. Запропоновано маркетингову парадигму популяризації внутрішнього туризму як національну ідеологію, інструмент управління та розвитку території. Презентовано нові напрями реалізації державної політики в умовах децентралізації, зорієнтовані на промоцію ключових туристичних ідентифікаторів місцевості – різновидів туризму, образу, іміджу, бренда, репутації, сувенірного брендингу та нематеріальної культурної спадщини.

Видання адресовано студентам, слухачам, викладачам вищих навчальних закладів, працівникам органів державної влади та органів місцевого самоврядування, працівникам індустрії туризму та культури, широкому колу зацікавлених осіб.

УДК 351 : 338.48 : 304 (477)

ISBN 978-617-7910-56-4

© А. М. Гаврилюк, 2022

© Видавництво Ліра-К, 2022

*З любов'ю та вдячністю –
моїй великій, дружній родині –
присвячую !*

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....9

**РОЗДІЛ 1. ТУРИЗМ ЯК СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ ФЕНОМЕН:
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ**.....13

1.1. Туризмологічний дискурс соціогуманітарної
сутності туризму13

1.2. Історико-філософське осмислення туризму як
соціогуманітарного феномену **Ошибка! Закладка не
определена.**

1.3. Людиноцентризм як ключовий соціогуманітарний
принцип розвитку туризму **Ошибка! Закладка не
определена.**

1.4. Теоретичні засади соціальної складової сфери туризму
..... **Ошибка! Закладка не определена.**

1.5. Гуманітарні аспекти функціонування сфери туризму
..... **Ошибка! Закладка не определена.**

1.6. Інтерпретація сутності та узагальнення підходів до
дослідження туристичних ресурсів України **Ошибка!
Закладка не определена.**

Висновки до розділу 1 **Ошибка! Закладка не определена.**

Список використаних джерел .. **Ошибка! Закладка не определена.**

**РОЗДІЛ 2. СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОЇ
ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ**..... **Ошибка!**

Закладка не определена.

2.1. Методологічні засади дослідження державної
політики у сфері туризму **Ошибка! Закладка не
определена.**

2.2. Аксиологічний підхід до формування та реалізації
державної політики у сфері туризму в Україні **Ошибка!
Закладка не определена.**

2.3. Сучасні моделі державної політики у сфері туризму:
соціогуманітарний аспект **Ошибка! Закладка не
определена.**

- 2.4. Механізми формування та реалізації державної соціогуманітарної політики у сфері туризму **Ошибка! Закладка не определена.**
- 2.5. Соціогуманітарні засади програмно-цільового підходу до розробки та впровадження державної регіональної політики у сфері вітчизняного туризму **Ошибка! Закладка не определена.**
- Висновки до розділу 2 **Ошибка! Закладка не определена.**
- Список використаних джерел.. **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ..... Ошибка! Закладка не определена.

- 3.1. Вплив децентралізації на особливості формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 3.2. Розвиток державної регіональної політики у сфері вітчизняного туризму в територіальних громадах в умовах децентралізації **Ошибка! Закладка не определена.**
- 3.3. Переваги соціогуманітарного підходу до реалізації державної регіональної політики у сфері туризму в Україні..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 3.4. Сфера туризму локального рівня в цілях соціогуманітарного розвитку місцевих територіальних громад **Ошибка! Закладка не определена.**
- Висновки до розділу 3200
- Список використаних джерел.. **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 4. ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ПІДТРИМКИ ТА РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ТА ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: БАГАТОРІВНЕВИЙ ВИМІР. Ошибка! Закладка не определена.

- 4.1. Проблемне поле державної політики з формування правових засад розвитку організаційних форм та видів туризму в Україні **Ошибка! Закладка не определена.**

- 4.2. Специфіка районування різновидів внутрішнього туризму як інструмент розвитку території..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.2.1. Український етнічний туризм як соціогуманітарний тренд розвитку вітчизняних туристичних дестинацій **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.2.2. Соціальний інструментарій розвитку туризму в сільських місцевостях**Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.3. Міжнародний досвід державної підтримки розвитку соціального туризму **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.4. Перспективні напрями реалізації державної політики щодо розвитку окремих видів національного туризму **Ошибка! Закладка не определена.**
- Висновки до розділу 4 **Ошибка! Закладка не определена.**
- Список використаних джерел.. **Ошибка! Закладка не определена.**
- РОЗДІЛ 5. МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.1. Маркетингова парадигма формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.2. Соціопсихологогуманітарні основи вироблення політики державного маркетингу у сфері вітчизняного туризму **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.3. Особливості впровадження ціннісних засад маркетингового конструкту “образ – імідж – бренд – репутація території” як пріоритету реалізації державної соціогуманітарної політики у сфері туризму в Україні **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.4. Національний сувенірний брендинг в Україні як інструмент етнотуристичної промоції території та напрям розвитку регіональної політики..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- Висновки до розділу 5 **Ошибка! Закладка не определена.**
- Список використаних джерел.. **Ошибка! Закладка не определена.**

**РОЗДІЛ 6. НЕМАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК
ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ
ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ** **Ошибка! Закладка
не определена.**

- 6.1. Сутність та правові засади особливостей використання нематеріальної культурної спадщини як туристичного ресурсу території **Ошибка! Закладка не определена.**
- 6.2. Соціогуманітарні цінності нематеріальної культурної спадщини України в цілях державної політики розвитку туризму на рівні громад, регіонів, країни **Ошибка! Закладка не определена.**
- 6.3. Державний маркетинг туристичної промоції нематеріальної культурної спадщини в Україні **Ошибка! Закладка не определена.**

Висновки до розділу 6 **Ошибка! Закладка не определена.**

Список використаних джерел.. **Ошибка! Закладка не определена.**

ПІСЛЯМОВА..... **Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЄС –	Європейський Союз
КНУКіМ –	Київський національний університет культури і мистецтв
Конвенція –	Конвенція про охорону нематеріаль- ної культурної спадщини
МДА –	місцеві державні адміністрації
МК “О-І-Б-Р Т” –	маркетинговий конструкт “образ-імідж-бренд-репутація території”
МКМС	Міністерство культури, молоді та спорту України
МОН –	Міністерство освіти і науки України
НКС –	нематеріальна культурна спадщина
НТОУ –	Національна туристична організація України
ООН –	Організація Об’єднаних Націй
ОТГ –	об’єднані територіальні громади
ЮНВТО –	Всесвітня туристична організація
ЮНЕСКО –	Організація Об’єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

*Є скарби, допоки їх шукають.
Перестануть – от тоді вже все.*
Л. Костенко

ПЕРЕДМОВА

Туризм як мультипарадигмальний суспільний феномен здійснює вагомий вплив на розвиток особистості та суспільство в цілому, що визначає активний науковий дискурс вітчизняної туризмології.

Попри глибокі філософсько-культурологічні, психолого-педагогічні, економіко-географічні та інші напрями досліджень, в галузі науки “Державне управління” дослідницький пошук спрямований, переважно, на розробку економікоцентричного інструментарію розвитку туризму в Україні та його складових як потужного драйвера економічного зростання території.

Вплинули на цей процес ряд чинників, що пов’язані з: постійними структурно-організаційними змінами щодо підпорядкування сфери туризму різним міністерствам та відомствам; відсутністю загальнодержавної маркетингової стратегії просування вітчизняних туристичних ресурсів, яка б пропагувала національну ідеологію культурного “перевідкриття” України; несформованістю суспільної свідомості українських громадян щодо мотивації туристичного пізнання своєї Батьківщини; брак конкурентоздатного, патріотично налаштованого кадрового потенціалу, спроможного до впровадження якісних змін у сфері туризму та ін.

Все це в галузі науки “Державне управління” досліджувалось фрагментарно, що значно звужує, проте, актуалізує концептуальне бачення соціогуманітарного розвитку вітчизняної сфери туризму в сучасних умовах.

Відтак, беремо за основу у своїй роботі праксеологічно спрямований вислів головної редакторки Всеукраїнської газети “День” Лариси Івщиної: *“Ми стоїмо на порозі щастя любити свою країну, але щоб любити – треба пізнати!”*¹ і навколо нього розвиватимемо ідею теоретико-практичного обґрунтування розробки та реалізації осучасненої державної політики у сфері туризму в Україні.

¹ Івшина Л. Магніт мандрів та радість повернення. *Маршрут №1. Спеціалізований додаток до газети “День”*. Черв. 2014. С. 3.

З огляду на це, у монографії пропонується кардинально нова парадигма розвитку вітчизняного туризму, в центрі уваги якої – *Номо viator* – людина, що подорожує², збагачуючись духовно, фізично та задовольняючи свої найрізноманітніші потреби.

З позицій авторського підходу обґрунтовано необхідність вироблення та здійснення державної політики у сфері туризму на основі *туристичного людиноцентризму* – ключового соціогуманітарного принципу, сутність якого полягає у формуванні в процесі туристичних практик нового світогляду людини; наповнення його гуманістичним змістом всіма дотичними до надання туристичних послуг соціальними інститутами, особистостями, іншими суб'єктами та “отримання” в кінцевому результаті нового типу споживача та виробника туристичних послуг зі своїми запитами, поглядами, ідеями, переконаннями, знаннями, цінностями, досвідом тощо.

Основні положення проведеного дослідження вибудовані на аксіологічному підґрунті соціогуманітарного феномену туризму, що тісно пов'язаний із сучасним суспільно-політичним та культурним життям країни, а відтак, потребує удосконалення інституційного, правового, економічного, соціального, гуманітарного, маркетингового механізмів, які реалізуються через поліструктурний механізм розвитку.

Він передбачає застосування комплексного підходу до розробки та реалізації політики змін щодо внутрішнього та в'їзного туризму в Україні на багаторівневій основі із використанням принципів децентралізації, сталого розвитку, соціальної, секторальної та територіальної інклюзії, громадянської згуртованості, національної пам'яті, колективної ідентичності тощо; удосконалення маркетингових інструментів туристичної промоції України, зокрема, національного, регіонального, локального туристичного та сувенірного брендингу території та ін.

Структурно пропоноване наукове видання складається із шести розділів.

Спираючись на туризмологічний дискурс соціогуманітарного виміру туризму, в *першому розділі* монографії здійснено теоретико-методологічне обґрунтування сутності туризму як соціально-гуманітарного феномену, який еволюціонує на всіх етапах історичного розвитку людської цивілізації як соціальний інститут, соціальна практика і набув в сучасних умовах ознак поліфункціонального

² Марсель Г. *Номо viator* = [Людина мандруюча] / пер. В. Шовкун. Київ, 1999. 320 с.

глобального явища; має всі передумови для дослідження як окремої сфери “економіки вражень” та складової духовного життя суспільства; склався як простір формування та використання національних туристичних ресурсів, що постійно перебувають в центрі уваги вітчизняних та зарубіжних наукових досліджень.

Оцінюючи належним чином проаналізовані джерела, присвячені проблематиці розвитку туризму в Україні, змушені вказати на недостатній рівень висвітлення проблемних аспектів формування та реалізації державної соціогуманітарної політики у сфері вітчизняного туризму, що сформувало науковий дискурс *другого розділу* і знаходить відображення в сучасних моделях державної політики; пошуку соціогуманітарного інструментарію реалізації комплексу механізмів державного управління (нормативно-правового, функціонально-організаційного, програмно-цільового, фінансово-економічного, соціально-психологічного та ін.) та активно застосовується нині в цілях державної регіональної політики у сфері національного туризму.

В основу *третього розділу* покладено результати дослідження сучасного стану та основних тенденцій розвитку державної політики у сфері вітчизняного туризму в умовах децентралізації; виявлено ключові чинники, що впливають на спроможність територіальних громад, які отримують такі можливості, зокрема, і завдяки соціогуманітарним перевагам розвитку туризму і мають місце в цілях соціогуманітарного розвитку територій.

Суттєву частину дослідження (*четвертий розділ*) присвячено виявленню особливостей вироблення та реалізації державної політики підтримки та розвитку організаційних форм та видів туризму в Україні крізь призму багаторівневого виміру, що формується відповідно до наявних національних, регіональних та локальних туристичних ресурсів та вказує на значні правові прогалини в чинному вітчизняному законодавстві; проявляється у специфіці районування різновидів внутрішнього туризму як інструментів розвитку територій; впливає на появу та розвиток новітніх видів туризму та відображається в соціогуманітарних напрямках реалізації державної політики на всіх управлінських рівнях.

Зasadничим теоретико-практичним інструментом реалізації державної політики у сфері вітчизняного туризму *в п'ятому розділі* визнається державний (некомерційний) маркетинг як виправдана сучасна парадигма впровадження соціогуманітарних засад державної політики у сфері туризму в Україні, спрямованої на утвердження сучасної візії формування позитивного туристичного образу, іміджу,

бренда, репутації території локального, регіонального, національного рівнів та засіб її етнотуристичної промоції.

Науковою “родзинкою” монографії є включення до тематики дослідження (*шостий розділ*) питань щодо використання нематеріальної культурної спадщини як ціннісного ресурсу розвитку території, чинника формування духовно-культурної своєрідності, поліетнічної самобутності українського народу, ресурсу туристичної промоції території та напрям реалізації державної політики у сфері туризму в Україні на рівні громад, регіонів та в цілому країни.

Саме у такому форматі пропонуємо ознайомитися з цим науковим виданням.

РОЗДІЛ 1. ТУРИЗМ ЯК СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ ФЕНОМЕН: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

1.1. Туризмологічний дискурс соціогуманітарної сутності туризму

Сучасні глобалізаційні процеси активно проникають у всі суспільні сфери та залучають різновекторний інструментарій соціогуманітарних практик людської життєдіяльності до нових реалій. Серед них одне з ключових місць посідає сфера³ туризму із потужною системою взаємозумовлених зв'язків, що впливають на політику, економіку, культуру, освіту, релігію, рекреацію, спорт, охорону здоров'я, транспорт, зв'язок тощо.

На кожному історичному етапі суспільні запити різних соціальних груп щодо оздоровлення, відпочинку, навчання, обміну досвідом, поширенні інновацій тощо відображалися на еволюції подорожей. З формату індивідуальних – вони перетворювалися на організовані масові тури, що обумовило створення індустрії туризму. Паралельно, почав зростати й науковий інтерес до тлумачення туризму як суспільного феномену ХХ–ХХІ століть.

Творчі доробки фахівців з різних галузей знань склали базову теоретичну основу для формування *туризмології* – науки про туризм⁴, яка синтезує дані різних наукових підходів. Її предметне поле ґрунтується на теорії, що має соціокультурні та економічні знання, концептуально оформлені для тлумачення багатоаспектного феномена⁵ туризму.

На початку 90-х років ХХ століття у вітчизняній науковій думці активно формується туризмознавчий дискурс, що спирається на філософський, історичний, правознавчий, економічний, соціологічний, географічний, психологічний, демографічний, археологічний, управлінський та інші наукові погляди, які й виокремлюють різні підходи до пояснення сутності туризму як соціогуманітарного феномену.

³ У перекладі з грецької сфера (*sphaira* – куля) тлумачиться як сфера дії або діяльності, межі поширення.

⁴ Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 2. С. 173–180.

⁵ У перекладі з грецької (*φαινόμενον*) *феномен* – це незвичайне, рідкісне, виняткове явище, факт, подія, процес, особа, що виступають об'єктами чуттєвого споглядання.

В його основі – принципи⁶, що інтерпретують зміст туризму з позицій різних наукових підходів і зумовлюють концептуальні версії туризмології. До системи принципів належать моральні принципи поведінки туриста (етичний кодекс туриста), принципи відповідальності (відповідального туризму), принципи дотримання вимог забезпечення поєднання соціальної та економічної ефективності туристичного бізнесу. Серед базових – принцип усвідомлення туризму як фактору розуміння сутності людини, що подорожує⁷.

В цілому, наукові інтерпретації зводяться до того, що:

- *принцип історизму* досліджує особливості становлення та збагачення теорії туризму в хронологічній послідовності;
- *культурологічний принцип* є основою для задоволення різноманітних духовних, моральних, естетичних та інших потреб людини-мандрівника;
- *рекреаційний принцип* формує розуміння туризму як важливого засобу релаксації та відпочинку;
- *діяльнісний принцип* визначає туризм особливим видом різнопланової людської активності;
- *гуманістично-антропологічний принцип* сприяє самореалізації людини як особистості;
- *принцип системного підходу* дає змогу аналізувати туризм відносно цілісним і складним суспільним явищем⁸.

Ретельно досліджуючи феноменологічні та теоретичні засади туризму, вітчизняні науковці⁹ виокремлюють такі його складові:

- *філософію туризму* як методологічну та концептуальну основу туризмології;
- *географію туризму*, її сутність (територіальну організацію туризму, туристичне районування, принципи розміщення туристичних ресурсів);
- *соціологію туризму* та проблеми мотивації туристичної діяльності (туризм як соціокультурний інститут; структура соціології туризму; соціологічні аспекти дослідження туризму);

⁶З латини *принцип* (*principium* – початок, основа) є відправною й організуючою ідеєю, на підставі якої формується теорія.

⁷Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко та ін. Київ, 2013. С. 29-32.

⁸Там само. С. 344.

⁹Абрамов В. В. Конспект лекцій з дисципліни “Туризмологія”. Харків, 2015. С. 17-18; Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія. Київ, 2013. С. 29-32.

- *культурологію та її принципи* (підгрунтя) вивчення феномену туризму (способи, методи, механізми, закріплення культурної значущості отриманої інформації про особливості туристичної діяльності);
- *психологію та етику туризму*, етичні виміри туризму, психологічні проблеми управління сферою туризму тощо;
- *педагогіку туризму*, її місце та роль у туризмознавчому дискурсі; проблеми формування особистості засобами виховання, навчання та розвитку в контексті соціогуманітарних функцій туризму;
- *праксеологію туризму* (наукове обґрунтування туристичних практик, принципів туризму, економіки туризму, інституту гостинності як фактору аксіологічного знання).

Історичну періодизацію розвитку туризму в Україні здійснено вітчизняними вченими В. Абрамовим, І. Афанасьєвим, Т. Дьоровою, С. Поповичем, Т. Сокол, М. Тонкошкурор, Л. Устименко, О. Фастівець В. Федорченком та рядом інших дослідників. Науковці і досі дискутують щодо визначення відправних точок формування окремих етапів розвитку туризму. Водночас, вчені однакостайні в тому, що туризм як суспільний інститут і феномен ХХ–ХХІ століть еволюціонував під впливом цивілізаційних процесів, що торкалися в цілому всього міжнародного співтовариства.

Головним суб'єктом функціонування туризму є людина, яка змінюється під впливом подорожей. Туризм спрямовує свої наукові пошуки на *Homo viator* – людину, що подорожує¹⁰ і стає суб'єктом тісних кроскультурних комунікацій суспільних спільнот, які споживають культурний туристичний продукт та збагачують власну “мультикультурну грамотність”, ознайомлюючись із культурною та природною спадщиною¹¹.

Культурологічний підхід до інтерпретації туризму доповнюють наукові положення вітчизняних вчених, серед яких: В. Пазенок, С. Горський, Т. Дьорова, О. Кручек, О. Лукашевич, Я. Любивий, О. Левицька, І. Міщич, В. Нападиста, С. Панченко, В. Смолій, С. Соляник, Н. Фоменко, Г. Цехмістрова, М. Цюрупа, І. Міщич, В. Худо, В. Цибух та інші.

¹⁰ Марсель Г. *Homo viator* = [Людина мандруюча] / пер. В. Шовкун. Київ, 1999. 320 с.

¹¹ Воронкова В. Г. Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки*. 2010. Вип. 8. С. 23-35.

Водночас, комплексні дослідження українських науковців сформували базові теоретичні основи туризмології як методологічної економічної та соціогуманітарної науки, що формулює понятійний апарат, вивчає закономірності функціонування і розвитку феномену туризму, визначає методи, принципи, функції теорії туризму тощо.

Вітчизняні науковці Д. Басюк, М. Бойко, І. Бочан, А. Мазаракі, М. Мальська, Г. Михайліченко, Н. Ведмідь, С. Захарін, В. Кифяк, М. Пуцентейло, А. Романова, Т. Ткаченко, Л. Федулова, І. Черниш та інші сферу туризму розглядають у контексті причетності до функціонування різноманітних галузей і секторів світової та національної економік через економіко-соціальні зв'язки з підприємствами, які надають туристичні послуги. Такий вплив є взаємообумовлюючим. Важелі економічного впливу на туризм проявляються через зростання реальних доходів населення, що впливають на масовий туристичний рух.

Активізація подорожей та мандрівок призводить до *мультиплікативного ефекту туризму*, який позитивно впливає на розвиток території і залучає знання і досвід фахівців із соціально-гуманітарної сфери. Як стверджує Л. Федулова, початок ХХІ століття є часом соціогуманітарних трансформацій, зорієнтованих на людиноцентризм, що продукують розвиток ноосферної економіки і розглядають людину як самоціль суспільного розвитку¹².

Ноосферна економіка цілком може слугувати підґрунтям для розвитку економіки вражень, “зорієнтованої на мотивацію індивідуального туристичного враження та особисто пережитий досвід, яким споживач ділиться в соціальних мережах, на туристичних сайтах та програмах для подорожей тощо”¹³.

Туризм тісно пов'язаний із соціогуманітарними науками, проте причетний до глобальних та національних економічних процесів. Саме тому, в центрі уваги туризмології як науки та туристичної практики виокремлюється діяльність *туристичних підприємств*, що функціонують задля обслуговування запитів і потреб туристів; залучаються установи громадського харчування, транспортних послуг, розваг, дозвілля тощо. У такий спосіб туризм акумулює різні сфери людської життєдіяльності, що сприяють залученню знань і досвіду з

¹² Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку України : монографія / Л. І. Федулова та ін. Київ, 2007. 472 с.

¹³ Романова А.А. Туристична індустрія: стратегія розвитку та управління : монографія. Чернівці, 2018. С. 17.

інших соціально-гуманітарних дисциплін. “Туризмологія переймає (позичає) знання суспільно-гуманітарних наук, і тим самим збагачує себе як наука”¹⁴.

Одну із базових складових вчення про туризм представляють дослідження у сфері географічних наук, що спрямовані на характеристики природних умов подорожування, вивчення напрямів туристичних потоків в різних регіонах світу, економічних та соціокультурних факторів впливу географії на туризм.

Важливими в цьому контексті є теоретичні розробки В. Антоненка, Г. Балабанова, О. Бейдика, Т. Божко, В. Кіптенко, М. Крачила, О. Любіцевої, Є. Панкової, В. Смаля, І. Смірнова, В. Стафійчука, Л. Ткачук, інших вчених. Ними представлено аналіз широкого спектра туристичних ресурсів національного та міжнародного туризму, особливості їх використання в сучасних умовах та класифікацію з позицій національного та глобального економіко-географічного та соціального розвитку; організацію туристичного господарства та його регіональні виміри; виокремлено рекреаційну діяльність та вплив її складових на психолого-мотиваційний вибір туристами місць відпочинку та усвідомлення туризму важливим засобом релаксації та відновлення духовних, фізичних сил; піднімаються проблемні питання, що перешкоджають розвитку сфери та перспективні напрямки збереження довкілля під час антропологічних навантажень та ін.

За своєю природою туризм – явище соціальне й торкається всіх аспектів суспільного життя, докорінно впливаючи на їх розвиток. Поява соціології туризму, як галузі наукових знань, пов’язана з місцем та значенням, яке займає в житті людини туризм як потужний, поліфункціональний за своєю природою, тип людської діяльності, що тісно пов’язаний з політичним, економічним, соціальним, екологічним та культурним життям суспільства.

Теоретичні засади однієї з наймолодших галузей соціологічних наук – соціології туризму сформовані в працях С. Горського, М. Кляпа, І. Коваленко, М. Лукашевича, Ю. Столбової, Ф. Шандора, Ю. Яковенко та інших вчених, які базуються на комплексному дослідженні туризму із застосуванням соціологічних методів і процедур як окремого виду діяльності, сфери відпочинку, середовища перебування людини-мандрівника, формування її

¹⁴ Абрамов В. В. Конспект лекцій з дисципліни “Туризмологія”. Харків, 2015. С. 6.

світогляду, виявлення мотивів, що спонукають до подорожей, соціальних відносин із іншими членами туристичних комунікацій і моделювання на цій основі соціального портрету мандрівника; розкриття основних форм суспільної взаємодії в туристичній групі, організації, соціальній системі туризму в цілому.

Доповнюють соціологічний дискурс сутності туризму дослідження в галузі психології. Вони наразі не є досить активними у вітчизняній науковій думці, проте поступово формують теоретичну базу з напрацювань О. Крупського, О. Шевякова, Н. Євдокімової та інших вчених і спрямовані на формування психологічної теорії взаємодії продавця та споживача туристичних послуг, вивчення психологічних процесів такої взаємодії, до якої долучається місцеве населення та інші учасники комунікативних туристичних процесів.

Психологічний напрям знаходить відображення в дослідженнях вчених з боку представників інших галузей знань. Бачимо висвітлення тематики психолого-соціальних характеристик індивідів з різними статусами та ролями під час подорожі як в середині країни проживання, так і в іншокультурному та поліетнічному середовищах у процесі споживання туристичного продукту; розробці методик щодо поновлення фізичного та психічного здоров'я туристів, психологічної реабілітації тощо в працях М. Лукашевича, В. Луньова, О. Любчук, І. Смірнова, І. Подмаркової, О. Ярошкевича, інших вчених, які постають в центрі уваги філософських, педагогічних, географічних, економічних наук та державного управління.

Безперечно, сфера туризму тісно взаємодіє з педагогічними науками, з огляду на свій освітній, виховний, просвітницький, компетентнісний, ціннісний, гуманістичний потенціал. У структурі педагогіки туризму чільне місце посідають методологічні основи туристичної освіти та виховання; особливості управління нею на всіх рівнях; гуманізація, екологізація стосунків “педагог-учень-студент”; людиноцентрична орієнтованість освітніх процесів; набуття фахової компетентності та престижності освіти у сфері туризму; актуалізація туризму як засобу національно-патріотичного виховання всіх категорій громадян України, задіяних в освітній та туристичний процеси та ін.