

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«ЛЬВІВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ ТА ПРАВА»**

Кваліфікаційна  
наукова праця  
на правах рукопису

**ФЕЛЕНЧАК ЮЛІЯ БОГДАНІВНА**

УДК 338.483

ДИСЕРТАЦІЯ

**ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ**

Спеціальність 08.00.07 – Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика

Подається на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело  
\_\_\_\_\_ Ю.Б. Феленчак

Науковий консультант:  
доктор економічних наук, професор  
Шевчук Любов Теодорівна

**Львів-2021**

## АНОТАЦІЯ

**Феленчак Ю. Б. Формування і реалізація соціальної доктрини туризму. – На правах рукопису.**

**Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. – Заклад вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права», 2021.**

У дисертаційній роботі розроблено та обґрунтовано теоретико-методологічні засади формування та реалізації соціальної доктрини туризму в умовах становлення та розвитку національної системи туризму з метою залучення України до євроінтеграційних процесів.

Обґрунтовано теоретичні основи аналізу соціальної доктрини туризму, актуалізовано поняття туризму як сфери соціалізації людини, вдосконалено підходи до визначення сутності туризму з позицій соціальної доктрини як напрямку економічного зростання країни та її регіонів.

Визначено місце соціального туризму серед організаційних форм та видів туризму на сучасному етапі розвитку суспільства. Обґрунтовано необхідність практичної реалізації ідей соціального туризму в сучасних умовах щодо забезпечення доступності повноцінного відпочинку для усіх категорій громадян, незалежно від їх соціального чи фінансового статусу. Розглянуто можливості стимуляції розвитку соціального туризму у діяльності туристичних підприємств та органів державної та місцевої влади.

Обґрунтовано, що сучасний туризм характеризується вираженою соціальною спрямованістю і позиціонується як особлива соціальна сфера економіки. Активний розвиток туризму нівелює регіональні диспропорції соціального-економічного розвитку регіонів, сприяє підвищенню продуктивності традиційних регіональних видів господарювання, збереженню культурної спадщини та автентичності регіонів.

Встановлено, що поняття «туризм» характеризується певною динамікою формування, що синхронізується з становленням туризму як ефективної сфери

економічної діяльності у світі та зростанням його соціальної значимості при формуванні базових орієнтирів рівня та якості життєдіяльності суспільства.

Визначено поняття «туризм» з позиції функціональної єдності економічного, споживчого, соціального та культурного підходів з урахуванням соціальної доступності туристичних послуг різним категоріям споживачів. Зазначені підходи не суперечать один одному і відображають різні сторони функціонування такого складного і багатоаспектного явища як туризм.

Обґрунтовано існування взаємозв'язку між системою національних цінностей держави та її економічною і соціальною політикою у сфері туризму. Доведено, що туризм є впливовим чинником культурної соціалізації і динамічною сферою поширення загальнолюдських цінностей. Сфера туризму постійно трансформується і перебуває у залежності від ціннісно-орієнтаційних характеристик суспільства, соціальних груп та окремої особистості зокрема.

Національні цінності, закладені в основі соціальної доктрини туризму, визначають особливості реалізації державної політики у сфері туризму, перспектив розвитку окремих видів туризму з урахуванням регіональної специфіки у її межах, розробки програм оптимізації національної системи туризму та застосування механізмів їх реалізації з метою задоволення потреб у туристичних послугах різних соціальних груп населення, у тому числі осіб малозабезпечених та маломобільних груп.

Рівень життя населення відображає рівень суспільного розвитку держави та формує відповідні споживчі запити до функціонування туристичної галузі та впливає на динаміку внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків. Рівень фактичних доходів населення є головним показником формування попиту на послуги національного туристичного ринку і найбільш достовірним показником, на якому доцільно будувати стратегії розвитку системи національного туризму. Доходи від туристичної діяльності опосередковано відображають рівень реальних доходів населення, оскільки показують обсяг фактичного платоспроможного попиту на послуги туристичних підприємств.

Сформульовано дефініцію соціальної доктрини туризму як системи концептуальних ідей та поглядів на стратегію і основні напрями розвитку туризму у державі протягом визначеного часового періоду з урахуванням актуальних потреб та особливостей розвитку її соціальної сфери. Розробка соціальної доктрини туризму передбачає виконання конкретних програмних завдань у культурі, науці, освіті, інформаційному забезпеченні, соціальній інфраструктурі, туристичному бізнесі, соціальних ресурсах туризму, соціальній безпеці туризму та соціальному управлінні.

Визначено поняття соціальної доктрини туризму як наукової теорії, що базується на рівні інтелектуального, освітнього, культурного та духовного розвитку нації, національній ідеї та будується на цілісній та гармонійній системі принципів, поглядів, уявлень, норм поведінки людей в процесі соціалізації як пізнання нового, метою якої є використання таких економічних механізмів, заходів і правотворчих дій держави, які забезпечать доступ до отримання туристичних послуг всіма верствами населення.

Узагальнено теоретичні підходи до виділення видів туризму, які існують в сучасній економічній науці. Вдосконалено систему класифікації видів туризму шляхом виділення соціальної доступності занять туризмом як окремої класифікаційної ознаки на основі якої запропоновано виділяти екологічний, сільський, релігійний, інклюзивний, лікувально-оздоровчий, фестивальний та інші види туризму, у яких провідною ознакою їх виділення є соціальна доступність. Наголошено на некомерційності соціального туризму, що суттєво впливає на специфіку його розвитку та активізації.

Розроблено компонентну трьох-блокову структуру соціального туризму на основі об'єктивних специфічних вимог до організації, надання та споживання послуг соціального туризму: перший (лікувально-оздоровчий та спортивно-оздоровчий туризм), другий (спортивний та інклюзивний туризм) та третій блок (види туризму, які орієнтуються на доступність відповідних подорожей для широкого кола осіб: екологічний, сільський, релігійний, інклюзивний, лікувально-оздоровчий, фестивальний).

Проаналізовано особливості ресурсної та матеріально-технічної бази туризму з позицій розробки і реалізації соціальної доктрини туризму, розвиток та функціонування яких формує передумови та є впливовим чинником реалізації соціальної доктрини туризму в Україні. За результатами оцінки показників функціонування суб'єктів туристичної діяльності, кількості обслужених ними туристів та обсягів доходів від туристичної діяльності у регіонах України, виокремлено окремі важливі тенденції. Обґрунтовано роль історико-культурних об'єктів як центрів активізації процесів соціалізації туризму. Окреслено соціальне значення закладів екскурсійного обслуговування, готельного та ресторанного господарства з позицій організації соціального туризму.

Проаналізовано динаміку доходів від туристичної діяльності впродовж досліджуваного періоду. Встановлено, що найвищими темпами зростання доходності туристичного бізнесу характеризувалися місто Київ, а також Чернігівська, Вінницька, Львівська, Сумська області. Важливою тенденцією у трансформації структури доходів від туристичної діяльності у 2015-2018 рр. стало збільшення частки прибутків від організації внутрішнього туризму і незважаючи на загальне зниження платоспроможного попиту на туристичні послуги в останні роки, наявні показники демонструють високий рівень стійкості туристичної сфери регіонів України.

За результатами аналізу територіальних відмінностей діяльності колективних закладів розміщення виявлено суттєві просторові диспропорції у розвитку регіонів України. Найвищий рівень розвитку мережі колективних закладів розміщення характерний для Південного та Карпатського макрорегіонів, а також для столиці й найбільш урбанізованих областей з високим рівнем ділової активності. Депресивною із погляду розвитку туристичного бізнес є Закарпатська область, в якій починаючи із 2011 року спостерігається загальне зниження кількості суб'єктів туристичної діяльності.

Проаналізовано динаміку кількості колективних засобів розміщення на загальнодержавному рівні, визначено, що їх число зменшується починаючи із

2014 року. Виявлено, що незважаючи на скорочення числа колективних закладів розміщення, кількість розміщених осіб у них після суттєвого спаду у 2013-2014 рр. постійно зростає, що є досить позитивною тенденцією. Встановлено, що в умовах пандемії COVID-19 за попередніми даними в Україні зріс обсяг внутрішнього туризму, що є прикладом компенсаційного механізму функціонування туристичної сфери в умовах соціалізації.

Проаналізовано специфіку та показники розвитку ресторанного господарства України з впродовж останнього часу з позицій реалізації соціальної доктрини туризму. Наголошено, що у сучасних умовах в Україні суттєвою перешкодою для наукових досліджень проблем розвитку сучасної мережі ресторанного господарства є недосконалість системи статистичного обліку.

Екскурсійне забезпечення є невід'ємною складовою сучасного туристичного продукту і вимоги сучасного споживача зумовлюють пошуки нових підходів до організації екскурсійної діяльності та активного застосування інноваційних технологій з метою вдосконалення якості та асортименту екскурсійних послуг. Нові форми і методи проведення екскурсій, які активно використовуються у сучасному туристичному обслуговуванні значно сприяють реалізації низки положень соціальної доктрини туризму у межах національної системи туризму.

Досліджено особливості організації видів соціального туризму, у яких ознаки соціальної доступності є важливими умовами їхнього функціонування та масштаби їхнього впливу на процеси реалізації соціальної доктрини туризму: екологічного, сільського, етнічного, релігійного, інклюзивного.

Акцентовано, що при здійсненні аналізу інноваційних процесів у туристичній сфері слід враховувати її системний характер. Розглядаючи економічні процеси у туристичній сфері держави, окремий регіон слід розглядати як підсистему її туристичного комплексу, а окремі туристичні дестинації у межах регіону повинні трактуватися як підсистеми нижчого ієрархічного рівня. Для визначення елементарних одиниць аналізу інноваційної

діяльності у туристичній сфері і можуть бути сформовані два головні підходи – функціональний та просторовий.

Обґрунтовано інноваційні пріоритети розвитку соціальних видів туризму з урахуванням виокремлених блоків – груп видів соціального туризму, які відрізняються між собою специфікою організації та надання туристичних послуг відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників. Виділені інноваційні напрями регіонального розвитку туризму в умовах соціалізації економіки не можуть бути реалізованими без забезпечення ефективного функціонування відповідних організаційних форм, якими можуть бути органи державної влади та місцевого самоврядування, наукові та освітні заклади, місцеві громади та інші спільноти, туристичні підприємства та організації, заклади сфери обслуговування, транспортні та інші мережі, заклади технічного обслуговування, консалтингові організації, дестинації, засоби масової інформації та ін.

Проаналізовано зарубіжний досвід розвитку соціального туризму та особливості його використання при формуванні вітчизняної соціальної доктрини туризму. Сформовано концептуальну модель соціальної доктрини туризму, яка базується на принципах соціальної відповідальності, безпеки, соціальної доступності та сталого розвитку. Визначено, що у формуванні і реалізації соціальної доктрини туризму ключовим є принцип соціальної доступності, який складається із чотирьох основних аспектів – інформаційного, фінансового, психологічного та інфраструктурного.

Встановлено, що із врахуванням просторових відмінностей туристичного потенціалу оптимальним об'єктом розробки та впровадження соціальної доктрини туризму є держава. Обґрунтовано, що саме на національному рівні, шляхом інтеграції різноспрямованих процесів розвитку туристичної сфери регіонів, з урахуванням глобальних тенденцій та цінностей, можливою є розробка концептуальної моделі соціально орієнтованого розвитку туризму, на підставі якої доцільним є розроблення національної туристичної стратегії, а також регіональних програм.

Створено структурно-логічну модель формування і реалізації соціальної доктрини туризму, яка має на меті вдосконалити розвиток національної системи туризму з урахуванням об'єктивних умов суспільно-політичного розвитку держави. Обґрунтовано роль національної ідеї у процесах формування і реалізації соціальної доктрини туризму України.

Розроблено структуру соціальної доктрини та визначено стратегічні завдання розвитку туризму та напрями їх врахування у формуванні соціальної доктрини туризму України. Запропоновано шляхи використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій у реалізації соціальної доктрини туризму.

Ключові слова: соціалізація, туризм, соціальна доктрина, соціальна доктрина туризму, класифікація туризму, види туризму, соціальний туризм, національні цінності, стратегічні завдання.

## ANNOTATION

**Felenchak Yu. B. Formation and implementation of the social doctrine of tourism. – The manuscript.**

**The thesis for the degree of doctor of economic sciences, speciality 08.00.07 - the demography, labor economics, social economy and politics. - Institution of higher education "Lviv University of Business and Law", 2021.**

In the dissertation the theoretical and methodological bases of formation and realization of the social doctrine of tourism in the conditions of changes of the institutional environment and realization of the European integration choice of Ukraine are developed and substantiated.

Theoretical bases of the analysis of the social doctrine of tourism are substantiated, the concept of tourism as sphere of socialization of the person is actualized, approaches to definition of essence of tourism from positions of the social doctrine as a direction of economic growth of the country and its regions are improved.



The place of social tourism among organizational forms and types of tourism at the present stage of society development is determined. The necessity of practical realization of ideas of social tourism in modern conditions concerning maintenance of availability of high-grade rest for all categories of citizens, irrespective of their social or financial status is substantiated. Possibilities of stimulating the development of social tourism in the activity of tourist enterprises and state and local authorities are considered.

It is substantiated that modern tourism is characterized by a pronounced social orientation and is positioned as a special social sphere of the economy. Active development of tourism eliminates regional disproportions of social and economic development of regions, promotes increase of productivity of traditional regional kinds of economy, preservation of cultural heritage and authenticity of regions.

It is established that the concept of "tourism" is characterized by a certain dynamics of formation, which is synchronized with the formation of tourism as an effective sphere of economic activity in the world and the growth of its social significance in forming basic guidelines for the level and quality of society.

The concept of "tourism" is defined from the standpoint of the functional unity of economic, consumer, social and cultural approaches, taking into account the social accessibility of tourist services to different categories of consumers. These approaches do not contradict each other and reflect different aspects of the functioning of such a complex and multifaceted phenomenon as tourism.

The existence of the relationship between the system of national values of the state and its economic and social policy in the field of tourism is substantiated. It is proved that tourism is an influential factor of cultural socialization and a dynamic sphere of dissemination of universal values. The sphere of tourism is constantly transformed and depends on the value-oriented characteristics of society, social groups and the individual in particular.

National values underlying the social doctrine of tourism determine the features of the state policy in the field of tourism, prospects for the development of certain types of tourism taking into account regional specifics within it, development

of programs to optimize the national tourism system and application of mechanisms to meet the needs of tourism services. various social groups, including low-income and low-mobility groups.

The standard of living of the population reflects the level of social development of the state and forms the relevant consumer demands for the functioning of the tourism industry and affects the dynamics of internal and external tourist flows. The level of actual incomes of the population is the main indicator of the formation of demand for services of the national tourist market and the most reliable indicator on which it is advisable to build strategies for the development of the national tourism system. Revenues from tourism activities indirectly reflect the level of real incomes of the population, as they show the amount of actual effective demand for the services of tourism enterprises.

The definition of the social doctrine of tourism as a system of conceptual ideas and views on the strategy and main directions of tourism development in the country during a certain period of time, taking into account the current needs and peculiarities of its social sphere. The development of the social doctrine of tourism involves the implementation of specific program tasks in culture, science, education, information support, social infrastructure, tourism business, social resources of tourism, social security of tourism and social management.

The concept of social doctrine of tourism as a scientific theory based on the level of intellectual, educational, cultural and spiritual development of the nation, national idea and based on a holistic and harmonious system of principles, views, ideas, norms of human behavior in the process of socialization as a new knowledge. is the use of such economic mechanisms, measures and law-making actions of the state, which will provide access to tourist services for all segments of the population.

Theoretical approaches to the selection of types of tourism that exist in modern economics are generalized. The system of classification of types of tourism has been improved by allocating social accessibility of tourism classes as a separate classification feature on the basis of which it is proposed to distinguish ecological,

rural, religious, inclusive, health, festival and other types of tourism, in which social accessibility is the leading feature.

Emphasis is placed on the non-profit nature of social tourism, which significantly affects the specifics of its development and activation.

A component three-block structure of social tourism has been developed on the basis of objective specific requirements for the organization, provision and consumption of social tourism services: the first (health and sports tourism), the second (sports and inclusive tourism) and the third block (types of tourism) , which focus on the availability of appropriate travel for a wide range of people: environmental, rural, religious, inclusive, health, festival).

The peculiarities of the resource and material and technical base of tourism from the standpoint of development and implementation of the social doctrine of tourism, the development and functioning of which forms the prerequisites and is an influential factor in the implementation of the social doctrine of tourism in Ukraine. According to the results of the assessment of the indicators of functioning of tourism entities, the number of tourists served by them and the amount of income from tourism activities in the regions of Ukraine, some important trends have been identified. The role of historical and cultural sites as centers of intensification of tourism socialization processes is substantiated. The social significance of excursion service establishments, hotel and restaurant economy from the standpoint of social tourism organization is outlined.

The dynamics of income from tourism activities during the study period is analyzed. It was established that the highest growth rates of profitability of the tourism business were characterized by the city of Kyiv, as well as Chernihiv, Vinnytsia, Lviv, Sumy regions. An important trend in the transformation of the structure of income from tourism in 2015-2018 was the increase in the share of revenues from domestic tourism and despite the general decline in effective demand for tourism services in recent years, the available indicators show a high level of sustainability of tourism in Ukraine.

According to the results of the analysis of territorial differences in the activity of collective accommodation establishments, significant spatial disparities in the development of the regions of Ukraine were revealed. The highest level of development of the network of collective accommodation establishments is typical for the Southern and Carpathian macro-regions, as well as for the capital and the most urbanized regions with a high level of business activity. The Transcarpathian region is depressed in terms of tourism business development, where since 2011 there has been a general decrease in the number of tourism entities.

The dynamics of the number of collective accommodation facilities at the national level is analyzed, it is determined that their number has been decreasing since 2014. It was found that despite the reduction in the number of collective accommodation establishments, the number of persons accommodated in them after a significant decline in 2013-2014 is constantly growing, which is a very positive trend. It is established that in the conditions of the COVID-19 pandemic, according to preliminary data, the volume of domestic tourism in Ukraine has increased, which is an example of a compensatory mechanism for the functioning of the tourism sector in terms of socialization.

The specifics and indicators of the development of the restaurant industry of Ukraine in recent times from the standpoint of the implementation of the social doctrine of tourism are analyzed. It is emphasized that in modern conditions in Ukraine a significant obstacle to research on the development of a modern restaurant network is the imperfection of the statistical accounting system.

Excursion support is an integral part of the modern tourist product and the requirements of the modern consumer determine the search for new approaches to the organization of excursion activities and the active use of innovative technologies to improve the quality and range of excursion services. New forms and methods of excursions, which are actively used in modern tourist services, significantly contribute to the implementation of a number of provisions of the social doctrine of tourism within the national tourism system.

The peculiarities of the organization of types of social tourism, in which the signs of social accessibility are important conditions of their functioning and the scale of their impact on the implementation of the social doctrine of tourism: ecological, rural, ethnic, religious, inclusive.

It is emphasized that the analysis of innovation processes in the tourism sector should take into account its systemic nature. Considering the economic processes in the tourism sector of the state, a particular region should be considered as a subsystem of its tourist complex, and individual tourist destinations within the region should be treated as subsystems of the lower hierarchical level. To determine the basic units of analysis of innovation in the tourism sector and can be formed two main approaches - functional and spatial.

Innovative priorities for the development of social types of tourism are substantiated, taking into account the selected blocks - groups of types of social tourism, which differ in the specifics of the organization and provision of tourist services in accordance with the social status of the main contingent of its participants. The selected innovative directions of regional development of tourism in the conditions of socialization of economy cannot be realized without maintenance of effective functioning of the corresponding organizational forms which can be bodies of the state power and local government; scientific and educational institutions; local communities and other communities; tourist enterprises and organizations; service facilities, transport and other networks; maintenance facilities, consulting organizations; destinations; mass media, etc.

The foreign experience of social tourism development and features of its use at formation of domestic social doctrine of tourism are analyzed. A conceptual model of the social doctrine of tourism has been formed, which is based on the principles of social responsibility, security, social accessibility and sustainable development. It is determined that in the formation and implementation of the social doctrine of tourism the key is the principle of social accessibility, which consists of four main aspects - information, financial, psychological and infrastructural.

It is established that taking into account the spatial differences of tourist potential, the optimal object of development and implementation of the social doctrine of tourism is the state. It is substantiated that at the national level, by integrating different processes of tourism development of regions, taking into account global trends and values, it is possible to develop a conceptual model of socially oriented tourism development, based on which it is advisable to develop national tourism strategy and regional programs.

A structural and logical model of formation and implementation of the social doctrine of tourism has been created, which aims to improve the development of the national tourism system taking into account the objective conditions of socio-political development of the state. The role of the national idea in the processes of formation and implementation of the social doctrine of tourism of Ukraine is substantiated.

The structure of the social doctrine is developed and the strategic tasks of tourism development and the directions of their consideration in the formation of the social doctrine of tourism of Ukraine are determined. Ways of using innovative information and communication technologies in the implementation of the social doctrine of tourism are proposed.

Key words: socialization, tourism, social doctrine, social doctrine of tourism, classification of tourism, types of tourism, social tourism, national values, strategic tasks.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Монографії*

1. Felenchak Yuliia, Holod Andrii Social security of tourism as a factor for the hospitality industry development. *Innovations in science: the challenges of our time. Monograph*. 2019. Vol. 2. Pp. 57-61.

2. Феленчак Ю. Б. Соціальна доктрина туризму у Львові, 2021. 340 с.

*Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації*

3. Феленчак Ю. Б. Соціальні ризики в туристичній діяльності: підходи до аналізу та оцінювання. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2012. Вип. 29. Т. 1 С. 213-220.

4. Феленчак Ю.Б. Історичні аспекти формування ризику як категорії суспільних досліджень. *Всеукр. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. 2012. Випуск 1 (11). С. 49-53.

5. Феленчак Ю.Б. Актуальні тенденції проходження демографічних процесів у Львівській області. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Випуск 22.6. С. 382-390.

6. Феленчак Ю.Б. Трансформація ролі інституту сім'ї в контексті зростання ризику демографічних втрат. *Всеукр. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»* 2012. Випуск 4 (14). С. 286-289.

7. Феленчак Ю., Солодуха С., Чекан О. Перспективи використання храмового комплексу Святої Анни як об'єкта релігійного туризму у місті Львові. *Туризм і краєзнавство. Додаток до Гуманітарного вісника ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. 2013. Випуск 21. С. 362-366.

8. Феленчак Ю.Б., Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Випуск 25.4. С. 259-265.

9. Феленчак Ю.Б. Голод А. П. Трансформація структури ресторанного

господарства Львівської області. *Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Випуск 3. С. 80-83.

10. Феленчак Ю.Б., Голод А. П., Мороз С.Р. Підходи до аналізу санаторно-курортного господарства у структурі регіональних туристичних систем. *Міжнарод. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. 2019. Випуск 2 (43). С. 118-124.

11. Феленчак Ю.Б. Розвиток фестивального туризму як напрям реалізації соціальної доктрини туризму України. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони»*. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. Випуск 3 (108). С. 193-197.

12. Феленчак Ю.Б., Голод А. П. Готельне господарство в структурі регіональних туристичних систем. *Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал*. 2019. № 32. С. 277-281. URL: [http:// www.market-infr.od.ua/journals/2019/32\\_2019\\_ukr/43.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/43.pdf).

13. Феленчак Ю.Б. Система національних і особистісних цінностей як основа формування соціальної доктрини туризму/ Приазовський економічний вісник. 2019. № 4 (15). С. 216-220. – URL: [http://rev.kpu.zp.ua/journals2019/4\\_15\\_uk/37.pdf](http://rev.kpu.zp.ua/journals2019/4_15_uk/37.pdf).

14. Феленчак Ю.Б. Підходи до визначення соціального туризму в контексті формування соціальної доктрини туризму. *Інноваційна економіка*. 2019. № 3-4 (79). С. 119-125.

15. Феленчак Ю.Б. Вплив рівня доходів населення на формування соціальної доктрини туризму. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 4(72). Ч. 2. С. 149-153.

16. Феленчак Ю.Б. Формування теоретичного підґрунтя соціальної доктрини туризму у вітчизняній науці. *Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Випуск 26. Ч. 2 С. 92-95.

17. Феленчак Ю.Б., Мороз С.Р. Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортного господарства у туристичному комплексі України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Том 30 (69).



№4, С. 99-104.

18. Феленчак Ю.Б. Особливості мережі закладів розміщення в Україні в контексті розвитку соціального туризму. *Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. 2019. Випуск 3 (44). С. 105-111.

19. Феленчак Ю.Б., Шевчук Л.Т. Соціалізація в сфері туризму: особливості та напрямки вдосконалення. *Наукові записки Львівського університету бізнесу і права. Серія: Економічна, юридична*. 2019. Випуск 21. С. 104-107.

20. Феленчак Ю.Б., Шевчук І.Б. Нові напрями використання інформаційно-комунікативних технологій у сфері туризму. *Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал*.—2019. №36. С. 69-74. URL: <http://www.market-infr.od.ua/ukr/36-2019>.

21. Феленчак Ю.Б., Хендріксон О.А. Особливості розвитку музейної галузі у Львівській області: передумови становлення та сучасний стан. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5-6 (80). С. 119-124.

22. Феленчак Ю.Б., Голод А.П., Перегіняк Т.І. Регіональні туристичні системи України: потенціал розвитку в кризових умовах. *Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Випуск 34. С. 49-55.

23. Феленчак Ю.Б., Підвальна О.Г. Соціальні аспекти інноваційного розвитку туризму в регіоні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. №2 (58). С. 152-158.

24. Феленчак Ю.Б., Голод А. П., Коркуна О.І. Інституційне середовище туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах децентралізації. *European journal of economics and management*. 2019. – Volume 5. Issue 4. Pp. 78-85.

25. Felenchak Yu. Fedoryshyna L., Nyanko V. Social doctrine of tourism: cultural and educational aspects. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. 2019. Volume 8. Issue 4S, Pp. 157-159.

*Опубліковані праці апробаційного характеру*

26. Феленчак Ю., Дмитрів І. Особливості розвитку готельного господарства Львівської області у контексті підготовки до Євро-2012. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення*: матеріали VII Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнародною участю (м. Львів, 11-12 травня 2010 р.). Львів, 2010. С. 92-97. .

27. Феленчак Ю., Солодуха С., Чекан О. Об'єкти релігійного туризму як перспективна складова туристичного потенціалу регіону. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика* : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25-26 квітня 2013 р.). Київ, 2013. С. 248-249.

28. Феленчак Ю.Б., Слюсаренко А. М. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства Львівської області. *Ефективні механізми та стратегії управління економікою: від рівня підприємств до рівня країн* : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 21-22 березня 2014 р.). Черкаси, 2014. С. 91-95.

29. Феленчак Ю.Б., Ярмолюк О.А. Передумови та сучасний стан розвитку музейної мережі Львівської області. *Стратегія реформування фінансової системи України*: збірник тез наукових робіт учасників Міжнарод. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів і молодих учених. (м. Київ, 21-22 березня 2014 р.). Київ, 2014. Ч. 2. С. 15-18.

30. Феленчак Ю.Б., Ярмолюк О.А. Аналіз функціонування та проблем розвитку музейної мережі Львівської області. *Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку країн* : збірник тез наукових робіт учасників Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 18-19 квітня 2014 р.). Одеса, 2014 р. Ч. 2. С. 15-18.

31. Феленчак Ю.Б. Структурні особливості розвитку закладів розміщення у Карпатському регіоні. *Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону* : збірник тез наукових робіт учасників

Міжнарод. наук.-практ. конф. (м.Чернівці, 23-24 квітня 2015 р. ). Чернівці, 2015. Ч. 2. С. 145-147.

32. Феленчак Ю.Б., Прохира М.М. Структурні особливості закладів розміщення курорту Східниця. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : Збірник тез доповідей учасників III Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м.Миколаїв, 5 листопада 2015 р). Миколаїв, 2015. Ч. 2. С. 92-95.

33. Феленчак Ю.Б., Ярмолук О.А. Особливості функціонування інтерактивних музейних закладів в Україні. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : Збірник тез доповідей учасників III Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 5 листопада 2015 р.). Миколаїв, 2015. Ч. 2. С. 139-142.

34 Феленчак Ю.Б., Кухтій А.О., Холявка В.З. Розвиток готельно-ресторанної індустрії як перспективний напрямок транскордонної співпраці України та Польщі. *Modern transformation of economics and management in the era of globalization* : Proceedings of International Scientific Conference (Klaipeda (Lithuania), January 29, 2016). Klaipeda, 2016. P. 63-66.

35. Феленчак Ю.Б., Прохира М. М. Історичні аспекти розвитку бальнеологічного курорту Східниця. *Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму* : зб. матер. IV Регіональної наук.-практ. конф.(м.Львів, 25 березня 2016 р.). Львів, 2016. Ч. 2. С. 164-170.

36. Феленчак Ю., Мельник М. Природно-рекреаційний потенціал Хмельницької області. *День студентської науки* : зб. тез доп. за результатами наук. конф. студентів ЛДУФК. (м. Львів, 28 квітня 2016 р.). Львів, 2016. С. 94-95.

37. Феленчак Ю., Прохира М. Особливості становлення бальнеологічного курорту «Східниця». *День студентської науки* : зб. тез доп. за результатами наук. конф. студентів ЛДУФК. (м. Львів, 28 квітня 2016 р.). Львів, 2016. С. 96-97.

38. Феленчак Ю., Демій М. Особливості розвитку ресторанного господарства Польщі. *День студентської науки* : зб. тез доп. за результатами

наук. конф. студентів ЛДУФК. (м. Львів, 27 квітня 2017 р.). Львів, 2017. С. 24-28.

39. Феленчак Ю., Ониськів А. Фестивальний туризм: поняття та особливості класифікації. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України* : матер. круглого столу та студентс. наук.-практич. конф. (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.). Одеса, 2018. С. 182-185.

40. Феленчак Ю. Б. Інформаційні технології в екскурсійній справі. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій* : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Луцьк, 5 жовтня 2018 р). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 427-429.

41. Феленчак Ю. Б., Голод А. П. Ресторанне господарство регіону: засади модернізації та просторового розвитку. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід* : матеріали XII Міжнар. наук. конф. (м. Львів, 12-14 жовтня 2018 р.). Львів, 2018. С. 81–84.

42. Феленчак Ю. Б., Кухтій А.О. Структура та особливості розвитку мережі закладів розміщення в Україні. *Development of Socio-Economic Systems in a Global Competitive Environment* : Proceedings of II International Scientific Conference (Le Mans (France), May 24, 2019). Le Mans: Baltija Publishing, 2019. P. 40-42.

43. Феленчак Ю. Б., Голод А. П. Децентралізація як фактор формування інституційного середовища туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Сучасна парадигма публічного управління* : Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, ЛНУ імені Івана Франка, 17–18 жовтня 2019 р.). Львів, 2019. С. 492-495.

## ЗМІСТ

<b>Анотації</b>	2
<b>Зміст</b>	21
<b>Вступ</b>	24
<b>Розділ 1. Теоретико-методологічні основи формування і реалізації соціальної доктрини туризму</b>	36
1.1. Туризм як сфера соціалізації людини	36
1.2. Система національних і особистісних цінностей як основа формування соціальної доктрини туризму	54
1.3. Роль рівня доходів населення у формуванні соціальної доктрини туризму	66
1.4. Формування теоретичного підґрунтя соціальної доктрини туризму у вітчизняній науці	73
Висновки до першого розділу	89
<b>Розділ 2. Методологічні основи розробки і реалізації соціальної доктрини туризму</b>	93
2.1. Соціалізація туризму як передумова формування та реалізації соціальної доктрини	93
2.2. Удосконалення підходів до класифікації видів туризму на засадах соціалізації	97
2.3. Соціальний туризм: мета, функції і структура	108
2.4. Зарубіжний досвід розвитку соціального туризму та особливості його використання під час формування вітчизняної соціальної доктрини туризму	118
2.5. Соціальні ризики в туристичній діяльності та методи їх мінімізації	129
Висновки до другого розділу	147
<b>Розділ 3. Потенціал розвитку сфери туризму в контексті розробки і реалізації соціальної доктрини туризму</b>	152

3.1. Передумови та чинники розвитку туризму та їх вплив на формування його соціальної доктрини в Україні	152
3.2. Потенціал розвитку туристичної сфери в кризових умовах	175
3.3. Розвиток готельно-ресторанного господарства в контексті розробки і реалізації соціальної доктрини туризму	193
3.4. Інноваційні напрямки в екскурсійній діяльності та музейній справі	217
Висновки до третього розділу	249
<b>Розділ 4. Структура соціального туризму та його роль у формуванні соціальної доктрини туризму</b>	<b>254</b>
4.1. Лікувально-оздоровчий туризм та санаторно-курортна діяльність	254
4.2. Екологічний туризм як перспективний напрям розвитку соціального туризму	272
4.3. Проблеми розвитку сільського та етнічного туризму	284
4.4. Розвиток інших соціальних видів туризму та його інноваційні пріоритети	298
Висновки до четвертого розділу	332
<b>Розділ 5. Підходи до формування і реалізації соціальної доктрини туризму України</b>	
5.1. Оптимізація інституційного середовища туристичної діяльності у процесі реалізації соціальної доктрини туризму	335
5.2. Національна ідея як основа соціальної політики у сфері туризму в Україні	345
5.3. Зарубіжний досвід розвитку сфери обслуговування та особливості його врахування при формуванні соціальної доктрини туризму України	352
5.4. Напрями реалізації соціальної доктрини туризму в Україні	363
5.5. Перспективні напрями використання інформаційно-	377

комунікаційних технологій під час реалізації соціальної доктрини туризму	
Висновки до п'ятого розділу	389
<b>Висновки</b>	392
<b>Список використаних джерел</b>	396
<b>Додатки</b>	434

## ВСТУП

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** На сучасному етапі розвитку суспільства туризм – це складне багатоаспектне соціальне, економічне та культурне явище. Функціонування і розвиток туризму формує прибутковий сектор світової економіки. Активний розвиток туризму і перетворення його в одну з найважливіших галузей світової економіки зумовлюють необхідність дослідження соціальних функцій та напрямків впливу на життєдіяльність соціуму цього виду економічної діяльності.

Зростання вагомості впливу туристичної сфери на соціальні аспекти життєдіяльності населення зумовлене комплексом факторів, серед яких в числі найважливіших є підвищення загального добробуту населення в світі, що формує зміни споживчого попиту на туристичні послуги та активізує впровадження технологічних інновацій у всі сфери суспільного життя, зокрема інтернет-технологій та засобів комунікації. За науковими прогнозами, незважаючи на кризові явища глобального характеру в суспільстві, туризм в найближчі роки залишиться економічною галуззю з високими показниками попиту на свої послуги та розвитку туристичної інфраструктури (готелів, ресторанів, підприємств сфери торгівлі, розваг тощо) і галузей, що обслуговують індустрію туризму, що передбачає широкі можливості для залучення інвестицій та створення нових робочих місць в умовах зростання безробіття в світі.

З таких позицій формування і реалізація соціальної доктрини в туризмі має вагоме значення для становлення туризму як потужної альтернативної галузі, що володіє практично невичерпними ресурсами для підвищення рівня соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Активізація розвитку туризму сприятиме вирішенню проблеми ресурсозалежності регіонів та нівелюванню регіональних диспропорцій соціально-економічного розвитку. Завдяки розвитку національної системи туризму із урахуванням його соціальної



та регіональної специфіки активізуватимуться канали комунікації між різними соціумами в умовах впливу сучасних глобалізаційних процесів.

На сучасному етапі туристична індустрія в Україні як самостійний сектор економіки перебуває в стадії активного становлення – формується специфіка вітчизняної туристичної галузі, що репрезентує національні цінності у світову спільноту. Зазначені об'єктивності і зумовлюють необхідність проведення ґрунтовних досліджень, спрямованих на розробку й реалізацію соціальної доктрини туризму як вагової складової якісно нового розвитку різнорівневих за масштабами суспільних систем.

Розгляду множини соціальної проблематики туризму присвячені праці багатьох закордонних і вітчизняних учених, зокрема Г. Дейлі, Н. Лейпера, Дж.К. Холловея, Л. Міннаерта, Р. Майтланда, Г. Міллера, Ж. Асипової, А. Бадіна, Л. Богуш, М. Боруцака, Н. Влащенко, А. Голода, С. Гринкевич, В. Гришкіна, О. Гусякової, К. Задорожної, О. Зибаревої, О. Колотухи, В. Геєця, О. Гонти, Б. Данилишина, М. Долішнього, С. Дорогунцова, Т. Котенко, Т. Кукліної, Л. Немець, В. Кравціва, М. Мальської, Л. Нохріної, Н. Павліхи, М. Пітюлича, Л. Семів, І. Сердобольської, З. Смутчак, В. Удовиченка, Л. Федоришиної, Л. Черчик, Л. Шевчук, О. Шуплат, Л. Янковської та інших. Завдяки їхньому науковому доробку обґрунтовано теоретико-методологічні засади наукового аналізу сучасного стану туризму та розробки перспектив його розвитку в умовах формування соціальної доктрини туризму як напрямку реалізації соціальної політики держави.

Водночас теоретико-методологічні основи формування і реалізації соціальної доктрини туризму як актуального напрямку розвитку сфери послуг з урахуванням особливостей сучасного етапу державотворення в Україні не розроблені.

З огляду на це, тема цього дисертаційного дослідження є актуальною, відповідає перспективним напрямкам сучасних наукових пошуків і має важливе теоретико-методологічне і практичне значення.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Обраний

напрямок дисертаційного дослідження пов'язаний з науково-дослідними темами, які виконувалися у ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. Долишнього» НАН України та ЗВО Львівський університет бізнесу та права, зокрема «Подолання ексклюзивності регулювання соціально-економічного розвитку регіонів України» (номер державної реєстрації 0119U004035), де автором було обґрунтовано шляхи запобігання проявам соціальної ексклюзії в Україні; «Демографія, зайнятість та диверсифікація соціальної політики», відповідно до постанови Президії НАН України від 20.12.2013 р. № 179 «Про основні наукові напрями та найважливіші проблеми фундаментальних досліджень у галузі природничих, технічних і гуманітарних наук Національної академії наук України на 2014-2018 роки».

**Мета та завдання дослідження.** Метою дисертаційного дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад та практичних рекомендацій щодо формування та реалізації соціальної доктрини туризму на сучасному етапі розвитку України.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких **завдань:**

- здійснити аналіз туризму як інноваційної сфери соціалізації людини і обґрунтувати сутність соціальної доктрини туризму;
- окреслити систему національних і особистісних цінностей як основу формування соціальної доктрини туризму;
- проаналізувати роль рівня доходів населення у формуванні соціальної доктрини туризму;
- обґрунтувати методологічні засади формування та реалізації соціальної доктрини туризму та удосконалити підходи до класифікації видів туризму;
- здійснити оцінку сучасного стану розвитку соціально важливих видів туризму (лікувально-оздоровчого, спортивно-оздоровчого, релігійного та ін.);
- оцінити потенціал розвитку туристичної сфери України в кризових умовах з позиції формування соціальної доктрини туризму в Україні;

- виділити соціальні аспекти інноваційного потенціалу розвитку сфери туризму;
- проаналізувати ресурсну базу та інфраструктурне забезпечення формування і реалізації соціальної доктрини туризму в Україні;
- обґрунтувати структурні особливості та напрями розвитку соціального туризму в контексті реалізації соціальної доктрини туризму;
- проаналізувати зарубіжний досвід розвитку туризму та особливості його використання під час формування вітчизняної соціальної доктрини туризму;
- обґрунтувати необхідність врахування національної ідеї та сформулювати стратегічні завдання розвитку культури при формуванні соціальної доктрини туризму України;
- запропонувати шляхи використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій у процесі реалізації соціальної доктрини туризму.

**Об'єктом дослідження** є процеси соціалізації сфери туризму.

**Предмет дослідження** – формування і реалізація соціальної доктрини туризму.

**Методологічною основою** дослідження послужили положення сучасної економічної теорії, соціальної економіки, демографії, туризмознавства, соціології, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, в яких висвітлено соціальні проблеми розвитку туризму.

Для вирішення поставлених завдань у дисертації використано відповідні загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких: історико-логічний; системний підхід; аналізу та синтезу; структурно-функціональний; узагальнення; математико-статистичний та ін. Використовувалися також спеціальні методи, такі як програмно-цільовий; картографічний; моделювання. Для вирішення поставлених завдань у дисертації використано відповідні загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких: історико-логічний (для якісного аналізу змісту, специфіки, підходів та принципів розробки соціальної доктрини туризму); системного підходу (у процесі визначення сутності соціальної доктрини туризму, її місця та величини впливу на суспільні

системи); групування (у процесі систематизації видів туристичної діяльності з урахуванням їхньої соціальної доступності); аналізу та синтезу (для деталізації об'єкта і предмета дослідження, а також визначення основних напрямків реалізації соціальної доктрини туризму ); декомпозиції (під час проведення аналізу наявних підходів щодо трактування досліджуваної проблематики); структурно-функціональний (у процесі аналізу функціональних особливостей та матеріально-технічного забезпечення туристичної галузі з позицій соціального туризму, розробці схеми структури та програмних цілей результативності реалізації соціальної доктрини туризму); узагальнення (у процесі оцінювання впливу соціальних аспектів туристичної галузі на розвиток економіки регіонів); математико-статистичний (для аналітичного опрацювання інформаційних даних ) та ін. Використовувалися також спеціальні методи, такі як програмно-цільовий (для обґрунтування стратегічних та операційних (програмних) цілей для розробки і реалізації соціальної доктрини туризму); картографічний (для відображення просторової структури досліджуваних процесів і явищ, візуалізації результатів статистичного аналізу); моделювання (у процесі розроблення структурно-логічних на функціональних моделей соціальної доктрини туризму).

Інформаційну базу дослідження становили Конституція України, закони України, укази Президента України, нормативні акти Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України, міжнародно-правові документи, статистичні дані Державної служби статистики України та її регіональних підрозділів, а також науковий доробок українських і зарубіжних науковців за темою дослідження, інформаційні інтернет-ресурси.

**Наукова новизна результатів дослідження** полягає у розробленні та обґрунтуванні теоретико-методологічних засад дослідження формування та реалізації соціальної доктрини розвитку туризму в Україні як нового напрямку соціально-демографічних наукових пошуків у галузі знань «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика».

Найбільш вагомими науковими результатами, які розкривають особистий внесок дисертанта у досліджувану проблему та характеризують новизну роботи, полягають у тому, що

*уперше:*

– обґрунтовано теоретико-методологічні засади аналізу соціальної доктрини туризму (розкрита сутність соціальної доктрини туризму як системи поглядів на соціальну роль, функції та завдання туризму у національному туристичному комплексі; розвинено понятійно-термінологічний апарат, необхідний для висвітлення особливостей формування і розвитку соціальної доктрини туризму; сформовано наукові підходи до аналізу туризму як інноваційної сфери соціалізації людини; обґрунтовано інноваційну парадигму врахування системи національних і особистісних цінностей як основи формування соціальної доктрини туризму, котра враховує сучасні завдання формування інформаційного суспільства та економіки знань; розроблено соціальну доктрину туризму як наукову теорію), що дало змогу інтегрувати та систематизувати наукові підходи до дослідження соціальних проблем розвитку туризму на національному рівні;

– обґрунтовано роль національної ідеї (сукупності національних цінностей, які дозволяють сформувати у межах території держави націю, зберегти її генофонд та культурні особливості) у процесах формування соціальної доктрини туризму України, суть якої полягає у відображенні і реалізації національних інтересів держави у сфері туризму, розширенні використання національних цінностей під час розроблення і маркетингового забезпечення туристичного продукту, що в умовах кризи дає змогу оптимізувати розвиток внутрішнього туризму;

– сформовано проект соціальної доктрини туризму як основоположного документа, у вигляді концептуальних теоретичних положень, придатних для використання на практиці, подано проект структури цього документу, у якому викладено засади стратегічного планування розвитку туризму в державі, виокремлено напрями соціальної політики у сфері туризму;

*удосконалено:*

– підходи до дослідження соціального туризму, які, на відміну від наявних підходів, відрізняються обґрунтованою доцільністю зниження депривації населення з різним рівнем доходів до туристичних послуг, а також широким впровадженням соціального туризму, без обмеження надання туристичних послуг для неплатоспроможних споживачів;

– специфічні вимоги до організації, надання і споживання туристичних послуг соціального туризму шляхом виділення у його компонентній структурі трьох блоків, які вирізняються особливостями організації та надання туристичних послуг (спортивно-оздоровчий та лікувально-оздоровчий; спортивний та інклюзивний; екологічний, сільський, релігійний, етнічний, фестивальний), що дасть можливість надавати якісні специфічні туристичні послуги всім категоріям споживачів, незалежно від їхнього фінансового та соціального стану з урахуванням їхніх мотиваційних запитів і очікувань;

– тлумачення ролі рівня доходів населення як ключового положення авторської теорії соціальної доктрини туризму, яке дозволяє оцінити фактичний обсяг доходів населення по реальному платоспроможному попиту на туристичні послуги;

– підходи до дослідження соціальних аспектів інноваційного потенціалу розвитку сфери туризму, які дозволили визначити потенціал розвитку туристичної сфери України в кризових умовах та визначити соціальні аспекти його застосування в умовах новітніх напрямів трансформації та модернізації туристичних систем в пандемічному середовищі глобального масштабу, що дало можливість окреслити актуальні тенденції розвитку туристичної сфери;

– механізми стратегічного управління у сфері туризму шляхом створення структурно-логічної моделі формування і реалізації соціальної доктрини туризму з метою удосконалення розвитку національної системи туризму з урахуванням об'єктивних умов суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку держави;

– шляхи використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій в туризмі, для активного їх застосування під час реалізації соціальної доктрини туризму, що має на меті збільшити соціальну доступність туристичних послуг, у тому числі міжнародного туризму в умовах пандемії;

*отримали подальший розвиток:*

– підходи до класифікації видів туризму шляхом доповнення наявних класифікаційних схем новими критеріями та видами туризму із акцентом на соціальних аспектах функціонування туристичної сфери в сучасних умовах, уточнення змісту, меж і структури соціального туризму;

– удосконалення ресурсного та інфраструктурного забезпечення формування і реалізації соціальної доктрини на основі аналізу організаційних передумов розвитку туристичної сфери в Україні, сучасних тенденцій розвитку соціально важливих видів туризму, соціальних функцій мережі закладів ресторанного господарства та обґрунтуванні ролі історико-культурних об'єктів як ядер активізації процесів соціалізації туризму;

– підходи до оцінки сучасного стану розвитку соціально важливих видів туризму (рекреаційного, лікувально-оздоровчого, релігійного та ін.), яка дала змогу сформулювати практичні рекомендації для організації цих видів туризму в Україні, а також оптимізувати використання специфічних туристичних ресурсів;

– врахування зарубіжного досвіду розвитку туризму при формуванні вітчизняної соціальної доктрини туризму на основі розроблених автором наукових підходів до аналізу розвитку туристичної сфери з точки зору її соціалізації при формуванні концептуальної моделі соціальної доктрини туризму, яка базується на принципах соціальної відповідальності, безпеки, соціальної доступності та сталого розвитку.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у тому, що основні науково-теоретичні положення, викладені в дисертації, доведено до рівня практичного значення та використання.

Розроблені автором теоретичні положення, методологічні підходи та практичні рекомендації можуть бути використані у процесі формування та реалізації соціальної доктрини туризму в Україні як основи формування відповідного напрямку соціальної політики, в аналітичній роботі місцевих органів виконавчої влади, в управлінській практиці органів місцевого самоврядування, у діяльності господарюючих суб'єктів туристичної сфери та у навчальному процесі закладів вищої освіти.

Окремі положення і висновки дисертаційної роботи впроваджено у навчальний процес Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського та ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» для забезпечення викладання навчальних дисциплін.

Матеріали дисертаційного дослідження використані у діяльності Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації для аналізу стану і тенденцій соціально-економічного розвитку регіону, моніторингу та оцінки результативності реалізації соціальних програм, зокрема у сфері туризму (довідка № 26-280/0/2-21 від 01.04.2021 року); процесі розробки і супроводу реалізації галузевих стратегічних документів, концепцій, програм розвитку туризм і промоції міста Львова управлінням туризму департаменту розвитку Львівської міської ради (довідка № 2702-вих-25340 від 31.03.2021 року); у науковій роботі Науково-дослідного інституту ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» при дослідженні соціальних проблем розвитку туризму в умовах євроінтеграції (довідка № 92 від 22.09.2020 р.); для аналізу сучасного етапу розвитку спеціалізованих видів туризму в регіоні та розробки механізмів залучення до занять спортивним туризмом осіб різного соціально-вікового статусу у діяльності Львівської обласної федерації спортивного туризму (довідка № 47 від 18 грудня 2020 року); для удосконалення планування та організації масових спортивно-туристичних заходів та модернізації підготовки кадрів з метою створення умов для більш активного залучення дітей, молоді та осіб з обмеженими можливостями до занять видами спортивного туризму у діяльності Львівської міської громадської



організації «Федерація спортивного туризму» (довідка № 07/20 від грудня 2020 року); для оптимізації функціонування закладів ресторанного господарства в умовах активізації процесів соціалізації туризму у діяльності ТзОВ «Картель АРМ» (довідка № 57 від 17 вересня 2020 року); у процесі формування безпечного середовища тимчасового перебування туристів у сфері гостинності ПП «Avangard Lviv», м. Львів (довідка № 135 від 17 червня 2019 року); для розвитку соціального туризму та сфери гостинності в Україні в операційному та інноваційному менеджменті МПП ВКФ «Гелікон», м. Львів (довідка № 39 від 11 червня 2020 року).

Окремі положення і висновки дисертаційної роботи впроваджено у навчальний процес Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського для забезпечення викладання навчальних дисциплін «Організація екскурсійної діяльності», «Страхування та безпека в туризмі» та «Екскурсологія» (акт впровадження від 4 грудня 2020 року) та ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» при підготовці навчальних та робочих програм, навчально-методичних матеріалів і при викладання навчальних дисциплін «Економіка праці та соціально-трудова відносини», «Національна економіка», «Регіональна економіка» (акт впровадження № 30 від 20.10.2020 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею автора. Наукові положення, висновки і рекомендації, які містяться в ній і виносяться на захист, одержані автором самостійно і є його особистим внеском в економічну науку.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення дисертації доповідались і обговорювались на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях і семінарах, зокрема на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Україна: Схід-Захід – проблеми сталого розвитку» (м. Львів, 2011 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Географія і туризм: міжнародні виклики українському туризму» (м. Львів, 2011 р.); XI Міжнародній науково-практичній конференції «Шляхи вдосконалення

туристсько-краєзнавчої роботи у закладах освіти”» (м. Переяслав-Хмельницький, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика» (м. Київ, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених «Стратегія реформування фінансової системи України » (м. Київ, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Ефективні механізми та стратегії управління економікою: від рівня підприємств до рівня країн» (м. Черкаси, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону» (м. Чернівці, 2015 р.); III Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму» (м. Миколаїв, 2015 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка і менеджмент: сучасні трансформації в епоху глобалізації» (м. Клайпеда, 2016 р.); IV Регіональній науково-практичній конференції «Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму» (м. Львів, 2016 р.); II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України» (м. Львів, 2017 р.); XI науковій конференції з міжнародною участю «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» (м. Львів, 2017 р.); II науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 2018 р.); I всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій» (м. Луцьк, 2018 р.); XII Міжнародній науковій конференції “Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід” (м. Львів, 2018 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток соціально-економічних систем в умовах глобального конкурентного середовища» (м. Ле-Ман, 2019 р.); I Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасна парадигма публічного управління» (Львів, 2019 р.); Методологічному міждисциплінарному інтернет-семінарі «Дозвілля та туризм у постнекласичній перспективі» (м. Полтава, 2020 р.).

Основні положення дисертації також доповідалися на наукових семінарах, звітних наукових конференціях кафедри спортивного туризму Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського.

**Публікації.** Основні результати дослідження викладені у 43 опублікованих наукових працях, з них 2 монографії, 21 стаття у наукових фахових виданнях України (з них 17 статей у періодичних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз), 2 статті у наукових фахових журналах іноземних країн та 18 публікацій у матеріалах наукових конференцій і семінарів. Загальний обсяг наукових праць становить 20,86 друк. арк., у тому числі 17,29 друк. арк. належить особисто автору.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ

### 1.1. Туризм як сфера соціалізації людини

Впродовж останніх років і до останнього часу туризм позиціонувався як високоприбуткова галузь світової економіки, яка характеризується швидкими темпами розвитку. За оцінками Всесвітньої туристичної організації, у допандемічний період внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становив понад 10% [317] та майже 30% світової торгівлі послугами [72, 87]. До останнього часу темпи активного впливу туризму на проходження економічних процесів у глобальному масштабі характеризувались щорічним зростанням світових туристичних потоків на 4-5% [230] і до 2025 р. прогнози зростання частки сфери туризму у світовому валовому продукті досягали 10,5% [12].

За статистикою витрат на сферу туризму припадало 13% сумарних витрат споживачів [87], а загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становила 11% [263]. Більше цього, туризм, як сфера забезпечення гнучких форм зайнятості населення, характеризується найвищим коефіцієнтом створення робочих місць і на 1 робоче місце тут припадає обслуговування 3-х туристів [7, 87, 101].

Сьогодні туризм є потужною працемісткою індустрією глобального масштабу, що включає в себе величезну кількість готельних, ресторанних та розважальних закладів, об'єктів пізнавального, лікувально-оздоровчого, спортивного та іншого призначення, транспортних засобів та організацій, що здійснюють туристську та екскурсійну діяльність. У багатьох країнах світу туристична галузь стала провідним видом господарської діяльності, закріплюючи таким чином, туристичну спеціалізацію країн у світовому поділі праці та формуючи їх туристичний брендинг.

Сфера туризму характеризується активним динамічним розвитком – темпи зростання туристичної галузі майже у два рази перевищують темпи зростання інших галузей світового господарства [333], а обсяги доходу дозволяють туризму займати третє місце серед провідних галузей світової економіки [87].

У туризмі тісно поєднуються комплексні економічні, соціальні, культурні та екологічні компоненти, що здійснює позитивний мультиплікаційний ефект на покращення економічного благополуччя не тільки у межах конкретного регіону, але й у країні загалом. Розвиток туристичної галузі стимулює розвиток інших, дотичних до туризму, галузей економіки (будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, транспортні послуги, виробництво товарів народного споживання та ін.), сприяє активізації інвестиційної діяльності та збільшенню бюджетних надходжень, зменшенню безробіття шляхом створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури, будівництву нових туристичних об'єктів, посиленню охорони та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток, охорони природи [87].

Активний розвиток туризму здатний нівелювати регіональні диспропорції соціального-економічного розвитку, оскільки окрім високого рівня економічної рентабельності і відносно швидкого терміну окупності, сприяє підвищенню продуктивності традиційних регіональних видів господарювання, збереженню культурної спадщини та автентичності регіонів.

Проблематика розвитку туризму вже тривалий час перебуває в полі зору вітчизняних та зарубіжних науковців, науковий доробок яких створює наукове підґрунтя для становлення низки напрямків туризмологічних досліджень. Впродовж останнього часу набувають актуальності соціальні аспекти туристичної діяльності.

Різноманітним аспектам розвитку туризму та рекреації присвячені праці таких зарубіжних дослідників, як: В. Азар, Р. Арєжкі, Дж. Боуен, Р. Браймер, С. Ванхілл, Ю. Веденін, М. Дмитрієв, М. Забаєва, І. Зорін, Н. Кабушкін, К. Каспар, В.Квартальнов, В. Козирєв, Н. Лейпер, Дж. Майкенз, К. Макаричева, Б.

Мірбабаєв, Дж. Піотровський, Ф. Пірс, Дж. Суорбрук, Н. Тейлор, І. Твердохлебов, Дж. Р. Уокер, Д. Флетчер, А. Фрейтаг, Дж. К. Холлоуей та інші. Економічним вимірам дослідження проблематики організації туристичної діяльності приділено багато уваги у дослідженнях Л. Д'Аморе, Т. Л. Бартона, Б. Рітчі, В. Хунцикера, У. Г. Шенкира та інших дослідників.

Проблематиці становлення та особливостям розвитку туризму як галузі суспільно-економічної діяльності присвячено наукові розробки вітчизняних науковців, таких як: Г. Андрєєва, М. Борушак, З. Герасимчук, О. Грішнова, О. Гладун, С. Гринкевич, П. Гудзь, Г. Дмитренко, Т. Заяць, Е. Котляров, В. Кравців, М. Крачило, Т. Кукліна, І. Курило, В. Куценко, Л. Лісогор, О. Любіцева, М. Мальська, О. Макарова, В. Новіков, О. Охріменко, І. Писаревський, М. Пітюлич, Е. Позняк, Н. Рингач, В. Саріогло, З. Смутчак, Т. Стройко, Т. Ткаченко, Н. Фоменко, О. Цимбал, Л. Чернюк, Л. Шульгіна, Л. Шевчук, О. Шуплат, Л. Янковська та ін.

Дослідження специфіки туризму як економічного явища, розробки організаційно-економічних механізмів його регулювання на сучасному етапі здійснюють українські вчені: І. Безуглий, Давиденко, Р. Кожухівська, Кирилов Ю.Є., Л. Матвійчук, П. Перерва, Д. Стеченко та ін. Вагомий внесок у дослідження фінансового забезпечення розвитку сфери туризму зробили О. Бартошук, М. Гончаренко, Я. Григор'єва, Т. Майорова, Л. Мармуль, А. Охріменко, М. Рипкович та інші науковці.

Однак, не зважаючи на наявність значного наукового досвіду та вагомість сфери туризму у життєдіяльності сучасного суспільства, є багато питань, які потребують подальших наукових досліджень. Одним з таких питань є дослідження соціальних аспектів у туристичній діяльності з метою формування і реалізації соціальної доктрини туризму.

Перш за все слід зазначити, що у науковій літературі досі немає чіткого й однозначного визначення туризму, яке б якнайповніше характеризувало багатоаспектність його змісту та структуру. У цьому руслі слушною є думка науковців про те, що питання дефініцій та термінології туризму є необхідною

умовою наукової рефлексії явищ і процесів, характерних для туризму [238, 333].

Загалом, розвиток туристичної сфери дуже вдало відображає динамічні зміни суспільного поступу, оскільки як галузь економічної діяльності, дуже швидко реагує на зміну споживчих запитів суспільства та запровадження технологічних інновацій на різних часових відрізках. Тому для поняття «туризм» також є характерною певна динаміка у формуванні, що синхронізується з становленням його як ефективної сфери економічної діяльності у світі.

Загалом, туризм спочатку не був об'єктом наукового дослідження і в первинному змісті суспільного усвідомлення трактувався як переміщення та тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання [333]. Первісне тлумачення змісту туризму (термін пов'язаний із лат. *tornus*, що означає «інструмент для створення кола» [356] та фр. *tour* (*tourisme*) – прогулянка, поїздка, подорож) зводилось до прогулянки або поїздки, яка в результаті завершувалась поверненням до місця, звідки була розпочата [147, 125].

Необхідність більш чіткого визначення туризму виникла в середині ХХ століття, у зв'язку із трансформаціями суспільно-економічних відносин та збільшенням туристичних потоків, що суттєво вплинуло на економіку багатьох країн. Ініційоване в цей час наукове осмислення туризму як виду діяльності потребувало встановлення його чіткого категорійного апарату [58, 333].

Одне з перших загальноприйнятих наукових визначень туризму було запропоноване швейцарськими професорами В. Хунзикером (W. Hunziker) та К. Крапфом (K. Krapf) у 1942 р. у праці «Генплан по навчанню туризму як науки [338]. Згадані автори визначили туризм як сукупність явищ та відносин, які виникають у зв'язку з переміщенням і перебуванням людей в місцях, які не є місцем їхнього постійного проживання і які не пов'язані з їхньою трудовою діяльністю [272, 338]. Це визначення згодом було прийнято створеною у 1951 р. Міжнародною асоціацією наукових експертів туризму з метою розвитку

наукових зв'язків і проведення дослідницьких робіт в галузі туризму (АІЕСТ) [359, с. 18] та згодом було взято за основу у подальших визначеннях цього терміну у різних сферах суспільної діяльності [134, 272].

Так, зокрема, у 1961 р. австрійський юрист П. Бернекер (Bernecker P.) у праці «Методи та засоби масової інформації туристичної відкритості» визначає туризм як сукупність взаємовідносин та послуг, пов'язаних із тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання через некомерційні або непрофесійні причини [369].

Про зростання суспільного інтересу до сфери туризму як до перспективної сфери економічної діяльності міжнародного рівня свідчить той факт, що, у 1947 р. значна кількість розрізнених міжнародних туристичних організацій була об'єднана в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО), дійсними членами якого стали як державні, так і недержавні офіційні національні організації 116 країн світу [359]. У 1954 р. Організацією Об'єднаних Націй було надане одне із перших офіційних визначень туризму згідно якого його почали трактувати як активний відпочинок, що позитивно впливає на зміцнення здоров'я та фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання [151, 162].

У 1969 р., згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН, а також з урахуванням необхідності підтримки постійних міжнародних контактів з метою розвитку і координації туристичних обмінів, погодження політичних, економічних, соціальних і культурних аспектів туристичної діяльності, неурядова організація МСОТО була реорганізована в міжурядову Всесвітню туристичну організацію (ВТО), яка визначила туризм як по,дорож у вільний час, один із видів активного відпочинку [137, 157, 360, 390].

Вагомий внесок у формування поняття "туризм" у економічних дослідженнях належить Манільській конференції з туризму (Філіппіни, 1980 р.). У результаті її проведення за туризмом остаточно закріпилося трактування його як виду активного відпочинку – подорож з метою пізнання конкретних



районів нових країн у поєднанні з елементами спорту. Крім цього, Манільська декларація з проблем розвитку світового туризму проголосила, що туризм потрібно розуміти як діяльність, що посідає чільне місце в життєдіяльності народів і безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну та політичну сфери життя окремих держав і на їхні міждержавні відносини [162]. Зокрема, у згаданому документі було зазначено, що право на відпочинок, відпустку, свободу подорожей і туризму є природним і невід'ємним для кожної людини і кожна держава зобов'язана надавати своїм громадянам реальні можливості доступу до туризму [157].

У 1993 р. статистичною комісією ООН було суттєво уточнено поняття туризму – його почали розглядати як діяльність осіб, які подорожують, перебуваючи у місцях, розташованих поза межами постійного місця проживання, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, але здійснюється з відпочинковими, освітніми, діловими та іншими цілями, не пов'язаними з діяльністю, що оплачується з джерела у місці відвідування [162, 272].

Подібний підхід до трактування туризму закладений в основі багатьох сучасних авторитетних термінологічних видань світового масштабу і проаналізувавши наведені у них визначення, можна помітити розширення і суттєву трансформацію змісту цього поняття впродовж останніх років – окрім рекреаційних та холістичних аспектів діяльності туристів, туризм передбачає також і комерційну діяльність щодо організації та здійснення подорожей та надання широкого спектру послуг гостинності. Так, зокрема, окремі із згаданих видань визначають туризм як:

- практику поїздок для задоволення, індустрію приваблювання туристів та оточення їх турботою (New Webster's Dictionary and Thesaurus of English Language, 1993);
- комерційну організацію та управління відпочинком (Oxford Dictionary of the Business World, 1993) [272, с. 128];

- тимчасовий рух людей до місць, що знаходяться поза їх звичними місцями роботи і проживання, діяльність, що виконується протягом їхнього перебування у таких місцях, а також та засоби обслуговування, створені для задоволення їхніх потреб. Така подорож зазвичай виконується протягом вільного часу з рекреаційною або відпочинковою метою (The Penguin Dictionary of Human Geography, 1997) [359, с. 17];
- діяльність осіб, які подорожують та перебувають у місцях поза звичним для них середовищем проживання не більше одного року з метою відпочинку, діловими та іншими цілями (The Dictionary of Human Geography, 2009) [348, с. 763];
- термін, що характеризує подорожі до місць, не пов'язаних із звичним середовищем, здійснювані, головним чином для відпочинку, а також з бізнесовими цілями; туристична діяльність, як правило, передбачає витрачання грошей у новому місці та не передбачає винагороду з місця або країни, яку відвідували (Oxford Dictionary of Human Geography, 2009) [381];
- діяльність щодо подорожей до місць для відпочинку, бізнес щодо надання готелів, ресторанів, розваг тощо для людей, які подорожують (Merriam Webster Learner's Dictionary) [385];
- переміщення людей з місця їх звичайного проживання в інше місце (з наміром повернутися) на мінімальний період від 24-х годин до максимум 6-ти місяців з єдиною метою відпочинку та задоволення [386].

Однак, у сучасних умовах, не зважаючи на значний суспільний та науковий інтерес до розвитку та особливостей функціонування сфери туризму, у суспільстві немає єдиного підходу до визначення сутності туризму як сфери суспільної діяльності, його місця та ролі у життєдіяльності сучасної людини. Більше цього, у різні напрямки суспільної діяльності трактують туризм по-різному і з урахуванням галузевої специфіки.

Тривалий час значно поширеним було визначення туризму як будь-якої подорожі з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об'єктами [250]. Однак згодом, у визначенні Міжнародної академії туризму (Монте-Карло, Монако), суто рекреаційна складова туризму доповнилась характером діяльності в місці тимчасового перебування [67, с. 49]. Так, за визначенням запропонованим авторами Міжнародної академії туризму, термін «туризм» відображає загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях та (або) для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або в професійно-ділових цілях без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування [36, с. 17, 190].

Подібне трактування туризму міститься й у сучасному українському законодавстві. Зокрема у Законі України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 324/95-ВР туризм визначено як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [119].

Різні підходи до трактування туризму існують і серед науковців – дослідники найчастіше розглядають туризм як одну із форм рекреації або як окрему сферу господарської діяльності, пов'язану із обслуговуванням туристів [76, 157, 162].

Так, зокрема, у Тлумачному словнику туристичних термінів, туризм визначено як особливу форму переміщення людей, вид мандрівки; перебування за межами постійного місця проживання; популярну форму організації відпочинку; галузь господарства; сегмент ринку [122, с. 178].

В Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму туризм визначається як тимчасовий виїзд; діяльність осіб, що подорожують поза межами свого постійного середовища до одного року; економічне явище, що охоплює попит, пропозицію та туристський продукт; особлива форма пересування людей; вид подорожі; популярна форма організації відпочинку; галузь господарства; сегмент ринку; сукупність усіх видів науково-практичної діяльності щодо організації і здійснення туристсько-екскурсійної справи [101, с. 282].

М. Мальська, В. Худо та В. Цибух визначають туризм як вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями [180, с. 21].

Як різновид рекреації та активного відпочинку трактує туризм Н. Крачило, у процесі якого «...відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями» [160]. Подібного підходу до визначення туризму дотримуються Ю. Антонова та А. Краснова, наголошуючи, що для туризму обов'язковим є переміщення людини за межі місця свого постійного проживання [158, с. 134]. Як один із видів рекреаційної діяльності розглядає туризм Бобкова А.Г. [31, с. 11]. Водночас Матвійчук Л. Ю. визначає туристичну діяльність як головну форму рекреації [185].

На думку Козловського Є.В., туризм можна розглядати як певний вид діяльності, що включає в себе ціль, засіб, результат і сам процес діяльності, а для характеристики туризму дослідник пропонує використовувати суб'єктно-діяльнісний підхід, який передбачає виявлення специфіки туристичної діяльності та її мотиваційної складової. Суть цього підходу полягає в розумінні діяльності як специфічного людського способу ставлення до світу, у якому людина виступає як суб'єкт діяльності, а освоювані нею явища світу – як її об'єкти [146].

Поряд з цим, частина науковців вважає, що туризм як економічне явище зводиться лише до поняття туристичного туру, тобто до діяльності туроператорів та турагентів, аргументуючи це тим, що тільки незначна частина організацій спеціалізується на виробництві товарів та послуг призначених виключно для туристів [359]. Зокрема, такої точки зору дотримуються зарубіжні дослідники В. Квартальнов [132] та І. Зорін [123]. Подібний підхід поділяє М. Кабушкін, який вважає, що туризм включає в себе діяльність

туристичних організаторів, агентів і посередників, однак наголошує, що туризм є галуззю економіки [127].

Як вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання, розглядає туризм В. Кифяк. На думку дослідника, туристичні підприємства та інші суб'єкти туристичної діяльності працюють на комерційних засадах, створюючи при цьому валову додану вартість шляхом виробництва, просування та реалізації туристичних продуктів, спрямованих на задоволення потреб споживачів [137, с. 69].

Економічного підходу до визначення туризму дотримуються В. Герасименко, З. Горбильова, М. Колосінська, Д. Соловійов, О. Шуплат та інші вчені, оскільки на їхню думку, туризм є галуззю економічної діяльності, де виробляються, просуваються, реалізуються та споживаються послуги та товари, пов'язані з організацією туристичних подорожей для людей, які подорожують.

На нашу думку, згадану вище точку зору вдало відображає визначення Т. Кукліної та В. Зайцевої, які зазначають, що «туризм – це особливий вид споживання туристами матеріальних благ, послуг і товарів, який виділяється в окрему сферу господарства, що забезпечує туриста всім необхідним: транспортними засобами, об'єктами харчування, розміщення, культурно-побутовими послугами, розважальними заходами» [164].

Ми поділяємо думку науковців про те, що практично неможливо здійснити уніфіковане визначення туризму, яке б повною мірою відображало його складність та багатоаспектність. На підтвердження цієї тези наведемо в исловлювання Н. Лейпера (N. Leiper), що туризм – «це просторова різнопланова діяльність, яка стосується багатьох аспектів життя та різних сфер економіки» [377], вивчення якої відбувається із урахуванням специфіки цілей дослідження.

У сучасній науці дослідженню та класифікації підходів до розуміння економічної сутності туризму приділяється достатньо уваги з боку вітчизняних та зарубіжних дослідників. Сучасний стан і рівень наукового опрацювання

досліджуваної проблематики дозволяє виділяти низку класифікаційних підходів до визначення сутності туризму.

Так, на думку Горбаня Г.П., виходячи із головного логічного постулату, закладеного у визначенні поняття туризму та залежно від критеріїв, які покладені в основу класифікації, доцільно виділяти функціональний, галузевий, статистичний, системний та нормативно-правовий підходи, які дозволяють систематизувати теоретичні аспекти поняття «туризм» в єдиній соціально-економічній категорії [67].

У дослідженнях Котенко Т. усі підходи до визначення сутності туризму, які існують в сучасній економічній науці, поділено на три основні категорії, які визначають туризм як:

1) сукупність явищ і відносин, що виникають у процесі подорожі та перебування людей поза місцем їх постійного проживання, якщо перебування не перетворюється у тривале проживання або тимчасове заняття заради заробітку;

2) подорожі у вільний час, поїздки з пізнавальною метою або на відпочинок, один із видів активного відпочинку; діяльність осіб, які здійснюють поїздки і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища проживання, на термін від 24 год. до одного року, з будь-якою метою, але без здійснення діяльності, що оплачується із джерел, які розміщені у місці відвідання;

3) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності за місцем перебування [157].

Водночас, М. Колосінська у своїх дослідженнях пропонує виділяти чотири підходи до визначення даної категорії: соціально-культурний (функціональний), нормативний, міграційний та економічний. Зокрема, на думку авторки, у межах економічного підходу, сучасні категорії туризму, слід поділити на три підгрупи:

- визначення, що характеризують туризм як галузь;

- визначення, що характеризують туризм як відносини;
- визначення, що характеризують туризм як діяльність [150].

Заслужують на увагу підходи щодо визначення економічної суті туризму, розроблені О. Шуплат. На її думку, у сучасній економічній науці можна виділити три найбільш загальні підходи до трактування туризму:

1. споживчий підхід, коли під туризмом розуміється процес споживання послуг та товарів у вільний від роботи час за межами постійного місця проживання;
2. соціокультурний підхід туризму як вид активного відпочинку з метою відновлення працездатності та поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями;
3. економічний підхід, де туризм визначається як галузь сфери послуг, де виробляються, реалізуються та споживаються послуги, пов'язані з організацією туристичних подорожей для людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання та не здійснюють оплачуваної діяльності в місці перебування [360, с.23].

З урахуванням наукового доробку, згаданих вище дослідників, ми пропонуємо визначати підходи до сутності поняття «туризм» з позиції функціональної єдності економічного, споживчого, соціального та культурного підходів з урахуванням соціальної доступності туристичних послуг різним категоріям споживачів (рис. 1.1).

На нашу думку, економічний підхід визначає туризм як галузь економічної діяльності, у межах якої на комерційній основі виробляються та реалізуються туристичні послуги, а також послуги пов'язані із обслуговуванням туристів. Споживчий підхід, розглядає туризм як процес споживання туристичних послуг з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями в залежності від мотиваційних запитів споживачів. У межах культурного підходу туризм позиціонується як сфера поширення суспільно значимих цінностей, яка мотивує до пізнання світу та розширення особистісного світогляду. Соціальний підхід трактує туризм як вид

активного відпочинку з метою відновлення здоров'я та працездатності населення та акцентує на доступності повноцінного відпочинку для усіх категорій громадян, не залежно від їхнього соціального стану або фінансових можливостей.

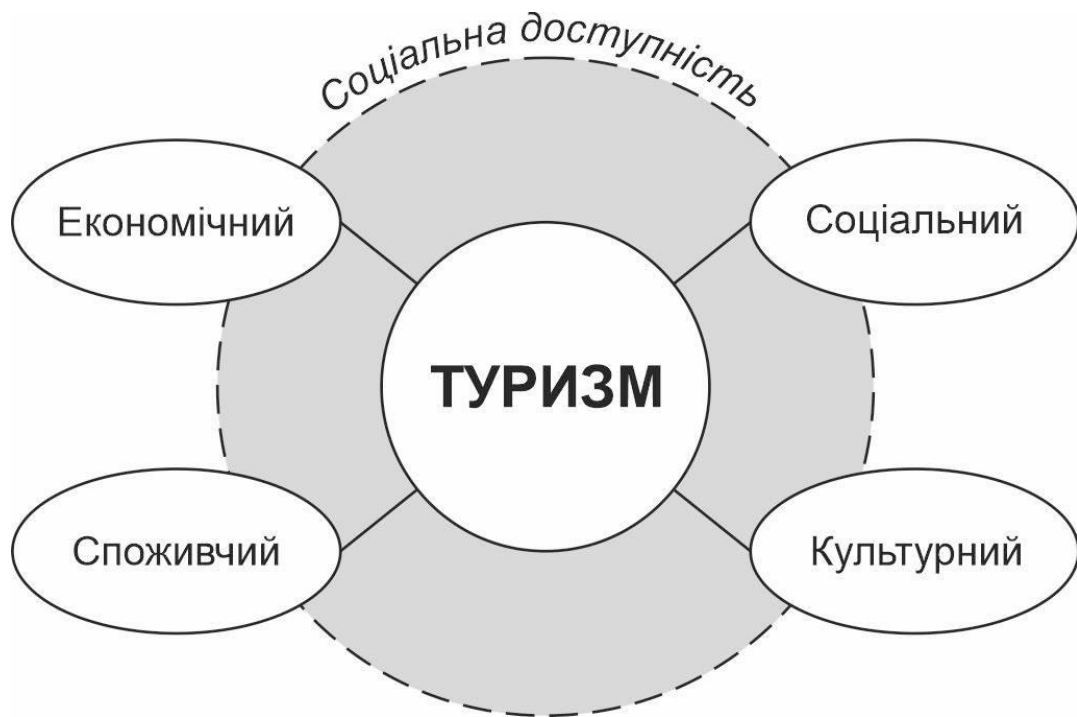


Рис. 1.1. Підходи до визначення сутності туризму.

Доопрацьовано автором за [324].

Як видно з рисунка, соціальна доступність повинна торкатися усіх складників цієї конструкції: у економічному блоці індикатором її наявності є вартість туристичних послуг, у споживчому – асортимент туристичних послуг, у соціальному – забезпечення можливостей занять туризмом, у культурному – ціннісне сприйняття орієнтирів туристичної діяльності, спрямованих на світопізнання та самовдосконалення.

Зазначені підходи не суперечать один одному і відображають різні сторони функціонування туризму як складного і багатоаспектного явища. Реалізація ідей соціального туризму – доступності повноцінного відпочинку для усіх верств населення повинна мати підтримку у розвитку органами



державної влади та органами місцевого самоврядування, а також здійснюватись шляхом стимулювання діяльності туристичних підприємств у напрямку соціального туризму. З таких позицій доцільною є розробка та впровадження соціальної доктрини туризму у розвиток національної системи туризму, з метою здійснення системного характеру управлінського впливу у туристичній сфері держави шляхом координації розвитку соціального туризму на практиці.

Активний розвиток сфери туризму і перетворення її в одну з найважливіших галузей сучасної світової економіки зумовлюють необхідність дослідження її соціальних функцій та напрямки впливу на життєдіяльність соціуму. Одним з аспектів зростання актуальності згаданої проблематики є трактування туризму як виду людської діяльності, який розширює канали комунікації між різними соціумами в умовах сучасних глобалізаційних процесів [174].

Характерною рисою сучасного туризму є чітко виражена соціальна спрямованість, у зв'язку з чим і все більше науковців визначають туризм як особливу соціальну сферу економіки. Це зумовлює необхідність розширення визначення туризму, оскільки цілі сучасного туризму стають все більш різноманітними – поряд із традиційними пізнавальними, спортивними та оздоровчими цілями, сучасний туризм активно здійснюється з діловими, науковими, релігійними, екологічними, гастрономічними, виховними, навчальними та іншими цілями [157].

В соціальному аспекті туризм – дієвий засіб задоволення потреб людей у відпочинку, подорожах, оздоровленні, нових знаннях, враженнях. Про визначальну соціальну спрямованість туризму свідчить і чітко виражений соціальний характер туристичних послуг як сфери діяльності людини, оскільки в процесі отримання (виробництва, надання, споживання) послуг люди взаємодіють з оточенням, а власне процес споживання туристичних послуг є ознакою соціальної стратифікації [97]. Також, як зазначає К. Задорожна, окрім відпочинку та відновлення працездатності, туризм є джерелом матеріального і духовного розвитку суспільства [110, 111].

Проблеми розвитку туризму в Україні вже тривалий час активно досліджуються вітчизняними науковцями, серед яких М. Борушак, С. Гринкевич, Т. Кукліна, О. Любіцева, М. Мальська, М. Пітюлич, З. Смутчак, Т. Ткаченко, Л. Шульгіна та інші. Соціальні аспекти туристичної галузі висвітлюються у працях Л. Богуш, А. Голода, В. Гришкіна, О. Зибаревої, Т. Котенко, Я. Любивою, Л. Немець, Л. Федоришиної, Л. Шевчук та ін. науковців.

Впродовж останніх років актуальності набули дослідження соціального туризму як самостійного напрямку туризмологічних досліджень. Вагомий внесок у розвиток соціального туризму зробили такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як: Н. Влащенко [43], К. Задорожна [110, 111], О. Колотуха [151], І. Сердобольська [263], А. Бадін [16], О. Гусякова [78], Ж. Асипова [11] та інші. Однак, не зважаючи на наявність напрацювань щодо проблематики соціального туризму, окремі його аспекти, зокрема, його місце у розробці й реалізації соціальної доктрини туризму, потребують подальшого наукового вивчення.

Як зазначає К.І. Задорожна, особливим і незмінним соціальним аспектом туризму є виконання ним пізнавальних та виховних функцій, що сприяють розвитку толерантності, мультикультурності, розширенню світогляду та глобалізаційній інтеграції. Завдяки цим якостям відзначається соціальна значимість туризму – його зростаюча роль в духовному і фізичному розвитку особистості та формуванні світоглядних орієнтирів рівня і якості життя. Таке трактування соціального впливу туризму складає основу сучасної концепції соціального туризму, яка не так давно трактувала соціальний туризм як «туризм для бідних» [111].

Про особливий соціальний статус туризму та про соціальний туризм зокрема зазначалося ще у 1980 р. у Манільській декларації зі світового туризму – право на відпочинок, відпустку, свободу подорожей і туризму є природним і невід’ємним для кожної людини, що зобов’язує країни надавати своїм громадянам реальні можливості доступу до туризму [157], а соціальний туризм

повинен бути суспільною метою в інтересах менш забезпечених громадян у реалізації їхнього права на відпочинок [378].

Про соціальний статус туризму згадано також у Монреальській декларації, прийнятій у 1996 р. Генеральною асамблеєю Міжнародного бюро соціального туризму (IBST) і наголошується на доступності туристичного відпочинку для всіх, включаючи сім'ї, молодь та літніх людей [11, с.70].

Впродовж останніх років в Україні спостерігається виокремлення соціального туризму у окремий самостійний напрямок туризмології. Про початкову стадію становлення цього напрямку свідчить те, що на сьогоднішній день немає розробленого понятійно-термінологічного інструментарію, що є гранично важливим для визнання і розуміння змісту та концепції соціального туризму.

На жаль, як констатує К.І. Задорожна, сьогодні в нашій державі соціальному туризму як окремій категорії «не дано ані розвитку, ані правового статусу» [110]. Хоча в Україні, як і в будь-якій країні, існують певні групи людей, які через брак коштів просто не можуть не лише подорожувати, але й повноцінно відпочити (малозабезпечені громадяни, багатодітні сім'ї, люди з особливими потребами, студенти та ін.), кількість яких при погіршенні соціально-економічних умов збільшується. Реалізація ідей соціального туризму – доступності повноцінного відпочинку для усіх категорій громадян, повинна мати можливість підтримки розвитку органами державної влади та органами місцевого самоврядування, а також шляхом заохочення діяльності туристичних підприємств у напрямку соціального туризму.

Так, зокрема, у чинному Законі України «Про туризм» в редакції від 04.11.2018 р. серед організаційних форм та видів туризму про соціальний туризм навіть не згадується [119]. Опосередковано про існування соціального туризму вказано у Стратегії розвитку туризму і курортів, затвердженій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 6.08.2008 за № 1088–р, серед основних напрямів реалізації Стратегії вказується – «розробити механізм

державної підтримки впровадження туристичного продукту соціального характеру» [282].

У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року від 16 березня 2017 р. № 168-р у розділі стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні про соціальний туризм знову не згадано. Натомість у розділі Стратегії “Розвиток туристичної інфраструктури” говориться про «забезпечення доступності об’єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення» [282].

Як зазначає К. Задорожна, поки-що більше винятком з правил залишається певне субсидювання оздоровлення дітей, реабілітація військових, осіб з особливими соціальними потребами тощо. Втім, відповідно до динаміки скорочення бюджетних видатків ці сторони соціального туризму вже опинились під загрозою скорочення [157]. Таким чином, сучасні економічні і соціальні передумови, що склалися в Україні, сформували суспільне замовлення на розвиток системи соціального туризму, що є передумовою для прийняття Закону України «Про соціальний туризм» [152].

На відміну від України, концепція соціального туризму практикується у високорозвинених країнах світу (Швейцарії, Німеччині, Франції) з використанням так званих відпускних чеків, а також починає розвиватись і у окремих пострадянських країнах.

Так, зокрема, у законодавстві Російської Федерації зроблено спроби надати соціальному туризму правового статусу. У проекті Федерального Закону «Про соціальний туризм» (1999), Російською Асоціацією соціального туризму і Московським центром Академії туризму запропоноване наступне визначення: «Соціальний туризм – подорожі, субсидовані з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби, і інших джерел фінансування з метою задоволення прав і потреб громадян Російської Федерації» [157].

У 2000 р. Міжпарламентським комітетом республіки Білорусь, Казахстан, Киргизької республіки, Російської Федерації було прийнято, Модельний закон

«Про соціальний туризм», який визначає правові, організаційні та економічні основи соціального туризму, згідно якого «соціальний туризм – подорожі з метою відпочинку, оздоровлення, долучення до природної і культурно-історичної спадщини, що реалізуються громадянам за ціною соціального туру і субсидовані з джерел позабюджетного фінансування і з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби» [218].

Таким чином, соціальний туризм – це організація туристичних подорожей і відпочинку для осіб, які мають невисокий рівень доходів або належать до слабозахисчених верств населення (діти, юнацтво, пенсіонери та ін.) з метою реалізації їх права на відпочинок з метою відновлення працездатності, фізичних і моральних сил [271]. При цьому витрати повністю або частково сплачуються державою, підприємством чи громадськими соціальними фондами. Інакше кажучи, соціальний туризм субсидіюється із засобів, що виділяються на соціальні потреби з метою створення умов для туризму певних категорій громадян. Субсидії виділяються як з державних, так і з недержавних фондів, а також благодійними організаціями [289].

На сучасному етапі концепція соціального туризму базується на трьох основних принципах:

- 1) забезпечення відпочинком і оздоровленням кожного члена суспільства шляхом залучення в середовище туризму людей з низьким рівнем доходів;
- 2) субсидіювання туристських поїздок незаможних громадян;
- 3) участь державних і суспільних структур у розвитку туризму [141].

Як зазначають Теодорович Л. В. та Хомин О. Й. (2010), в основі суспільного розвитку соціального туризму лежить досягнення таких двох цілей:

- 1) зробити можливими туристичні подорожі для тих осіб, чиє матеріальне становище не дозволяє користуватись засобами відпочинку в ринкових умовах;
- 2) створення і розвиток неприбуткового сектора туристичного господарства, який зміг би давати можливість подорожувати вищезгаданим соціальним групам [289].

На думку науковців соціальний туризм можна розглядати з різних точок зору:

- по-перше, цей вид туризму тяжіє до дешевої туристичної бази, з наданням специфічних послуг і заохоченням до активної діяльності незалежно від їх форми власності;
- по-друге, соціальний туризм можна розглядати як сферу задоволення потреб найбільшого населення, в якій кошти цілком або частково сплачуються не туристом, а організаціями або установами, які ці витрати фінансують, рефінансують чи повертають;
- по-третє, соціальний туризм вимагає створення певних громадських об'єднань (родинних, молодіжних та інших), для того, щоб унеможливити цілковиту залежність відпочинку визначених соціальних груп населення від приватного сектора і не спричинити додаткових факторів соціальної нерівності в суспільстві [289].

Отже, соціальний туризм може активно розвиватись тільки за умов активної суспільної і державної підтримки. З таких позицій доцільним є розробка та впровадження соціальної доктрини туризму, яка б координувала розвиток національної системи туризму і соціального туризму зокрема. Розробка і реалізація доктрини в процесі управління дозволяють на практиці здійснити системний характер управлінського впливу у будь-якій сфері життєдіяльності суспільства.

## **1.2. Система національних і особистісних цінностей як основа формування соціальної доктрини туризму**

У сучасних умовах дослідження національних цінностей та національних інтересів набули особливої актуальності у зв'язку із суспільно-політичними та воєнними подіями в Україні. На сучасному етапі туристична індустрія в Україні як самостійний сектор економіки перебуває в стадії активного становлення –

формується специфіка вітчизняної туристичної галузі, що репрезентує національні цінності у світову спільноту. З огляду на це дослідження системи цінностей у туризмі в контексті розробки соціальної доктрини туризму в нашій державі є актуальними і потребують ефективних наукових розробок, які б розвивали національну систему туризму із урахуванням його соціальної та регіональної специфіки.

Дослідження національних цінностей активно здійснюється вітчизняними науковцями, серед яких Абрамов В. [1], Гаврилюк А. [40, 41 ], Гай-Нижник П. [43], Горбулін В. [58], Соляник С. [249], Петрочко Ж. [209], Чупрій Л. [315] та інші вчені. Про вплив акультурації на зміни національних цінностей йдеться у працях М.І. Сторожик [257], Л.М. Федоришиної [54], Л.Т. Шевчук [279], М. А. Шуменка та інших науковців. Проблеми соціально-культурної спадковості досліджуються Бистрицьким С.К. [24], Парнюком М.О. [204]. Однак, не зважаючи на наявність значного наукового досвіду, проблематика системи цінностей у сфері туризму з позицій розробки та реалізації соціальної доктрини туризму потребують досліджень вченими-економістами.

У загальнофілософському розумінні цінність є терміном, що відображає соціально схвалені більшістю людей уявлення про значення певних явищ дійсності або соціокультурної сфери [90, 96]. Цінності розглядаються як результати різноманітної людської діяльності, які задовольняють певні матеріальні і духовні потреби представників різних соціальних груп та є соціальнозначимими орієнтирами діяльності суб'єктів [300], оскільки відіграють важливу роль у перетворенні реальності й здатні виконувати важливу роль в обґрунтуванні підстави для дії та у мотивації поведінки [90]. Інакше кажучи, цінності – це абстрактні переконання щодо бажаних цілей, своєрідні критерії, які мають визначальний вплив на оцінювання середовища, подій, оточення [45].

М.І. Сторожик розглядає традицію, як історичну акумуляцію, спадкоємність та передачу духовних досягнень від людини до людини, від покоління до покоління [257, с.167]. Появу традицій пов'язують із процесом

об'єктивізації суспільної свідомості впродовж соціального розвитку, що призводить до виникнення нової форми спадкоємності, що поступово перетворюється на основну духовну спадкоємність, яка й стає традицією та існує поряд з іншими формами культурної спадкоємності – ритуалами, звичаями, законами тощо [314].

Водночас, як зазначає Чукут С. А., традиції є однією із форм формальної спадкоємності, оскільки з позицій інформативності, більшу частину знань, які містяться в традиціях, людина отримує не в результаті власного безпосереднього досвіду та спостереження, «а в результаті визнання і дотримання моральних традицій, що не піддаються обґрунтуванню з позицій загальноприйнятих теорій раціональності» [314, с.129].

Вищезгадана категорія є предметом активного дослідження багатьох наук. Зокрема, як зазначають Галецька І. та Семків І., у філософсько-соціологічних дисциплінах поняття цінності співвідноситься з категоріями норм та цінностей, нормативно-ціннісних систем та соціальної дії, у конкретно-соціологічних дисциплінах – з категоріями мотивації та управління діяльністю людей, у соціально-психологічних та психологічних – з категоріями, які описують механізми поведінки та діяльності, сенсо-життєві орієнтації та ідентичність [45].

Система цінностей – стійка структура, що містить переконання, пріоритети та принципи, головні орієнтири поведінки. Як стрижневий елемент свідомості система цінностей є визначальним елементом особистості і провідною детермінантою поведінки [45].

Цінності поділяють переважно на дві великі групи: «нижчі», або «матеріальні» (для задоволення біологічних потреб) і вищі, або духовні цінності (релігійні, моральні, етичні, естетичні, політичні, правові та ін.). Часто між цими двома групами ставлять проміжні – життя як цінність, природа як цінність тощо [90].

Також існує поділ цінностей на індивідуальні, колективні (партикулярні) та універсальні. Універсальні (загальнолюдські) цінності — це цінності, що



прийняті або можуть бути прийнятими в перспективі різними народами, культурами, націями (наприклад, права людини) та існують як включені в контекст кожної із культур, націй чи цивілізацій. Партикулярні цінності – це цінності конкретного суспільства, конкретної самобутньої культури, нації. На індивідуальному рівні цінності, як правило, визначають соціальні установки та поведінку, оскільки є джерелом мотивації й критеріями оцінювання та самооцінки [45].

Суспільні цінності виникають як сукупність звичок, прийомів людського побуту, специфічні форми поведінки, що передаються у спадок та згодом закріплюються в традиціях, звичаях, обрядах як особливості культури. У них кодуються еталони суспільно схваленої поведінки представників соціуму, які зберігаються і передаються через соціальні інститути: заклади освіти, виховання, масової інформації, релігії, політики, права тощо [40, 300].

Важливою складовою суспільних цінностей є національні цінності. Трактування національних цінностей ґрунтується на загальній теорії цінностей. В узагальненому тлумаченні, національні цінності – це цінності, які конкретне суспільство вважає за необхідне передавати наступному поколінню, формуючи національну свідомість та площину національних інтересів держави.

Як зазначає В. Абрамов, національні цінності є змістом та одночасно умовою повноцінного існування держави – вони виступають як фундаментальна норма, що дозволяє людині здійснити вибір позиції, лінії поведінки в життєво важливих ситуаціях [1].

На думку Л. Чупрія, національні цінності є концептуальними, ідеологічними основами, консолідуючими чинниками, важливими життєвими орієнтирами на шляху ефективного суспільного розвитку [315]. Слід сказати, що проблематика національних цінностей в суспільстві актуалізується у кризові періоди розвитку держави, оскільки відповідно до об'єктивних обставин відбувається усвідомлення і переосмислення нацією своїх інтересів, цілей та потреб.

Окремі науковці у своїх дослідженнях національні цінності розглядають як складову системи національної безпеки, зокрема як найбільш стабільний її елемент, оскільки формуються впродовж історичного процесу, розвитку матеріальної та духовної культури суспільства, відповідають геополітичному спрямуванню країни. На основі національних цінностей формуються національні інтереси та національні цілі [43, 58].

Таким чином, існує взаємозв'язок між економічною політикою держави та системою її національних цінностей – національні цінності визначають особливості розробки державної політики, використання механізмів її реалізації та задоволення суспільних потреб [308].

Національні цінності, на думку Л. Чупрія – це предмети, явища та їх властивості, що задовольняють потреби особи, суспільства і держави в безпечному існуванні та прогресивному розвитку [315, с. 269]. А.В. Возженников визначає національні цінності як предмети, явища та їхні властивості, наявні та ідеальні соціальні, матеріальні та духовні блага, що задовольняють потреби та інтереси людей і сприяють прогресивному розвитку особи, суспільства і держави [37].

На нашу думку, особливого змісту згаданому поняттю надано у визначенні В. П. Горбуліна та А. Б. Качинського. Згідно цих авторів, національні цінності — це переконання, моральні настанови, стандарти й більш специфічні норми, що впливають на процес вироблення політики на всіх рівнях (індивідуальному, груповому, організаційному та суспільному) через спрямування та стримування поведінки і дій учасників процесу творення політики, впливаючи на їхнє сприйняття бажаного кінцевого стану (кінцевих цінностей) і прийнятних засобів (інструментальних цінностей) для його досягнення [58].

Як наголошують фахівці, офіційна система національних цінностей з метою забезпечення соціальної стабільності повинна максимально відображати систему цінностей, яка встановилася в суспільстві [1]. Так, зокрема, Національний інститут стратегічних досліджень серед національних цінностей

виділяє: добробут, справедливість, стабільність, права людини, порядок, рівність перед законом, свобода, духовність, патріотизм, взаємодопомога, ефективність [43].

Петрочко Ж. В. до національних (суспільно-державницьких) цінностей відносить соборність, самобутність, гідність, волю [209], які законодавчо закріпилися у Постанові Верховної Ради України від 23.02.2017 р. № 1908 VIII "Про рекомендації Парламентських слухань про становище молоді в Україні на тему "Ціннісні орієнтації сучасної української молоді" [216].

У згаданому документі визначено, що воля формує здатність, намагання, прагнення досягати мети; соборність як національна неповторність спонукає до єдності, неподільності всіх територій держави та передбачає спільну відповідальність; самобутність виокремлює етнос своїми оригінальними традиціями, що проявляється у ментальному світосприйнятті; гідність є результатом самоповаги до традицій, мови, культури і викликає повагу інших народів, сприяє усвідомленню власного громадянського обов'язку.

Дослідники В.П. Горбулін та А.Б. Качинський у системі національних цінностей виділяють три складові:

- цінності індивіда,
- цінності суспільства
- цінності держави.

До цінностей індивіда відносяться: індивідуалізм, патріотизм, права та свободи людини, право приватної власності та загальнолюдські цінності.

До суспільних цінностей відносяться: добробут, соціальна справедливість, міжетнічна та міжконфесійна злагода, ліберально-демократичні традиції, матеріальні й духовні надбання.

До цінностей держави відносяться: природні ресурси, конституційний лад, національна безпека, державний суверенітет, система міжнародних зв'язків, територіальна цілісність [58].

Водночас Л. Чупрій вважає доцільним доповнити згадану систему національних цінностей такими індивідуальними цінностями як любов до Бога,

терпимість; миролюбність; доброзичливість; гостинність, працелюбство; сім'я, які завжди відображали особливості українського національного характеру [315, с. 270].

Сферою застосування і поширення суспільнозначимих цінностей є й туризм – сфера, що постійно трансформується залежно від ціннісно-орієнтаційних характеристик як суспільства загалом, так і окремої особистості зокрема. Адже незалежно від тривалості та мети туристичних мандрівок, будь-яке переміщення з постійного місця проживання приносить нові знання про культуру та традиції інших країн, в результаті чого відбувається співставлення власних та іноземних цінностей. Цьому факту значно сприяє урізноманітнення цілей сучасного туризму – окрім традиційних пізнавальних, спортивних та оздоровчих цілей, туристичні мандрівки активно здійснюється з діловими, науковими, релігійними, екологічними, гастрономічними, виховними, навчальними та іншими цілями.

Аналогічно іншим науковим напрямкам, в туризмі вирізняються два основних типи цінностей: цінності, сенс яких визначається наявними базовими потребами людини як біологічної істоти (потреби в русі, відпочинку, фізичній релаксації тощо), і цінності, які надають духовного смислу існуванню людини як соціальної істоти (необхідність самореалізації, самоствердження, творчої діяльності та самовдосконалення, розширенню пізнавального горизонту тощо) [249].

Як зазначає Сліпець П.П., ціннісні аспекти туризму закладені у багатьох інтерпретаціях туризму, оскільки цінності – це загальноприйняті уявлення людей про цілі й норми поведінки, які втілюють історичний досвід і концентровано виражають смисл культури певного етносу і навіть людства в цілому [242]. Зокрема, дослідник наводить низку аксіологічних трактувань туризму, зокрема: «посол миру», «з метою миру і регіонального розвитку», «фактор індивідуального і колективного самовдосконалення», «фактор стійкого розвитку», «сфера, яка використовує культурне надбання людства та вносить свій вклад у його збагачення» та ін. [249].

Система ціннісних орієнтирів сучасного туризму у глобальних масштабах відображена у туристичних слоганах (гаслах), які використовуються Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) і присвячені святкуванню Всесвітнього дня туризму (27 вересня). ВТО щороку, починаючи із 1980 р., визначає теми (гасла) цього свята, які відображають ціннісно-пріоритетні напрямки розвитку туризму на конкретні часові періоди. Зокрема, у 2019 р. гаслом Всесвітнього дня туризму було проголошено вислів «Туризм і робочі місця: краще майбутнє для всіх» (Додаток А).

Документально ціннісні характеристики туризму найбільш повно закріплені у Монреальській декларації „До гуманного і соціального бачення туризму”(Канада, 1996 р.). У статті 2 (глава 1) цієї декларації проголошено, що "всі ініціативи з розвитку туризму мають бути націлені на повну реалізацію потенціалу кожної людини як особистості, так і як громадянина" [280]. Наведемо основні пункти згаданого документу:

1) Міжнародний туризм, завдяки своєму масовому характеру, сприяє підвищенню якості життя, доступності культурних цінностей світового значення для все більшої кількості людей.

2) Гуманітарна спрямованість туризму яскраво виявляється у розвитку соціального туризму: заохочується залучення у міжнародний туризм молоді, школярів і студентів з метою розширення їх світогляду, розширюються можливості подорожей для сімейних пар, осіб похилого віку та людей з особливими потребами.

3) У процесі туристичної діяльності здійснюється рекреаційна мета, тобто відновлення та оздоровлення, використовується зміна звичного середовища, кліматичні умови, нові враження, спілкування з новими людьми для зняття стресового напруження.

4) Туризм завжди надає широкі можливості культурного спілкування, формує здатність до розуміння культури своєї країни та інших країн, дає творчі імпульси для розвитку культури.

5) Культурний обмін пробуджує більш глибокий інтерес до звичаїв, традицій інших народів і цивілізацій, виступає як конкретне виявлення міжкультурного діалогу. «Входження» в іншу культуру та пізнання інших культур допомагає краще зрозуміти власну культуру та самого себе, як особистість.

6) Долучення до духовних цінностей та ідеалів культури різних народів сприяє естетичному та моральному розвитку людини, стабілізації психічного здоров'я людей, суспільних і соціальних відносин у цілому.

7) Розвиток туризму має сприяти збереженню національної самобутності культури та слугувати перешкодою проти засилля масової культури.

8) Тенденція не тільки до екскурсійного пізнання культури, а й людського спілкування, особистих контактів, що нині розвивається, сприяє толерантності, повазі до національної своєрідності звичаїв, вихованню в душі культури миру та демократії.

9) Розвиток туризму сприяє зміцненню національних особливостей, традицій гостинності різних народів. Відповідно до традиційних понять щодо відносин між людьми закони гостинності вважаються священними.

10) Демонстрація культурних традицій своєї країни іноземним туристам допомагає їх більш глибокому розумінню та виховує патріотичні почуття, національну гідність [271].

Водночас, з точки зору більш детального розгляду впливу суспільних ціннісних орієнтирів на напрямки розвитку туристичної сфери, слід навести твердження Л.Т. Шевчук щодо особливостей соціалізації в сфері туризму, а саме про прогресивну і регресивну соціалізацію [320]. Адже соціалізація є процесом входження індивіда в соціальне середовище через засвоєння норм, ідеалів, цінностей тощо [47].

Так, зокрема, Л.Т.Шевчук тлумачить прогресивну соціалізацію як таку, що супроводжується нагромадженням трудових навиків, знань, норм, цінностей, традицій під час передачі їх від покоління до покоління. Авторка наголошує, що прогресивна соціалізація – це також інтенсифікація включення

індивіда в систему суспільних відношень і формування у нього соціальних якостей, узгоджених з цивілізаційними законами й вимогами, національними ідеями, етичними позиціями суспільства [297].

Слід зазначити, що у сфері туризму вплив зовнішнього середовища на всіх учасників туристичної діяльності є надзвичайно потужним, що сприяє не тільки засвоєнню соціального досвіду, але і його «перерозподілу» та «адаптації» до рівня особистісних установок, орієнтацій. Ми притримуємося думки, що прогресивна соціалізація в сфері туризму проявляється через навик, знання, норми, цінності, культуру, інформацію про традиції, вірування, дані про здоровий спосіб життя тощо, отримані в процесі здійснення туристичної діяльності під час передачі їх споживачам туристичних послуг гідями, екскурсводами, етнографами та іншими працівниками туристичної сфери [297]. Окрім цього, досвід, набутий в результаті соціалізації в сфері туризму, є більш стійким, оскільки він як правило, отриманий у відмінних від звичного оточення, умовах, емоційно забарвлений та містить рекреаційну складову.

Регресивна соціалізація, на думку Шевчук Л.Т., – це процес втрати і знецінення індивідом, групами людей і суспільством цінностей, здобутих протягом тривалого періоду, і на цій основі активізації девіантної поведінки особи, групи осіб чи населення загалом [320].

Звичайно, що соціалізація, яка має місце у сфері туризму, сильно залежить від суб'єктивного сприйняття дійсності часниками туристичної діяльності, їх інтелектуального та ментального рівня і буде зростати при вищій соціальній активності та при вищих очікуваннях учасників туристичної діяльності в результатах останньої (потреба ознайомитися з конкретними, часто маловідомими для пересічного відвідувача, туристичними об'єктами, у певному рівні комфортності перебування впродовж подорожі, автентичність місцевої кухні, безпека тощо).

Регресивна соціалізація в сфері туризму найчастіше має місце при неналежному наданні турагентами і туроператорами туристичних послуг,

непрофесійній роботі туристичного персоналу, а також особистісних установок туристів.

Цілком поділяємо точку зору Шевчук Л.Т. стосовно наступного твердження: якщо прогресивна соціалізація неможлива без розширення комунікації – передачі інформації, обміну нею, процесів безпосереднього спілкування, в тому числі й за допомогою будь-яких систем зв'язку (телефонна мережа, Інтернет, ЗМІ тощо), то регресивна соціалізація – це наслідок звуження чи деформації комунікації, односторонньої комунікації, використання неприйнятних цінностей в результаті негативного досвіду життєдіяльності індивіда, груп людей і суспільства [297].

Слід зазначити, що продовж останніх років з'явилися принципово нові канали соціалізації, які суттєво впливають функціонування туристичної галузі та на розвиток суспільних відносин загалом. Одним із таких каналів є глобальний інформаційно-мережевий простір, який у сучасних умовах має місце у всіх сферах суспільного життя, у нових та традиційних інститутах соціалізації. Водночас, як зазначає Т. Прохоренко, знижується роль офіційно-інституціональних каналів соціалізації та зростає вплив безпосереднього оточення, ЗМІ, зразків масової культури [221], що певним чином знаходить відображення у зміні системи національних цінностей.

З огляду на усе викладене вище, слідом за Гаврилюк А. М., можна говорити про ціннісний підхід до розвитку туризму з економічних, наукових, освітніх, етичних та інших позицій [40]. Досягнення певної соціальної позиції в структурі соціуму, відбувається саме завдяки ціннісно-орієнтаційному призначенню туризму, що реалізує дві основні функції: функцію ідентифікації, яка здебільшого має значення для окремо взятого індивіда та функцію легітимації соціального порядку, значимого з точки зору соціального цілого [55].

Козловський Є.В. у сучасних умовах називає туризм одним з ефективних засобів реалізації соціокультурних цінностей у сфері дозвілля. Адже під цінностями розуміють основи духовного та матеріального життя людини, які



визначають мету, сенс, значення, наміри, нормативність і формальні межі її самореалізації [249].

На його думку, дозвілєві цінності – це різноманітна діяльність людей, що задовольняє які-небудь матеріальні або духовні потреби представників різних соціальних груп у сфері дозвілля. До матеріальних дозвілєвих цінностей належать об'єкти природного й соціокультурного середовища, що дозволяють здійснювати різні дозвілєві практики. Духовні дозвілєві цінності – це сукупність термінальних цінностей, самоцінностей, що здійснюють вагомий вплив на реалізацію соціальних потреб у сфері дозвілля (безпека, задоволення, внутрішня гармонія, комфортне життя, натхнення, свобода, дружба, краса, визнання, рівність, загальний мир та ін.) [134, 135].

Цінності в сфері туризму як виду дозвілєвої діяльності задовольняють потреби людини у лікуванні та оздоровленні, занятті спортом, навчанні, пізнанні, розвагах, занятті улюбленою справою, а також у самовираженні, самоствердженні особистості та підвищенні її культурного рівня [155, с. 72].

З урахуванням усього викладеного вище, можна стверджувати, що ціннісні орієнтири у суспільстві визначають базові принципи реалізації економічної політики [308]. В таких умовах посилюється роль держави як визначального інституту, що визначає політику концептуально-ціннісного підходу в усіх сферах життєдіяльності суспільства, зокрема, й у сфері туризму.

Підсумовуючи усе викладене вище, можна стверджувати, що туризм є впливовим чинником культурної соціалізації. Туризм як вид суспільної, групової та індивідуальної діяльності істотно сприяє самореалізації людини в таких ціннісних вимірах як, свобода, комунікація, соціалізація особистості на основі її ознайомлення з цінностями вітчизняної та світової культури, пізнання поширення загальнолюдських цінностей з точки зору їх розуміння і поваги [249]. Адже кожна країна, володіючи, досліджуючи та пропагуючи національні цінності за допомогою туризму, закріплює в суспільстві свої ціннісні орієнтації, які згодом формують її туристичну впізнаваність та імідж.

Як підсумок усього викладеного вище, наведемо цитату з доповіді ЮНЕСКО (Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури) «Вплив туризму на соціокультурні цінності» (Париж , 1975 р.), у якій туризм визначено як «процес контакту культур, соціальних груп, народів, які відвідуються туристами. Кожна країна, яка приймає туристів, може запропонувати їм для ознайомлення і пізнання безліч цінностей: природні (краса та самобутність природи, особливий клімат), духовні та культурні (народна творчість, побут, особливості етнічного розвитку), а також соціальні. Пропонована туристам система цінностей може бути глибоко відмінною від звичних для туристів культурних надбань, що може призвести до так званого «культурного шоку». Але це ж протиріччя, внаслідок взаємодії різних систем цінностей, може також стати і чинником їх збагачення, якщо воно позитивно сприймається та призводить до розвитку та вдосконалення індивідів і груп, що спілкуються» [348].

З таких позицій вважаємо доцільним розробку та впровадження соціальної доктрини туризму, яка б координувала розвиток сфери туризму з урахуванням національної системи цінностей. Доктрина повинна визначати зміст державного управління у галузі, формувати і запускати в дію механізм її виконання. Розробка і реалізація доктрини в процесі управління дозволяють на практиці здійснити системний характер управлінського впливу у будь-якій сфері життєдіяльності суспільства.

### **1.3. Роль рівня доходів населення у формуванні соціальної доктрини туризму**

У сучасних умовах туризм є однією із найбільш високоприбуткових та динамічних галузей світового господарства. Як зазначає Г.О. Горіна, «туризм припинив бути підгалуззю економіки, а перетворився на сферу діяльності, в рамках якої суб'єкти близько 50 галузей економіки реалізують товари та

послуги, спрямовані на задоволення потреб мільйонів індивідуальних та організованих туристів та мандрівників, створюють додаткові робочі місця, підвищуючи тим самим зайнятість населення» [59].

За показниками Світового барометра по туризму UNWTO туризм є третім за величиною експортним сектором у світі [349]. Так, зокрема, у 2017 р. за рахунок збільшення туристичних потоків, зростання світового туризму склало 7%, що було рекордно-високим з 2010 року [305]. Про висхідну динаміку сучасної туристичної галузі свідчать дані UNWTO Tourism Highlights Edition, згідно яких міжнародні туристичні прибуття у 2017 р. досягли показника 1,323 мільйони осіб, що на 84 мільйони більше аналогічних показників у 2016 р. [347].

Причинами такого зростання туристичної сфери економіки дослідники визначають цілий комплекс факторів, зокрема, збільшення активності переміщення людей, підвищення загального добробуту населення в світі, що дозволяє обирати пізнавальні та розважальні способи проведення дозвілля, зміцнення середнього класу як основного споживача туристичних послуг, розвиток транспортної інфраструктури, інформаційних і комунікаційних технологій у сфері туризму та ін. Туризм стає глобальним трендом, який і в найближчі роки залишиться на вершині світового попиту [305].

Впродовж останнього часу суттєві зміни у функціонування туристичної галузі у світі здійснила коронавірусна пандемія у 2019 році. За прогнозами Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) при ООН, світовий туризм зможе повернутися до докоронавірусного рівня не раніше 2023 року. Фахівці ВТО зазначають, що криза через пандемію стала найсильнішою в сфері туризму за всю історію: за даними організації, втрати сфери туризму в 2020 році склали 1,3 трлн доларів. Згідно з останніми даними, кількість міжнародних поїздок знизилася на 74%, а кількість туристів, які подорожують в інші країни, знизилася в 2020 році на 1 млрд в порівнянні з показником 2019 року [150].

Туристична галузь України через пандемію корона вірусу у 2020 році втратила 60 млрд гривень [150]. У 2019 р. загальна кількість виїздів громадян

України за кордон сягала близько 30 мільйонів, а у 2020 р. – трохи більше 11 мільйонів [327]. Експерти сподіваються, що поступовий початок вакцинації від коронавірусу допоможе відновити довіру туристів, сприятиме пом'якшенню обмежень на поїздки і поступово поверне подорожі протягом 2021 року [329].

Туризм відіграє значну роль у створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, впровадженні шляхів скорочення безробіття у державі. У сучасній світовій економіці на туристичну галузь припадає одне робоче місце із 11 робочих місць у світі, що доводить стійкість галузі під час світового економічного спаду, перетворює її на ключовий фактор конкурентоспроможної, високоефективної диверсифікованої економіки [59].

На сучасному етапі туристична індустрія в Україні як самостійний сектор економіки перебуває в стадії активного становлення – формується специфіка національної туристичної галузі, що репрезентує туристичні ресурси України у світову спільноту. Однак, як зазначають фахівці, світові тенденції розвитку туризму не оминуть і Україну, де, незважаючи на окремі соціально-економічні проблеми, ринок туризму розвивається досить швидко [205].

Водночас розвиток туристичної індустрії в нашій державі супроводжується низкою проблем, які перешкоджають її успішному зростанню. Серед найгостріших таких проблем слід назвати низький рівень доходів населення, внаслідок чого значна частка населення нашої країни не може реалізувати своє право на відпочинок не тільки за кордоном, а навіть у межах країни свого постійного проживання. Адже, на думку експертів Всесвітньої туристичної організації, для збалансованого розвитку туристичного ринку країни раціональним є співвідношення між в'їзним та виїзним туризмом у таких пропорціях – 1:1 (1 в'їзний турист/1 виїзний турист) та 1:4 (1 в'їзний турист/4 внутрішні туристи) [146, с.79].

Фундаментальні основи економічного дослідження доходів складають праці таких зарубіжних учених, як: Дж. Боуен, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, Дж. Мейкенз, Е. Оркін, А. Сміт, І. Фішер, А. Фрідман. Проблематика доходів у сфері послуг та туризму зокрема, досліджувалася у працях багатьох

вітчизняних науковців, серед яких: М. Бойко, І. Бланк, Г. Горіна, О. Градінарова, П. Гудзь, В. Добровський, Л. Дядечко, М. Єгорова, О. Любіцева, А. Мазаракі, М. Мальська, Г. Михайліченко, Т. Ткаченко. Г. Крамаренко, Т. Чан, А. Чудновський, Н. Шмигаль та ін.

Однак, не зважаючи на наявність значного наукового досвіду, проблеми формування рівня доходів населення як вагомого чинника розвитку національного туризму з позицій розробки та реалізації соціальної доктрини туризму ще потребують досліджень вченими-економістами.

Рівень суспільного розвитку країни визначає рівень життя населення та формує відповідні запити до функціонування туристичної галузі [161]. Зростання соціально-економічного рівня життя населення країни модифікує вимоги до туристичного обслуговування, активізує збільшення внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків. Обґрунтованими є твердження дослідників [154, 175] про те, що належний розвиток внутрішнього (національного) туризму є впливовим чинником для розвитку цілого сектору туристичних послуг в т.ч. й міжнародного туризму.

Сфера туризму певним чином впливає на національну економіку країни та здійснює це прямо або опосередковано. При прямому впливі витрати туристів забезпечують формування доходів суб'єктів сектору туристичних послуг і проявляється, передусім, на національному рівні через формування дохідної частини державного бюджету, валової доданої вартості сектору туристичних послуг, стан платіжного балансу країни та характеризується такими показниками: часткою туристичних витрат і часткою податкових надходжень від туризму у ВВП. При непрямому впливі туризму на національну економіку прямий вплив туризму генерує зростання попиту в суміжних галузях і підприємства сектору туристичних послуг, до яких безпосередньо поступають доходи туристів, також купують товари й послуги в інших секторах економіки [321].

Одним з найбільш вагомих показників соціально-економічного розвитку країни є рівень доходів її населення. Доходи населення, структура їх

формування та витрат характеризують систему розподільчих відносин країни, добробут її громадян, а також ступінь їхньої соціальної захищеності [157].

У загальному розумінні, доходи населення — це сукупність грошових коштів та натуральних надходжень, спрямованих на підтримку фізичного, морального, економічного та інтелектуального стану людини та на задоволення їх потреб; формуються за рахунок оплати, виплати соціальних фондів, підприємницьких доходів, доходів від особистого підсобного господарства, індивідуальної трудової діяльності та доходів від інших джерел [32]. Іншими словами, доходи населення об'єднують обсяг нарахованих у грошовій та натуральній формі: заробітної плати (в т. ч. одержану населенням з-за кордону), прибутку та змішаного доходу, одержаних доходів від власності, соціальних допомог та інших поточних трансфертів [157].

У структурі доходів виділяють наявний дохід (номінальні доходи з вирахуванням податків та інших обов'язкових платежів, тобто кошти, що використовуються населенням на споживання й заощадження) та реальний наявний дохід – номінальний наявний дохід з урахуванням цінового фактору [Доходи].

Туристична сфера дуже чутлива до змін економічного середовища, оскільки існує чіткий зв'язок між напрямком розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян. Адже, як зазначає О. Клок, загальний позитивний стан національної економіки та відкритість кордонів є суттєвим стимулом для зростання туристичних потоків, і навпаки, стагнація розвитку господарюючої системи та обмеження короткострокової міграції призводять до занепаду туристичної галузі [126]. Науковці стверджують, що за стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% збільшує ці витрати на 10 % [162, 277 ].

Рівень фактичних доходів населення є головним показником ємності національного туристичного ринку та ключовим чинником формування попиту

на туристичні послуги. У сучасних умовах доходи населення вважають найбільш достовірним показником, на якому доцільно будувати стратегії розвитку категорії національного туризму, оскільки дана категорія показує купівельну спроможність резидентів, тобто – обсяг товарів і послуг, яке населення теоретично в змозі придбати. Адже, туристична галузь, на думку О. Клока, є сферою високоеластичного попиту, продукція якої не є першочерговою необхідною [126].

Однак, на думку С. Гаврилюка, високорозвинений туристичний ринок веде до примноження багатства країни за рахунок одержання доходів від туризму, що зрештою зумовлює збільшення інвестицій у туристичну сферу та в інші галузі туристичної індустрії» [42, 319]. Адже туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури (готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо), має широкі можливості для залучення інвестицій, забезпечує диверсифікацію економіки шляхом створення галузей, що обслуговують індустрію туризму, підвищує рівень добробуту нації [118].

Існування прямих кореляційних зв'язків між рівнем розвитку національної економіки та ступенем ефективності сектору туристичних послуг є беззаперечним фактом [33, 42, 115, 161]. Так, зокрема ще у 1959 р. П. Ротоу (P. Rotow) одним із перших відзначив існування залежності між стадіями розвитку країн та характерними особливостями розвитку в них сектору туристичних послуг.

Сутність гіпотези П. Ротоу полягає в тому, що для певної стадії розвитку суспільства є характерним розвиток певного виду туризму: для низьких економічних стадій суспільства характерним буде незначний розвиток внутрішнього туризму, для країн, що розвиваються – розвиток внутрішнього і виникнення іноземного туризму, для розвинених країн – поширеним буде туристичний обмін [319]. Однак гіпотеза П. Ротоу, незважаючи на суттєву трансформацію впливу туризму на економіку, не втрачає актуальності й тепер – згідно П. Ротоу, основні туристичні центри розташовані в економічно розвинених країнах, а в країнах, що розвиваються, спостерігається ефект

мультиплікації доходів у секторі послуг на основі поширення внутрішнього туризму, відбувається зростання зайнятості місцевого населення в секторі туристичних послуг та розвиток туристичної інфраструктури [72].

Згідно теорії П. Ротоу, на сучасному етапі Україна належить до перехідного суспільства, в якому соціально-економічні умови сприяють пріоритетному розвитку внутрішнього та в'їзного туризму [88, 321].

Одним з найважливіших чинників, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5 % збільшує витрати на туризм на 4 %, а зростання особистого споживання на 5 % збільшує ці витрати на 10% [321].

У сучасних умовах рівень фактичних доходів населення є головним показником формування попиту на послуги національного туристичного ринку, а також найбільш достовірним показником, на якому доцільно будувати стратегії розвитку системи національного туризму.

Доходи від туристичної діяльності опосередковано, але водночас, більш достовірно у порівнянні із офіційними статистичними даними про доходи населення, відображають рівень реальних доходів населення, оскільки показують обсяг фактичного платоспроможного попиту на послуги туристичних підприємств.

Отже, з урахуванням усього викладеного вище можна стверджувати, що величина реального доходу суттєво впливає на попит туристичних послуг: при збільшенні реального доходу населення збільшується попит на туристичні послуги, оскільки у населення вивільняються кошти, які можуть бути витрачені на відпочинок та подорожі. Розподіл доходів населення також позначається на функціонуванні туристичної сфери загалом – чим рівномірніше розподіляється дохід у суспільстві, тим більше людей зможуть дозволити собі подорожувати [231].



Таким чином, загальна політика економічного зростання регіону повинна стимулювати розвиток напрямків діяльності, які підвищують привабливість туристичної території, адже доходи в туризмі супроводжуються зростанням доходів в інших галузях. З таких позицій формування і реалізація соціальної доктрини в туризмі має вагоме значення для підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни.

Поступове підвищення соціально-економічного рівня життя населення країни збільшує його потреби у відпочинку й дозвіллі, що в свою чергу, позначиться на зростанні внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків і стимулюватиме розвиток сектору туристичних послуг, що супроводжується зростанням частки туристичної галузі в бюджеті держави та зростанням зайнятості за рахунок зайнятих у туристичній сфері. Зростання інвестицій у туристичний сектор призводить до розвитку туристичних об'єктів, які вже існують та сприятиме створенню нових туристичних об'єктів, які відповідатимуть запитам суспільства, а також зумовлює розвитку туристичної інфраструктури, що підвищує привабливість національного сектору туристичних послуг і сприятиме підвищенню соціально-економічного розвитку країни.

#### **1.4. Формування теоретичного підґрунтя соціальної доктрини туризму у вітчизняній науці**

У сучасних умовах туризм є невід'ємною частиною життєдіяльності суспільства, що динамічно розвивається. Починаючи із XX ст. туризм поступово набув універсального значення у суспільстві, охоплюючи цим поняттям будь-які переміщення людини з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання [151], а вже на початку XXI ст. його розвиток досяг настільки великих масштабів, що був названий феноменом XXI століття [211].

В соціальному аспекті туризм – дієвий засіб задоволення потреб людей у відпочинку, своєрідний індикатор рівня життя населення, який окрім позитивного впливу на соціально-економічний розвиток регіонів, сприяє популяризації активного відпочинку, пізнанню та збереженню культурно-історичної спадщини, розвитку толерантності, мультикультурності, стабілізації міжнаціональних та міжетнічних відносин тощо

З таких позицій формування і реалізація соціальної доктрини в туризмі має вагоме значення для підвищення рівня соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Розробка і реалізація ефективної соціальної доктрини туризму може вирішити проблеми ресурсної залежності регіонів, знівелювавши таким чином регіональні диспропорції економічного та соціального розвитку, та сприяти становленню туризму як потужної альтернативної галузі, що володіє практично невичерпними ресурсами для розвитку.

Як вже згадувалось раніше, проблематика соціального туризму активно досліджувалась у працях багатьох вчених (Асипова, 2014; А. Бадін, 2008; Гришкін, 2001; О. Гусякова, 2012; О. Зибарева, 2014; І. Сердобольська, 2003; Л. Шевчук, 2015 та ін). Ідеї концепції туризму як проекту соціального розвитку обґрунтовували В. Ханзікер (1957), Л. Міннаерт та ін. (2009), Ф. Хігінс-Десбіолес (2006), К. Гріффін та ін (2011), М. Альмейда, (2011), Алкер та ін. (2017). Аналіз соціальних аспектів розвитку туризму як окремого напрямку наукових досліджень можна прослідкувати у працях А. Голода (2015, 2019), Л. Немець (2009), К. Сегіди (2009), Л. Федоришиної (2019) та ін. Дослідження К. Задорожної (2015, 2016) виокремлюють соціальний туризм як окремий напрям туристичної галузі й елемент комплексу соціальної політики [99, 100]. Однак, не зважаючи на наявність значного наукового досвіду вивчення згаданої проблематики, питання розробки соціальної доктрини туризму все ще є малодослідженими вченими-економістами.

Як зазначають науковці, доктринальність є універсальною закономірністю соціального управління – розробка і реалізація доктрини в

процесі управління дозволяють на практиці здійснити системний характер управлінського впливу у будь-якій сфері життєдіяльності суспільства.

У широкому розумінні під терміном «доктрина» (лат. *doctrina* – вчення, від лат. *docere* (вчити, навчати) та *doctor* (релігійний вчитель, викладач) розуміють вчення, наукову або філософську теорію, систему поглядів, політичну систему, керівний теоретичний чи політичний принцип [35, 268].

Доктрина – це певне систематизоване вчення, звязана концепція, сукупність принципів [298]. Цей термін здебільшого вживають для позначення концептуальних засад політичної філософії і практичної політики (зовнішньополітична доктрина, військова доктрина та ін.) [299, с. 167].

Філософські науки трактують доктрину як вчення, систему теоретично обґрунтованих поглядів на суттєво важливі соціально-політичні, моральні, релігійні та ін. питання, безпосередньо орієнтовані на практичну дію, втілення в життя, дотримання в політиці і повсякденній поведінці. Доктрина виступає найбільш концептуалізованою формою існування ідеології, однак, на відміну від ідеології, часто може існувати у вигляді конкретного документа [301].

Доктрину також визначають як частину науки, побудовану відповідно до думки, що з'явилася на зміну застарілих положень; тлумачення спірних наукових питань, особливо суспільних і філософських [213, 313].

Подібний підхід до визначення доктрини прослідковується і у зарубіжній літературі. Так, зокрема, у англомовних джерелах доктрину загалом трактують як:

1) принцип або систему принципів, переконань, особливо політичних або релігійних, які викладаються і яких дотримуються певні групи або в конкретній ситуації;

2) викладений принцип державної політики, головним чином у зовнішній або військовій справі [332,333];

3) набір стратегій [334].

У більш вузькому значенні доктрина – сукупність положень, принципів і поглядів з певної області філософії, моралі, політики тощо, властива

конкретному мислителю, суспільному діячу або школі, що складає основну програму їхньої дії [142]. У такому сенсі можна говорити про доктрину політичну, правову, економічну, військову, соціальну, судову, національну доктрину розвитку освіти та ін.).

За загальним правилом будь-яка доктрина ділиться на офіційну, створювану на національному рівні або наднаціональному (експертні висновки), і наукову, створювану в університетах, наукових установах тощо [298, 299].

З метою глибшого розуміння змісту та функцій згаданого поняття, слід звернутися до його правознавчого трактування. Так, на думку Р. Давида, роль доктрини як джерела права полягає в тому, що, вона «...створює словник юридичних (правових) понять, якими користується законодавець...» [78], а також впливає на становлення тих методів, за допомогою яких тлумачать закони. Крім цього, як наголошує Г. Білецька, фіксується вплив доктрини на самого законодавця – останній часто лише виявляє ті тенденції, які проявилися та закладені в доктрині і сприймає підготовлені нею пропозиції [25].

З урахуванням усього викладеного вище, цілком слушним є економічне трактування доктрини викладене в Кембріджському бізнес-словнику, що зводиться до принципу або системи принципів, яких дотримується певна група або в конкретній ситуації [332].

Доктрина повинна визначати зміст державного управління, формувати і запускати в дію механізм її виконання. З таких позицій управлінського розуміння спрямованості державної політики, на нашу думку, найбільш змістовним є трактування доктрини, сформульоване Якуніним В.І, Сулакшиним С.С. та ін. (2010). На думку згаданих авторів, доктрина виступає джерелом та основою конкретної державної політики і являє собою систему цінностей та цілей, державно-управлінських заходів, рішень і дій, оформлених відповідними нормативними правовими актами і програмами, які спрямовані на реалізацію поставлених публічно цілей соціального розвитку [250].

Слід сказати, що у спеціальній літературі, в т. ч. й економічній, дослідженню соціальних аспектів доктринальності приділено ще недостатньо уваги. Малодослідженими також у вітчизняній науці є проблематика та механізми створення соціальної доктрини розвитку держави та на рівні секторів її економіки, в тому числі й туризму. Більше цього, станом на сьогодні у вітчизняній науці практично відсутнім є чітке й загальноприйняте визначення терміну «соціальна доктрина», що свідчить про наявність значної проблемної ніші дослідницьких розробок для науковців-економістів [288]. Натомість, у культурологічній та богословській літературі цій проблематиці приділено достатньо уваги.

На відміну від України, різноманітні аспекти соціальної доктринальності активно досліджуються у сусідніх країнах, зокрема у Росії та Білорусі. Дослідження стосовно розробки і реалізації соціальної доктрини здійснювалися російськими вченими, такими як В. Багдасарян, Є. Васильєва, Є. Ковешніков, Н. Синицкая, С. Сулакшин В. Якунин та ін.

Соціальна доктрина – різновид глобальної технології, яка визначає місце соціальної системи в геополітичному просторі, виділяє пріоритети в реалізації корінних соціальних інтересів тієї чи іншої нації, містить механізми їх реалізації (економічні, міжнародні, культурно-духовні, екологічні, військові) і є основоположною для визначення стратегічних цілей соціальної політики, визначення соціальних орієнтирів реформування, вироблення будь-якого виду політики висловлення інтересів громадян [275, с.453].

Виходячи з цього, при формуванні соціальної доктрини держави, слід виділяти: 1) головні національні інтереси, які відповідають перспективним цілям даної країни і всього людства; 2) інтереси, від задоволення яких першочергово залежать національна безпека даної країни і можливість існування незалежної національної держави; 3) головні ресурси, які можуть бути використані для досягнення стратегічних соціальних цілей, підвищення якості життя своїх громадян [129, с.131].

Процес розробки соціальної доктрини держави повинен передбачати ґрунтовний науковий аналіз соціально-економічної ситуації в її межах, об'єктивну оцінку попереднього досвіду у всіх сферах суспільного життя, вивчення зовнішніх та внутрішніх чинників впливу на перебіг суспільних процесів, аналіз та запозичення провідних тенденцій світового розвитку з подальшою їх адаптацією для ефективного соціального розвитку конкретних регіонів.

У структурі соціальної доктрини держави особливе значення має соціальна доктрина розвитку туризму, що зумовлюється функціональною специфікою туристичної галузі, її особливою соціальною спрямованістю. Слід зазначити, що сьогодні у науковій економічній літературі визначення поняття «соціальна доктрина туризму» практично відсутнє. Спеціальних досліджень потребують питання розробки теоретико-методологічних підходів до визначення та структури згаданого поняття, критеріїв відбору показників для оцінки передумов створення соціальної доктрини туризму та інтегральної оцінки результативності механізмів її реалізації, спрямованих на розв'язання прикладних регіональних проблем у сфері туризму.

Соціальні аспекти розвитку туризму як окремого напрямку наукових досліджень аналізуються у розробках А. Голода, К. Задорожної, Т. Котенко, Л. Немець, К. Сегіди, Н. Моштакіної та ін. Однак, не зважаючи на наявність значного наукового досвіду, вивчення згаданої проблематики, питання розробки соціальної доктрини туризму все ще є малодослідженими вченими-економістами.

Про особливий соціальний статус туризму було зазначено ще у 1980 р. у Манільській декларації зі світового туризму – право на відпочинок, відпустку, свободу подорожей і туризму є природним і невід'ємним для кожної людини, що зобов'язує країни надавати своїм громадянам реальні можливості доступу до туризму [146]. У Монреальській декларації, прийнятій у 1996 р. Генеральною асамблеєю Міжнародного бюро соціального туризму (IBST),

наголошується на доступності туристичного відпочинку для всіх, включаючи сім'ї, молодь та літніх людей [316, с.70].

Чітко виражена соціальна спрямованість є характерною рисою сучасного туризму, у зв'язку з чим і все більше науковців визначають туризм як особливу соціальну сферу економіки. Змістовну суть цього твердження найбільш вдало передає визначення соціального туризму, яке розробили Л. Міннаерт (Lynn Minnaert), Р. Майтланд (Robert Maitland), Г. Міллером (Graham Miller) (2009): «соціальний туризм – це туризм з доданою моральною цінністю для обох сторін туристського обміну» [342].

Як зазначає К.І. Задорожна, особливим і незмінним соціальним аспектом туризму є виконання пізнавальних та виховних функцій, що сприяють розвитку толерантності, мультикультурності, розширенню світогляду та глобалізаційній інтеграції [100].

Соціальна спрямованість сучасного туризму проявляється шляхом постійного розширення напрямків його розвитку та формування світоглядних орієнтирів рівня і якості життя – поряд із активним відпочинком та участю в ділових, наукових і культурних заходах, туристичні подорожі здійснюються із спортивними, оздоровчими, релігійними, екологічними, культурно-пізнавальними, історичними, літературно-художніми, гастрономічними, медичними, навчальними та іншими цілями.

Виробництво та споживання туристичних послуг має чітко виражений соціальний характер, оскільки в процесі (надання) отримання послуг кожна людина взаємодіє з суспільством, а саме споживання є ознакою соціальної стратифікації [85]. Крім цього, у туристичній діяльності соціальна адаптація є важливою передумовою повноцінного задоволення потреб туриста [54]

У зарубіжних виданнях сьогодні можна зустріти трактування туризму як «продукту сучасних соціальних механізмів» [337]. Це зумовлює необхідність розширення визначення туризму, оскільки цілі сучасного туризму стають все більш різноманітними.

Як вже згадувалося вище, соціальні аспекти туризму вже тривалий час перебувають в полі зору науковців. Однак, як зазначають А. Голод та Л. Федоришина (2019), соціальні проблеми розвитку туризму аналізуються у наукових працях переважно як один із вимірів соціалізації економіки [54]. Дослідженню особливостей соціалізації в туристичній діяльності присвячені праці Л. Шевчук, зокрема обґрунтуванню виділення прогресивної та регресивної соціалізації та їх впливу на розвиток туризму [320].

Вагоме значення для розробки соціальної доктрини туризму мають дослідження К. Задорожної (2016), що виокремлюють соціальний туризм як окремий напрям туристичної галузі й елемент комплексу соціальної політики. Дослідниця наголошує, що соціальний туризм є частиною загального комплексу соціальної політики, сприяє реалізації глобалізаційних економічних векторів, а також утвердженню прав людини та свобод людини, що є найголовнішою його ознакою [146].

Таким чином, в соціальному аспекті туризм – дієвий засіб задоволення потреб людей у відпочинку, подорожах, оздоровленні, а також є своєрідним індикатором рівня та якості життя населення. Туризм також можна розглядати і як соціальну послугу, якщо мати на увазі окремі форми соціального захисту населення, які реалізуються через надання можливості представникам певних категорій громадян отримувати можливість рекреаційно-туристичні послуги на базі туристичних ресурсів та державних об'єктів на пільгових умовах [146, 210].

З соціальних позицій із туризмом, в т.ч. й соціальним, тісно пов'язаною є санаторно-курортна діяльність, яка передбачає передусім задоволення рекреаційних потреб у поєднанні із оздоровленням та лікуванням і орієнтована, головним чином на потреби окремих соціальних груп населення. Водночас сучасні напрямки розвитку оздоровчого туризму неодмінно передбачають залучення до програм відповідних подорожей елементів інших видів туризму, що дає змогу розширити коло потреб, які задовольняються, та надавати більш якісні послуги [234].



Споживання туристичних послуг як різновид життєдіяльності людини також носить яскраво виражений соціальний характер – в процесі отримання послуг відбувається інтенсивна культурна комунікація певної кількості людей (туристів, персоналу, місцевого населення) у певних точках соціального простору. Споживання туристичної послуги, як ознака соціальної стратифікації при зростанні туристичних потоків може набувати негативних рис, серед яких презентація національних культур і етнічних традицій як специфічного товару, спад рівня духовної культури, зростання злочинності тощо), посилює необхідність у розробці і реалізації стратегічних заходів країни щодо розвитку сфери туризму в її межах із збереженням національної культури та ідентичності з використанням будь-якого інструментарію.

На сучасному етапі туристична індустрія в Україні як самостійний сектор економіки перебуває в стадії активного становлення, тому потребує підтримки та координації своєї діяльності як з боку державної, так і місцевої влади. Саме тому питання розробки і реалізації соціальної доктрини туризму в нашій державі є надзвичайно актуальними і потребують ефективних наукових розробок, які б розвивали національну систему туризму та враховували його соціальну специфіку.

На нашу думку, соціальна доктрина туризму повинна визначати систему концептуальних ідей та поглядів на стратегію і основні напрями розвитку туризму у державі протягом визначеного часового періоду з урахуванням актуальних потреб (завдань) та особливостей розвитку її соціальної сфери. Соціальна доктрина туризму є дуже ємким поняттям, що безпосередньо орієнтоване на практичне застосування, а ефективність її реалізації залежить від злагодженої роботи усіх системних складових.

Таким чином, на нашу думку, соціальна доктрина туризму – це наукова теорія, що базується на рівні інтелектуального, освітнього, культурного та духовного розвитку нації, національній ідеї та будується на цілісній та гармонійній системі принципів, поглядів, уявлень, норм поведінки людей в процесі соціалізації як пізнання нового, метою якої є використання таких

економічних механізмів, заходів і правотворчих дій держави, які забезпечать доступ до отримання туристичних послуг всіма верствами населення.

Основні положення соціальної доктрини туризму як наукової теорії та як комплексу практичних дій (всі верстви населення повинні мати доступ до реалізації туристичної послуги певної якості та виду, яка має сприяти прогресивній соціалізації особи; держава повинна сприяти реалізації туристичної послуги і т.д.) розкриті по тексту роботи практично у всіх її підрозділах.

З урахуванням усього викладеного вище, ми можемо виокремити структуру соціальної доктрини туризму, яка представлена на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Структура соціальної доктрини туризму.

Джерело: розроблено автором.

Як видно з рисунка, розробка соціальної доктрини туризму передбачає виконання конкретних завдань у кожному з дев'яти її напрямів: культурі, науці, освіті, інформаційному забезпеченні, соціальній інфраструктурі, туристичному бізнесі, соціальних ресурсах туризму, соціальній безпеці туризму та соціальному управлінні.

Важливим питанням у розробці соціальної доктрини туризму є освітня складова, яка включає систему підготовки кадрів для туристичної сфери – вищу та професійну освіту, а також заклади підвищення кваліфікації фахівців з туризму.

Крім цього, зростання рівня освіти в суспільстві збільшує потяг людини до знань та отримання якісної освіти, зацікавленість способом життя інших культур, викликає бажання подорожувати і розширювати власний кругозір. В таких умовах сучасний туризм орієнтується на задоволення потреб як певних соціальних груп, так і окремих індивідів. В таких умовах підвищуються вимоги до інтелектуальних здібностей працівників сфери туризму, їх особистісних характеристик, цінується вміння здобувати і раціонально використовувати знання та прагнення до саморозвитку.

В останні роки у професійній туристичній освіті спостерігаються процеси, спрямовані на підвищення її якості (інтеграція, диверсифікація, уніфікація), зумовлені зростанням попиту на якісні послуги, та пов'язану з цим необхідність підготовки конкурентоспроможних фахівців туристичної галузі, які володіють низкою професійно важливих знань, умінь, навичок, особистісних якостей.

Структура соціальної доктрини туризму містить низку напрямів, що охоплюють усі аспекти функціонування туристичних систем. Варто зазначити, що такі системи є міжгалузевими, адже туризм інтегрує в собі велику кількість видів економічної діяльності, зокрема транспорт, готельно-ресторанне господарство, санаторно-курортне господарство, сферу розваг, торгівлю, освіту, науку тощо. Додатковим інтегруючим чинником є процеси соціалізації

туризму, які за посередництвом туристичних систем поширюється і на інші системи та комплекси регіональної та національної економіки.

З огляду на сутність соціальної доктрини туризму пріоритетними напрямками її реалізації є культурний, науковий, освітній та інформаційний. Розробка конкретних завдань та заходів пов'язаних із їх втіленням у практику державного та регіонального управління потребує формування теоретико-методологічних засад, що базуються на теоріях та концепціях як економічної науки, так і інших суспільних наук. З огляду на аксіологічний характер соціальної доктрини, важливою передумовою обґрунтування зазначених напрямів є також концептуальні положення сучасної соціальної філософії.

Культурний напрям реалізації соціальної доктрини туризму базується на імперативі забезпечення оптимальної міжкультурної взаємодії в процесі здійснення туристичної діяльності за умови збереження історико-культурних відмінностей та унікальності туристичних об'єктів і ресурсів. Міжкультурна взаємодія в процесі зіткнення в межах туристичних локацій різноспрямованих туристичних потоків на ціннісному рівні є системою глобальних та національних, індивідуальних та групових цінностей. У сучасних умовах і сам туризм є важливою суспільною цінністю, право на реалізацію якої має забезпечуватись на рівні держави для усіх соціальних груп.

Одним із неминучих процесів, які виникають у результаті міжкультурної взаємодії в процесі здійснення туристичної діяльності, є туристична акультурація. Культурний напрям соціальної доктрини туризму покликаний мінімізувати негативні наслідки туристичної акультурації, підсилюючи її позитивні аспекти зумовлені підвищенням якості туристичних послуг та попиту на них.

Науковий напрям формування та реалізації соціальної доктрини туризму передбачає обґрунтування цілей, пріоритетів, моделей та концептуальних засад, що мають бути покладеними в основу розробки як самої соціальної доктрини, так і заходів щодо реалізації основних її напрямів. Безумовно, окрім вагомого внеску у формування соціальної доктрини, наукова сфера є також і об'єктом

регулювання соціальної політики, адже тісно пов'язана із освітньою сферою та має відношення до окремих спеціалізованих видів туризму, що реалізуються в межах соціальних програм.

Основними структурними елементами наукового напрямку формування соціальної доктрини туризму є обґрунтування теоретико-методологічних основ і аналіз передумов та чинників дослідження структурно-динамічних процесів розвитку соціальних видів туризму, розробка концептуальних та структурно-логічних моделей реалізації соціальної доктрини туризму загалом та окремих її напрямів.

Освітній напрям соціальної доктрини туризму пов'язаний із важливою освітньо-виховною функцією туризму, широким залученням працівників освітньої сфери, а також здобувачів освіти до процесів здійснення туристичної діяльності, зокрема в межах соціального туризму, а також із пріоритетністю розвитку фахової освіти у сфері туризму з позиції набуття випускниками закладів вищої освіти компетентностей щодо забезпечення соціальної доступності та гарантування соціальної відповідальності під час надання туристичних послуг різним групам споживачів.

Як слушно зазначає К. Жураєва, нові економічні умови розвитку України спричинили пошук інноваційних, організаційних та методичних можливостей становлення і розвитку системи безперервної професійної туристичної освіти, яка характеризується: змішаною участю державних і приватних закладів освіти; єдиними принципами оцінки якості підготовки з боку державних органів через механізми ліцензування, атестації й акредитації, готовності освітніх закладів до формування професійних навичок, вмінь і кваліфікацій у працівників управлінського профілю і різних посадових груп фахівців соціальної анімації, туризму; послідовним впровадженням мережі додаткового навчання в систему соціального туризму, що забезпечується широтою надання інформаційних і освітніх послуг; формуванням організаційно-методичних структур, покликаних забезпечити доступність соціальної освіти працівникам сфери туризму за програмами довгострокового і короткострокового навчання з одержанням

державних сертифікатів і дипломів, що забезпечують професійну мобільність кадрових ресурсів туризму [94, с. 73].

Освітня сфера має системний характер і тісно взаємодіє з іншими елементами соціальної сфери та регіональної і національної економіки, а отже її значення у соціально орієнтованому інноваційному розвитку є одним із найважливіших. З огляду на це розвиток освітнього напрямку формування та реалізації соціальної доктрини туризму має також інноваційне та системоформувальне значення.

Інформаційний напрям соціальної доктрини туризму в умовах формування інформаційного суспільства та економіки знань має всеохоплююче значення та забезпечує інформаційну доступність туризму, яка є первинною формою соціальної доступності. Важливе значення має комунікативна функція туризму, яка реалізується шляхом обміну інформацією як під час здійснення туристичної діяльності, так і у процесі вибору туристичних послуг їх споживачами. Власне наявність інформаційних бар'єрів часто не дозволяє отримати інформацію про можливість здійснення туристичної діяльності представникам окремих соціальних груп. Саме це зумовлює первинність інформаційної доступності туризму та її стратегічне значення для забезпечення інноваційного розвитку туристичної сфери регіонів держави і глобальної економіки.

Реалізація напрямку соціальної інфраструктури покликана забезпечити інфраструктурну соціальну доступність туристичних об'єктів і ресурсів. Окрім загальних проблем транспортної доступності, важливою є наявність спеціальних об'єктів та мереж, а також обладнання, які мають на меті забезпечити доступ під час туристичних подорожей до усіх об'єктів та закладів, що відвідують туристи. Варто зазначити, що у широкому сенсі соціальною інфраструктурою у туризму можна вважати також наявність і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, які, особливо в умовах пандемічних обмежень, дають змогу у віртуальній формі долучитися до певних туристичних заходів.

Туристичний бізнес як напрям формування та реалізації соціальної доктрини туризму акцентує увагу на тому, що у туристичних системах вагомим соціальним складником є не лише споживачі-туристи, а й працівники туристичних підприємств і організацій. Водночас у комплексному розумінні суб'єкти економічної діяльності також мають свої інтереси, що реалізуються у туристичній сфері передусім через комерційну діяльність. Отримання прибутку від туристичної діяльності дає змогу не лише забезпечувати операційну діяльність туроператорів і турагентів та інших організацій, а й дозволяє виплачувати заробітну плату їх працівникам, фінансувати як внутрішні, так і зовнішні соціальні програми, наповнювати місцеві бюджети.

Пріоритетом розвитку сучасного туристичного бізнесу є нематеріальне стимулювання працівників цієї сфери, що пов'язане із наданням заохочувальних туристичних путівок, проведенням корпоративних заходів, рекламних турів тощо.

Важливою соціальною проблемою, що виникає у процесі взаємодії споживачів і суб'єктів економічної діяльності на сучасному туристичному ринку є дотримання балансу між інтересами туристів, які часто в сучасних умовах намагаються самостійно організувати подорожі і необхідністю реалізовувати свої очікування для туристичних підприємств, що постійно намагаються диференціювати свої пропозиції, підлаштовувати специфіку розроблених турів до інтересів окремих груп споживачів, об'єднуватися для забезпечення реалізації спільних інтересів у спілки, кластери та інші інтеграційні структури.

Напрямок соціальних туристичних ресурсів в контексті формування та реалізації соціальної доктрини охоплює широке коло питань пов'язаних із можливостями використання місцевих спільнот, окремих етнічних, національних, релігійних та професійних груп для організації туристичних подорожей. Варто зазначити, що усі туристичні ресурси тим чи іншим чином мають соціальний характер, адже набуваються відповідних цінностей завдяки туристичній поведінці індивідів і суспільних груп.

Безпековий напрям формування та реалізації соціальної доктрини туризму особливо актуальний у теперішніх умовах, що характеризуються активізацією загроз поширення небезпечних захворювань і суттєвим обмеженням контактів між людьми та їх можливостей для пересування. Однак соціальна безпека туризму мала вагоме значення і у допандемічний період, зокрема в контексті таких проблем як злочинність, тероризм та різні форми девіантної соціалізації пов'язаної із активізацією туристичних потоків. Деструктивного впливу із позицій соціальної безпеки внаслідок не лише туристичної акультурації, а й низки соціально-демографічних чинників, зазнають і місцеві спільноти.

Соціальне управління як напрям реалізації соціальної доктрини туризму є реакцією туристичних систем на вплив різноспрямованих чинників і має кілька основних аспектів. Насамперед йдеться про державну соціальну політику у сфері туризму, а також регіональні соціальні програми. У цьому контексті соціальна доктрина має концептуальне значення. Також різні форми соціального управління можуть застосовуватися у менеджменті підприємств та організацій на засадах соціальної та корпоративної відповідальності.

Отже, охарактеризовані напрями формування та реалізації соціальної доктрини туризму охоплюють усі підсистеми туристичних систем різного рівня і можуть бути основою для розроблення практичних рекомендації і прикладних завдань у процесі формування соціальної політики в туристичній сфері держави, регіонів, територіальних громад, підприємств та організацій.

З урахуванням усього викладеного вище, можна зробити висновок, що формування і реалізація соціальної доктрини в туризмі має вагоме значення для підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни. Розробка і реалізація ефективної соціальної доктрини туризму може знівелювати регіональні диспропорції економічного та соціального розвитку та сприяти становленню туризму як потужної альтернативної економічної галузі, що володіє практично невичерпними ресурсами для свого розвитку.



Подальші наукові дослідження соціальної доктрини туризму повинні бути спрямовані на розробку теоретико-методологічних основ формування і реалізації соціальної доктрини, визначення ефективних методів дослідження соціальних процесів у сфері туризму, особливо культурно-освітніх, створення механізмів реалізації соціальної доктрини туризму з метою підвищення рівня соціально-економічного розвитку держав та регіонів.

### **Висновки до першого розділу**

1. Обґрунтовано теоретичні основи аналізу соціальної доктрини туризму; актуалізовано поняття туризму як сфери соціалізації людини, вдосконалено підходи до визначення сутності туризму з позицій соціальної доктрини як напрямку економічного зростання країни та її регіонів.

2. Визначено вагомість теоретичних напрацювань щодо визначення місця соціального туризму серед організаційних форм та видів туризму на сучасному етапі розвитку суспільства.

3. Обґрунтовано необхідність практичної реалізації ідей соціального туризму в сучасних умовах, щодо забезпечення доступності повноцінного відпочинку для усіх категорій громадян, незалежно від їх соціального чи фінансового статусу. Розглянуто можливості стимуляції розвитку соціального туризму у діяльності туристичних підприємств, а також органами державної та місцевої влади, а також шляхом підтримки економічної діяльності у сфері соціального туризму.

4. Характерною рисою сучасного туризму є чітко виражена соціальна спрямованість, що позиціонує туризм як особливу соціальну сферу економіки. Активний розвиток туризму здатний нівелювати регіональні диспропорції соціального-економічного розвитку, оскільки окрім високого рівня економічної рентабельності і відносно швидкого терміну окупності, сприяє підвищенню продуктивності традиційних регіональних видів господарювання, збереженню культурної спадщини та автентичності регіонів.

5. На основі аналізу наукового доробку вітчизняних та зарубіжних учених встановлено, що поняття «туризм» характеризується певною динамікою формування, що синхронізується з становленням туризму як ефективної сфери економічної діяльності у світі та зростанням його соціальної значимості при формуванні базових орієнтирів рівня та якості життєдіяльності суспільства.

6. Розглядаючи сутність та підходи до визначення поняття «туризм», визначено його з позиції функціональної єдності економічного, споживчого, соціального та культурного підходів з урахуванням соціальної доступності туристичних послуг різним категоріям споживачів. Зазначені підходи не суперечать один одному і відображають різні сторони функціонування туризму як складного і багатоаспектного явища.

7. Реалізація ідей соціального туризму – доступності повноцінного відпочинку для усіх верств населення повинна мати підтримку у розвитку органами державної влади та органами місцевого самоврядування, а також здійснюватись шляхом стимулювання діяльності туристичних підприємств у напрямку соціального туризму. З таких позицій доцільною є розробка та впровадження соціальної доктрини туризму у розвиток національної системи туризму, з метою здійснення системного характеру управлінського впливу у туристичній сфері держави шляхом координації розвитку соціального туризму на практиці.

8. Обґрунтовано існування взаємозв'язку між системою національних цінностей держави (добробут, справедливість, права людини, порядок, свобода, духовність, патріотизм та ін.) та її економічною та соціальною політикою у сфері туризму. У кризові періоди розвитку держави у суспільстві відбувається переосмислення і переоцінка національних цінностей на основі яких формуються національні інтереси та національні цілі держави, а також посилюється роль держави як визначального інституту в усіх сферах життєдіяльності суспільства, в тому числі й у сфері туризму.

9. Доведено, що туризм є впливовим чинником культурної соціалізації і як різновид суспільної, групової та індивідуальної діяльності сприяє

самовдосконаленню та самореалізації людини в таких ціннісних вимірах як, свобода, комунікація, соціалізація особистості та ін.. Туризм є сферою застосування і поширення загальнолюдських цінностей, що постійно трансформується залежно від ціннісно-орієнтаційних характеристик як конкретного суспільства, так і окремої особистості зокрема.

10. Національні цінності, закладені в основі соціальної доктрини туризму, визначають особливості реалізації державної політики у сфері туризму, перспектив розвитку окремих видів туризму з урахуванням регіональної специфіки у її межах, розробки програм оптимізації національної системи туризму та застосування механізмів їх реалізації з метою задоволення потреб у туристичних послугах різних соціальних груп населення, у тому числі осіб малозабезпечених та маломобільних груп).

11. З позицій розробки та реалізації соціальної доктрини туризму важливим є дослідження рівня суспільного розвитку країни, що відображає рівень життя населення та формує відповідні споживчі запити до функціонування туристичної галузі, модифікує вимоги до рівня та якості туристичного обслуговування, впливає на динаміку внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків.

12. Рівень фактичних доходів населення є головним показником формування попиту на послуги національного туристичного ринку, а також найбільш достовірним показником, на якому доцільно будувати стратегії розвитку системи національного туризму. Доходи від туристичної діяльності опосередковано, але водночас, більш достовірно у порівнянні із офіційними статистичними даними про доходи населення, відображають рівень реальних доходів населення, оскільки показують обсяг фактичного платоспроможного попиту на послуги туристичних підприємств.

13. Сформульовано дефініцію соціальної доктрини туризму як системи концептуальних ідей та поглядів на стратегію і основні напрями розвитку туризму у державі протягом визначеного часового періоду з урахуванням актуальних потреб (завдань) та особливостей розвитку її соціальної сфери.

14. Розробка соціальної доктрини туризму передбачає виконання

конкретних програмних завдань у кожному з дев'яти її напрямів: культурі, науці, освіті, інформаційному забезпеченні, соціальній інфраструктурі, туристичному бізнесі, соціальних ресурсах туризму, соціальній безпеці туризму та соціальному управлінні. Важливим питанням у розробці соціальної доктрини туризму є освітня складова, оскільки в сучасних умовах туризм орієнтується на задоволення потреб як певних соціальних груп, так і окремих індивідів.

15. Соціальна доктрина туризму – це сформульована автором наукова теорія, що базується на рівні інтелектуального, освітнього, культурного та духовного розвитку нації, національній ідеї та будується на цілісній та гармонійній системі принципів, поглядів, уявлень, норм поведінки людей в процесі соціалізації як пізнання нового, метою якої є використання таких економічних механізмів, заходів і правотворчих дій держави, які забезпечать доступ до отримання туристичних послуг всіма верствами населення.

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ

#### 2.1. Соціалізація туризму як передумова формування та реалізації соціальної доктрини

Методологічні засади формування соціальної доктрини туризму базуються на наукових підходах до системного аналізу складної взаємодії процесів, що протікають у соціальній та туристичній сферах і можуть трактуватися як комплексний процес соціалізації туризму. У практичному вимірі соціалізація туризму є процесом зростання ролі соціальних чинників у розвитку туристичної сфери. У методологічному контексті під час наукового аналізу розвитку туристичної діяльності на сучасному етапі необхідним є застосування підходів та методів, що традиційно застосовуються для дослідження соціальних явищ і процесів, а також обґрунтування соціально орієнтованих принципів формування стратегічної документації і соціальних механізмів реалізації пропонованих заходів.

Пріоритетність аналізу розвитку туристичної сфери із позицій соціалізації зумовлена також соціальною природою туризму як явища та виду економічної діяльності, до якого залучені як туристи і місцеве населення, так і персонал туристичних підприємств. Вагоме соціальне значення туризму полягає також у міжкультурній взаємодії, ціннісному та когнітивному аспектах цього виду діяльності людини.

Основою соціалізації туризму є туристичний потенціал певної території, який формується не лише природними та історико-культурними туристичними ресурсами і туристичним попитом на них, а й наявністю туристичних підприємств та організацій із кваліфікованим персоналом, який може забезпечити соціальну доступність наявних туристичних ресурсів і об'єктів (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Методологічні засади соціалізації туризму як передумови формування та реалізації соціальної доктрини.

Джерело: розроблено автором.

Оскільки туристичні потоки мають не лише внутрішньодержавне, а й міжнародне походження, то процеси соціалізації туризму неодмінно зазнають інтенсивного впливу глобалізаційних чинників. Поряд із цим власне унікальність туристичної привабливості певної території, її регіональний аспект, є важливою цінністю, роль якої не нівелюється у процесі здійснення

туристичної діяльності та має важливе соціальне значення. Таким чином, на соціалізацію туризму одночасно з глобалізацією здійснюють вплив і процеси регіоналізації, практичним втіленням яких є формування регіональних туристичних брендів.

Соціалізація туризму як основа формування соціальної доктрини туризму базується на таких принципах як відповідальність, доступність, безпечність, збалансованість і конвергентність.

Принцип відповідальності у соціалізації туризму полягає у обов'язковому врахуванні можливих соціальних наслідків від впровадження та реалізації різних туристичних програм. Туризм не повинен завдавати шкоди як навколишньому природному середовищу, так і місцевим спільнотам, а також має сприяти реалізації освітньо-виховної функції у межах соціально важливих видів туризму.

Принцип доступності передбачає забезпечення фізичного, матеріального та психологічного доступу для всіх соціальних груп до різних видів туристичних послуг. Безумовно, повна соціальна доступність для усіх видів туристичної діяльності не є можливою з об'єктивних причин, однак різні види і форми туризму мають бути максимально охоплені соціально доступними програмами та спеціалізованими видами туристичних подорожей.

Принцип безпечності зумовлений ключовим значенням у забезпеченні якості туристичних послуг такої її характеристики як безпека. Варто зауважити, що для різних форм і видів соціального туризму безпечність є критично важливою, адже зумовлює їх соціальну доступність.

Принцип збалансованості у соціалізації туризму ґрунтується на врахуванні впливу різноспрямованих чинників та зрівноважуванні інтересів споживачів із потребами представників туристичного бізнесу. Соціальний туризм, який часто вимагає залучення альтернативних джерел фінансування, не повинен бути збитковим для туристичних підприємств, але водночас має залишатись соціально доступним для категорії туристів із невисоким рівнем доходу. Важливим аспектом реалізації цього принципу є також збалансування

інтересів держави, регіонів та територіальних громад, а також взаємодії у системі «туризм-навколишнє природне середовище».

Принцип конвергентності полягає у необхідності уніфікації та стандартизації туристичного обслуговування для гарантування безпечності і доступності відповідних послуг. Конвергентність зумовлена передусім впливом процесів глобалізації на туристичну діяльність і, відповідно до принципу збалансованості, забезпечуючи інтереси окремих соціальних груп, не має завдавати шкоди регіональному та локальному соціальному середовищу і туристичній привабливості унікальних ресурсів і об'єктів.

Основними методологічними підходами до наукового аналізу соціалізації туризму, які мають бути врахованими при формуванні та реалізації соціальної доктрини туризму, є системний, синергетичний, процесний, аксіологічний, деонтологічний.

На системному підході базується аналіз процесів соціалізації туризму як складної взаємодії різних елементів та підсистем на локальному, регіональному, національному та глобальному рівнях. Соціалізація туризму як взаємодія двох систем – соціальної сфери і сфери послуг у межах невиробничої сфери економіки – є багатоаспектним процесом, під час аналізу якого потрібно враховувати складну взаємодію чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, відповідно до якої соціалізація туризму є нелінійним процесом і може розглядатися із позицій синергетичного підходу. Особливо актуальним цей підхід є у кризові періоди розвитку туристичної сфери, адже тоді з'являється можливість прогнозування її майбутніх трансформацій, зокрема під впливом соціальних чинників.

Процесний підхід у дослідженнях соціалізації туризму зумовлений постійністю і динамікою процесів взаємодії соціальної і туристичної сфери. Він дає змогу проаналізувати тенденції досліджуваних процесів та здійснити прогнозування їх напрямів у майбутньому. Соціалізація туризму базується на цінностях, які притаманні як туристам, що реалізують свої інтереси та потреби під час подорожей, так і туристичним локаціям, зокрема їх соціальній



підсистемі.

Вагоме ціннісне наповнення має і сам туризм як явище та вид діяльності з пізнавальним, освітньо-виховним і оздоровчим аспектами. Зважаючи на те, що під час туристичної діяльності взаємодіють представники різних соціальних груп, національностей, рас, у цьому процесі неодмінно має враховуватися і аналізуватися деонтологічний аспект. Отже, дослідження соціалізації туризму в сучасних умовах неможливі без врахування проблем дотримання морально-етичних норм як з боку туристів, так і персоналу туристичних підприємств.

З урахуванням охарактеризованих принципів та підходів до наукового аналізу соціалізації туризму можна виокремити 5 компонентів цього процесу, на яких має базуватися розроблення соціальної доктрини туризму: соціальний туризм, туристична акультурація, безпека туризму, якість туристичних послуг, національні цінності.

Варто зауважити, що практичним втіленням соціальної доктрини туризму є процеси стратегічного планування і сформовані таким чином документи (концепції, стратегії і програми розвитку туризму як на національному, так і на регіональному рівні). Основним ефектом стратегічного планування у сфері туризму має бути модернізація туризму як виду економічної діяльності соціального явища.

## **2.2. Удосконалення підходів до класифікації видів туризму на засадах соціалізації**

У сучасних умовах розвиток туризму зазнає впливу низки глобалізаційних та науково-технічних процесів, які вимагають швидкої адаптації до трансформацій, що відбуваються на всіх рівнях розвитку економіки. Сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг суттєво впливають на туристичну індустрію, що можна помітити у вдосконаленні та

зміні популярності традиційних видів туризму, а також у виокремленні нових його видів та розробці класифікаційних схем туризму [195].

У процесі розробки соціальної доктрини туризму важливим питанням є розробки системи класифікації видів туризму, оскільки вимоги сучасності потребують постійного вдосконалення систем класифікації видів туризму.

На думку П. Пуцентейло, комплексність туристичних послуг розкривається через їхню класифікацію [222], яка являє собою виділення відносно однорідних видів туризму за визначеними ознаками, які дають можливість їх згрупувати [137].

Загалом, класифікація в туризмі — це виділення його окремих форм і видів у залежності від основного показника — критерію [60]. Класифікація туризму має на меті конкретизацію та систематизацію окремих видів туризму з урахуванням сучасних потреб туристів, що сприяє удосконаленню організації туристичної галузі, шляхом розробки дієвих програм розвитку туризму відповідно до умов конкретного регіону.

У практичній діяльності класифікація туризму дозволяє вирішувати проблеми його територіальної організації, планувати розвиток матеріально-технічної бази, визначати попит і формувати ринок туризму, виробляти та реалізовувати туристичний продукт, відповідним чином організовувати обслуговування туристів, яке визначається специфікою конкретного виду туризму [232].

Систематизація видів туризму, окрім визначення відповідних ресурсів та інфраструктури для їхнього функціонування та розвитку, базуючись на суб'єктивній туристичній мотивації дає можливість виявляти і розвивати нові види туризму [189], що позитивно впливає на розвиток туристичної галузі загалом.

У науковій літературі існує багато підходів до класифікації туристичної діяльності, які є в основі низки класифікаційних схем видів туризму за різними ознаками. Проблемами класифікації видів туризму займалися багато вітчизняних та закордонних вчених, таких як: А.Ю Александрова, І.В. Зорін,

В.О. Квартальнов, В.С. Ковешніков, В.Ф. Кифяк, М. П. Крачило, О.С. Ліфіренко, М.П. Мальська, О.В. Музиченко-Козловська, Н.М. Стукальська, В.К. Федорченко, В.І. Цибух, Г.А. Яковлев та ін. вчені. Однак вимоги сучасності демонструють потребу у розробці й постійному вдосконаленні систем класифікації видів туризму. Як зазначає А.А. Романова, наукові дослідження мають вчасно реагувати на потреби туристичної індустрії для формування відповідних державних та бізнес-моделей стратегій розвитку [232].

Згідно зі ст. 4 Закону України «Про туризм», організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм [103]. До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни. Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

З метою задоволення різноманітних потреб споживачів, ефективного стратегічного планування, а також більш ґрунтовного аналізу функціонування туристичної індустрії сферу туризму й подорожей поділяють на види [232].

У Законі України «Про туризм», залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для осіб з інвалідністю; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо [103].

Проте, як слушно наголошує А. Романова, види туризму, визначені у законодавчому полі України, потребують уточнення, доповнення та більш логічного структурування з точки зору функціонального навантаження, оскільки у визначеному переліку відсутні вже широко популярні у світі і перспективні для України види туризму, такі як діловий, медичний, водний,

шопінг-туризм, екстремальний, гастрономічний, інклюзивний та інші види туризму [232].

Як вже зазначалося, у науковій літературі напрацьовано багато підходів до класифікації туристичної діяльності, проте різні дослідники використовують індивідуальні підходи до виокремлення видів туризму, оскільки практично неможливо виділити види туризму в їх чистому вигляді [232]. Ми поділяємо думку Горішевського П., Васильєва В., Зінько Ю. про те, що класифікації видів туризму, що існують в спеціальній літературі, не зважаючи на наявність певних розбіжностей, не суперечать одна одній в цілому узгоджуються між собою [60].

Так зокрема, М.П. Крачило пропонує виділяти класи, форми та види туризму [164, с. 34]. Згідно з думкою даного вченого, туризм поділяється на два великих класи: внутрішній (національний), який обслуговує переважно громадян своєї країни, та іноземний – орієнтований на обслуговування іноземних туристів, а також на систему подорожей та обмінів, які здійснюються на основі міждержавних договорів з урахуванням діючих міжнародних норм [140, с. 146].

Форми туризму дослідник пропонує виділяти за різними ознаками: за характером організації (організований та неорганізований туризм), за організацією туризму (груповий та індивідуальний), за тривалістю перебування у подорожі (короткостроковий та довгостроковий), за територіальною ознакою (внутрішній, який в свою чергу поділяється на місцевий та дальній, та іноземний), за охопленням території (внутрішньоконтинентальний, міжконтинентальний, навколосвітній), за інтенсивністю туристичних потоків (постійний, сезонний), за віком учасників (дитячий, молодіжний, для дорослого населення, для осіб «третього віку») [165].

Види туризму, згідно М.П. Крачило, визначаються метою туристичної подорожі і за цим критерієм пропонується виділяти курортно-лікувальний, культурно-розважальний, пізнавально-діловий або спеціалізований, релігійний, промисловий та спортивний туризм [140, 164]. При виокремленні видів туризму, мета туристичної подорожі поділу має вирішальне значення, оскільки

є визначальною при формуванні туру, виборі маршруту та організації відповідного очікуванню гостей туристичного обслуговування [165].

За способом пересування та транспортними засобами, якими користуються туристи, туризм поділяється на такі види: автомобільний, автобусний, мотоциклетний, авіаційний, морський, річковий, залізничний, гужовий, велосипедний, пішохідний, лижний, водний, підводний, спелеологічний, комбінований або змішаний [166].

В. Квартальнов та І. Зорін визначають класифікацію туризму як виділення внутрішньо однорідних видів туризму відповідно до визначеного видового критерію і пропонують розглядати дев'ять основних класифікацій, у межах яких виділяються такі категорії туризму:

1. За суб'єктом діяльності: індивідуальний, груповий, сімейний.
2. За регіоном відпочинку: національний, міжнародний.
3. За ринком послуг: внутрішній та іноземний.
4. За способом організації: організований та самодіяльний.
5. За ціллю: релаксаційний, реабілітаційний, рекреаційний.
6. За віком туристів: дитячий, молодіжний, для осіб середнього віку, для осіб третього віку.
7. За видом транспорту: автомобільний, автобусний, водний, пішохідний, верховий.
8. За основною діяльністю: конгресний, пізнавальний, діловий, спортивний, екологічний.
9. За основними ресурсами: гірський, морський, лісовий, річковий [140].

При класифікації туризму за видами та формами, Яковлев Г.А. наголошує на тому, що види туризму різняться за мотивацією подорожуючих, тобто за внутрішніми факторами, а його форми – за зовнішніми факторами і впливами [137]. До видів туризму науковець відносить туризм з метою відпочинку, з метою вивчення культури, суспільний туризм, спортивний туризм, економічний, науковий та політичний туризм.

Згідно Г. Яковлева, до форм туризму слід відносити:

- форми залежно від походження туриста (внутрішній та міжнародний туризм);
- залежно від його організації (паушальний, тобто стандартизований, заздалегідь організований комплекс туристських послуг, надання комплексу послуг за одну вартість) та індивідуальний);
- від тривалості подорожі (одноденний та з ночівлею);
- від віку подорожуючих (діти, молодь, відносно молоді, люди середнього віку, пенсіонери);
- залежно від засобів пересування: туризм із використанням власного транспорту та громадського;
- залежно від пори року: зимовий та літній туризм [328, с. 15].

Однак, як зазначає В. Ф. Кифяк, якщо за основу класифікації брати мету подорожі (поїздки), то виділення видів туризму в чистому вигляді майже завжди неможливе, оскільки види туризму поєднуються між собою – діловий з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, тощо [125].

Подібної думки притримується і А. Романова – з точки зору мети подорожі, окремі види туризму, зокрема пляжний, гірськолижний і культурно-пізнавальний майже припинили існувати у чистому вигляді і функціонують в поєднанні з іншими видами туризму: лікувально-оздоровчим, гастрономічним чи екстремальним [232].

Основою класифікації, яка запропонована І. А. Музиченко-Козловською, є мета поїздки, мотиваційна зацікавленість у занятті певним видом туризму та туристичні ресурси (природні ресурси та ресурси антропогенного походження), що забезпечують функціонування певних видів туризму [189]. Авторка наголошує, що розуміння мотивів потенційного туриста є визначальним при плануванні, формуванні і організації туристичної діяльності, оскільки туристичні послуги, аналогічно будь-якому продукту на ринку, повинні бути орієнтовані на споживача, а впорядкування видів туризму в класифікацію дає можливість виробляти і пропонувати такий туристичний продукт, який

найкраще відповідає очікуванням споживачів, підвищуючи таким чином його конкурентоспроможність.

У працях В. Ковешнікова, О. Ліфіренко, Н. Стукальської основними й найбільш популярними видами туризму є: культурний або екскурсійний туризм, рекреаційний і лікувально-оздоровчий туризм, релігійний туризм. На їхню думку, у сьогоденні акцентувати увагу слід на інноваційні види туризму, які доцільно розділити на такі категорії: діловий (корпоративний або бізнес-туризм), навчальний (освітній) туризм, подієвий туризм, екотуризм, агротуризм, активний і екстремальний туризм, екзотичний або пригодницький туризм, нові види культурно-екскурсійного туризму, хобі-туризм, шопінг туризм, таймшер, комбіновані тури [130].

Отже, можна стверджувати, що станом на сьогодні не виділено єдиного й чіткого підходу до розробки схем класифікації туризму – у науковій літературі існує значна кількість авторських класифікацій туризму, які відображають суб'єктивне виділення критеріїв класифікації видів туризму в залежності від мети розробки класифікації. Ми погожусь з М. Колосінською, яка слушно зауважує, що не варто розраховувати на створення єдиної класифікації видів туризму, яка б задовольнила усіх зацікавлених учасників туристичного ринку, однак слід розвивати дослідження у напрямі побудови таких типологічних структур, які б використовувалися для вирішення конкретних завдань у залежності від цілі, яка була закладена в основу побудови класифікації [140].

Соціальні аспекти функціонування туризму, зокрема, введення у систему класифікації видів туризму соціального туризму, було запропоновано у класифікаційній схемі Колосінської М.І. [140] – зокрема, за джерелами фінансування дослідниця пропонує виділяти комерційний, який передбачає оплату послуг власне клієнтом [2, с. 39] та соціальний туризм, який повністю або частково оплачується державою, підприємством чи здійснюється на кошти громадських соціальних фондів [13, с. 19] і передбачає подорож із метою участі в різноманітних громадських заходах (мітинги, демонстрації, марші та ін.).

Також дослідниця пропонує розрізняти наступні види туризму за такими класифікаційними ознаками: кількість учасників (індивідуальний та груповий), масштаби охопленої території (внутрішній та міжнародний), спосіб організації (самодіяльний, організований), вік подорожуючих (дитячий, молодіжний, для осіб середнього віку, для осіб «третього» віку), інтенсивність туристичних потоків (постійний, сезонний), строки та тривалість перебування в подорожі (короткостроковий та довгостроковий) спосіб пересування (пішохідний, залізничний; водний; автобусний; автомобільний; авіаційний; велосипедний (мотоциклетний), верховий та комбінований), мета подорожі (рекреаційний, пізнавальний, діловий, релігійний, «стійкий туризм», лікувальний, етнічний, спортивний, пригодницький, сільський, промисловий, транзитний туризм [140].

Варто зауважити, що на сучасному етапі схеми класифікації видів туризму за метою подорожей активно доповнюються новими перспективними видами туризму, адже активно змінюються споживчі запити сучасних туристів до сфери туризму, як і до сфери обслуговування загалом. У даний час у світі з'являються і набувають розвитку нові, нетрадиційні туризму його види, такі як: медичний, гастрономічний, весільний, інклюзивний, езотеричний, військовий, гетто-туризм, круїзний, сентиментальний, стійкий екологічний туризм, wellness-туризм та інші. Тому важко не погодитися з твердженнями А. А. Романової, що за умов стрімкої трансформації ринків споживання виникають нові види та напрями туризму й подорожей і традиційні види туризму, такі як культурно-пізнавальний, пляжний, починають втрачати популярність або стають складовими інших видів туризму [232].

Слід зауважити, що важко скласти повний перелік видів туризму за метою подорожей, оскільки цілі туристичних подорожей характеризуються значною різноманітністю і визначаються змінами споживчого попиту, що також є дуже динамічним показником.

Про соціальну складову туризму при розробці класифікаційних схем туризму згадується у працях О. Колесник та Л. Коржилова. Зокрема, О. Колесник за джерелами фінансування пропонує розрізняти туризм за



рахунок туристів, за рахунок соціальних фондів і підприємств та змішаний туризм. Згідно такого підходу туризм за рахунок туристів передбачає повну оплату останніми наданих їм туристичних послуг, а туризм за рахунок соціальних фондів визначається як подорожі, субсидовані з коштів, що виділяються галузями соціального підприємництва, соціальними фондами та державою на соціальні потреби. Туризм за рахунок підприємства визначається як елемент соціального пакету, що надається підприємством своїм працівникам і передбачає оплату останнім відпочинку переважно в закладах санаторно-курортного господарства для відновлення їх працездатності [137]. Водночас Л. Коржилов за цією ж класифікаційною ознакою виділяє соціальний та комерційний туризм [143].

Таким чином, проаналізувавши значну кількість наукових праць, присвячених дослідженню класифікації туризму, ми пропонуємо при виділенні видів туризму за ознаками, розглядати його соціальні аспекти, що сприятиме вдосконаленню системи класифікації видів туризму, що існують в сучасній економічній науці. Адже туризм як соціальна галузь, повинен надавати можливості скористатися його послугами для різних соціальних прошарків населення, з різним рівнем фінансових доходів та мотиваційних інтересів.

Врахування соціальних аспектів може значно збільшити асортимент туристичних послуг, оскільки повинні враховуватись потреби та мотиваційні запити туристів різних соціальних рівнів, що в свою чергу, зробить більш гнучкою цінову політику закладів туристичної сфери, а також створить можливості для державного дотування більшої кількості соціальних програм у галузі оздоровлення та туризму зокрема. В свою чергу, розширення асортименту туристичних послуг пов'язане із збільшенням робочих місць, що є характерною рисою сфери туризму та послабленням впливу сезонності у функціонуванні туристичних підприємств за рахунок їх наповнення «соціальними туристами».

Поряд з високим економічним потенціалом, слід не забувати про те, що туризм має важливе соціальне значення, оскільки забезпечує відновлення

життєвих сил людини, витрачених у процесі праці, сприяє духовному й інтелектуальному розвитку особистості, тим самим підвищуючи якість трудових ресурсів [2]. А право на відпочинок, відпустку, свободу подорожей і туризму є природним і невід'ємним для кожної людини, не залежно від її статусу та фінансових можливостей і обов'язком кожної держави є забезпечення своїм громадянам можливості реалізації згаданих прав шляхом доступу до туризму.

Таким чином, з урахуванням наукового досвіду щодо проблематики класифікації туризму, які існують в сучасній економічній науці, та необхідністю врахування соціальних аспектів туризму при розробці класифікаційних схем туризму, ми пропонуємо вдосконалити систему класифікації видів туризму, доповнивши її введенням нової класифікаційної ознаки – соціальної доступності. Адже туризм, як соціальна сфера, повинен надавати можливості скористатися його послугами для різних соціальних прошарків населення, з різним рівнем фінансових доходів та мотиваційних інтересів. Вдосконалена нами схема класифікації видів туризму представлена на рис. 2.2.

Врахування соціальних аспектів може значно збільшити асортимент туристичних послуг, оскільки повинні враховуватись потреби та мотиваційні запити туристів різних соціальних рівнів, що в свою чергу, зробить більш гнучкою цінову політику закладів туристичної сфери, а також створить можливості для державного дотування більшої кількості соціальних програм у галузі оздоровлення та туризму зокрема.

В свою чергу, розширення асортименту туристичних послуг пов'язане із збільшенням робочих місць, що є характерною рисою сфери туризму, та послабленням впливу сезонності у функціонуванні туристичних підприємств за рахунок їх наповнення «соціальними туристами». Важливою соціальною рисою туризму як галузі економічної діяльності щодо політики працевлаштування є те, що для значної кількості робочих місць набуття кваліфікаційних функціональних обов'язків не є проблематичним, в тому числі й в часовому

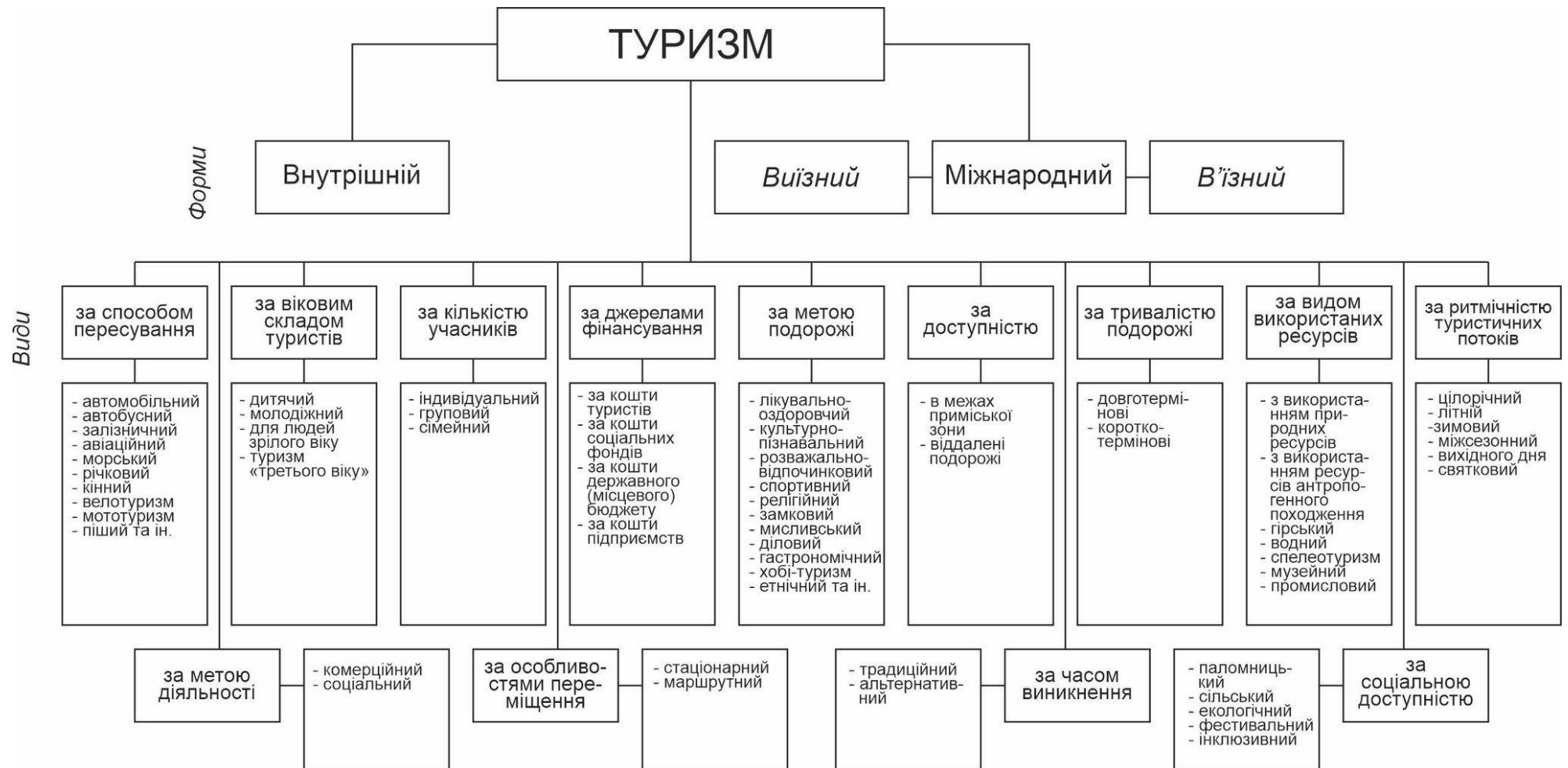


Рис. 2.2. Класифікація туризму. Доопрацьовано автором за [189]

аспекті – адже характерною рисою туристичної галузі є порівняно дешеве створення робочих місць, високий рівень економічної ефективності та швидка окупність інвестицій.

Підсумовуючи зазначене, можна стверджувати, що туризм – це дуже ємке поняття і не менш багатогранне явище, що є суттєвою перешкодою для розробки уніфікованої системи класифікації видів туризму, яка б одночасно підходила для вирішення низки прикладних завдань у сфері туризму. Однак не слід применшувати ролі класифікації туризму за видами і формами для розробки процесів розвитку туристичної галузі та оптимізації напрямків її функціонування та територіальної організації, оскільки існування класифікаційних схем допомагає структурувати попит на туристичні послуги та формувати адекватну їх пропозицію, формуючи та розвиваючи відповідні об'єкти інфраструктури з метою побудови стратегії розвитку туристичної галузі країни.

### **2.3. Соціальний туризм: мета, функції і структура**

У загальному розумінні соціальний туризм трактують як подорожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються з державного бюджету на соціальні потреби. Метою соціального туризму є не отримання прибутку, а підтримка людей з низьким рівнем доходу для реалізації їхнього права на відпочинок [35].

Слід зазначити, що в останній час у наукових дослідженнях поряд із вищезгаданим трактуванням виокремилось визначення соціального туризму в широкій інтерпретації, що відображає масовий характер споживання туристичних послуг [302]. Поряд з цим, як зазначає К. Задорожна, у науковій літературі можна зустріти поняття «соціальні мотиви туризму» та «туризм із соціальними цілями». У першому випадку йдеться про звичайні поїздки для спілкування з друзями, родичами, однодумцями, а також з міркувань престижу

і підтримки соціального статусу. Туризм із соціальними цілями передбачає туризм, який пов'язаний з приналежністю до тих чи інших соціальних груп або громадських, колективних рухів, і передбачає організацію контактів між їхніми представниками (молодіжний, робітничий, феміністський туризм тощо) [100].

У більш вузькій, спеціалізованій інтерпретації, визначення соціального туризму конкретизується і визначається науковцями як сектор туристського відпочинку, де споживачі отримують субсидії з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби, або з інших джерел фінансування, з метою створення умов для подорожі та відпочинку окремим соціальним групам (школярам, молоді, що працює, учнівської молоді з малозабезпечених сімей, студентам, багатодітним родинам, пенсіонерам, ветеранам, особам з обмеженими можливостями та іншим соціально вразливим групам населення, яким державні та інші організації надають соціальну підтримку [14, 270].

У сучасних умовах у світовій економіці значення соціального туризму, як і туризму загалом, постійно зростає, оскільки розширюються цілі та напрями туристичної діяльності, а доступність занять туризмом (в тому числі і фінансова) значно сприяє таким процесам. Однак для значної кількості громадян нашої країни туристичні подорожі, як в межах країни, так і закордонні, є фактично недоступними у зв'язку із важким політичним та соціально-економічним становищем в країні. Більше цього, для окремих соціальних груп населення (багатодітні родини, особи з обмеженими можливостями) з різних причин часто неможливим є навіть заняття туризмом вихідного дня.

Таким чином, на думку А. Трубіліна, головна особливість соціального туризму – це подорожі для малозабезпечених людей з урахуванням їх віку, стану здоров'я, соціального статусу [270]. Водночас, як зазначає К. Задорожна, соціальний туризм здебільшого розрахований на людей зі звичайними туристськими потребами та низьким прибутком, і хоча він не є способом подолання суспільних криз, проте він є незамінним інструментом для розвитку суспільної свідомості та відповідальності [100].

Науковці зазначають, що розвиток соціального туризму і належна його підтримка на державному рівні, дозволили б залучити до занять туристичною діяльністю значну кількість осіб згаданих категорій, надаючи їм не завжди доступні для них самостійно, можливості активного способу життя, рекреації та оздоровлення, пізнання і залучення до культурних цінностей засобами туризму, що також значно сприяло б підвищенню рівня згуртованості, духовності та толерантності в країні та в суспільстві загалом [14].

Загалом, в основі побудови концепції соціального туризму закладено три основні принципи:

1. забезпечення відпочинку всіх і кожного члена суспільства шляхом широкого залучення до сфери туризму людей з низьким рівнем доходів;
2. субсидування туризму для малозабезпечених;
3. активна участь центральних урядових, муніципальних, суспільних і комерційних структур в його розвитку [2].

Як зазначають дослідники, функціонування закладів у сфері соціального туризму, незважаючи на значну соціальну затребуваність його послуг, стикаються зі значними труднощами, які перешкоджають його активному розвитку як окремого туристичного сектору та як сектору соціального обслуговування (Рис. 2.3).

З огляду на виділені перешкоди, які суттєво обмежують активний розвиток соціального туризму, забезпечення доступності туристського відпочинку для верств населення з невисоким рівнем доходів, вимагає розробки та здійснення низки конкретних заходів, до числа яких слід віднести визначення соціальної політики держави в галузі туризму, розробку і прийняття законодавчих і нормативних актів, які б регулювали відносини у сфері соціального туризму,

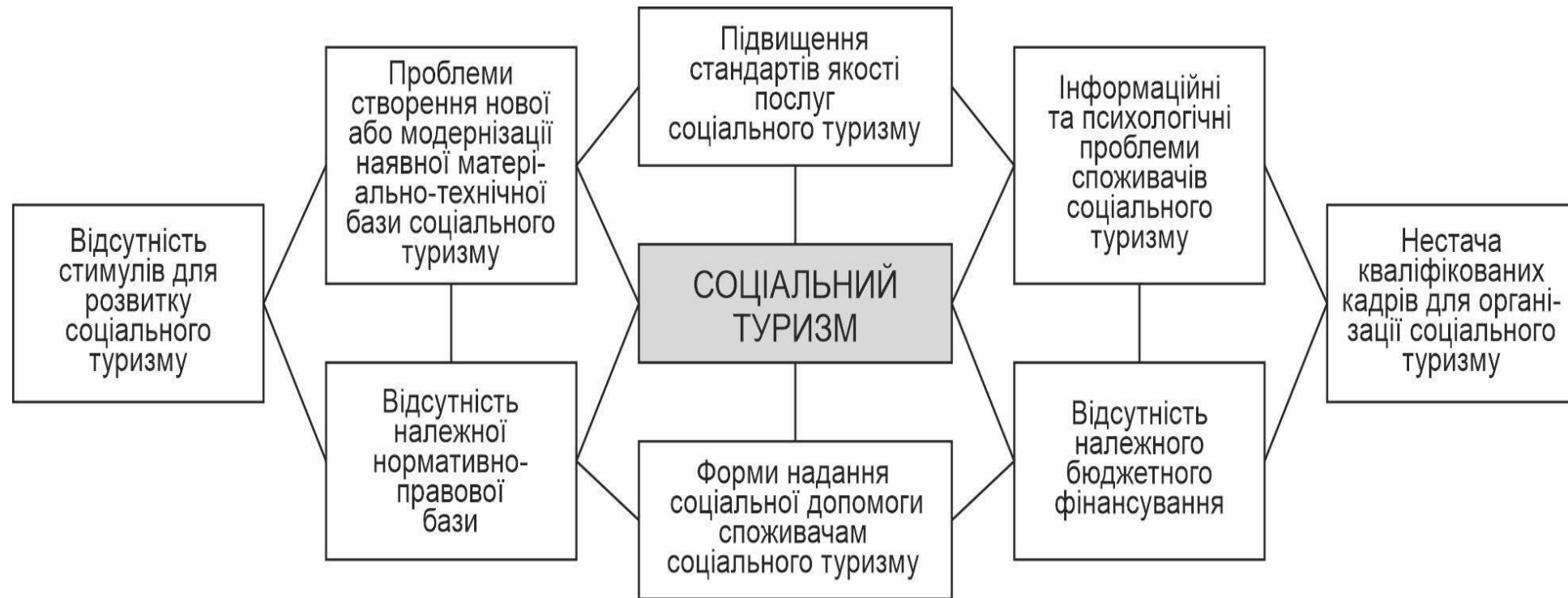


Рис. 2.3. Перешкоди, які стримують розвиток соціального туризму. Доопрацьовано автором за [14].

створення соціальної інфраструктури у туризмі, забезпечення систем і механізмів підтримки окремих соціальних верств населення щодо можливостей отримання послуг соціального туризму, підготовка кваліфікованих працівників для роботи у системі соціального туризму.

Також слід наголосити на некомерційній характеристиці соціального туризму, що суттєво впливає на зацікавленість суб'єктів туристичної діяльності у його розвитку й активізації. Одним з способів мінімізації впливу некомерційності соціального туризму, тобто його орієнтації не на прибуток, а на соціальний ефект від його здійснення, може стати запровадження державних дотацій на ведення цього виду діяльності, а також перегляд податкового законодавства для сфери соціального туризму, пільгове кредитування та ін.

Розвиток соціального туризму частково або повністю субсидіюється з різних джерел, завдяки чому він охоплює категорію людей з невисоким рівнем доходів та робить туризм більш масовим явищем. Сучасні світові тенденції розвитку туризму демонструють певні ініціативи в сфері соціального та оздоровчого туризму з метою надання можливості якомога більшій частині населення проводити відпустку всередині своєї країни або за кордоном, відновлювати здоров'я і працездатність з мінімальними фінансовими витратами [2].

Розвиток соціального туризму у світі характеризується такими особливостями:

- активна участь у його розвитку і популяризації соціальних організацій (пенсійних фондів, профспілок тощо);
- різноманітність фінансової підтримки (позики з низькими відсотковими ставками, субсидії, податкові пільги та ін.);
- використання інноваційних методів роботи в соціальній сфері, що орієнтуються на підвищення рівня життя (в тому числі й відпочинку) та стандартів охорони здоров'я. [3, с.10].

Однак, станом на сьогодні дискусійним є питання щодо видів соціального туризму та критеріїв їхнього виділення. Зокрема, Колотуха О.В. пропонує



виділяти види соціального туризму за соціально-віковими та мотиваційними ознаками. На його думку, за соціально-віковою ознакою до соціального туризму слід відносити: дитячо-юнацький туризм, молодіжний (студентський) туризм, туризм для людей похилого віку, туризм для інвалідів. Мотиваційна ознака класифікує соціальний туризм на спортивний туризм, сільський (зелений) туризм, екологічний туризм, а також всі інші види туризму для вищезазначених соціально-вікових категорій [141, с.178].

Подібних поглядів щодо виділення видів соціального туризму на основі мотивації занять туризмом притримується К. Задорожна і в якості пріоритетних видів соціального туризму виділяє: дитячо-юнацький, самодіяльний (спортивно-оздоровчий), лікувально-оздоровчий, екологічний, культурно-пізнавальний, сімейні подорожі, туризм для молоді та ветеранів, для інвалідів тощо [99].

Однак, на нашу думку, цей перелік видів соціального туризму не є вичерпним, оскільки основна ідея соціального туризму – його різноаспектної соціальної доступності з метою створення можливостей для залучення якомога більшої кількості населення до активного відпочинку з мінімальними фінансовими витратами – є присутньою у багатьох інших видах туризму. Бюджетність та мотиваційні запити клієнтів соціального туризму сприяють розвитку сфери соціального туризму орієнтованого в основному на внутрішніх туристів, які планують відновлювати здоров'я і працездатність всередині своєї країни. Соціальний туризм передбачає також і відпочинок туристів за кордоном, однак з урахуванням гнучкості цінової політики туроператорів і турагентів та субсидювання державними та недержавними фондами (благодійні організації, релігійні громади, допомога меценатів тощо).

Система соціального туризму передбачає надання окремим категоріям населення не тільки пільгових путівок, а й істотних знижок при розміщенні в готелях та у закладах харчування, також пільг на придбання квитків на різні види туристичного обслуговування та на послуги транспорту. Для прикладу, у всьому світі існує налагоджена система молодіжних хостелів (дешевих готелів

типу студентських гуртожитків), що дозволяє молодим людям у віці до 25 років отримувати суттєві знижки при розміщенні, харчуванні, пересуванні.

Таким чином, головною метою соціального туризму є його соціальна спрямованість, яка полягає не тільки у виконанні ним функції відпочинку, а й в культурному, освітньому, професійному розвитку населення. Як слушно зазначає Г.А. Гарбар, соціальний туризм відображає зрілість соціальних відносин, впливає на стабільність суспільства, якість життя його громадян, тому його розвиток має бути спрямованим на формування у людей уявлення про те, що туризм сприяє не тільки відпочинку але й саморозвитку, самовдосконаленню людини й суспільства в цілому [46].

З урахуванням усього викладеного вище, ми пропонуємо розглядати організаційну структуру соціального туризму як систему, яка складається з трьох блоків, які відрізняються між собою специфікою організації та надання туристичних послуг відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників (Рис. 2.4). Адже основними споживачами послуг соціального туризму є школярі, молодь, багатодітні родини, пенсіонери, малозабезпечені громадяни, особи з обмеженими можливостями та ін., туристичні подорожі для яких включають надання базового (мінімального) набору туристських послуг за відповідною таким послугам вартістю.

З таких позицій, до першого блоку організаційної структури соціального туризму ми відносимо лікувальний та спортивно-оздоровчий види туризму, організація, розвиток і функціонування яких вимагають узгодженості у вимогах щодо діяльності лікувально-оздоровчої та власне туристичної складової у його межах.

Розвиток лікувально-оздоровчого та спортивно-оздоровчого туризму залежить від стану та розвитку санаторно-курортної бази та їхнього матеріально-технічного забезпечення, а утримання і експлуатація таких закладів перебуває в компетенції державного та місцевих бюджетів і часто має дотаційний характер, зумовлений високою собівартістю послуг, що надаються. Значний вплив на розвиток лікувально-оздоровчого та спортивно-оздоровчого

туризму має рівень кваліфікації персоналу, оскільки значну частку у кадровому забезпеченні вищезгаданих заклади складають працівники медичної сфери.



Рис. 2.4. Структура соціального туризму за організаційними особливостями.

Таким чином, надання лікувально-оздоровчих та спортивно-оздоровчих послуг, що мають на меті цілеспрямоване покращення функціональних можливостей організму людини зумовлюють задоволення базових потреб у відпочинку та відновленні здоров'я окремих соціальних груп.

До другого блоку організаційної структури соціального туризму ми відносимо спортивний та інклюзивний туризм, які також характеризуються наявністю специфічних вимог до матеріально-технічного та кадрового забезпечення, а саме, окрім наявності власне туристичного досвіду, є вимоги до відповідності матеріально-технічної бази для занять згаданими видами туризму та наявності у кадрового персоналу спеціального досвіду роботи з певними групами споживачів туристичних послуг та у спеціалізованих видах туризму.

До третього блоку організаційної структури соціального туризму відносимо види туризму, які характеризуються наявністю менших вимог до матеріально-технічного та кадрового забезпечення, однак орієнтуються на доступність відповідних подорожей для широкого кола осіб та задоволення їхніх рекреаційно-пізнавальних потреб. До цієї категорії ми відносимо екологічний, етнічний, сільський, релігійний, фестивальний туризм та інші види туризму, для яких визначальним критерієм пропозиції їхніх послуг є їхня доступність (інформаційна, інфраструктурна, фінансова, психологічна) для соціально-вразливих та мало мобільних груп населення.

Актуальність розвитку соціального туризму і необхідність впровадження соціальних програм у туристичну галузь на державному рівні впродовж останнього часу відображена у розробці окремих урядових проектних програм. Так, зокрема, Міністерство економіки у межах «Проекту документа з поправками до Держпрограми стимулювання економіки для подолання негативних наслідків обмежувальних заходів, пов'язаних із боротьбою з COVID-19», пропонує підтримати соціальні ініціативи у туристичному бізнесі і планує запровадити так звані туристичні сертифікати, які будуть фінансово стимулювати українців відпочивати в межах України. Для реалізації цієї програми Міністерство економіки пропонує виділити 200 млн грн.

Передбачається, що туристичні сертифікати можна буде використати для подорожей по Україні у 2021-2022 роках і вони будуть призначені для певних категорій населення – молоді або пенсіонерів, яких держава буде стимулювати більше подорожувати [261].

Як стверджує Голова Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) Мар'яна Олесків, туристичні сертифікати – це своєрідний механізм запровадження програм з мобільності молоді та підтримки подорожей літніх людей в межах розвитку туризму. Така практика дуже поширена у багатьох провідних країнах, зокрема Італії, Польщі, Японії тощо.

За словами Мар'яни Олесків, необхідно точно визначити верстви населення, на яких буде спрямована програма, скільки людей зможуть взяти у ній участь та яку суму виділятимуть на кожного мандрівника. як саме здійснюватиметься туристична підтримка: чи це буде якась грошова виплата, чи ваучер на певні послуги, чи універсальна туристична карта, якою можна буде скористатися фактично в будь-якому готелі та закладі. На разі проєкт перебуває в процесі розробки, однак до кінця цього року будуть певні напрацювання в цьому напрямку, і вже у 2022 р. буде запущено перший пілотний проєкт"[67].

Таким чином, з урахуванням усього викладеного, можна стверджувати, що врахування соціальних аспектів туризму при розробці програм розвитку туристичної галузі є необхідними для успішного розвитку галузі. Соціальні аспекти туризму покладені в основу розробки і реалізації соціальної доктрини туризму в Україні.

## **2.4. Зарубіжний досвід розвитку соціального туризму та особливості його використання під час формування вітчизняної соціальної доктрини туризму**

Як зазначають С. Циганов і Н. Бунтова, туризм представляє собою і соціальне явище, оскільки мобільність, оплачувана відпустка та можливість мандрувати – це, без сумніву, соціальні перемоги [338], і одночасно значну за масштабами сферу діяльності, що представлена туристичною індустрією. Зазначені характеристики дозволяють встановити стійкий взаємозв'язок між розвитком суспільства та розвитком туризму, а також розглядати туризм в якості інструменту суспільного розвитку [305].

У загальному розумінні соціальний туризм – це подорожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються з державного бюджету на соціальні потреби, з метою підтримки людей з низьким рівнем доходу для реалізації їхнього права на відпочинок [35].

Провідною організацією з соціального туризму у світі є Міжнародне бюро з соціального туризму (Bureau International du Tourisme Social, BITS), створене в 1962 р. на конференції з соціального туризму в Брюсселі (Бельгія). Міжнародне бюро об'єднує 64 національні і 9 міжнародних організацій, пов'язаних з соціальним туризмом. Членами БІТС є такі міжнародні організації: Міжнародна федерація соціального туризму (штаб-квартира в Парижі), Всесвітня федерація асоціацій туристських агентств (Мілан), Міжнародний союз любителів природи (Цюріх), Міжнародна федерація організацій соціального туризму (Брюссель), Міжнародний туристський альянс (Женева), Міжнародна федерація кемпінгів (Люцерн), Міжнародна готельна асоціація (Брюссель), Міжнародний союз залізниць (Париж), Міжнародний профспілковий комітет з соціального туризму та відпочинку Всесвітньої при федерації профспілок (Прага) [185].

У розвинених країнах давно використовуються різні моделі державної підтримки та розвитку соціального туризму: ліберальна (передбачає субсидування соціального туризму із державного бюджету та створює умови свободи вибору для користувачів туристичних послуг), соціально-демократична (держава є основним розпорядником коштів для надання допомоги малозабезпеченим і звільняє приватні підприємства від виробничих витрат на рекламу продукту, розвиток туристичної інфраструктури тощо), соціально-ринкова (підтримка соціального туризму коштом обов'язкових відрахувань із заробітної плати) [40].

Досвід різних країн світу свідчить, що успіх розвитку соціального туризму прямо залежить від того, як він сприймається суспільством на державному рівні, наскільки він користується державною підтримкою. В європейських країнах державне регулювання соціального туризму здійснюється безпосередньо через інституціональні механізми, надаючи це право міністерствам туризму та національним туристичним організаціям. Інструментарій такої взаємодії проявляються через управління попитом та доходами, пропозиціями та цінами [265].

У світі концепція соціального туризму, була реалізована на практиці в Швейцарії і Франції завдяки системі відпускних чеків. Головним її елементом є чек – платіжно-розрахунковий засіб, що вводиться в обіг для надання адресної допомоги туристам і забезпечення доступності відпочинку всім прошаркам населення [35]. Чеки випускаються спеціально вповноваженими органами (Національне агентство відпусткових чеків у Франції) чи кооперативним (Каса подорожей у Швейцарії). Ці чеки оптом купують підприємства, які пізніше їх реалізують фізичним особам зі значними знижками. У Швейцарії дотації становлять 5-25 % вартості відпускнуго чеку, а у Франції – 20-80 %. Окремим категоріям населення відпусткові чеки роздають безкоштовно [265].

Так, зокрема, у Франції розвиток соціального туризму відбувається на законодавчому рівні і має системний характер. У в 1999 р. за ініціативою міністра туризму була утворена громадська організація «Фонд солідарності з

відпускниками», яка здійснює адресну допомогу окремим категоріям громадян Франції, які відчувають фінансові труднощі і не можуть собі дозволити відпочинок у відпускний період. До складу цієї організації увійшли Міністерство з соціальних питань, Міністерство у справах молоді і спорту, туристські асоціації, місцеві спільноти, заводські комітети, підприємства готельного господарства, транспортні компанії, національний авіаперевізник «Ер Франс», а також Національне агентство відпускних чеків. Ці організації акумулюють вільні грошові кошти та витрачають їх за цільовим призначенням, забезпечуючи таким чином, відпочинок малозабезпечених сімей. Незаможні громадяни через гуманітарні організації, органи соціального захисту, комітети у справах безробітних можуть на місцях отримати відповідні пакети послуг за спеціальними низькими розцінками. Таким чином, частина бідного населення країни отримує можливість реалізувати своє громадянське право на відпочинок [73].

В системі соціального туризму Франції центральне місце займає Національне агентство відпускних чеків, створене у 1982 р. і яке володіє правом ведення комерційної діяльності. Слід зазначити, що ця організація має подвійне підпорядкування – міністра економіки і фінансів і міністра туризму. Керівництво Національним агентством відпускних чеків здійснює адміністративна рада. До складу адміністративної ради входять представники профспілкових комітетів, громадських організацій, трудових колективів, роботодавців, постачальників туристських послуг і ін. Національне агентство випускає відпускні чеки, які є платіжно-розрахунковим засобом, і служать для надання адресної допомоги туристам і призначені для забезпечення доступності відпочинку всім громадянам держави [73].

Слід зазначити, що Франції коло таких осіб, які можуть скористатись відпустковими чеками, строго обмежене – чеки пропонуються лише тим працівникам, у яких податок з доходів фізичних осіб за рік є нижчим 2 000 дол. США, а розмір дотацій не повинен перевищувати мінімальну заробітну плату, встановлену на рівні 1 100 дол. США. Крім адміністрацій підприємств,



відпусткові чеки розподіляються громадськими організаціями – комітетами трудових колективів. Ці платіжні кошти можуть бути використані виключно на оплату послуг, пов'язаних з відпочинком, подорожами, відвідуванням культурних і видовищних заходів. Фізичні особи – носії чеків пред'являють їх на підприємствах обслуговування, що входять до системи засобів соціального туризму [265].

У сучасний період обіг відпускних чеків у Франції становить 1 млрд. євро і у системі соціального туризму беруть участь 20 тис. комерційних підприємств, а 135 тис. організацій надають різноманітні послуги соціальним туристам. Функціонує та активно реалізується схожа програма і в Іспанії [252].

У Швейцарії кожен житель країни може також скористатись відпустковими чеками, але з різними розмірами знижок. Фізичні особи – отримувачі чеків пред'являють їх на підприємствах обслуговування, що входять до системи засобів соціального туризму. У Швейцарії налічується 7 тис. таких підприємств, у їх числі засоби розміщення, на оплату послуг яких спрямовується до 40 % всіх відпускних чеків, транспортні організації (25 %), підприємства громадського харчування (15 %), туристичні агентства (11 %), культурно-видовищні та спортивно-оздоровчі об'єкти (10 %). Отримані чеки підприємства обслуговування передають у Національне агентство (Касу подорожей) для оплати, тим самим завершуючи їх життєвий цикл [265].

Характерною особливістю швейцарської каси подорожей є передача чеків навіть іноземним туристам, які потім надаються туристичним підприємствам [40]. Соціологічні дослідження, проведені в Швейцарії, показали, що 86 % населення країни знають про існування відпускних чеків і діяльності Каси подорожей, а 1,6 млн осіб, тобто кожен четвертий мешканець країни, вдаються до її послуг. Як зазначають дослідники, використання відпускних туристичних чеків є виправданим з економічної та соціальної позицій, причому обсяги оптових закупівель чеків не знижувалися навіть в роки економічного спаду, оскільки система відпусткових чеків вигідна всім її учасникам.

Працівники і члени їх сімей, купуючи ці чеки на пільгових умовах, істотно знижують витрати на відпочинок. Певний інтерес у розвитку системи присутній і в інших суб'єктів. Оптовий покупець (адміністрація підприємства) залучає у вигляді відпускних чеків гнучкий і дуже зручний інструмент проведення соціальної політики, що дозволяє дещо компенсувати відмінності в оплаті праці, створити атмосферу партнерства і зміцнити стабільність трудового колективу. Оптовик має при цьому і суто матеріально вигоду, оскільки кошти, що виділяються на покупку чеків, не обкладаються податками. Підприємства обслуговування мають додаткову клієнтуру і гарантії оплати своїх послуг. Нарешті, агентство отримує матеріальну винагороду у вигляді комісійних за залучення клієнтури та надання рекламно-інформаційних послуг. В умовах загальної зацікавленості в чековій системі згаданих країн соціальний туризм перетворився на помітне явище громадського життя, співмірний за масштабами з комерційним туризмом [265].

Розвиток сфери послуг соціального туризму реалізується в багатьох європейських країнах [270, 302]. Зокрема, у Польщі система соціального туризму перебуває в стадії становлення. В країні активно працює фонд «Спілки Працюючих», а також заклади праці, профспілки, Міністерство Народної Оборони, яке виступає організатором баз відпочинку у туристичних регіонах країни, спортивні та рекреаційні організації, школи, а також керуючі органи виховання та освіти. Провідну роль у розвитку соціального туризму відіграють заклади праці (підприємства), які виступають найбільшими організаторами туризму у Польщі. Більшість з цих закладів переведено на ринкові відносини. Вони представляють понад половину всієї бази нічлігів у найатракційніших регіонах країни. На деяких великих підприємствах, які займаються розбудовою відпочинкової бази існують окремо певні представництва, які надають соціальні послуги і послуги на ринкових засадах. Серед організаторів туризму слід виділити школи, а також відділи виховання та освіти, які займаються організацією відпочинку дітей і молоді. Вони отримують кошти з держбюджету

на турбази та табори, а в деяких регіонах країни – на так звані «зелені школи» [265].

У Польщі розвиток соціального туризму відбувається на державному рівні. Зокрема, на підтримку функціонування соціальних програм туризму уряд Польщі виділив майже 3,5 млрд злотих. У країні діють сертифікати на туристичні подорожі з метою стимулювання розвитку внутрішнього туризму. Крім цього, функціонує адресна підтримка соціального туризму для населення – 500 злотих або 130 доларів отримують на кожну дитину у родині, які протягом року родина може використати самостійно для проживання у готелях, пансіонатах або агросадибах країни [67].

У Німеччині активно застосовується соціально-ринкова модель підтримки соціального туризму коштом обов'язкових відрахувань із заробітної плати. Вона охоплює всіх громадян країни, які здійснюють відрахування до державної скарбниці своїх особистих коштів, які потім використовуються для реалізації туристичних послуг. Цей тип підтримки соціального туризму в державі характерний також і для Японії [40].

У кінці 2020 р. у Новій Зеландії запропонували запровадити "картку для подорожей" з 200 доларами на рахунку, яку б роздавали кожному мешканцю країни для подорожей всередині країни, щоб "врятувати туристичний сектор Нової Зеландії". Втім, таку "картку" в країні поки не запровадили: в уряді обговорюють це питання з турбізнесом та профільними структурами [67].

Основні характеристики моделей соціального туризму, які функціонують в зарубіжних країнах, представлено у табл. 2.1.

Стосовно розвитку соціального туризму в нашій країні, то слід сказати, що значного поширення соціальний туризм досяг у радянські часи, коли становив не менше 80 % туристичного обігу і був провідним видом туризму. Справою соціального туризму займалися профспілки, які покривали до 70 % вартості таких подорожей. Завдяки профспілкам у 80-х рр. ХХ століття могло оздоровитись чи відпочити більше як три чверті відпочиваючих, які отримували путівки на відпочинок за рахунок коштів соціального страхування

та державного бюджету або за пільговими цінами зі сплатою 30-50 відсотків вартості.

Таблиця 2.1

### Зарубіжні моделі соціального туризму

Країни	Характерні риси	Джерела фінансування
Фінляндія і скандинавські країни	– свобода вибору для споживачів турпослуг; – великий спектр послуг; – значна роль держави в наданні послуг соціального туризму	– податки; – субсидія держави; – субсидії приватних виробників
Швейцарія	– система «відпускних чеків»; – вільний вибір виду та місця проведення відпустки	– банківський відсоток; – дохід за рахунок відкладеного попиту
Іспанія	– основні споживачі послуг – пенсіонери; – надання повного туристського пакета	– державні субсидії
Франція	– найчастіше соціальний туризм представлений сільським туризмом; – розвиток регіонів за допомогою соціального туризму	– внески членів асоціації «Села-сім'ї-відпустки»; – пільгове оподаткування; – дотації держави
Німеччина, Австрія, Бельгія, Люксембург	– основа реалізації послуг соціального туризму – система взаємодії роботодавців і профспілок; – солідарність, властива цьому підходу дозволяє рівномірно розподілити споживчі ризики і витрати всередині конкретної групи	– відрахування від заробітної плати співробітників
Японія	– масовість ґрунтується на професійній діяльності споживачів; – не надається увага таким категоріям населення як діти, молодь, пенсіонери та люди з низьким прожитковим мінімумом	– відрахування від заробітної плати співробітників
Великобританія, Ірландія, США	– допомога надається адресно; – єдиний консорціум з централізованої системи соціального захисту і ринку туристичних послуг; – натуральна форма надання туристичних послуг.	– платники податків; – фонди підприємств.

Джерело: [302]

Розвиток профспілкового туризму в Україні розпочався в 1936 р., оскільки для керівництва роботою з організації екскурсій, масового туризму, забезпечення соціальних інтересів членів профспілок щодо їх відпочинку та оздоровлення рішенням державних органів було створено профспілкове туристично-екскурсійне об'єднання. У 1969 р. з метою виконання спільної постанови державних та політично-громадських організацій керівництво туризмом та екскурсійною роботою, проведенням подорожей та екскурсій у країні було покладено безпосередньо на профспілки. Зокрема, особлива увага зверталась на більш повне використання можливостей для організації туристських та екскурсійних маршрутів на поїздах, автобусах, морських та річкових суднах, особливо для жителів села, робітничих селищ та учнівської молоді [252].

З активною роботою профспілок туристично-екскурсійна справа перетворилась на важливу галузь обслуговування населення. У тогочасний період організацією соціального туризму в Радянському Союзі займалися Центральна рада з туризму та екскурсій Всесоюзної Центральної ради професійних спілок (ЦРТЕ ВЦРПС) і Бюро міжнародного молодіжного туризму ЦК ВЛКСМ (БММТ «Супутник»). Обсяг обслуговування ЦРТЕ лише за один 1989 р. становив 42 млн. туристів і 226,1 млн. екскурсантів, а обсяг реалізованих послуг – 3 млрд. рублів (за загальної кількості працюючих у системі – 170 тис. осіб). Обсяг обслуговування туристів по лінії БММТ «Супутник» того ж року дорівнював 6,2 млн. осіб, а обсяг послуг — 365 млн. рублів (у цінах 1989 року) за кількості працюючих понад 7 тис. осіб. Різноманітні знижки та пільги на туристські путівки часто перевищували 50-70 % їх вартості та дотувалися профспілками, іншими громадськими організаціями.

В Україні таку діяльність наймасовіше здійснювали структурні підрозділи системи профспілкового туризму, котрі сьогодні об'єднано в акціонерному товаристві «Укрпрофтур». Зокрема, за період з 1953-2008 рр. вони обслужили 120 млн. туристів і 800 млн. екскурсантів [252].

На відміну, від України, де, станом на сьогодні фіксуються лише поодинокі спроби унормувати правове поле соціального туризму, в Росії у 1996 р. було прийнято Федеральний закон «Про основи туристської діяльності в Російській Федерації», який визначає соціальний туризм як «подорожі, що субсидіюються із засобів, що виділяються державою на соціальні потреби», у якому зазначено, що окремим категоріям російських туристів держава в порядку, що встановлюється Урядом Російської Федерації, надає пільги соціального характеру [278].

У червні 2000 р. Міжпарламентським комітетом республіки Білорусь, республіки Казахстан, Киргизької республіки, Російської Федерації і республіки Таджикистан було прийнято Модельний закон «Про соціальний туризм» і рекомендував його парламентам зазначених країн для використання в національних законодавствах [194]. Закон визначає правові, організаційні та економічні основи соціального туризму і розглядає цей туризм як один із засобів подорожей та екскурсій, інших туристських заходів, лікування та відпочинку, що реалізує конституційні права соціально незахищених громадян на відпочинок та свободу пересування, зміцнення здоров'я, сприятливе оточуюче середовище, користування закладами культури, доступ до природної та культурної спадщини, на вільне отримання інформації та соціальний захист. У законі використовуються такі основні поняття, як соціальний туризм, соціальний туристський продукт, соціальний тур, базовий стандарт соціального туру, додаткові платні послуги, соціальний турист, туроператор, турагент, а також вводяться специфічні терміни: організація соціального туризму; членська картка (квиток) учасника об'єднання соціального туризму; відпускний чек.

Як зазначає голова правління Українського закритого акціонерного товариства з туризму та екскурсій «Укрпрофтур», Петро Слободян, у плані запозичення позитивного зарубіжного досвіду законодавчих ініціатив російський закон про соціальний туризм представляє певний інтерес для нашої країни в частині пільг і економічних стимулів при наданні та отриманні

відповідних турпослуг, а також експлуатації, реконструкції і створенні об'єктів цієї діяльності. Зокрема, серед них слід виділити такі:

- створення фондів підтримки соціального туризму (центрального та регіональних);
- звільнення від податку на додану вартість доходів, отриманих від реалізації соціальних туристських путівок;
- надання 50-відсоткових знижок споживачам туристських послуг соціального характеру в міжсезоння;
- надання учасникам соціального туризму 20-відсоткових знижок на пасажирські транспортні перевезення в період міжсезоння;
- надання права підприємствам транспорту, харчування та іншим об'єктам соціального туризму включати у собівартість продукції всі доходи від туристського обслуговування соціального характеру [252].

На жаль, правове поле вітчизняного туризму не містить положень про соціальний туризм як чітко виокремлений різновид та засіб реалізації конституційних прав громадян, незалежно від соціального статусу, хоча в Законі України «Про туризм» визначено загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики у сфері туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я на безпечне для життя та здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав під час здійснення туристичних подорожей.

У ст. 6 згаданого вище Закону про туризм визначено основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму, серед з яких є «забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг щодо цих категорій осіб». У ст. 4 цього закону прописані види туризму, які класифікуються відповідно до соціальних груп учасників туристичного руху: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для

інвалідів, проте, чіткого виокремлення соціального виду туризму не здійснено. [103].

Залишаються не визначеними напрямки розвитку соціального туризму і в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [217], хоча в попередній Стратегії розвитку туризму і курортів (від 2008 р.) було наголошено на необхідності розробки механізму державної підтримки впровадження туристичного продукту соціального характеру.

Однак соціальні запити у сфері соціального туризму сприяли активізації дій з боку органів законодавчої та виконавчої влади впродовж останніх років. Так, зокрема, в Проекті Закону про туризм, розробленого Комітетом Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму (2018 р.) виокремлено підвиди соціального туризму – «для осіб з інвалідністю (інклюзивний)» та «для малозабезпечених громадян» [40].

В Проекті Закону України «Про туризм» від Департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку та торгівлі України (2018 р.) виокремлюється ще й такий підвид туризму як «для осіб середнього віку» [218]. Зокрема, у ст. 4. «Види туризму» Проекту Закону про туризм від Департаменту цей вид туризму розглядається як такий, що «оплачується повністю або частково використовуючи бюджетні кошти та/або кошти цільових фондів, які виділяються в установленому порядку на соціальні потреби, а також коштів юридичних осіб, спрямованих на оплату санаторно-курортного і туристичного обслуговування своїх працівників та членів їх сімей, а також коштом соціальних пільг і підтримки громадян певної категорії». Однак цей проект було відкликано.

На поточний момент у Законі України «Про туризм» частково враховані рекомендовані проектами поправки, в яких демонструється бажання висвітлити питання підтримки соціального туризму і у останній редакції Закону виокремлені такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для осіб з інвалідністю.



Таким чином, розглянувши міжнародний досвід запровадження системи соціального туризму та спроби адаптувати його до сучасних українських реалій засвідчують, що цей напрям діяльності органів законодавчої та виконавчої влади, органів місцевого управління всіх рівнів та бізнесу не розглядається сьогодні як перспективний. Проте, в Україні покладено початок офіційного декларування основних переваг соціального туризму як інструменту реалізації державної політики у цій сфері, що здатен вибудовуватися на цивілізаційних принципах доступності, сталості, збалансованого розвитку [40]. Однак умови сьогодення поки що перешкоджають активному становленню соціального туризму як реагування державної влади на суспільні запити у цій сфері.

Актуалізація та впровадження правового механізму державного регулювання, який би законодавчо закріпив сутність соціального туризму та його різновиди, активно сприяли б залученню окремих соціальних прошарків населення до занять туризмом, реалізуючи, таким чином їхні конституційно закріплені права на забезпечення доступності туризму, а також на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я на безпечно для життя та здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав під час здійснення туристичних подорожей.

## **2.5 Соціальні ризики в туристичній діяльності та методи їх мінімізації**

Динамічні процеси у розвитку світової економіки у поєднанні із реформуванням економічних відносин надають господарському комплексу України дедалі більше ринкових рис і вносять у туристичну діяльність додаткові елементи невизначеності та ризику. Дослідження ризику набули особливої актуальності у туристичній діяльності, функціонування якої тісно пов'язане з прийняттям рішень в умовах мінливого суспільного середовища.

З розвитком ризикологічних досліджень, які відображають напрями

трансформаційних процесів у життєдіяльності суспільства, пов'язують успішне розв'язання значного спектру прикладних проблем у економічних, суспільних, природничих, технічних та ін. науках. Не становить винятку і туристична галузь, функціонування якої характеризується значною різноманітністю ризиків, в тому числі й соціальних. Зростання частоти виникнення, модифікації та масштабів негативного прояву ризикових ситуацій зумовлюють необхідність наукового вивчення та оцінки різноманітних аспектів цього поняття.

Розвиток і функціонування туристичної сфери відбувається в умовах невизначеності, суперечності, конфліктності, дії дестабілізуючих чинників і зумовлених ними ризиків, наслідки впливу яких не завжди можливо передбачити. Більше цього, науковці визначають сучасне суспільство як систему, що функціонує в умовах ризиків. Специфіка ризиків у суспільних системах проявляється у їх тісному взаємозв'язку із подіями природного, економічного, політичного, екологічного та іншого характеру, які, впливаючи на соціальний стан суспільства, знаходять відображення у зміні соціальних показників окремого індивіда чи спільноти в цілому. Іманентність ризику у суспільстві зумовлена також наявністю значної кількості суб'єктів суспільного життя, вчинки яких базуються на суб'єктивних оцінках подій.

На сьогоднішній день накопичено значний досвід дослідження соціальних ризиків, який базується на прагненні встановити їх сутність з метою своєчасного виявлення, оцінки й розробки методів оптимізації та попередження їх негативних наслідків у різних сферах суспільного життя.

У загальному тлумаченні соціальними визнаються ризики, які виникають з причин суспільного характеру і захищатися від яких індивідуально у більшості випадків неможливо, оскільки вони практично не залежать від вчинків окремої людини. У Законі України "Про соціальні послуги" визначення соціальних ризиків не наводиться, натомість йдеться про складні життєві обставини, які "об'єктивно порушують нормальну життєдіяльність особи, наслідки яких вона не може подолати самостійно (інвалідність, часткова втрата рухової активності у зв'язку із старістю або станом здоров'я, самотність,

сирітство, безпритульність, відсутність житла або роботи, насильство, зневажливе ставлення та негативні стосунки в сім'ї, малозабезпеченість, психологічний чи психічний розлад, стихійне лихо, катастрофа тощо)” [112].

Можна стверджувати, що будь-які події, явища, процеси, які мають місце у житті суспільства, вміщують в собі частку соціального ризику, індикаторами якого виступають різноманітні соціальні проблеми.

Проведений аналіз досліджень окресленої проблематики дає підстави вважати, що в останні роки посилилася тенденція до комплексного осмислення сутності цього поняття – ризик трактують не лише як ймовірність негативного результату у будь-якій сфері суспільної діяльності, а дедалі частіше розглядають як тривимірну модель: ризик як можливість, ризик як небезпека, ризик як невизначеність [23].

Вважаємо, що в сучасних умовах саме такий підхід до аналізу соціального ризику є найбільш інформативним та дієвим, оскільки за таких умов ризик може бути охарактеризований як проблема вибору між альтернативними варіантами розвитку подій. Відмова від ризику є також своєрідним ризиком, який при сприятливому складанні обставин міг би принести позитивний результат.

Опираючись на результати наукових досліджень з ризикологічної проблематики [23], пропонуємо виділяти наступні підходи до аналізу соціальних ризиків: органічний, ймовірнісний, діяльнісний, цільовий, альтернативний, затратний, ситуативний. На особливу увагу для аналізу соціального ризику у туристичній діяльності заслуговує застосування системного підходу, суть якого полягає у трактуванні досліджуваних об'єктів як складних систем взаємопов'язаних елементів різного ієрархічного рівня.

Під підходами до оцінки соціальних ризиків слід розуміти сукупність способів та прийомів їх оцінювання, застосування яких відображає основні позиції щодо їх трактування.

За способом вираження підходи до оцінки ризику поділяються на кількісні та якісні. Кількісні підходи до оцінки ризику передбачають

присвоєння ризику числового значення в абсолютному чи відносному вираженні, в той час як якісні – зосереджують увагу на його істотних властивостях та ознаках. Водночас науковці говорять про комплексний підхід до оцінки ризику, який передбачає оцінювання ризику в кількісному і якісному аспектах одночасно.

Вважаємо цілком обґрунтованим застосування комплексного підходу для дослідження соціальних ризиків, оскільки за таких умов вивчаються не тільки кількісні функціональні залежності, які зумовлюють існування такого ризику у суспільних системах, але й ґрунтовніше досліджуються їхні якісні зміни. Здійснення якісного аналізу соціальних ризиків, окрім визначення ступеня їхньої небезпеки, передбачає кількісні результати і включає вартісну оцінку можливих витрат та збитків, які настануть в результаті реалізації таких ризиків, а також вартісну оцінку всіх заходів, які будуть спрямовані на зменшення їх шкідливого впливу [304].

Оцінка соціального ризику є кількісним вираженням виявлених ризиків у процесі здійснення якого визначаються такі їх характеристики, як ймовірність реалізації ризику та розмір можливого збитку від нього.

Методи аналізу та оцінювання соціального ризику значною мірою ґрунтуються на методах теорії ймовірності, оскільки саме поняття ризику тісно пов'язане з ймовірністю настання певної події в майбутньому [183].

Економічна оцінка ризику може бути якісною і кількісною. Якісна оцінка проводиться, як правило, на початкових етапах дослідження. У багатьох випадках вона виступає передумовою для здійснення кількісної оцінки, оскільки має на меті визначити можливий перелік ризиків у межах конкретного регіону, виявити фактори, що впливають на їх рівень, та оцінити принциповий ступінь їх небезпеки.

Кількісна оцінка ризику демографічних втрат є значно складнішим процесом, тому що, окрім якісного аналізу ризику, включає ще декілька складових: кількісний аналіз ризику та суб'єктивне ставлення до ризику [41].

Методи кількісної оцінки ризику поділяються на об'єктивні та

суб'єктивні [183]. Об'єктивні методи використовують характеристики випадкових процесів, отриманих на основі об'єктивних даних. Суб'єктивні методи базуються на використанні суб'єктивних оцінок та критеріїв експертів.

Кількісні методи передбачають отримання оцінки ризику в абсолютному і відносному вираженні. В абсолютному вираженні ризик вимірюють в іменованих величинах, для яких розроблені чіткі одиниці вимірювання, у відносному – за допомогою показників, які є відношенням кількох іменованих величин (коефіцієнтів).

Оцінку ризику в абсолютних величинах доцільно використовувати для характеристики окремих видів витрат і втрат, у відносних – для порівняння прогнозованого рівня втрат з реальним, загальнодержавним тощо.

Існування ризику у суспільних системах характеризується певною специфікою, що ускладнює здійснення його оцінки. У сучасній науковій літературі соціально-економічні ризики оцінюються, як правило, за двома показниками: ймовірністю настання та значущістю ризиків у процесах суспільного життя [34].

Слід зазначити, що кількісне оцінювання соціального ризику суттєво залежить від методики розрахунку, яка застосовується у дослідженні. Найбільш розповсюдженими методами кількісної оцінки ступеня ризику є: статистичний метод, метод аналізу доцільності витрат, метод експертних оцінок, метод використання аналогів.

Оцінка соціального ризику є найбільш складним і відповідальним моментом у всіх, без винятку, галузях економіки, й туризмі зокрема, оскільки врахування її результатів може визначати напрямки соціально-економічного розвитку регіону у майбутньому. Загалом, оцінка є своєрідним способом визначення впливу виявлених ризиків на основі раціонально обґрунтованого поєднання їх кількісних і якісних показників.

Оцінка ймовірних наслідків соціальних ризиків є складним і багатоступеневим процесом, який включає:

- 1) визначення всіх можливих ризиків;

2) вивчення факторів, які впливають на рівень їх розвитку, напрямків і розмірів їх потенційного впливу;

3) розробку рекомендацій та пропозицій щодо зменшення негативного впливу виявлених ризиків та обґрунтування шляхів їх впровадження [304].

У процесі оцінювання соціальних ризиків слід виділяти три основні етапи: ідентифікацію соціальних ризиків, їх кількісно-якісне оцінювання та управління на основі їх загальної оцінки. Зазначимо, що здійснення такої оцінки повинно включати врахування усіх негативних і позитивних змін, які відбуваються у досліджуваних системах протягом визначеного проміжку часу.

Початковим етапом у процесі оцінки соціальних ризиків є їх ідентифікація – процес виявлення соціальних ризиків та встановлення переліку їх основних видів у межах визначеного регіону. Мета ідентифікації полягає у виявленні всіх можливих ризиків, які можуть вплинути на діяльність підприємств туризму та напрямки туристичних потоків у межах досліджуваного регіону у найближчому майбутньому.

Своєчасна ідентифікація соціального ризику та врахування наслідків його ймовірного настання дає можливість попередити та мінімізувати небажані наслідки, а також обрати найбільш дієву стратегію управління туристичною галуззю регіону.

У зв'язку з різноманітністю ризиків, складністю їх прояву та багатьма ін. особливостями, у науковій літературі немає єдиного підходу щодо характеристики ризиків з метою ідентифікації. Зокрема, М. Ніколайчук та О. Терещенко висловлюють думку, що до питань ідентифікації ризиків, окрім їх виявлення та опису, слід відносити їх “групове обговорення до того, як вони стають проблемами” та починають негативно впливати на сферу свого поширення [213].

З урахуванням вищеперелічених обставин у процесі ідентифікації соціальних ризиків вважаємо доцільним використання експертних висновків на стадії розробки переліку очікуваних соціальних ризиків. У такому контексті завдання експертів полягає у формуванні списку таких ризиків, вплив яких слід

враховувати при прийнятті управлінських рішень щодо розвитку туристичної сфери досліджуваного регіону.

Управління ризиками – це складний процес, мета якого полягає у повному або частковому усуненні ризиків. До процесів управління ризиками окремі автори рекомендують включати також зменшення або компенсування збитків для об'єкта ризику при настанні несприятливих подій [328].

На нашу думку, процес управління соціальними ризиками передбачає розробку комплексу заходів, спрямованих на ліквідацію або мінімізацію (до раціонально допустимих меж) негативних проявів таких ризиків, а також формування шляхів впровадження антиризикових заходів у соціальну сферу регіону. Слід зазначити, що управління такими ризиками передбачає здійснення контролю за їх розвитком, оптимізацією та ефективністю впровадження [304].

Контроль над соціальними ризиками, аналогічно до економічних ризиків загалом, може здійснюватися різними способами. Серед основних методів управління ризиками – уникнення ризику, мінімізація ризику, обмеження (локалізація) ризику, розсіювання (поділ) ризику [279].

Отже, основна мета оцінювання соціального ризику у туристичній діяльності полягає у визначенні величини такого ризику та окресленні всіх можливих напрямків його прояву. Коригування напрямків маркетингових стратегій, системи страхування та кадрового забезпечення туристичних підприємств на основі врахування результатів оцінювання таких ризиків та величини їх ймовірного впливу суттєво оптимізує діяльність підприємств туризму і позитивно відобразиться не тільки на економічному, але й соціальному становищі досліджуваного регіону [304].

Розвиток досліджень соціального ризику туристичній сфері пов'язаний із обґрунтуванням інтегральних показників його оцінки, спрямованих на розв'язання конкретних прикладних проблем локального та регіонального рівнів, а також із розробкою та впровадженням у практичне застосування механізмів їх попередження. Соціальні ризики у туризмі присутні на усіх

стадіях створення і реалізації туристичного продукту, диференціюються за видами туризму і суттєво залежать від особистісних установок індивіда – споживача туристичних послуг і носія соціальних ризиків.

З соціальним ризиком у туризмі, зокрема, одним із способів його мінімізації у туристичній сфері, є страхування: особисте (у тому числі медичне), майнове, відповідальності.

Медичне страхування є основною формою реалізації права на охорону здоров'я і медичну допомогу, а також ключовим методом мінімізації соціальних ризиків у туристичній діяльності. Також медичне страхування в Україні є однією з форм соціального захисту населення у сфері охорони здоров'я, сутність якої полягає в гарантуванні оплати послуг медичного характеру, що їх отримала застрахована особа, з акумульованих страхових коштів.

Медичне страхування передбачає страхування на випадок втрати здоров'я з будь-якої причини. Воно забезпечує більшу доступність, якість і повноту щодо задоволення різноманітних потреб населення в наданні медичних послуг, є більш ефективним порівняно з державним фінансуванням системи охорони здоров'я. Медичне страхування пов'язане із компенсацією витрат громадян, які зумовлені одержанням медичної допомоги, а також інших витрат, спрямованих на підтримку здоров'я та працездатності.

Соціальна та економічна ефективність медичного страхування залежить від того, наскільки ефективною є концепція розвитку страхової медицини в конкретній країні. Об'єктом медичного страхування є життя і здоров'я громадян.

Мета медичного страхування полягає у забезпеченні громадянам у разі виникнення страхового випадку можливості одержання медичної допомоги за рахунок накопичених коштів і фінансування профілактичних заходів.

Медичне страхування можна проводити в обов'язковій і добровільній формах. Вибір форми медичного страхування в кожній країні залежить від конкретних економічних і культурно-історичних умов, від особливостей демографічних і соціальних показників, рівня захворюваності та інших



чинників, які характеризують загальний стан здоров'я і рівень медичного обслуговування [169].

На сучасному етапі є багато підходів щодо визначення суті медичного страхування, основні з них наведені в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

**Підходи до визначення поняття «медичне страхування»**

<b>Дослідник</b>	<b>Визначення поняття «медичне страхування»</b>
В. Базилевич	Форма захисту інтересів громадян у разі втрати ними здоров'я з будь-якої причини
П. Ніколаєнков	Спосіб захисту державою пацієнта на повноцінне лікування та охорону власного здоров'я
С. Осадець	Вид особистого страхування, пов'язаний із компенсацією витрат громадян, які зумовлені одержанням медичної допомоги, а також витрат, спрямованих на підтримку здоров'я
Т. Яворська	Вид особистого страхування, що здійснюють у разі розладу здоров'я з будь-якої причини, у тому числі у зв'язку із хворобою та нещасним випадком
О. Солдатенко	Є особистим страхуванням громадян, а його об'єктом виступають особисті блага, пов'язані з життям і здоров'ям застрахованої особи
А. Савенко	Є частиною соціального страхування і гарантує, з боку держави, дотримання рівних можливостей для громадян щодо отримання медичної та фармацевтичної допомоги
В. Стеценко	Сукупність правових норм, що регулюють суспільні відносини з приводу захисту майнових інтересів фізичних осіб при отриманні медичної допомоги у разі настання страхових випадків, визначених договором страхування або чинним законодавством за рахунок страхових грошових, які формуються зі страхових внесків
В. Борецький та В. Єрмикін	Форма соціального захисту населення з метою надання гарантій громадянам на отримання медичної допомоги за рахунок накопичених коштів при виникненні страхового випадку.

Джерело: [291].

Отже, медичне страхування розглядають:

- ✓ як систему суспільно-економічних відносин, сторонами якої є страховик та страхувальник, а суб'єктами виступають держава в особі виконавчих органів, роботодавці, застраховані особи, медичні заклади, фармацевтичні компанії тощо;

- ✓ як спосіб захисту інтересів сторін та суб'єктів медичного страхування в умовах ринкової економіки;
- ✓ як сукупність правових норм, що регулюють суспільні відносини з приводу захисту майнових інтересів фізичних осіб під час отримання медичної допомоги у разі настання страхових випадків, визначених договором страхування або чинним законодавством за рахунок страхових грошових фондів, які формуються зі страхових внесків [2].

Основною метою медичного страхування є:

- захист здоров'я і працездатності співробітників підприємства;
- зниження фінансових проблем роботодавця і співробітників, пов'язаних з організацією і наданням медичної допомоги;
- скорочення кількості днів непрацездатності співробітників завдяки наданню якісної медичної допомоги і контролю над процесом одужання;
- додатковий стимул для співробітників до збереження робочого місця і підвищення якості роботи [211].

Загалом медичному страхуванню притаманні ті ж ознаки, що й іншим видам страхування, проте важливо наголосити на певних особливостях, до яких належать:

- страховий ризик при медичному страхуванні пов'язаний з особою застрахованого, а не з його майном;
- інший склад основних учасників страхових правовідносин (з'являється новий суб'єкт – медична установа);
- якщо в інших видах страхування у разі настання страхового випадку страхові виплати отримує безпосередньо застрахований, то під час медичного страхування кошти перераховують на рахунок лікувально-профілактичної установи, де застрахованому надавали медичну допомогу;
- якщо у традиційних видах страхування заключним етапом настання страхового випадку є виплата страхових коштів, то у випадку

медичного страхування застрахованому (пацієнту) надають певний обсяг медичної допомоги.

Сутність медичного страхування полягає у тому, що сплативши одноразовий страховий внесок, значно менший, ніж вартість усіх медичних послуг, громадяни мають змогу протягом року безкоштовно користуватися комплексом медичних послуг кваліфікованих спеціалістів у клініках із платним обслуговуванням [291].

У туристичному бізнесі ризик настання небажаних подій та їх негативних наслідків є особливо великим, оскільки сам характер надання туристичних послуг часто пов'язаний із перебуванням туристів у різних екстремальних і незвичних для них місцях, де буває важко передбачити наявність несприятливих для самопочуття туристів чинників або подій. До того ж у процесі взаємодії великої кількості незалежних один від одного ділових партнерів (закордонні туроператори, консульські служби, адміністрації готелів, транспортні компанії тощо) імовірність настання страхових випадків зростає. Саме тому більшість країн, надаючи візу, вимагають наявності страхового полісу, який повинен містити медичне страхування. Це можна пояснити тим, що жодна країна, навіть якщо медицина в ній безкоштовна, не бажає нести витрати на допомогу громадянам інших країн за рахунок своїх платників податків і прагне гарантувати оплату послуг приватних медичних установ. Тож обов'язковим складником кожної програми страхування осіб, які виїжджають за кордон, є медичне страхування [202].

Страхування громадян, які виїжджають за кордон, є порівняно новим видом страхування в Україні, що активно розвивається. Його виникнення пов'язане зі зміною способу життя вітчизняних громадян і значним збільшенням кількості закордонних поїздок, отримання віз для яких передбачає наявність у туристів страхового полісу – асистансу, що дає право на отримання медичної допомоги.

Асистанс – це особливий вид міжнародного сервісного обслуговування туристів на території страхування для надання їм допомоги на місці в межах договору страхування (медичної, медико-технічної, юридичної та ін.).

Оскільки через непередбачуваність настання страхових випадків і різноманітність маршрутів закордонних поїздок туристів страхові компанії самі не спроможні забезпечити екстрену допомогу потерпілим, то під час поїздки туристів за кордон вони надають їм увесь комплекс страхових послуг через посередників – закордонних сервісних медичних асистанс-компаній із якими укладено договори. Сервісне обслуговування не потребує від туриста додаткових грошових витрат. Усі витрати під час цього виду страхування туристів несе страховик [40].

Іншими словами, асистанс – це специфічний вид страхування, при якому страхове відшкодування надають у вигляді конкретної послуги або платою за фактично надану послугу. Цим займаються спеціальні страхові компанії, які поєднують страхові та сервісні функції або звичайні страхові компанії, що мають договори з асистантами. Переважно асистанти виплачують страховим компаніям комісійні 8-10 % від загального обсягу винагороди [54].

Фахівці наголошують, що перебуваючи в закордонній поїздці, людина опиняється в незнайомому середовищі і з настанням хвороби або нещасного випадку основною її проблемою може стати не оплата медичних витрат, а отримання відповідної допомоги. Виклик лікаря, швидкої допомоги, спілкування з персоналом лікувальних установ, купівля ліків – усе це й багато іншого в чужій країні спричиняє великі труднощі.

Під медичним страхуванням громадян, які виїжджають за кордон, розуміють страхування у випадку раптового захворювання, тілесного ушкодження в результаті нещасного випадку або смерті, яка настала під час перебування за кордоном [43].

Міжнародний поліс страхування медичних витрат (асистанс) у разі раптового захворювання або нещасного випадку забезпечує організацію медичної допомоги протягом 24 годин у будь-якій країні світу. Головна мета

«асистансу» – негайне реагування в надзвичайних обставинах, надання клієнтові моральної, медичної, а також технічної допомоги.

Асистанс як вид страхування набув поширення в кінці 50-х– на початку 60-х рр. ХХ століття. Це сервісне обслуговування договору страхування; поліс, на підставі якого надають різні види медичної допомоги, гарантує оплату витрат на лікування, госпіталізацію, витрати на медичні послуги, а також витрати на ліки.

Договір страхування може передбачати:

- відповідальність страховика за потреби медичного транспортування хворого до найближчої або спеціалізованої лікарні;
- транспортування у країну проживання з медичним супроводом;
- репатріацію тіла застрахованого; дострокове повернення;
- екстрену стоматологічну допомогу;
- юридичну допомогу та ін. [43].

Страхування є обов'язковим і для осіб, що в'їжджають на територію України. Цей вид страхування уповноважена здійснювати тільки одна страхова компанія – ЗАТ «Укрінмедстрах» [54].

Сьогодні в Україні медичне страхування в обов'язковій формі не проводять, хоча законодавство України передбачає введення обов'язковості медичного страхування у найближчому майбутньому. Медичне страхування для туристів є обов'язковим, проте чітко визначених спеціальних правил його здійснення у законодавстві не прописано.

Суб'єкти туристичної діяльності, під час укладання договорів із страховими компаніями вибирають правила добровільного медичного страхування. Типові договори цього виду страхування передбачають стандартний набір страхових випадків, тобто хвороб, допомогу у разі яких покриває страхівка. Відповідно основні захворювання, лікування і допомога під час яких не входить у покриття, також вказують у договорі. До цієї групи, зокрема, відносять онкологічні захворювання, хронічні патології серцево-судинної системи. Відповідальність за таким договором настає в момент

перетину українського кордону і діє лише на території інших держав. Вартість таких договорів є різною і становить від 68 коп. до кількох доларів за добу. Це залежить від країни перебування, віку застрахованого, мети його поїздки, вибраної страхової програми і страхової суми.

Страхові компанії, укладаючи договір із туристичною фірмою на обслуговування туристів за кордоном, вводять у страховий поліс мандрівника широкий спектр послуг страхування:

- у разі раптового захворювання – невідкладну медичну допомогу, амбулаторне та стаціонарне лікування, зокрема, операцію в першокласних клініках;
- екстрену стоматологічну допомогу (за гострого зубного болю) на суму, не більше 200 дол. США;
- надання медичного устаткування (інвалідні візки, милиці тощо);
- термінове доправлення одного з найближчих родичів до місця події і назад;
- екстрене повернення потерпілого на батьківщину разом з особою, яка його супроводжує, якщо це необхідно за медичними показаннями. У випадках летального результату страхова компанія оплачує всі витрати з доставляння тіла туриста на батьківщину;
- забезпечення засобами для повернення додому неповнолітніх дітей, які подорожують із потерпілим туристом;
- сприяння в організації кваліфікованої юридичної допомоги застрахованому та його захисту;
- оплату термінових повідомлень, пов'язаних зі страховим випадком;
- надання допомоги в разі втрати чи затримання багажу під час закордонної поїздки;
- страхування цивільної відповідальності автовласників («зелена картка»);
- страхування від неможливості вирушити в поїздку за кордон [179].

Відповідальність за договором страхування від нещасного випадку в дорозі настає від початку подорожі і триває до місця призначення. Це найпоширеніший вид особистого страхування, що можна пояснити насамперед невисокою вартістю та популярністю.

Працівникам туристичного підприємства важливо звернути увагу на трактування нещасного випадку. Деякі страхові компанії не дають визначення нещасного випадку, а перелічують події, які є нещасним випадком. Це значно зменшує можливості реального страхового покриття. Пасажири регулярних рейсів переважно застраховані від нещасного випадку в дорозі – страховий збір входить у вартість квитка [54].

Сьогодні є дві форми страхового обслуговування туристів:

- компенсаційна, передбачає оплату мандрівником самостійно усіх медичних витрат і відшкодування їх лише після повернення на батьківщину, що зазвичай незручно, тому що змушує туриста мати при собі значний грошовий запас на цей випадок;
- сервісна (асистанс), передбачає перелік послуг, які надають у необхідний момент у натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне й фінансове сприяння.

Договір страхування можуть укласти:

- ✓ юридичні особи незалежно від форм власності на користь своїх співробітників віком до 80 років;
- ✓ дієздатні фізичні особи на свою користь або на користь будь-якої фізичної особи віком від 1 до 75 років.

Строк дії договору страхування – від 1 до 365 днів залежно від тривалості поїздки [202].

Страхова компанія переважно покриває видатки застрахованому туристу на багато видів послуг у межах страхової суми від 10 тис. до 100 тис. дол. США залежно від умов страхування.

Під час оформлення страхового поліса туриста сума страхового внеску (страхової премії) становить приблизно 1 дол. США на день на одну людину. Розмір страхового внеску залежить від декількох чинників:

- від терміну перебування за кордоном – що триваліший термін, то нижчий страховий внесок на день на людину (менше 1 дол. США на день);
- від країни в'їзду – вартість страхування під час поїздки, наприклад, у США, Канаду чи Австралію, є вищою, ніж в інші країни;
- від кількості людей у туристській групі – для групи від 6 осіб застосовують дешевший, груповий, тариф, а якщо родина подорожує разом, тоді застрахованими повинні бути всі її члени;
- від ступеня ризику – страховий внесок зростає, якщо страхують підвищені ризики (наприклад, для туристів, які виїжджають кататися на гірських лижах і займатися іншими видами активного відпочинку, базовий тариф зростає у середньому удвічі);
- від віку туристів – страховий внесок для туристів віком до 21 року буде меншим від звичайного базового тарифу, для туристів, старших 65 років, тариф звичайно збільшується вдвічі, старших за 70 років – утричі (туристи, старші 80 років, не підлягають страхуванню) [202].

Страховий поліс може бути короткостроковим (у якому чітко зазначають кількість днів перебування за кордоном), а також страховики пропонують довгострокові поліси (наприклад, мультиполіс), які дають змогу застрахувати за один раз усі подорожі протягом тривалого часу (пів року, рік). Це дуже зручно для тих, у кого трапляються раптові закордонні відрядження [40].

Крім того, під час оформлення страхового полісу особливу увагу туристу слід звертати на такий пункт, як франшиза. Це установлений ціновий поріг, після якого починає діяти страхове відшкодування. Якщо лікування коштує менше від цієї суми, то доведеться лікуватися за свій рахунок.

Франшиза буває двох типів – умовна та безумовна. Умовна франшиза означає, що клієнту повністю оплатять лікування, якщо його вартість



перевищила суму франшизи. Безумовна франшиза – це коли турист у будь-якому разі змушений буде платити лікарю під час кожного звернення в межах суми франшизи, страхова компанія оплатить лише те, що перевищує цю суму [40].

Витрати на планове лікування або проведення заздалегідь узгоджених операцій за кордоном не підлягають страховій компенсації. Також страховик не здійснюватиме виплат у разі хронічних інфекційних та рецидивних захворювань (серцево-судинні, онкологічні, туберкульозні й інші хвороби) та відшкодування витрат на протезування (стоматологічне й офтальмологічне), косметичну або пластичну хірургію.

Страховик не відшкодовує витрат туриста, якщо вони не належать до страхових випадків. Страховими випадками не вважають:

- хронічні захворювання і сонячні опіки;
- захворювання, пов'язані з вживанням алкоголю і наркотичних засобів;
- захворювання, які спричинив невинуватий ризик (спуск у печери, стрибки у воду із трампліна тощо);
- захворювання або нещасні випадки, які виникли до чи після повернення застрахованого у країну постійного проживання;
- пластична хірургія, протезування, щеплення, профілактичні вакцинації та ін.;
- тілесні ушкодження, отримані під час участі у страйках, воєнних діях;
- навмисне заподіяння собі тілесних ушкоджень;
- самогубство;
- витрати на додатковий комфорт (телевізор, телефон, кондиціонер, послуги масажиста чи косметолога), якщо турист перебуває в лікарні [178].

Страхові компанії в Україні пропонують такі програми страхування медичних та інших непередбачених витрат громадян, які виїжджають за кордон:

- Поліс «Економ-класу» гарантує:
  - екстрену медичну допомогу й оплату медичних витрат;
  - організацію й оплату медичного транспортування туриста;
  - організацію й оплату репатріації тіла в разі смерті застрахованого.
- Поліс «Бізнес-класу» гарантує всі послуги полісу «Економ-класу», а також оплату послуг екстреної стоматологічної допомоги.
- Поліс «VIP» забезпечує надання послуг полісу «Бізнес-класу», а також:
  - організацію й оплату відвідин родича в разі госпіталізації застрахованого;
  - організацію й оплату дострокового повернення застрахованого в Україну в екстреній ситуації;
  - організацію й оплату дострокового повернення в Україну неповнолітніх дітей застрахованого, які залишилися без нагляду;
  - організацію й оплату юридичного захисту застрахованого;
  - організацію допомоги в разі втрати документів [202].

В Україні однією з перших страхових компаній, яка утворила асистанський центр, була державна акціонерна страхова компанія (ДАСК) «Укрмедстрах». Нині центр став окремою компанією «Асистанс-Центр «L.I.S.», яка підтримує найтісніші відносини з ДАСК «Укрмедстрах». Він має статус офісу-кореспондента «Europe Assistance» – лідера світового асистансу, може надавати весь спектр допомоги застрахованим особам на європейському рівні [222].

На українському страховому ринку сьогодні пропонують сервісні страхові поліси, які розробили вітчизняні страхові компанії спільно з надійними західними партнерами (компанії-асистанти Західної Європи, США, Канади, Японії). Клієнтам страхових компаній сервісні компанії цілодобово

організують допомогу в подорожі. Однією з відомих і престижних сервісних компаній вважають мережу «International SOS Assistans», яка обслуговує майже 25 млн осіб у багатьох країнах світу [333].

Отже, одним із ефективних способів управління та мінімізації негативного впливу соціальних ризиків у туристичній сфері є страхування, оскільки у згаданій сфері ризик настання небажаних подій та їх негативних наслідків є особливо великим.

### **Висновки до другого розділу**

1. У процесі розробки соціальної доктрини туризму важливим питанням є розробки системи класифікації видів туризму. У Законі України «Про туризм», залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак виділено такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для осіб з інвалідністю, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний. Законодавчо закріплені у нашій державі види туризму потребують доповнення та більш функціонального структурування з урахуванням сучасних суспільних запитів до сфери туризму.

2. Запропоновано вдосконалити систему класифікації видів туризму, що існує в сучасній економічній науці, доповнивши перелік класифікаційних ознак при виділенні видів туризму, ознакою соціальної доступності. Врахування соціальних аспектів може значно збільшити асортимент туристичних послуг, що в свою чергу, зробить більш гнучкою цінову політику закладів туристичної сфери, збільшить кількість робочих місць та послабить вплив фактору сезонності на функціонування туристичних підприємств, а також створить можливості для державного дотування більшої кількості соціальних програм у

галузі оздоровлення та туризму зокрема.

3. Соціальний туризм трактують як подорожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються з державного бюджету на соціальні потреби з метою підтримки осіб з низьким рівнем доходу для реалізації їхнього права на відпочинок. У спеціалізованій інтерпретації соціальний туризм визначається як сектор туристського відпочинку, де споживачі отримують субсидії з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби, або з інших джерел фінансування, з метою створення умов для подорожі та відпочинку окремим соціальним групам.

4. У сучасних умовах значення соціального туризму зростає. Розвиток соціального туризму і відповідна його підтримка на державному рівні, дозволили б залучити до занять туристичною діяльністю значну кількість осіб згаданих категорій, надаючи їм не завжди доступні для них самотійно, можливості активного способу життя, рекреації та оздоровлення, пізнання і залучення до культурних цінностей засобами туризму, що також значно сприяло б підвищенню рівня згуртованості, відповідальності, духовності та толерантності в країні та в суспільстві загалом.

5. Функціонування закладів у сфері соціального туризму, незважаючи на значну соціальну затребуваність його послуг, стикаються зі значними труднощами, які перешкоджають його активному розвитку як окремого туристичного сектору та як сектору соціального обслуговування.

6. Забезпечення доступності туристського відпочинку для верств населення з невисоким рівнем доходів, вимагає розробки та здійснення низки конкретних заходів, до числа яких слід віднести визначення соціальної політики держави в галузі туризму, розробку і прийняття законодавчих і нормативних актів, які б регулювали відносини у сфері соціального туризму, створення соціальної інфраструктури у туризмі, забезпечення систем і механізмів підтримки окремих соціальних верств населення щодо можливостей отримання послуг соціального туризму, підготовка кваліфікованих працівників для роботи у системі соціального туризму.

7. Некомерційна особливість соціального туризму суттєво впливає на зацікавленість суб'єктів туристичної діяльності у його розвитку й активізації. Соціальна спрямованість соціального туризму полягає у виконанні функції відпочинку, а також в культурному, освітньому, професійному розвитку населення.

8. Запропоновано розглядати організаційну структуру соціального туризму як систему, яка складається з трьох блоків, які відрізняються між собою специфікою організації та надання туристичних послуг відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників: лікувально-оздоровчий та спортивно-оздоровчий туризм, спортивний та інклюзивний туризм та види туризму, які орієнтуються на доступність відповідних подорожей для широкого кола осіб.

9. Розвиток лікувально-оздоровчого та спортивно-оздоровчого туризму залежить від стану та розвитку санаторно-курортної бази та їхнього матеріально-технічного забезпечення, а утримання і експлуатація таких закладів перебуває в компетенції державного та місцевих бюджетів і часто має дотаційний характер, зумовлений високою собівартістю послуг, що надаються. Значний вплив на розвиток лікувально-оздоровчого та спортивно-оздоровчого туризму має рівень кваліфікації персоналу, особливо медичного. Надання лікувально-оздоровчих та спортивно-оздоровчих послуг спрямоване покращення функціональних можливостей організму людини, зумовлюють задоволення базових потреб у відпочинку та відновленні здоров'я окремих соціальних груп.

10. Спортивний та інклюзивний туризм характеризуються наявністю специфічних вимог до матеріально-технічного та кадрового забезпечення, а саме, окрім наявності власне туристичного досвіду, потрібен спеціальний досвід щодо роботи з певними групами споживачів туристичних послуг та у спеціалізованих видах туризму.

11. Види туризму, які орієнтуються на доступність відповідних подорожей для широкого кола осіб та задоволення їхніх туристичних потреб.

До цієї категорії віднесено екологічний, етнічний, сільський, релігійний, фестивальний туризм та інші види туризму, для яких визначальним критерієм пропозиції їхніх послуг є їхня доступність (інформаційна, інфраструктурна, фінансова, психологічна) для соціально-вразливих та маломобільних груп населення.

12. На відміну, від України, де сьогодні фіксуються лише поодинокі спроби унормувати правове поле соціального туризму, у Росії у 1996 р. було прийнято Федеральний закон «Про основи туристської діяльності в Російській Федерації», який визначає соціальний туризм як «подорожі, що субсидіюються із засобів, що виділяються державою на соціальні потреби», у якому зазначено, що окремим категоріям російських туристів держава в порядку, що встановлюється Урядом Російської Федерації, надає пільги соціального характеру.

13. У червні 2000 р. Міжпарламентським комітетом республіки Білорусь, республіки Казахстан, Киргизької республіки, Російської Федерації і республіки Таджикистан було прийнято Модельний закон «Про соціальний туризм», рекомендований парламентам зазначених країн для використання в національних законодавствах. Закон визначає правові, організаційні та економічні основи соціального туризму і розглядає цей туризм як один із засобів подорожей та екскурсій, інших туристських заходів, лікування та відпочинку, що реалізує конституційні права соціально незахищених громадян на відпочинок та свободу пересування, зміцнення здоров'я, сприятливе оточуюче середовище, користування закладами культури, доступ до природної та культурної спадщини, на вільне отримання інформації та соціальний захист.

14. Впрожовж останніх років у сфері соціального туризму спостерігається певна активізація органів законодавчої та виконавчої влади. У Проекті Закону про туризм, розробленого Комітетом Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму (2018 р.) виокремлено підвиди соціального туризму – «для осіб з інвалідністю (інклюзивний)» та «для малозабезпечених громадян». Однак, станом на сьогодні правове поле

вітчизняного туризму не містить положень про соціальний туризм як чітко виокремлений різновид та засіб реалізації конституційних прав громадян, незалежно від соціального статусу.

15.Обов'язковим складником кожної програми страхування осіб, які виїжджають за кордон, є медичне страхування. Страхування громадян, які виїжджають за кордон, є порівняно новим видом страхування в Україні, виникнення якого пов'язане зі зміною способу життя громадян і значним збільшенням кількості закордонних поїздок, отримання віз для яких передбачає наявність у туристів страхового полісу – асистансу, що дає право на отримання медичної допомоги.

## РОЗДІЛ 3

### ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ

#### 3.1. Передумови та чинники розвитку туризму та їх вплив на формування його соціальної доктрини в Україні

Основною передумовою формування соціальної доктрини туризму є наявна ресурсна база, що містить природно-географічні, культурно-історичні та соціально-економічні передумови розвитку туристичної діяльності на певній території. Враховуючи загальнонаціональне значення соціальної доктрини туризму, у процесі аналізу туристичного потенціалу немає необхідності детально досліджувати його регіональні відмінності. Водночас важливим завданням є узагальнення основних компонентів ресурсної бази розвитку туризму та їх соціальних функцій.

Природно-географічні передумови розвитку туристичної діяльності в Україні характеризуються кількома важливими особливостями. Насамперед природні компоненти, що формують туристичну привабливість, у нашій державі є достатньо різноманітними і мають виражену просторову диференціацію. Зокрема, доцільно виокремлювати приморські, гірські та рівнинні території, що мають спільні риси в контексті особливостей природного середовища та його туристичного використання. На наш погляд, недоцільним є виокремлення чітких меж таких територій, оскільки, для прикладу, гірські і рівнинні території мають достатньо широку зону взаємопроникнення і взаємовпливу. Те саме стосується і приморської зони, яка із віддаленням від морського узбережжя суттєво змінює свої властивості як туристична територія.

Приморські туристичні території України приурочені до узбережжя Чорного та Азовського морів. У просторовому відношенні вони головним чином мають вигляд відносно вузької прибережної смуги, за винятком



Кримського півострова, для якого до приморських територій можна віднести фактично увесь регіон. Водночас варто зауважити, що Крим як природно-географічна туристична територія має змішаний характер, адже там присутні і гірські території, що суттєво підвищує внутрішню різноманітність та туристичну привабливість Кримського півострова.

Приморські туристичні території, як і гірські, характеризуються важливим значенням природно-кліматичних умов для здійснення туристичної діяльності, однак ключове значення усе-таки належить водним ресурсам. Для приморських територій характерною є виражена сезонність туристичного використання, що зумовлює необхідність формування специфічного режиму діяльності підприємств та організацій рекреаційно-туристичного спрямування. Необхідність забезпечення належного стану туристичної інфраструктури у міжсезонний період становить суттєву проблему і частково зумовлює поширення таких форм розміщення туристів як орендовані квартири, будинки тощо.

Водночас необхідною умовою для організації рекреаційно-туристичної діяльності на приморських територіях є не лише наявність моря та закладів розміщення, а й належний стан узбережжя, забезпечення транспортної, інфраструктурної та соціальної доступності пляжів та інших рекреаційних зон.

Слід зазначити, що розвиток морського туризму та інших спеціалізованих видів туристичної діяльності на базі приморських територій є достатньо перспективним, однак вимагає впровадження нових напрямів підготовки кадрів і зацікавленості з боку потенційних роботодавців.

Важливою проблемою оптимального використання ресурсної бази приморських територій є диверсифікація туристичних об'єктів, що використовуються для організації туристичних подорожей, зокрема, популяризації та облаштування потребують наявні історико-культурні екскурсійні об'єкти, що можуть використовуватися для екскурсійних програм під час стаціонарного відпочинку на узбережжі. Загрозливим чинником розвитку туризму на приморських територіях є екологічна безпека, адже навіть

локальні викиди забруднюючих речовин у морі можуть призвести до їх швидкого поширення на усі прибережні території та зумовити суттєві обмеження для рекреаційно-туристичної діяльності.

Характерною рисою гірських туристичних територій є висока різноманітність природних умов, значні перепади висот та багата і унікальна флора й фауна. На відміну від приморських територій, в горах є достатньо можливостей для організації туристичної діяльності впродовж усього року, змінюються лише її форми та види. Дещо знижується туристичне використання ресурсів гірських територій лише у міжсезоння (весняний та осінній період), що зумовлено складними погодними умовами. Однак такі перепади туристичного попиту не є регулярними і значно менше виражені на базі відомих туристичних центрів.

Важливою перевагою природно-ресурсного потенціалу гірських територій є поширення бальнеологічних ресурсів, які, поряд із кліматичними, створюють унікальне поєднання, що дає змогу задовольняти потреби туристів як у лікуванні і оздоровленні, так і рекреаційно-пізнавальні.

На сучасному етапі найбільше значення для розвитку соціального туризму в Україні має Карпатський регіон, який розташований на південному заході України на межі низки областей та по сусідству з іноземними державами-членами Євросоюзу. Під час організації туризму в Карпатському регіоні у зв'язку із його як природно-географічними особливостями, так і соціальними проблемами, необхідно враховувати особливі вимоги до безпеки туристів. Однак у цьому контексті перевагою Карпатського регіону є його віддаленість від основних джерел зовнішньополітичних загроз, а, отже, загалом рівень безпеки туристів тут є досить високим і прийнятним навіть для громадян сусідніх країн Європи.

Зокрема, А. Голод, узагальнюючи природно-географічні передумови розвитку туристичної сфери Карпатського регіону виокремлює такі важливі положення.

1. Велика різноманітність природних умов та ресурсів на відносно обмеженій території зумовлює необхідність розробки окремих підходів до управління відповідними туристичними системами та модернізацією їх розвитку.

2. Складність рельєфу та швидка зміна погодно-кліматичних умов у гірській місцевості зумовлює виникнення низки загроз для безпеки туристів, гарантування якої у гірських макрорегіонах є пріоритетною складовою розробки відповідних стратегій.

3. Розосередження та різноманітність туристичних потоків у гірському макрорегіоні вимагають особливих підходів до організації діяльності закладів розміщення, їхньої структури та асортименту послуг, що надаються.

4. Просторова структура дестинацій, розташованих на гірських територіях, більш тісно пов'язана із особливостями рельєфу, гідрографічної мережі та основними транспортними магістралями, ніж на інших типах туристичних природно-географічних територій [51].

Рівнинні туристичні території займають основну частку території держави, однак певне значення для розвитку туризму на них можуть мати лише такі природно-географічні передумови як наявність гідрологічних об'єктів, бальнеологічних ресурсів та природно-заповідного фонду. Основним же компонентом туристичної привабливості рівнинних територій є культурно-історичні ресурси.

Соціально-економічні передумови розвитку туристичних систем базуються на наявному демографічному, соціальному та економічному потенціалі відповідних регіональних суспільних систем. Це зумовлено тим, що туризм є насамперед соціальним явищем і спрямований на задоволення відповідних потреб населення. Отже, взаємодія різноспрямованих туристичних потоків і формує сутність функціонування базової для туристичної сфери соціальної підсистеми [51].

Соціально-економічна ресурсна база формування і реалізації соціальної доктрини туризму містить демосоціальні та економічні туристичні ресурси.

Серед соціальних варто виділити систему розселення населення, його вікову та соціальну структуру, ментальні та культурно-побутові риси, моделі поведінки тощо. Економічні туристичні ресурси включають особливості ведення господарювання на певній території (як традиційні, так і сучасні), структуру видів економічної діяльності та зайнятості населення.

Система розселення, зокрема щільність населення, відіграють важливу роль у просторовому розвитку туризму в Україні, адже найбільш урбанізовані території є генераторами туристичних потоків, а найменш заселені переважно володіють найвищою туристичною привабливістю. Водночас, на прикладі великих туристичних центрів, таких як Львів, Київ, Одеса помітним є поєднання обох рис соціально-економічних туристичних ресурсів. Адже названі міста є водночас і генераторами, і місцями призначення туристичних потоків. Особливості сільського розселення зумовлюють ресурсний потенціал розвитку соціально важливого сільського туризму, а менш заселені природно-заповідні території стають об'єктами екологічного туризму.

Суперечливим аспектом впливу соціально-економічних передумов на розвиток туризму є вікова структура населення. Тоді як у розвинених економічно країнах значну частку туристів становлять особи похилого віку, в Україні ця категорія споживачів туристичних послуг є дуже незначною. Оскільки повноцінне охоплення туристичною діяльністю становить один із пріоритетних напрямів розвитку соціального туризму в Україні, варто зауважити, що наявність соціальних бар'єрів для замовлення туристичних послуг у нашій державі є досить поширеним явищем серед усіх вікових та професійних груп населення і пов'язана як із невисоким рівнем доходів, так і з стереотипами поведінки, які зумовлюють віднесення туристичних послуг до категорії не першочергових і роблять їх елементами розкоші, а не необхідності.

Підсумовуючи короткий аналіз ресурсних передумов розвитку туризму в Україні, можемо наголосити на достатній внутрішній різноманітності їх просторового розподілу та інерційності динаміки розвитку, що загалом характерне для ресурсної бази туризму. Водночас достатнього динамічними є

фактори розвитку туристичної індустрії, що чинять вплив на особливості формування і реалізації соціальної доктрини туризму в Україні на сучасному етапі і потребують ґрунтовного аналізу.

Одним з важливих чинників формування соціальної доктрини туризму в Україні є доходи населення. За даними офіційної статистики у 2018 р. доходи населення України становили 3219,5 млрд.грн, витрати – 3202,7 млрд.грн, наявний дохід у розрахунку на одну особу становив 57908,6 грн. (рис. 3.1).

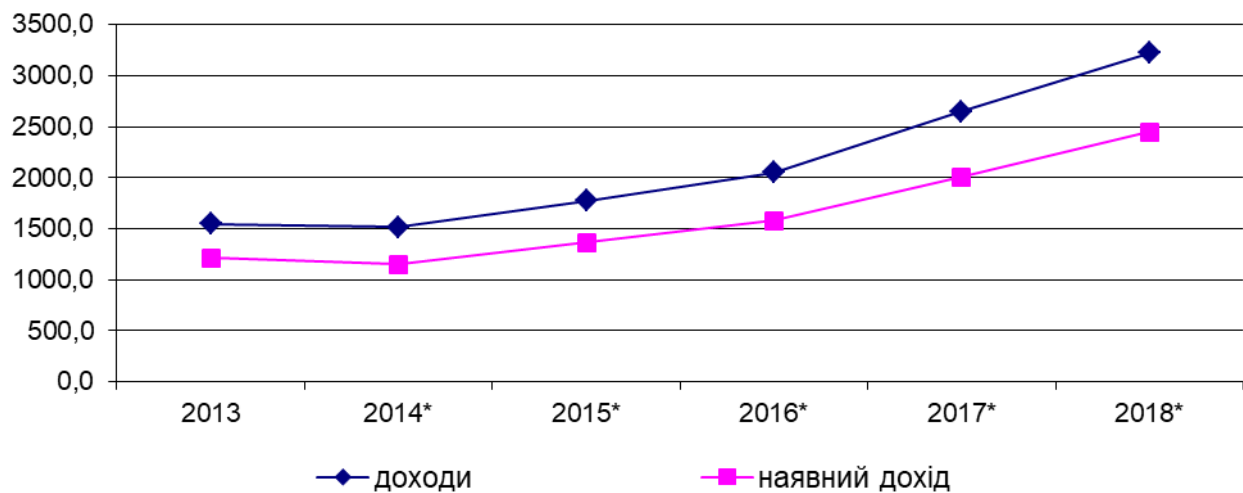


Рис. 3.1. Динаміка доходів населення в Україні у 2014-2018 рр., млн.грн.

Складено за [80].

У порівнянні із попередніми роками в нашій державі фіксувалося зростання показників доходів населення: так, зокрема, у 2017 р. загальний показник доходів населення становив 2652,1 млрд.грн, у 2016 р. – 2051,3 млрд. грн, а у 2015 р. 1772 млрд. грн. [Доходи]. Зміни структури доходів населення України впродовж 2014-2018 рр. можна прослідкувати на рис. 3.2.

Складна суспільно-політична ситуація в країні та трансформаційні процеси, які охопили усі сфери суспільного життя, які тривають впродовж останніх років в Україні, істотно посилюють територіальні диспропорції у розподілі доходів населення нашої країни. На основі опрацювання масиву статистичних даних щодо доходів населення України у 2018 р, нами було складено картосхему, яка візуалізує особливості територіального розподілу доходів

населення, зокрема, наявний дохід у розрахунку на одну особу у розрізі адміністративних областей [Феленчак Вплив рівня доходів].

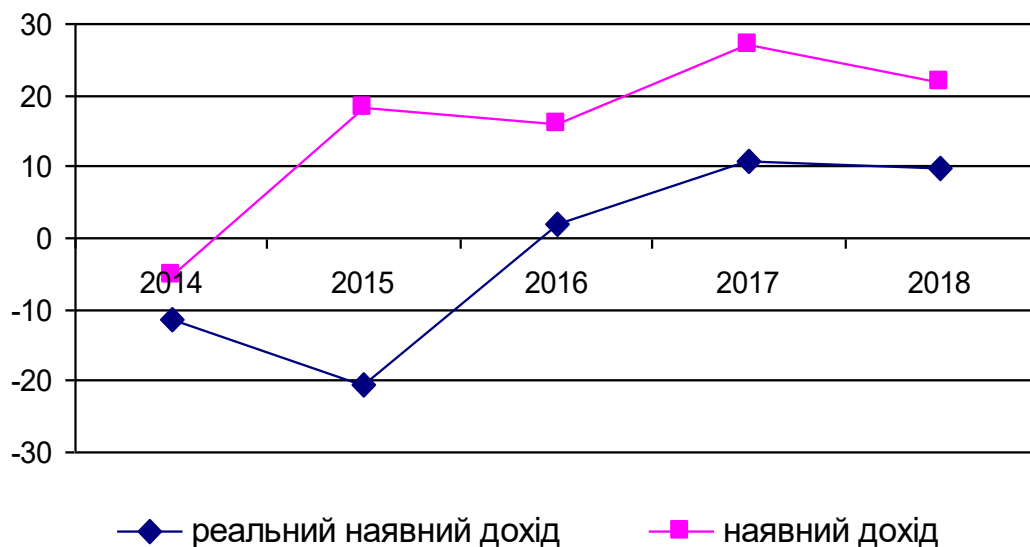


Рис. 3.2. Динаміка показників наявного та реального наявного доходу в Україні у 2014-2018 рр., % до попереднього року. Складено за [80].

На основі опрацювання значного масиву статистичних даних нами було розроблено картосхему наявного доходу в Україні у 2018 р. у розрахунку на одну особу, яка представлена на рис. 3.3.

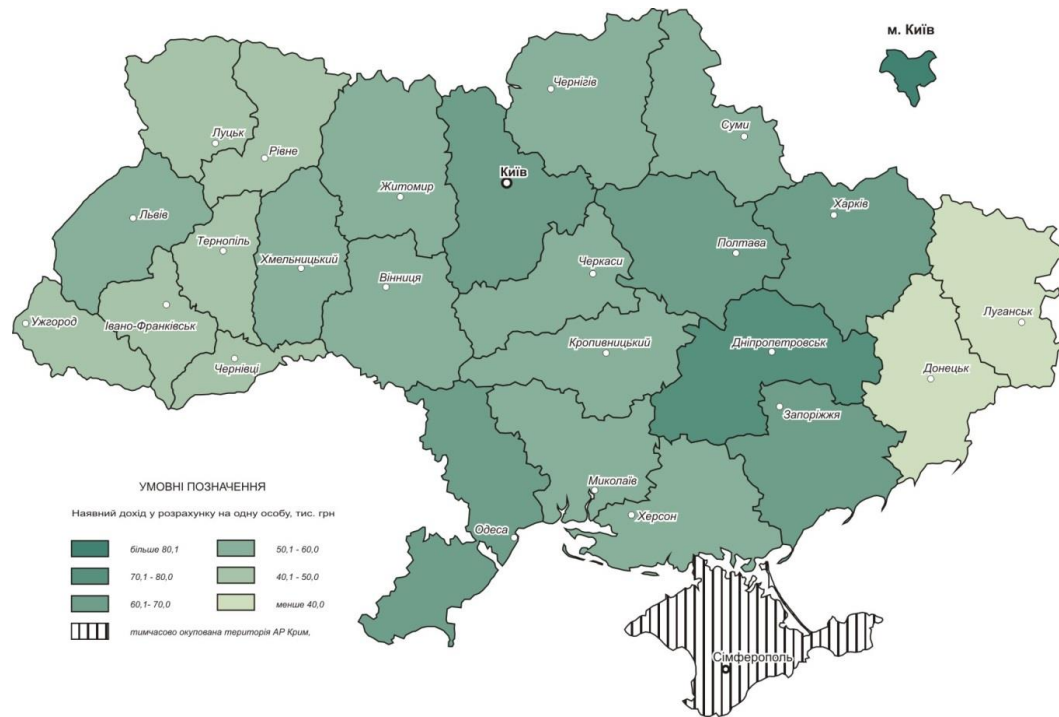


Рис. 3.3. Наявний дохід у розрахунку на одну особу в Україні у 2018 р., тис. грн. Розроблено автором.

Так, зокрема, як показано на картосхемі, найвищі показники наявного доходу у розрахунку на одну особу у 2018 р. розрізі адміністративних областей фіксувалися у м. Київ (141,7 тис. грн.) та у межах Дніпропетровської області (72,9 тис. грн.). Високі рівні згаданого показника спостерігалися також у Запорізькій (68,0), Київській (63,5), Одеській (61,2), Полтавській (60,2) і Харківській (60,1) областях. Середні рівні наявного доходу у розрахунку на одну особу (50,1-55,9 тис. грн.) впродовж зазначеного періоду були у Сумській, Миколаївській, Львівській, Вінницькій, Хмельницькій, Житомирській, Кропивницькій, Чернігівській, Черкаській, Херсонській областях і коливалися у межах 50,1-55,9 тис. грн./особу.

Низькі рівні наявного доходу у розрахунку на одну особу (40,5-48,4 тис. грн.) впродовж зазначеного періоду були зафіксовані у Івано-Франківській, Рівненській, Волинській, Тернопільській, Чернівецькій та Закарпатській областях. Згадані показники у межах Донецької (31,9) та Луганської (20,6) областей обчислені без урахування частини тимчасово окупованих територій у їхніх межах і тому можуть мати необ'єктивний характер.

Як показав аналіз статистичної інформації, найвищими темпами зростання доходності туристичного бізнесу у 2018 р. характеризувалися місто Київ, а також Чернігівська, Вінницька, Львівська, Сумська області. Важливою тенденцією у трансформації структури доходів від туристичної діяльності у 2015-2018 рр. стало збільшення частки прибутків від організації внутрішнього туризму, очевидно, зумовлене валютними ризиками (рис. 3.4).

Станом на 2018 р. найбільший дохід від надання туристичних послуг (понад 200 млн грн.) отримали суб'єкти туристичної діяльності таких регіонів як м. Київ, Львівська, Івано-Франківська, Одеська області. Найнижчими показниками (менше 15 млн грн.) характеризувалися Хмельницька, Тернопільська, Чернігівська, Житомирська та Луганська області [291].

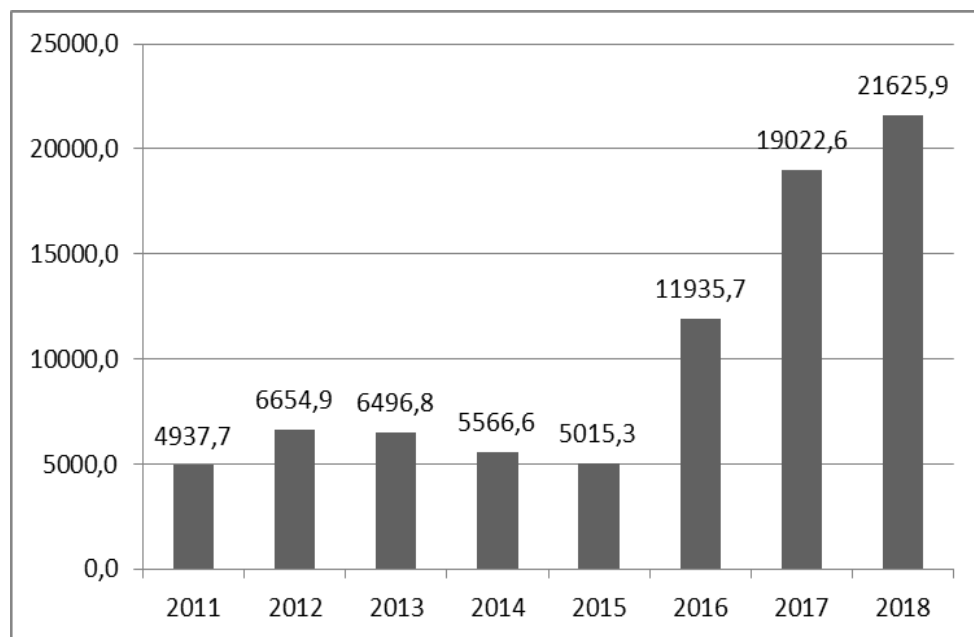


Рис. 3.4. Динаміка доходів від туристичної діяльності в Україні у 2011-2018 рр., млн. грн. Складено за [85].

На основі опрацювання статистичної інформації щодо доходів суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг нами була розроблена картосхема, яка демонструє розподіл згаданих показників в Україні у 2018 р. на рівні адміністративних областей. Картосхема представлена на рис. 3.5.





Рис. 3.5. Дохід суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг за регіонами України у 2018 р., млн. грн. Складено за [85].

Так, зокрема, як показано на картосхемі, найвищі показники доходів суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг за регіонами у 2018 р. спостерігалися у м. Київ (19769,8 млн. грн) та у межах Львівської (511,6) та Івано-Франківської (453,4) областей (Додаток Б). Високі рівні згаданого показника спостерігалися також у Одеській (202,2), Дніпропетровській (99,7), Харківській (86,6) та Київській (59,0) областях.

Середні рівні згаданого показника фіксувались у Херсонській, Запорізькій, Донецькій, Вінницькій, Чернівецькій, Закарпатській та Полтавській областях і коливались впродовж зазначеного періоду у межах (25,6-53,9 млн. грн.).

Низькі рівні доходів суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг за регіонами у 2018 р. (15,8-23,7 млн. грн.) впродовж зазначеного періоду були зафіксовані у Волинській, Черкаській, Рівненській, Миколаївській, Кропивницькій, Сумській областях. Водночас, найнижчі рівні

згаданого показника впродовж зазначеного періоду були у межах Хмельницької (12,6), Тернопільської (12,3), Чернігівській (12,1), Житомирській (10,6) і Луганської (7,5) областей [75].

Варто зауважити, що за оновленими даними станом на 1 січня 2020 року показники рівня доходів населення дещо покращилися. Зокрема, у січні–грудні 2019р. розмір середньої номінальної заробітної плати штатних працівників підприємств, установ, організацій (із кількістю працюючих 10 осіб і більше) становив 10497 грн і порівняно з відповідним періодом 2018р. збільшився на 18,4% [272].

До видів економічної діяльності з найвищим рівнем оплати праці відносилися авіаційний транспорт, фінансова та страхова діяльність, інформація та телекомунікації, державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування, професійна, наукова та технічна діяльність, а серед промислових видів діяльності – підприємства з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів, коксу та продуктів нафтопереробки, добування кам'яного та бурого вугілля, де заробітна плата перевищила середній показник по економіці в 1,4–2,6 раза [85].

Найнижчий рівень заробітної плати у 2019 році спостерігався на підприємствах поштової та кур'єрської діяльності, тимчасового розміщування й організації харчування, охорони здоров'я, функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури, а також текстильного виробництва, виробництва одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів і не перевищував 71,6% від середнього рівня по економіці [272].

Середній розмір оплати праці в усіх регіонах був вище рівня мінімальної заробітної плати, разом із тим лише у чотирьох із них заробітна плата перевищила середню по Україні: м.Київ – 15776 грн, Донецька область – 11716 грн, Київська – 11003 грн та Дніпропетровська – 10751 грн. Найнижчий рівень заробітної плати, який не перевищував 78,8% від середнього по економіці, спостерігався в Чернівецькій, Херсонській, Чернігівській та Тернопільській областях. Індекс реальної заробітної плати у січні–грудні 2019р. порівняно з

відповідним періодом 2018 р. становив 109,8% [85].

Загальна сума заборгованості з виплати заробітної плати упродовж січня–грудня 2019р. збільшилась на 14,7%, або на 389,3 млн.грн, і на 1 січня 2020р. становила 3034,4 млн.грн, що дорівнює 3,3% фонду оплати праці, нарахованого за грудень 2019 р. Заборгованість перед працівниками економічно активних підприємств упродовж січня–грудня 2019 р. збільшилась на 27,1%, або на 395,2 млн.грн, і на 1 січня 2020р. становила 1850,9 млн.грн. Серед видів економічної діяльності найвагоміше збільшення суми несплаченої заробітної плати спостерігалось на економічно активних підприємствах з виробництва машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань (на 319,6 млн.грн), добування кам'яного та бурого вугілля (на 231,5 млн.грн). У регіональному розрізі збільшення суми заборгованості економічно активних підприємств відбулось у 14 регіонах, а найбільше – у Дніпропетровській (на 194,6 млн.грн), Львівській (на 97,8 млн.грн), Донецькій (на 84,3 млн.грн) областях. Кількість працівників, які вчасно не отримали заробітну плату, на 1 січня 2020 р. становила 107,6 тис. осіб, або 1,5% від середньооблікової кількості штатних працівників, зайнятих в економіці. Кожному із зазначених працівників не виплачено в середньому 17206 грн, що в 1,4 раза більше середньої заробітної плати за грудень 2019 р. [272]

Окрім доходів населення, які, безумовно є ключовим чинником розвитку туристичної сфери в контексті її соціалізації, важливе значення мають й інші показники, що характеризують соціально-економічне становище держави в актуальному часовому періоді. Проаналізуємо його за основними групами показників у 2019 році відповідно до інформації Державної служби статистики України [272].

Чисельність наявного населення в Україні, за оцінкою, на 1 грудня 2019 р. становила 41922,7 тис. осіб. Упродовж січня–листопада 2019р. чисельність населення зменшилася на 230,5 тис. осіб. Порівняно із січнем–листопадом 2018р. обсяг природного скорочення збільшився на 24,5 тис. осіб. Кількість живонароджених у січні–листопаді 2019 р. становила 286,8 тис. осіб, померлих

– 533,8 тис. Осіб [85].

Важливим чинником розвитку соціального туризму є налагоджена система соціального захисту населення. Відповідно до офіційних даних у січні–грудні 2019 р. призначено субсидії на оплату житлово-комунальних послуг 5487,9 тис. домогосподарств, із них у міській місцевості – 3798,5 тис., у сільській місцевості – 1689,4 тис. домогосподарств. Сума субсидій, призначених домогосподарствам, у січні–грудні 2019 р. становила 2114,7 млн.грн, з неї в міській місцевості – 1529,7 млн. грн, у сільській місцевості – 585,0 млн. грн. Середній розмір призначеної субсидії на одне домогосподарство в грудні 2019р. становив 638,7 грн (у листопаді – 479,7 грн). Крім того, у січні–грудні 2019р. 439,2 тис. домогосподарств було призначено субсидії на придбання скрапленого газу, твердого та рідкого пічного побутового палива, з них у міській місцевості – 85,5 тис. домогосподарств, у сільській місцевості – 353,7 тис. Домогосподарств [272].

Середній розмір призначеної в грудні 2019р. субсидії цього виду на одне домогосподарство становив 2946,6 грн (у листопаді – 3137,3 грн). У січні–грудні 2019р. сума субсидій, отриманих домогосподарствами на придбання скрапленого газу, твердого та рідкого пічного побутового палива, становила 1391,7 млн. грн. [85]

У грудні 2019 р. населенням країни сплачено за житлово-комунальні послуги 13,3 млрд.грн, що становило 79,3% нарахованих за цей період сум, за постачання електричної енергії – відповідно 3,5 млрд.грн і 124,2% (за рахунок погашення боргу попередніх періодів). На кінець грудня 2019р. заборгованість населення зі сплати за постачання природного газу становила 27,9 млрд.грн, за централізоване опалення та постачання гарячої води – 20,4 млрд.грн, за утримання будинків і споруд та прибудинкових територій – 5,1 млрд.грн, за централізоване постачання холодної води та водовідведення – 4,1 млрд.грн, за вивезення побутових відходів – 0,8 млрд.грн, за постачання електричної енергії – 5,4 млрд.грн. [272]

Дещо нівелює зростання доходів населення підвищення цін. Зокрема,

індекс споживчих цін (індекс інфляції) за 2019 р. у цілому становив 104,1% (за 2018 рік – 109,8%). Продукти харчування та безалкогольні напої подорожчали на 4,8%. Найбільше (на 22,1% та 18,8%) зросли ціни на продукти переробки зернових і фрукти. На 9,7–2,2% стали дорожчими хліб, молоко та молочні продукти, масло, риба та продукти з риби, яловичина, макаронні вироби, безалкогольні напої, свинина, цукор. Водночас на 14,6% знизилися ціни на яйця, на 3,8–0,8% – рис, соняшникову олію, м'ясо птиці, сало, овочі [85].

Ціни (тарифи) на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива знизилися на 1,9% за рахунок здешевлення природного газу на 28,7%. Разом з тим відбулося підвищення тарифів на гарячу воду, опалення на 14,4%, водопостачання – на 12,7%, каналізацію – на 12,2%, утримання будинків та прибудинкових територій – на 6,9% [85].

Зростання цін у сфері охорони здоров'я на 3,8% насамперед спричинено подорожчанням послуг лікарень на 11,1% та амбулаторних послуг на 9,6%. Ціни на транспорт у цілому знизилися на 2,4% передусім через здешевлення автомобілів на 12,0% і палива та мастил на 8,2%. Одночасно на 19,2% подорожчав проїзд у залізничному пасажирському транспорті. Індекс цін на житло за 2019р. у цілому становив 108,6%. На первинному ринку житла ціни зросли на 7,9%, на вторинному – на 8,9% [85].

Індекс цін виробників промислової продукції за 2019 рік у цілому становив 92,6% (за 2018р. – 114,2%). У добувній промисловості і розробленні кар'єрів відбулося зниження цін на 22,8%, переробній промисловості – на 5,7%, постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – на 5,6%. Індекс цін на будівельно-монтажні роботи у січні–листопаді 2019 р. становив 101,5% (у відповідному періоді 2018р. – 119,9%). У будівництві будівель зафіксовано зростання цін на 2,0%, інженерних споруд – на 0,5% [272].

Рівень розвитку промисловості хоча й не впливає безпосередньо на розвиток туристичної сфери, однак формує важливу частку валового внутрішнього продукту та доходів бюджетів різних рівнів. Варто зауважити, що у 2019 р. порівняно із 2018 р. індекс промислової продукції становив 98,2%

[272].

У добувній промисловості і розробленні кар'єрів випуск продукції залишився на рівні минулорічних обсягів. На підприємствах із добування кам'яного та бурого вугілля індекс становив 99,5%, сирої нафти та природного газу – 102%, металевих руд – 100%, інших корисних копалин та розроблення кар'єрів – 96,3%. У 2019р. видобуто 20,3 млрд.м<sup>3</sup> природного газу, 1,7 млн.т сирої нафти, випущено (видобуто) 63,2 млн.т концентратів залізорудних неагломерованих, 25,5 млн.т кам'яного вугілля [85].

У переробній промисловості випуск промислової продукції зменшився на 2,0%. На підприємствах із виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів приріст продукції становив 0,2%, у т.ч. у виробництві м'яса та м'ясних продуктів (2,6%), олії та тваринних жирів (13,5%), продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів (8,2%), какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів (15,5%), напоїв (1,8%). Разом із цим у переробленні та консервуванні фруктів і овочів випуск продукції зменшився на 3,4%, виробництві молочних продуктів – на 2,9%, хліба, хлібобулочних і борошняних виробів – на 5,8%, цукру – на 16,8%, тютюнових виробів – на 14,2%. За 2019р. вироблено 48,4 тис.т яловичини і телятини, свіжої чи охолодженої - туш, напівтуш, четвертин необвалених, 199 тис.т свинини свіжої чи охолодженої - туш, напівтуш (уключаючи оброблені сіллю чи консервантами для тимчасового зберігання), 388 тис.т м'яса курей, курчат, свіжого чи охолодженого - частин тушок, 230 тис.т виробів ковбасних та подібних продуктів з м'яса, субпродуктів чи крові тварин та подібних виробів і харчових продуктів на їхній основі (крім виробів ковбасних з печінки та страв готових), 26,9 тис.т овочів (крім картоплі), фруктів, горіхів, грибів та частин рослин їстівних інших, приготовлених чи консервованих з додаванням оцту чи оцтової кислоти, 5,6 млн.т олії соняшникової та її фракцій, нерафінованих (крім хімічно модифікованих), 478 тис.т молока та вершків незгущених й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю більше 1%, але не більше 6%, у первинних пакуваннях об'ємом нетто

не більше 2 л, 89,3 тис.т масла вершкового жирністю не більше 85%, 73,1 тис.т сиру свіжого неферментованого (недозрілого і невитриманого; уключаючи сир із молочної сироватки та кисломолочний сир), 84,7 тис.т сиру тертого, порошкового, голубого та іншого неплавленого, 2,3 млн.дал бренді (уключаючи "Коньяк України"), 10,9 млн.дал горілки з вмістом спирту не більше 45,4%, 180 млн.дал пива солодового (крім пива безалкогольного і пива з вмістом алкоголю не більше 0,5%), 88 млн.дал води натуральної мінеральної газованої, 68,6 млрд. сигарет, які містять тютюн або суміші тютюну з заміниками тютюну [272]. Варто відзначити загалом позитивні тенденції розвитку харчової промисловості, що дає змогу гарантувати продовольчу безпеку держави та забезпечує хороші умови для організації харчування туристів на основі вітчизняної продукції.

У текстильному виробництві, виробництві одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів індекс промислової продукції становив 90,1%, у т.ч. у текстильному виробництві – 93,3%, виробництві одягу – 88,1%, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів – 90,2%. У 2019 р. вироблено 60,1 млн.м<sup>2</sup> тканин з ниток синтетичних та штучних комплексних високої міцності та з ниток стрічкових чи подібних, 1,1 млн. жіночих та дівчачих суконь трикотажних машинного або ручного в'язання, 232 тис. чоловічих та хлопчачих костюмів та комплектів (крім трикотажних), 721 тис. чоловічих та хлопчачих піджаків та блейзерів (крім трикотажних), 994 тис. жіночих та дівчачих жакетів та блейзерів (крім трикотажних), 41,1 млн. пар панчішно-шкарпеткових виробів інших (уключаючи шкарпетки) [85].

У виготовленні виробів з деревини, виробництві паперу та поліграфічній діяльності випуск продукції зменшився на 5,8%, у т.ч. у виробництві паперу та паперових виробів – на 8,5%, поліграфічній діяльності, тиражуванні записаної інформації – на 28,1%. Водночас одержано приріст продукції в обробленні деревини та виготовленні виробів з деревини та корка (4,2%) [85].

На підприємствах із виробництва коксу та продуктів нафтоперероблення випуск промислової продукції зменшився на 5,1%. У виробництві хімічних

речовин і хімічної продукції індекс промислової продукції становив 103,3%, у т.ч. у виробництві основної хімічної продукції, добрив і азотних сполук, пластмас і синтетичного каучуку в первинних формах – 111,5%, фарб, лаків і подібної продукції, друкарської фарби та мастик – 106,4%, мила та мийних засобів, засобів для чищення та полірування, парфумних та косметичних засобів – 93,3%. За 2019 р. виготовлено 6,6 млн. дал спирту етилового неденатурованого із вмістом спирту не менше 80 об. %, 47,8 тис. т фарб та лаків, уключаючи емалі та політури, на основі складних полієфірів, диспергованих чи розчинених у летких органічних розчинниках (крім тих, які з вмістом розчинника більше 50% маси розчину), 9,3 тис. т мила та речовин поверхнево-активних органічних у брусках та подібних формах (крім для туалетних цілей), 179 тис. т розфасованих для роздрібної торгівлі засобів мийних та для чищення, які містять або не містять мило, уключаючи допоміжні засоби для миття, 6,2 тис. т засобів косметичних для макіяжу чи догляду за шкірою. У виробництві основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів обсяг виробленої продукції збільшився на 5,1%. На підприємствах із випуску гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції індекс виробництва становив 99,3%, у т.ч. у виробництві гумових і пластмасових виробів – 99,2%, іншої неметалевої мінеральної продукції – 99,4% [85].

У металургійному виробництві, виробництві готових металевих виробів, крім машин і устаткування, випуск продукції зменшився на 3,1%, у т.ч. у виробництві чавуну, сталі та феросплавів – на 2,6%, труб, порожнистих профілів і фітингів зі сталі – на 9,6%, іншої продукції первинного оброблення сталі – на 2,8%, дорогоцінних та інших кольорових металів – на 5,8%, готових металевих виробів – на 1,7%. У 2019р. виплавлено 20,1 млн. т чавуну переробного і дзеркального у чушках, болванках чи формах первинних інших, вироблено 9,5 млн. т напівфабрикатів зі сталі нелегованої плоских, 6,6 млн. т зливків, форм первинних інших, напівфабрикатів для виробництва труб безшовних, зі сталі нелегованої, 387 тис. т труб і трубок, круглого поперечного перерізу, підданих гарячій обробці, безшовних, зі сталі іншої, крім неіржавної



[272].

У машинобудуванні, крім ремонту і монтажу машин і устаткування, індекс промислової продукції становив 94,4%, у т.ч. у виробництві комп'ютерів, електронної та оптичної продукції – 104,3%, електричного устаткування – 80,1%, машин і устаткування загального призначення – 91,7%, для сільського та лісового господарства – 87,9%, металургії – 109,6%, добувної промисловості та будівництва – 121%, у виробництві інших машин і устаткування загального призначення – 106%, автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів – 73,8%, залізничних локомотивів і рухомого складу – 103,1%. За 2019р. вироблено 300 тис. машин пральних та машин для сушіння одягу, побутових, 148 тис. устаткувань й апаратури для фільтрування та очищення води, 1,4 тис. тракторів з потужністю двигуна більше 59 кВт, 6 тис. валків до прокатних станів, 6 тис. бетонозмішувачів чи розчинозмішувачів, 1,1 тис. засобів автотранспортних для перевезення 10 і більше осіб, 18,4 тис. причепів та напівпричепів інших, 10,6 тис. вагонів вантажних та вагонів-платформ, залізничних або трамвайних, несамохідних [272].

У постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря випуск промислової продукції скоротився на 4,1%. У 2019р. вироблено 151,3 млрд.кВт·год електроенергії, у т.ч. тепловими та атомними електростанціями відповідно 58,0 млрд.кВт·год і 83,0 млрд.кВт·год. [85].

Загалом аналіз показників виробництва промислової продукції демонструє нерівномірність розвитку окремих галузей промисловості та поступове скорочення зайнятості у цій сфері і зменшення її ролі у структурі національної економіки, порівняно із сферою послуг.

Водночас рівень розвитку сільського господарства залишається достатньо високим, проте баланс у структурі виробництва зміщується у сторону великих агрохолдингів. Зокрема, за попередніми даними, індекс сільськогосподарської продукції у 2019 р. порівняно із 2018 р. становив 101,1%, у т.ч. у підприємствах – 103,3%, у господарствах населення – 98,0% [85].

Індекс продукції рослинництва порівняно із 2018 р. становив 101,3%, у

т.ч. у підприємствах – 102,9%, у господарствах населення – 98,8%. У 2019 р. виробництво зернових і зернобобових культур становило 75,1 млн.т (у масі після доробки), що на 7,2% більше порівняно із 2018р., з них пшениці – 28,3 млн.т (на 15,0% більше), кукурудзи на зерно – 35,8 млн.т (на 0,1% більше), ячменю – 8,9 млн.т (на 21,2% більше), культур зернобобових – 0,7 млн.т (на 25,5% менше). Середня врожайність зерна становила 49,1 ц з 1 га (на 3,6% більше). Виробництво соняшнику становило 15,3 млн. т (у масі після доробки), що на 7,8% більше порівняно із 2018р., ріпаку – 3,3 млн. т (на 19,0% більше), сої – 3,7 млн.т (на 17,1% менше), буряку цукрового фабричного – 10,1 млн. т (на 27,3% менше). Порівняно з 2018 р. виробництво картоплі (20,3 млн. т) зменшилося на 9,9%, культур плодоягідних (2,1 млн. т) – на 17,4%, винограду (365 тис. т) – на 22,0%, а культур овочевих (9,7 млн.т) збільшилося на 2,6% [85].

Індекс продукції тваринництва у 2019р. порівняно із 2018р. становив 100,5%, у т.ч. у підприємствах – 104,9%, господарствах населення – 96,5%. У 2019 р. реалізовано на забій 3,5 млн. т худоби та птиці (у живій масі), що на 4,8% більше порівняно з 2018р., вироблено 9,7 млн. т молока (на 3,7% менше) та 16,7 млрд.шт. яєць (на 3,4% більше). Частка господарств населення у загальному виробництві цих продуктів тваринництва у 2019 р. складала відповідно 34%, 72% та 44% [272].

За розрахунками, на 1 січня 2020 р. поголів'я великої рогатої худоби складало 3,1 млн. голів (на 5,7% менше, ніж на 1 січня 2019 р.), у т.ч. корів – 1,8 млн. (на 5,0% менше), свиней – 5,7 млн. (на 4,9% менше), овець і кіз – 1,2 млн. (на 4,7% менше), птиці всіх видів – 219,4 млн. голів (на 3,6% більше). Населенням утримувалось 67% загальної кількості великої рогатої худоби, у т.ч. корів – 76%, свиней – 42%, овець і кіз – 86%, птиці всіх видів – 42% [85].

Як бачимо, у 2019 році посилилася диспропорція у розвитку рослинництва та тваринництва, що з точки зору продовольчого забезпечення розвитку туризму на базі вітчизняної харчової продукції є негативним чинником.

Сфера будівництва є з одного боку важливим чинником формування туристичної інфраструктури, а з іншого – індикатором зростання рівня реальних доходів населення.

У 2019 р. підприємствами країни вироблено будівельної продукції на суму 177,0 млрд. грн. Індекс будівельної продукції у 2019 р. порівняно із 2018 р. становив 120,0%. Обсяги будівництва будівель зросли на 16,3% (житлових – на 3,0%, нежитлових – на 27,4%), інженерних споруд – на 23,3%. Нове будівництво, реконструкція та технічне переоснащення становили 74,2% від загального обсягу виробленої будівельної продукції, капітальний і поточний ремонт – 18,1% та 7,7% відповідно. Підприємствами 7 регіонів країни (м.Києва, Дніпропетровської, Одеської, Харківської, Вінницької, Львівської та Київської областей) виконано 70,0% загального обсягу будівництва [272].

Обсяги зовнішньої торгівлі свідчать про відкритість національної економіки та рівень її інтеграції у світову економічну систему.

За січень–листопад 2019р. експорт товарів становив 45963,3 млн. дол. США, імпорт – 55337,0 млн. дол. Порівняно із січнем–листопадом 2018р. експорт збільшився на 6,3% (на 2724,0 млн. дол.), імпорт – на 6,2% (на 3228,2 млн. дол.). Негативне сальдо склало 9373,7 млн. дол. (за січень–листопад 2018 р. також негативне – 8869,5 млн. дол.) [272].

За офіційними даними [85] у загальному обсязі експорту товарів порівняно із січнем–листопадом 2018 р. збільшилась частка зернових культур, руд, шлаку і золи, насіння і плодів олійних рослин. Натомість зменшилась частка чорних металів, електричних машин, механічних машин, деревини і виробів з деревини.

Обсяг експорту товарів до країн Європейського Союзу (ЄС) становив 19219,2 млн. дол., або 41,8% від загального обсягу експорту (за січень–листопад 2018 р. – 18412,4 млн. дол., або 42,6%), та збільшився порівняно із січнем–листопадом 2018р. на 806,8 млн. дол., або на 4,4%. Найбільші обсяги експорту до країн ЄС склали продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості – 34,5% від загального обсягу експорту, недорогочінні

метали та вироби з них – 18,8%, механічні та електричні машини – 13,7%, мінеральні продукти – 13,1%. Найвагоміші експортні поставки товарів серед країн-членів ЄС здійснювалися до Польщі, Італії, Німеччини та Нідерландів. Серед інших країн світу найбільше екпортувалися товари до Китаю, Російської Федерації, Туреччини, Єгипту та Індії. Серед найбільших країн-партнерів експорт товарів збільшився до Китаю на 70,1%, Єгипту – на 41,3%, Нідерландів – на 20,0%, Білорусі – на 19,8%, Німеччини – на 10,1%, Іспанії – на 9,6%, Румунії – на 7,4%, Туреччини – на 6,3%, Чехії – на 5,7%, зменшився до США на 11,8%, Російської Федерації – на 9,7%, Індії – на 8,7%, Італії – на 6,3%, Угорщини – на 4,5% [272].

У загальному обсязі імпорту товарів збільшилась частка електричних машин, засобів наземного транспорту, крім залізничного. Зменшилась частка палива мінерального; нафти та продуктів її перегонки, механічних машин, пластмаси, полімерних матеріалів [272].

Імпорт товарів із країн ЄС становив 22770,1 млн.дол., або 41,1% від загального обсягу (за січень–листопад 2018р. - відповідно 21180,3 млн.дол. та 40,6%), та збільшився проти відповідного періоду 2018р. на 1589,8 млн.дол., або на 7,5%. Найвагоміші обсяги імпорту товарів із країн ЄС склали: механічні та електричні машини – 21,8%, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – 17,4%, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 13,6%, мінеральні продукти – 11,5%, товари агропромислового комплексу та харчової промисловості – 11,1%. Серед країн ЄС найвагоміші імпорتنі надходження товарів здійснювалися з Німеччини, Польщі, Італії та Франції. Серед інших країн світу найбільші імпорتنі поставки товарів надходили з Китаю, Російської Федерації, Білорусі, США, Туреччини та Швейцарії. Порівняно із січнем–листопадом 2018р. імпорт товарів збільшився з Туреччини на 34,9%, Іспанії – на 34,3%, Литви – на 31,4%, Японії – на 30,7%, Китаю – на 21,9%, Чехії – на 13,0%, Польщі – на 12,8%, Франції – на 11,6%, США – на 10,7%, зменшився з Російської Федерації на 13,4%, Білорусі – на 3,6%. [85]

Щодо внутрішньої торгівлі, то за попередніми даними, оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі (юридичних осіб) у 2019 р. становив 2336,3 млрд.грн. Порівняно із 2018р. його фізичний обсяг зріс на 0,1% [272].

Оборот роздрібною торгівлі, який включає дані щодо роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), основним видом економічної діяльності яких є роздрібна торгівля, за попередніми даними, у 2019р. становив 1096,7 млрд.грн, що на 10,5% більше від обсягу 2018 р. У грудні 2019 р. порівняно із груднем 2018 р. оборот зріс на 12,5%, проти листопада 2019р. – на 18,7%. За попередніми даними, роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі (юридичних осіб) у 2019р. становив 795,2 млрд.грн, що на 11,6% більше від обсягу 2018 р. У грудні 2019 р. роздрібний товарооборот становив 84,5 млрд.грн і проти грудня 2018р. зріс на 13,6%, проти листопада 2019р. – на 18,7% [85].

Розвиток транспортних перевезень прямо пов'язаний із туристичною сферою. У 2019 р. вантажообіг підприємств транспорту становив 338,9 млрд.ткм, або 102,1% від обсягу 2018р. Підприємствами транспорту перевезено 674,5 млн.т вантажів, що становить 108,0% від обсягів 2018 р. У 2019 р. залізничним транспортом перевезено 312,9 млн.т вантажів, що на 2,9% менше, ніж за 2018р., у т.ч. у внутрішньому сполученні та на експорт – 262,6 млн.т, що на 1,9% менше, ніж у 2018р. Перевезення лісових вантажів знизилося на 58,3%, бруксту чорних металів – на 21,9%, будівельних матеріалів – на 19,1%, коксу – на 12,1%, кам'яного вугілля – на 6,4%, нафти і нафтопродуктів – на 5,7%, чорних металів – на 5,0%, цементу – на 4,9%. Разом із цим перевезення залізної та марганцевої руди збільшилося на 2,7%, зерна та продуктів перемелу – на 21,0%, хімічних і мінеральних добрив – на 31,5% [85].

Підприємствами автомобільного транспорту (з урахуванням перевезень фізичними особами-підприємцями) за 2019р. виконано вантажообіг в обсязі 48,8 млрд.ткм, який зріс на 14,7% порівняно з 2018р., та перевезено 242,7 млн.т вантажів, що на 29,7% більше, ніж у 2018 р. Водним транспортом за 2019 р. перевезено вантажів у обсязі 6,1 млн.т, що на 9,2% більше, ніж за 2018 р. У

загальних обсягах перевезень вантажів водним транспортом закордонні становили 41,0%. Порівняно з 2018 р. обсяги закордонних перевезень вантажів збільшилися на 2,3%. У 2019 р. порівняно з 2018 р. збільшилися обсяги перекачки вантажів трубопровідним транспортом. Так, перекачка аміаку зросла на 13,0%, газу – на 1,1%, нафти – на 0,5%. Транзит аміаку збільшився на 16,3%, газу – на 3,3%. Разом із цим транзит нафти зменшився на 1,6%. У 2019 р. вантажообіг авіаційного транспорту становив 294,0 млн.ткм, що на 13,4% менше, ніж за 2018р. Авіаційним транспортом перевезено 91,9 тис.т вантажів, що на 7,3% менше, ніж за 2018 р. [85]

У 2019 р. пасажирообіг підприємств транспорту становив 107,9 млрд.пас.км, або 103,3% від обсягу 2018 р. Послугами пасажирського транспорту скористалися 4262,4 млн. пасажирів, або 95,0% від обсягу 2018 р. Перевезення пасажирів залізничним транспортом (з урахуванням перевезень міською електричкою) порівняно з 2018 р. зменшилося на 1,9%. Послугами автомобільного транспорту (з урахуванням перевезень фізичними особами-підприємцями) скористалися 1804,9 млн. пасажирів, що на 5,3% менше, ніж за 2018 р. Авіаційним транспортом перевезено 13,6 млн. пасажирів, що на 8,8% більше, ніж у 2018 р. Міським електротранспортом перевезено 2288,2 млн. пасажирів, що на 5,0% менше, ніж за 2018 р. [272].

Отже, як свідчить аналіз передумов та факторів розвитку сфери туризму в Україні, на сучасному етапі сформована достатньо багата і різноманітна ресурсна база, яка станом на 2020 рік уже змогла компенсувати втрати від тимчасової недоступності туристичного потенціалу окупованих територій. Водночас соціально-економічні передумови соціалізації туристичної сфери є досить сприятливими, незважаючи все ще надто низький рівень доходів населення та суперечливі тенденції економічного розвитку. Суттєвим викликом для національної системи туризму стала пандемія COVID-19, подолання наслідків якої є актуальним завданням сучасного етапу розвитку туристичної сфери, яке, зокрема, може бути вирішеним у процесі реалізації соціальної доктрини туризму.

### 3.2. Потенціал розвитку туристичної сфери в кризових умовах

Сучасний етап функціонування економічних систем різних рівнів характеризується пороговими значеннями нестабільності. Загрози і виклики сучасності негативно позначаються і на функціонуванні сфери туризму, яка, з одного боку, є одним із найбільш перспективних напрямів економічної діяльності, а з іншого – надзвичайно чутливою до дії деструктивних чинників різного походження. Природа туризму, як соціального явища зумовлює його тісні взаємозв'язки із процесами, що проходять у межах регіональних спільнот та в окремих дестинаціях. Поширення міжнародного тероризму, нелегальної міграції, зростання захворюваності на соціально небезпечні хвороби, загальне погіршення екологічної ситуації, незважаючи на інтенсифікацію туристичних потоків, призводять до суттєвого зростання їх негативного впливу на туристичну діяльність, що має різний ступінь прояву на просторовому рівні [291].

Теоретичні засади та актуальні практичні проблеми розвитку туризму в регіонах України постійно перебували у фокусі уваги представників різних наукових напрямів. Зазначеній тематиці присвячено велику кількість наукових праць, серед яких окремо варто виділити роботи М. Мальської, Н. Мандюка, Л. Черчик. Регіональні проблеми розвитку туризму із системної точки зору досліджували Г. Батьковець, Л. Дмитришин та Т. Павлюк, В. Папп та ін.

Однак концепція регіональних туристичних систем усе ще потребує удосконалення та розвитку, особливо з огляду на актуалізацію кризових явищ у туристичній сфері. Особливо важливим для розробки напрямів регулювання розвитку туристичної сфери регіонів України є вивчення впливу на особливості функціонування регіональних туристичних систем держави останніх криз – як глобального (наприклад, економічна криза 2008-2009 років), так і регіонального походження (війна і окупація окремих територій у 2014 році).

Регіональну туристичну систему ми розуміємо як складну, відкриту, частково саморегульовану туристичну систему, що формується на

регіональному рівні під впливом туристичних потоків; складається із соціальної, ресурсної, інфраструктурної, організаційної, управлінської, науково-освітньої та інформаційної підсистем; основною метою функціонування якої модернізація туристичної сфери регіону[291].

Ключовим напрямом модернізації туристичної сфери на сучасному етапі є гарантування безпеки туризму, яку на регіональному рівні ми трактуємо як стан функціонування регіональної туристичної системи у визначений період часу, що характеризується відсутністю загроз і дає можливість забезпечити стабільний розвиток цієї системи у майбутньому [51].

Для оцінки необхідності та спрямованості модернізаційних змін в контексті подолання наслідків кризового періоду важливим є ґрунтовний аналіз динамічних, структурних та просторових характеристик регіональних туристичних систем держави, які формують їх потенціал розвитку. Водночас оцінка наслідків минулих криз дає змогу спрогнозувати тенденції розвитку туристичної сфери окремих регіонів і держави загалом у найближчому майбутньому.

Із цією метою нами проаналізовано динаміку зміни параметричних характеристик регіональних туристичних систем України на сучасному етапі їх функціонування. За результатами оцінки параметрів організаційної компоненти регіональних туристичних систем, що характеризується показниками функціонування суб'єктів туристичної діяльності, кількості обслужених ними туристів та обсягів доходів від туристичної діяльності у регіонах України, виявлено окремі важливі тенденції (рис. 3.6).

Зокрема засвідчено суттєве зниження у 2011-2018 рр. кількості суб'єктів туристичної діяльності в усіх регіонах держави, крім Херсонської області, що свідчить про системний характер кризи у туристичній сфері.

Водночас порівняння відносних показників демонструє те, що станом на 2018 рік кризовий спад у розвитку туристичного бізнесу загалом подолано, причому найбільш сприятливою є ситуація у 7 регіонах, серед яких Київська, Львівська, Одеська області та м. Київ, де кількість суб'єктів туристичної



діяльності уже перевищила значення докризового періоду. Очевидно, що в контексті стану організаційної підсистеми самі ці регіональні туристичні системи мали найвищий рівень стійкості напередодні пандемічної кризи 2020 року.

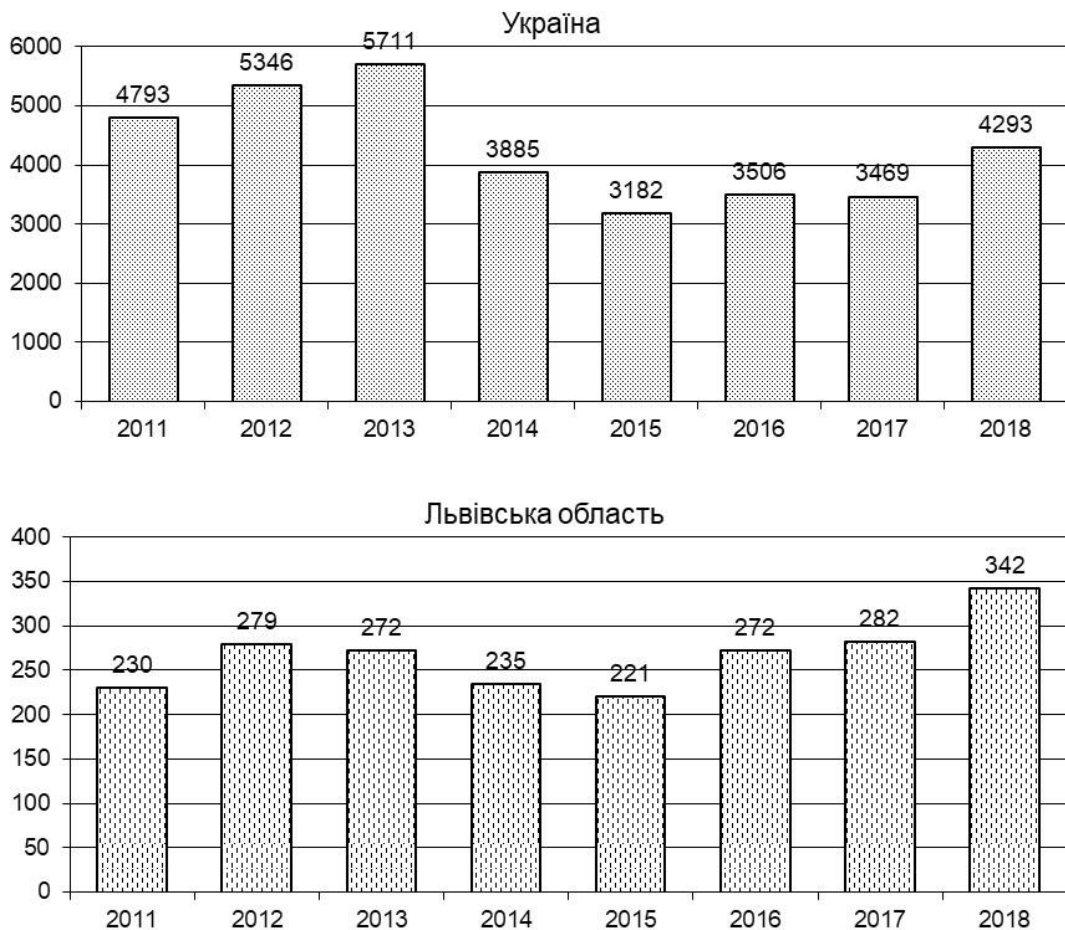


Рис. 3.6. Зміна кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні та Львівській області у 2011-2018 рр., одиниць

Звертає на себе увагу наявність депресивних із погляду розвитку туристичного бізнесу регіонів, таких як Закарпатська область, в якій починаючи із 2011 року спостерігається загальне зниження кількості суб'єктів туристичної діяльності. У поєднанні з високим туристичним потенціалом та достатнім розвитком інфраструктури така тенденція зумовлює необхідність

розроблення та реалізації цільових програм з метою модернізації організаційної компоненти туристичної сфери діяльності.

Однією із важливих причин кризи 2014 року у туристичній сфері держави стала окупація найбільш туристично привабливого регіону – Автономної Республіки Крим. Як свідчать дані 2013 року, у цьому регіоні налічувалося 640 суб'єктів туристичної діяльності, що становило понад 11% від загальної їх кількості в Україні. Однак у 2015-2018 рр. туристична сфера України, загалом, компенсувала втрати від окупації території, що поряд із частковим вирішенням безпекових проблем дало поштовх зростанню туристичних потоків (передусім виїзного туризму, що у 2017 році досягнув історично максимального рівня за показником кількості туристів) (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Структура і динаміка туристичних потоків в Україні у 2000-2017 рр.

[291].

Станом на 2018 рік найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності (понад 100) була характерною для м. Києва, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Харківської, Київської, Запорізької, Полтавської, Івано-Франківської, Черкаської областей [75]. Аналізуючи цей перелік, можна зробити висновок про ключову роль екістичного чинника та ресурсних передумов у концентрації підприємств туристичного бізнесу.

Таблиця 3.1

## Показники туристичної діяльності в регіонах України у 2011-2018 рр.

Регіони	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, одиниць					Доходи від надання туристичних послуг, млн грн					Кількість обслужених туристів (тис. осіб)					Частка доходів від надання тур. послуг у ВРП, 2018, %
	2011	2013	2015	2017	2018	2011	2013	2015	2017	2018	2011	2013	2015	2017	2018	
АР Крим	636	640	-		-	787,4	820,5	-	-	-	359	297	-	-	-	-
Вінницька	79	76	63	69	87	8,3	13,2	18,9	35,8	44,4	26	30	23	39	42,2	0,04
Волинська	76	85	68	66	74	9,8	13,1	14,2	25,9	23,6	15	19	16	17	21,8	0,04
Дніпропетровська	397	487	294	325	416	40,1	46,1	42,2	66,3	99,7	64	81	46	76	117,0	0,03
Донецька	408	355	23	42	93	169,2	49,8	22,8	74,8	45,4	88	114	3	9	28,4	0,02
Житомирська	64	58	47	47	63	4,1	4,3	4,0	6,8	10,6	11	10	6	10	18,0	0,01
Закарпатська	149	82	67	63	91	12,2	10,0	9,4	16,7	29,1	22	20	11	15	25,3	0,06
Запорізька	166	250	140	160	188	22,9	28,7	18,7	33,1	46,0	60	54	31	48	56,4	0,03
Ів.-Франківська	116	112	83	105	128	220,4	243,9	262,9	282,0	453,4	59	78	66	73	55,8	0,58
Київська	63	134	90	116	217	17,9	20,2	11,6	38,5	59,0	13	24	12	37	66,4	0,03
Кіровоградська	50	70	46	43	54	17,6	13,9	8,9	9,7	16,6	27	15	8	8	11,6	0,03
Луганська	94	225	11	17	29	19,8	30,8	0,8	2,8	7,5	16	35	1	3	6,3	0,02
Львівська	230	272	221	282	342	114,1	228,7	188,7	413,1	511,6	129	189	112	175	182,3	0,29
Миколаївська	86	75	60	63	87	35,6	33,9	5,2	9,4	16,6	28	19	7	12	19,0	0,02
Одеська	261	302	245	264	270	102,4	126,8	187,7	175,4	202,2	76	62	46	72	81,4	0,12
Полтавська	116	130	91	93	155	8,0	10,0	6,8	13,4	25,6	27	20	9	19	32,0	0,01
Рівненська	50	78	59	60	93	6,6	6,2	10,1	14,6	20,0	9	14	7	11	22,0	0,04
Сумська	74	59	53	58	79	3,8	4,9	4,3	8,4	15,8	14	13	8	11	16,2	0,02
Тернопільська	72	70	43	45	63	5,4	4,7	5,9	8,8	12,3	14	13	7	10	13,1	0,03
Харківська	296	358	264	263	266	54,8	45,0	35,2	66,5	86,6	74	92	31	52	62,2	0,04
Херсонська	82	69	53	67	80	47,5	11,2	82,0	197,7	53,9	29	16	12	20	26,1	0,10
Хмельницька	76	100	78	90	89	8,9	10,2	9,3	13,7	12,6	31	24	25	27	25,7	0,02
Черкаська	98	99	75	92	101	7,9	8,4	9,7	16,0	22,7	11	16	9	21	26,4	0,02
Чернівецька	119	121	65	65	77	12,5	10,5	16,1	52,9	29,0	36	19	16	20	29,6	0,09
Чернігівська	50	59	55	51	58	2,1	3,4	4,9	8,0	12,1	16	9	7	16	22,3	0,02
м. Київ	885	1345	888	923	1093	3198,5	4698,4	4035,3	17432,1	19769,8	945	2171	1502	2006	3550,1	2,37
Всього	4793	5711	3182	3469	4293	4937,7	6496,8	5015,3			2200	3454	2020	2806	4557,4	0,61

Джерело: Розраховано автором за [75]

Таблиця 3.2

## Оздоровлення дітей окремих категорій за регіонами у 2010-2019 рр.

Регіони	Діти-сироти та діти, позбавлені батьківського піклування				Діти-інваліди				Діти, потерпілі від наслідків Чорнобильської катастрофи			
	2010	2015	2018	2019	2010	2015	2018	2019	2010	2015	2018	2019
<b>Україна</b>	<b>60 341</b>	<b>37 804</b>	<b>29 129</b>	<b>26 793</b>	<b>21 160</b>	<b>13 476</b>	<b>13 092</b>	<b>13 571</b>	<b>78 468</b>	<b>23 179</b>	<b>19 598</b>	<b>15 184</b>
Вінницька	1 802	859	630	567	1 019	291	302	316	4 235	589	260	292
Волинська	1 151	648	498	489	972	460	267	384	8 188	877	768	1 195
Дніпропетровська	2 271	2 061	1 569	1 532	958	793	829	803	786	336	289	215
Донецька	6 599	1 431	1 371	1 502	1 810	332	369	430	562	66	53	60
Житомирська	2 193	1 452	954	913	482	395	457	388	6 293	2 919	3 089	2 490
Закарпатська	1 104	1 080	808	780	798	655	315	403	416	100	209	131
Запорізька	5 929	4 690	2 988	2 635	752	387	366	409	766	79	63	57
Івано-Франківська	1 595	1 089	537	389	1 119	515	196	207	635	374	221	206
Київська	801	792	643	941	541	429	510	759	13 783	4 286	3 519	2 834
Кіровоградська	2 878	2 178	1 536	1 584	844	857	906	796	746	422	344	269
Луганська	3 524	295	270	285	745	96	152	130	393	40	59	35
Львівська	2 057	545	1 038	517	771	190	242	392	348	53	48	75
Миколаївська	2 707	1 494	849	853	494	353	208	175	444	153	147	87
Одеська	6 522	6 078	4 637	3 862	1 815	1 943	1 746	1 962	1 273	759	418	430
Полтавська	2 048	1 821	811	1 084	652	519	577	661	1 444	880	680	592
Рівненська	912	561	270	264	1 031	399	317	305	23 726	3 026	2 595	733
Сумська	1 803	1 610	1 393	1 423	766	702	739	661	851	612	477	397
Тернопільська	472	329	281	162	309	154	134	89	534	106	60	52
Харківська	2 476	2 051	1 796	1 584	1 147	1 183	1 226	1 271	1 183	908	795	768
Херсонська	5 811	3 471	3 212	2 754	598	782	843	945	1 311	200	174	168
Хмельницька	1 434	579	288	255	1 222	359	286	254	695	187	109	72
Черкаська	1 984	1 130	942	903	1 112	887	908	869	6 392	3 621	2 773	2 159
Чернівецька	1 006	607	357	296	746	264	403	227	1 758	97	64	71
Чернігівська	1 147	819	551	599	421	450	465	475	1 590	2 467	2 364	1 779
м. Київ	115	134	900	620	36	81	329	260	116	22	20	17

	Діти з багатодітних і малозабезпечених сімей				Діти осіб, визнаних учасниками бойових дій	
	2010	2015	2018	2019	2018	2019
	<b>302 800</b>	<b>169 280</b>	<b>171 813</b>	<b>166 427</b>	<b>37 631</b>	<b>39 111</b>
	15 299	5 415	5 260	5 455	1 440	1 606
	21 373	6 440	6 384	6 675	1 549	1 524
	12 690	10 747	12 235	11 533	2 662	2 626
	11 516	3 618	5 047	5 330	662	1 082
	9 309	5 906	7 637	7 375	2 171	2 245
	22 262	15 328	8 589	9 414	559	737
	6 699	4 499	5 437	5 993	1 292	1 459
	22 726	10 465	4 715	3 296	1 123	730
	5 977	4 645	5 412	5 849	1 997	2 179
	8 692	9 583	10 526	9 637	2 671	2 583
	5 529	1 502	1 919	1 963	466	600
	16 695	3 191	5 731	4 556	1 348	1 088
	6 048	4 869	5 202	3 735	923	809
	25 912	16 179	17 054	21 076	2 804	3 344
	8 414	8 083	8 469	7 987	1 749	1 967
	24 677	7 344	5 382	3 679	858	777
	7 964	7 254	7 950	8 274	2 435	2 649
	6 119	2 587	2 573	1 498	387	235
	9 917	9 884	12 455	11 714	1 816	2 135
	9 502	7 501	10 645	9 102	2 690	2 345
	13 453	4 556	3 366	3 068	979	1 101
	9 542	8 431	9 097	9 051	1 972	1 987
	16 511	4 789	2 389	2 045	539	683
	5 574	5 863	6 330	6 221	1 647	1 736
	400	601	2 009	1 901	892	884

Джерело: [85]

Таблиця 3.3

## Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України

Показники	2018				2019			
	Усього	У тому числі			Усього	У тому числі		
		туроператори	Тур агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
<b>Юридичні особи</b>								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	1833	529	1243	61	1867	538	1259	70
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8934	4809	3934	191	9120	4826	4064	230
з них : мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	3531	1787	1665	79	3657	1879	1708	70
жінки	6548	3406	3008	134	6580	3450	3016	114
особи до 30 років	2192	1333	816	43	1984	1176	776	32
Дохід від надання туристичних послуг, тис.грн	21069268,5	20307544,1	715185,5	46538,9	31948701,2	31160995,2	744002,5	43703,5
у тому числі від екскурсійної діяльності	89220,9	37487,8	9832,6	41900,5	113651,0	63312,1	11602,1	38736,8
Сума комісійних, агентських і інших винагород, тис.грн	969551,5	306209,8	650430,9	12910,8	1086118,7	403278,2	677298,6	5541,9
Операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності- усього, тис.грн	17925877,5	17125548,9	772022,3	28306,3	19060637,7	18067330,5	959263,9	34043,3
у тому числі:								
матеріальні витрати	14386905,0	14194928,4	187227,0	4749,6	14784679,5	14442676,2	329847,0	12156,3
витрати на оплату праці	567112,9	358338,3	198627,0	10147,6	649189,8	431520,5	208427,8	9241,5

Продовження таблиці 3.3								
відрахування на соціальні заходи	123291,4	79800,6	41286,9	2203,9	146705,8	98884,5	45762,5	2058,8
суми нарахованої амортизації	729848,4	719650,9	9500,5	697,0	88990,2	65260,0	22869,4	860,8
інші операційні витрати	2118719,8	1772830,7	335380,9	10508,2	3391072,4	3028989,3	352357,2	9725,9
<i>Фізичні особи-підприємці</i>								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	2460	-	2322	138	2797	-	2644	153
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	2943	-	2808	135	3345	-	3208	137
з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	1067	-	1029	38	1173	-	1144	29
Середня кількість позаштатних працівників (працюючі за договорами та зовнішні сумісники), осіб	96	-	92	4	107	-	107	-
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	1363	-	1281	82	1466	-	1374	92
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	556652,4	-	501180,1	55472,3	751474,8	-	688598,9	62875,9

Джерело: [85]

Таблиця 3.4

## Розподіл внутрішніх туристів за метою поїздки у 2019 році за регіонами України

Регіон	Кількість внутрішніх туристів, усього	У тому числі за метою поїздки						З них діти віком 0-17 років
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші	
<i>Юридичні особи</i>								
<b>Україна</b>	<b>449655</b>	<b>173021</b>	<b>232756</b>	<b>35699</b>	<b>2308</b>	<b>2670</b>	<b>3201</b>	<b>34468</b>
Вінницька	14837	–	14837	–	–	–	–	2244
Волинська	1095	–	1032	63	–	–	–	17
Дніпропетровська	9949	5607	3359	760	223	–	–	1103
Донецька	5733	–	5681	47	–	–	5	1136
Житомирська	858	–	858	–	–	–	–	242
Закарпатська	5448	18	5428	2	–	–	–	414
Запорізька	8438	146	7345	947	–	–	–	1290
Івано-Франківська	35316	–	35310	–	–	–	6	2374
Київська	756	1	682	60	13	–	–	87
Кіровоградська	344	–	292	52	–	–	–	25
Луганська	16	–	14	2	–	–	–	–
Львівська	64492	217	40603	23490	182	–	–	1042
Миколаївська	796	–	785	10	1	–	–	27
Одеська	19827	14400	5296	53	78	–	–	790
Полтавська	328	11	316	1	–	–	–	–
Рівненська	2100	–	2096	4	–	–	–	849
Сумська	5370	4201	1152	17	–	–	–	199
Тернопільська	3404	–	3205	–	199	–	–	2093
Харківська	8424	115	7486	823	–	–	–	1647
Херсонська	2164	–	2141	23	–	–	–	122
Хмельницька	3385	–	3380	5	–	–	–	1336
Черкаська	2658	–	2636	18	4	–	–	988
Чернівецька	1261	10	1230	–	20	1	–	176



Продовження таблиці 3.4								
Чернігівська	313	–	311	2	–	–	–	70
м. Київ	252343	148295	87281	9320	1588	2669	3190	16197
<b>Фізичні особи-підприємці</b>								
<b>Україна</b>	<b>70736</b>	<b>1048</b>	<b>60287</b>	<b>9163</b>	<b>145</b>	<b>–</b>	<b>93</b>	<b>12301</b>
Вінницька	299	–	209	–	90	–	–	3
Волинська	2117	90	1973	54	–	–	–	122
Дніпропетровська	8049	2	7570	477	–	–	–	1903
Донецька	2024	2	1973	23	6	–	20	500
Житомирська	1513	–	1482	31	–	–	–	247
Закарпатська	2520	–	2514	6	–	–	–	256
Запорізька	3827	–	3823	4	–	–	–	2155
Івано-Франківська	788	52	736	–	–	–	–	81
Київська	1770	512	1010	238	–	–	10	245
Кіровоградська	2004	–	2000	4	–	–	–	278
Луганська	1754	8	1661	12	18	–	55	479
Львівська	17857	44	11847	5966	–	–	–	942
Миколаївська	351	–	350	1	–	–	–	121
Одеська	1919	2	1915	2	–	–	–	244
Полтавська	700	29	663	8	–	–	–	44
Рівненська	588	–	588	–	–	–	–	143
Сумська	1075	100	957	10	–	–	8	175
Тернопільська	372	–	372	–	–	–	–	11
Харківська	2653	–	2553	100	–	–	–	855
Херсонська	2335	–	2276	59	–	–	–	432
Хмельницька	4404	–	4404	–	–	–	–	1549
Черкаська	3473	–	3463	10	–	–	–	103
Чернівецька	483	–	473	10	–	–	–	115
Чернігівська	1305	–	1281	24	–	–	–	739
м. Київ	6556	207	4194	2124	31	–	–	559

Джерело: [85]

Найменша кількість суб'єктів туристичної діяльності (менше 30) цілком логічно спостерігалася у Луганській області. Варто зауважити, що подібні показники ще у 2016 році були і у Донецької області, яка однак за наступні 2 роки суттєво наростила свій організаційний туристичний потенціал.

Аналіз динаміки доходів від туристичної діяльності засвідчив, що зменшення кількості туроператорів та турагентів в регіонах України не є пропорційним до зниження прибутків туристичного бізнесу. Навіть з урахуванням інфляції та девальвації національної валюти рівень доходів від туристичної діяльності у більшості регіонів України за 2018 рік був співставним із відповідним показником 2011 року. Найвищими темпами зростання доходності туристичного бізнесу характеризувалися місто Київ, а також Чернігівська, Вінницька, Львівська, Сумська області. Важливою тенденцією у трансформації структури доходів від туристичної діяльності у 2015-2018 рр. стало збільшення частки прибутків від організації внутрішнього туризму, очевидно, зумовлене валютними ризиками.

Станом на 2018 рік найбільший дохід від надання туристичних послуг (понад 200 млн грн.) отримали суб'єкти туристичної діяльності таких регіонів як м. Київ, Львівська, Івано-Франківська, Одеська області. Найнижчими показниками (менше 15 млн грн.) характеризувалися Хмельницька, Тернопільська, Чернігівська, Житомирська та Луганська області.

Розрахунок частки доходів від надання туристичних послуг в валовому регіональному продукті станом на 2018 рік підтвердив загалом мізерне значення туристичної сфери у формуванні доходів регіональної економіки в Україні. Навіть найвищий показник, що характерний для м. Києва (2,4%), є нижчим за мінімальну частку туризму у ВВП в сусідніх країнах ЄС (2,7% у Словаччині).

Окрім столиці, порівняно високою часткою доходів від надання туристичних послуг у ВРП характеризуються Львівська та Івано-Франківська області, розвиток туристичної сфери в яких є пріоритетним.

Кількість туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності в регіонах України у 2014 році закономірно зазнала кризового спаду, однак уже із 2016 року, а для Львівської області – із 2015 року, перейшла до постійного зростання (рис. 3.8). Незважаючи на загальне зниження платоспроможного попиту на туристичні послуги в останні роки, наявні показники демонструють все ще високий рівень стійкості регіональних туристичних систем України.

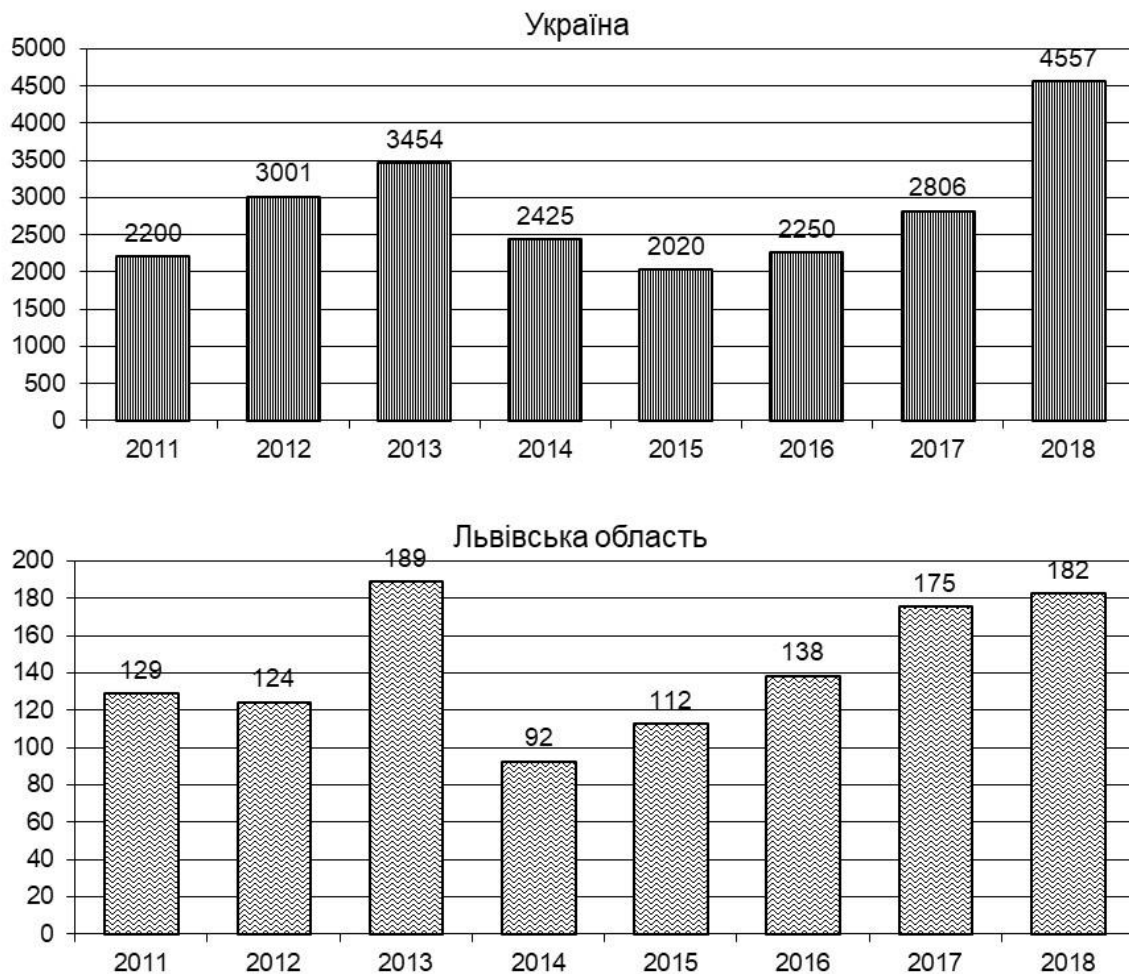


Рис. 3.8. Зміна кількості туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності в Україні та у Львівській області у 2011-2018 рр., тис. осіб

У 2018 році найбільшою кількістю обслужених туристів (понад 100 тис. осіб) була у м. Києві, Львівській та Дніпропетровській областях. Найнижчими показниками (менше 20 тис. осіб) характеризувалися Миколаївська,

Житомирська, Сумська, Тернопільська, Кіровоградська та Луганська області. У зв'язку із юридичною приналежністю найбільш активних суб'єктів туристичної діяльності до м. Києва, як свідчить статистика, саме у столиці концентрується понад 80% від загальнодержавної кількості обслужених туристів.

За результатами аналізу територіальних відмінностей діяльності колективних закладів розміщення, що становлять основу інфраструктурної компоненти регіональних туристичних систем, виявлено суттєві просторові диспропорції. Найвищий рівень розвитку цієї мережі характерний для Південного та Карпатського макрорегіонів, а також для столиці й областей із розгалуженою екстичною мережею і високим рівнем ділової активності (рис. 3.9).

Усі заклади розміщення в регіонах України станом на 2018 рік ділилися на 2 великі групи – готелі та аналогічні заклади розміщення (2777 од.), а також спеціалізовані заклади розміщення (1942 од.) [75]. У структурі закладів розміщення першої групи провідну роль відіграють готелі, а у другій групі найчисельнішими є бази відпочинку. Варто зауважити, що значна кількість баз відпочинку є відомчими або на балансі конкретних підприємств, а отже їх доступність для широкого кола споживачів є обмеженою.

Аналізуючи динаміку кількості колективних засобів розміщення (фізичних та юридичних осіб) на загальнодержавному рівні, можна помітити, що їх число зменшується починаючи із 2014 року (рис. 3.10). Особливо це помітно, зважаючи на чітку тенденцію до зростання відповідних показників у 2011-2013 рр.

Однак в окремих регіонах, зокрема у Львівській області, ситуація не є настільки однозначною. Тут, незважаючи на невеликий спад у 2015 році, вже у 2016 кількість колективних засобів розміщування не лише перевищила докризовий рівень, а й досягла рекордної позначки за сучасний часовий період. Подібна ситуація характерна і для м. Києва, Запорізької та деяких інших областей.

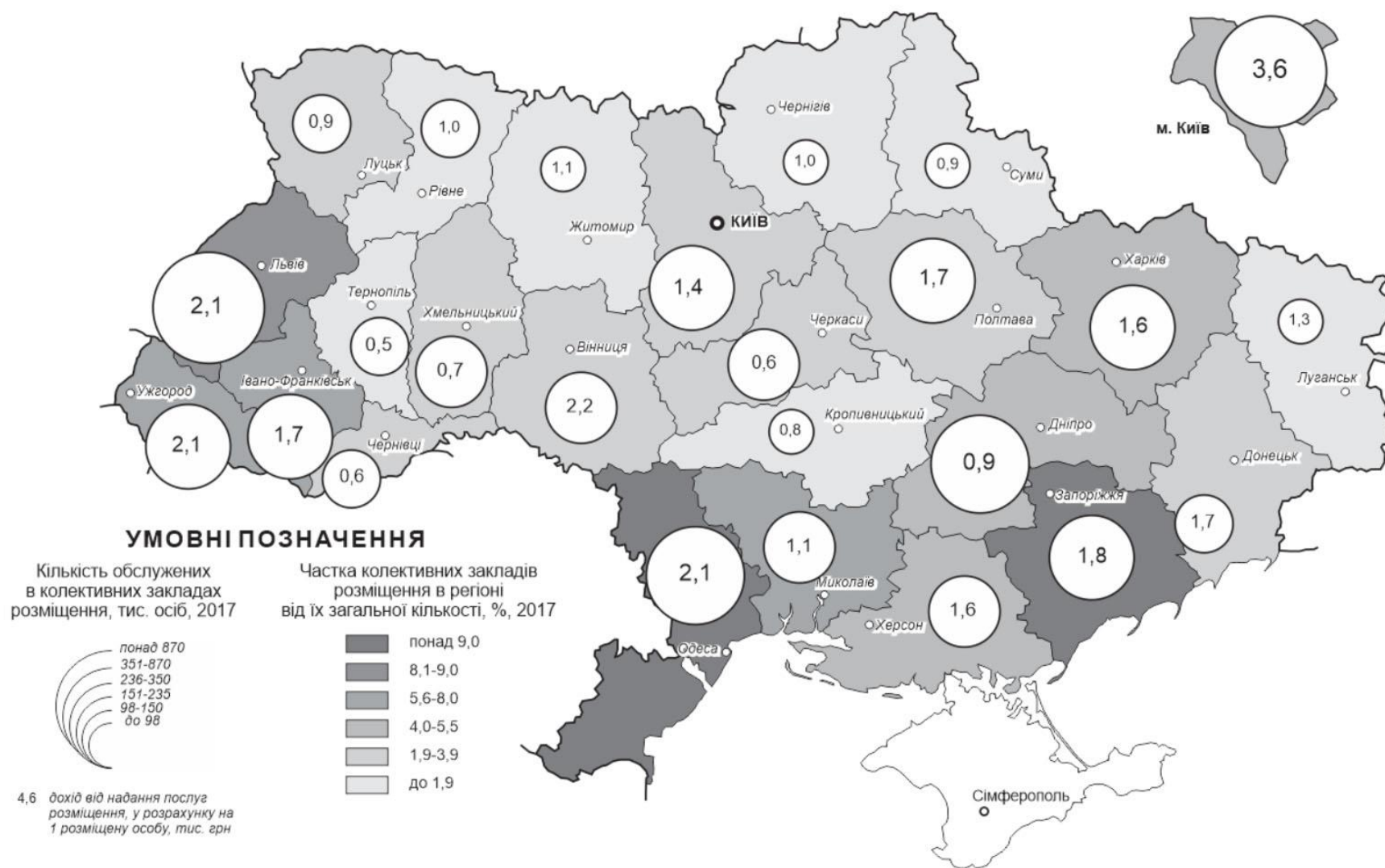


Рис. 3.9. Основні показники діяльності колективних закладів розміщення в регіонах України.

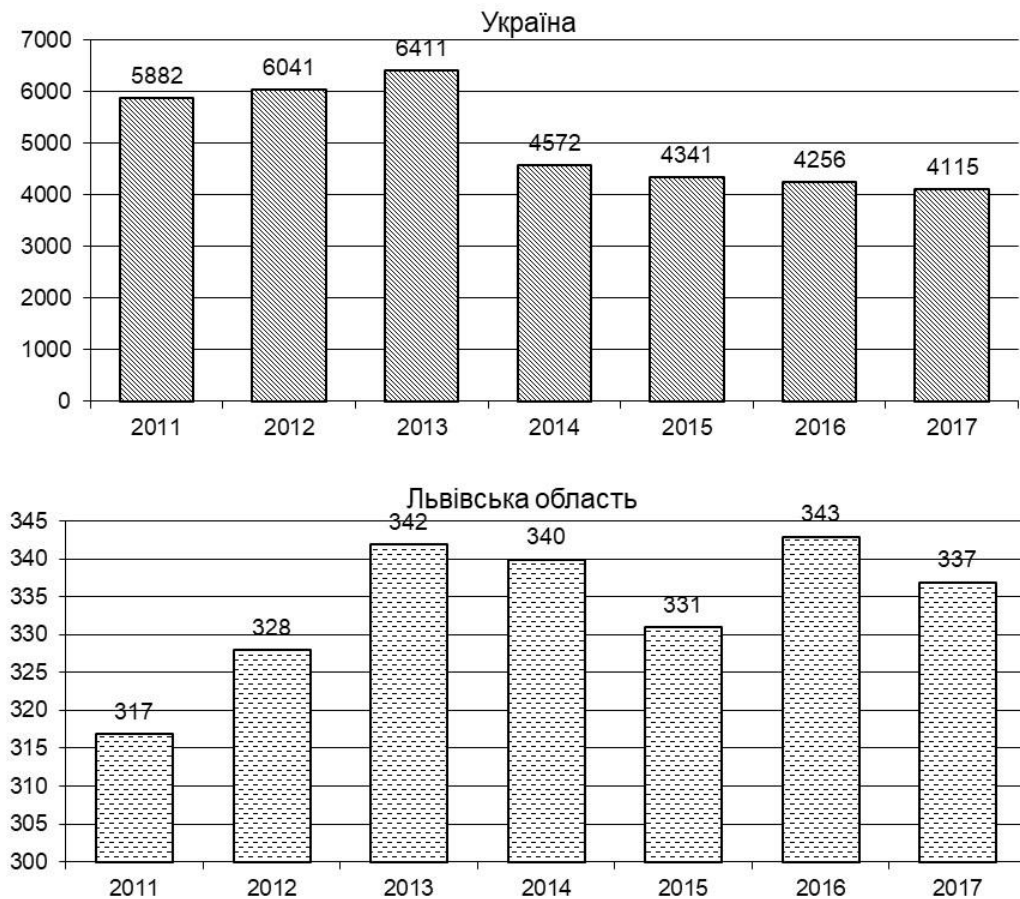


Рис. 3.10. Зміна кількості колективних закладів розміщення в Україні та у Львівській області у 2011-2017 рр., одиниць

Незважаючи на скорочення числа колективних закладів розміщення, кількість розміщених осіб у них після суттєвого спаду у 2013-2014 рр. постійно зростає, що є досить позитивною тенденцією (рис. 3.11). В окремих регіонах (м. Київ, Львівська, Закарпатська, Запорізька та інші обл.) таке зростання станом на 2018 рік уже перевищило показники 2013 року. Варто зауважити, що у Львівській області темпи зростання цього показника є значно вищими, ніж у докризовий період загалом. Очевидним є компенсаційний механізм прискореного зростання проаналізованих компонентів регіональної туристичної системи Львівської області, який поряд із ймовірною безпечністю регіону для туристів, зумовлює його значний модернізаційний потенціал та високий рівень стійкості в сучасний кризовий період.

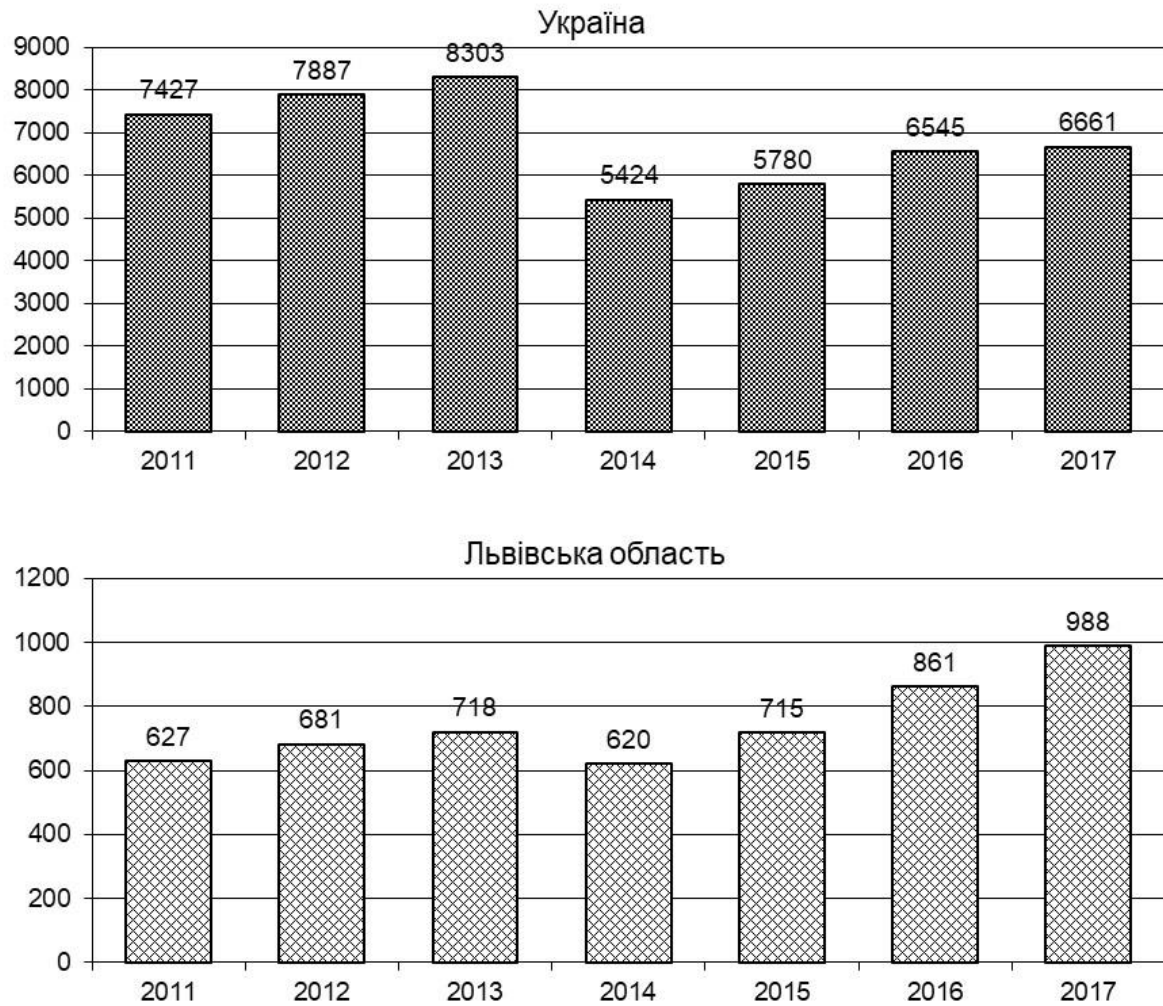


Рис. 3.11. Зміна кількості осіб розміщених у колективних засобах розміщування в Україні та у Львівській області у 2011-2016 рр., тис. осіб

Отже, проаналізувавши тенденції та просторові особливості функціонування суб'єктів туристичної діяльності та закладів розміщення у регіонах України, можемо зробити висновок про те, що кризовий період 2013-2014 рр., безумовно, стосувався усього туристичного комплексу держави, однак як показали останні тенденції, деякі регіональні туристичні системи (наприклад, Львівської області) в кризових умовах виявили значний ресурс стійкості і тим самим продемонстрували достатню модернізаційну готовність [291].

Проаналізувавши тенденції розвитку регіональних туристичних систем України у посткризовий період можна помітити дві ключові закономірності.

По-перше, залежність швидкості відновлення регіональної туристичної системи від рівня її стійкості, що визначається обсягом ресурсного потенціалу та складністю і диференціацією регіонального туристичного ринку.

По-друге, наявність компенсаційних механізмів, зумовлених здатністю регіональних туристичних систем до часткової самоорганізації. Для прикладу, в умовах втрати частини туристичного потенціалу держави у зв'язку із окупацією Автономної Республіки Крим у 2014 році такі компенсаційні механізми призвели до зростання внутрішніх туристичних потоків, як у напрямку інших приморських регіонів, так і до Карпатського регіону; зниження обсягів в'їзного туризму, починаючи з 2014 року, також компенсувалось загальним зростанням обсягів внутрішнього та виїзного туризму [291].

В умовах пандемії COVID-19 за попередніми даними в Україні зріс обсяг внутрішнього туризму, що теж є прикладом подібних компенсаційних механізмів. Як показує практика організації туристичних подорожей у провідних світових туристичних дестинаціях влітку 2020 року, навіть в умовах пандемії туристичний попит є достатньо високим, а можливості для надання якісних туристичних послуг цілком реальними. Отже, можемо спрогнозувати поступове повернення регіональних туристичних систем України до попереднього стану, однак напрями туризму та структура туристичної діяльності під впливом останньої кризи неминуче трансформуються. Вивчення найновіших статистичних даних дозволить чіткіше окреслити нові тенденції та напрями розвитку туристичної сфери регіонів України та розробити ефективні заходи щодо його регулювання.



### **3.3. Розвиток готельно-ресторанного господарства в контексті розробки і реалізації соціальної доктрини туризму**

На сучасному етапі в Україні туристична індустрія як самостійний сектор економіки перебуває в стадії активного становлення. Сфера гостинності відображає рівень якості пропонованих країною послуг на світовому ринку туристичних послуг, оскільки виконує одну з основних функцій у сфері туризму – забезпечення туристів житлом і побутовими послугами під час подорожі. Крім цього, сфера гостинності активно взаємодіє із іншими складовими туризму, зокрема, транспортним забезпеченням, торгівлею та громадським харчуванням, страхуванням, діяльністю закладів культури та мистецтва, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії тощо.

Сучасні складні соціальні та економічні умови, що склалися в Україні, формують суспільне замовлення на розвиток системи соціального туризму, як бюджетного виду відпочинку для різних категорій споживачів. Адже, за оцінками фахівців, сьогодні в нашій державі послугами туристичних фірм користується лише 8% населення [141].

Однією з ключових умов забезпечення доступності до туристичних об'єктів та становлення соціального туризму є розвиток мережі закладів розміщення. Матеріальна база, призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, оскільки якість проживання та відповідне обслуговування визначають рівень туристичного сервісу та перспективи його розвитку у майбутньому.

У міжнародній практиці індустрію розміщення складають засоби колективного та індивідуального розміщення: готелі, мотелі, кемпінги, апартаменти, туристичні бази та приватний сектор, залучений до розміщення туристів. Заклади колективного розміщення поділяються на підприємства готельного типу (готелі, мотелі, клуби із проживанням, пансіонати, мебльовані кімнати, гуртожитки тощо) та спеціалізовані (санаторії, профілакторії, будинки

відпочинку, туристські притулки, туристські, спортивні бази, бази відпочинку та ін.) [267].

Мережа закладів розміщення в Україні представлена всіма видами нічліжних закладів для короткотермінового проживання різних форм власності і станом на 1.01.2018 р. на її території налічувалось 4115 закладів колективного розміщення, послугами яких впродовж 2017 р. скористалось понад 6,6 млн. осіб [136].

Відповідно до методології Державної служби статистики України, готелі та аналогічні засоби розміщування – це колективні засоби розміщування, що складаються більше ніж з 6-ти номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані категорії відповідно до переліку надаваних послуг і наявного устаткування та не входять до категорії спеціалізованих закладів [136].

Спеціалізовані засоби розміщування – можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг (крім щоденного заправлення ліжок), не обов'язково мають номери, а можуть мати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення, і, крім розміщування, виконують ще яку-небудь функцію (наприклад, лікування, оздоровлення, соціальну допомогу тощо). Ця група закладів розміщування в Україні містить санаторії (у т.ч. дитячі), пансіонати з лікуванням, дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри, санаторії-профілакторії, бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (в тому числі й дитячі), будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз), оздоровчі заклади 1-2 денного перебування.

Впродовж останніх років у розвитку туристичної галузі України спостерігаються негативні тенденції, які відобразились у низці показників діяльності закладів розміщення. Так, зокрема, починаючи із 2013 р., фіксується скорочення їх кількості (рис. 3.12).

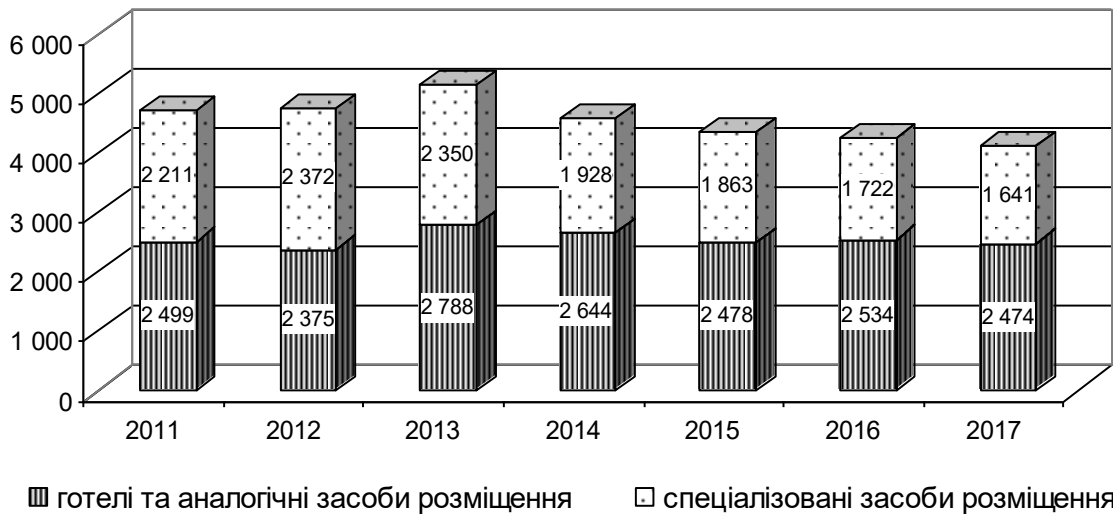


Рис. 3.12. Кількість закладів розміщення в Україні у 2011-2017 рр., одиниць. Складено за [136].

У структурі колективних закладів розміщення в Україні, що перебувають у власності юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, станом на 1.01.2018 р. функціонувало 2474 готелів та аналогічних засобів розміщення та 1641 спеціалізований заклад розміщення [136].

Серед готелів та аналогічних засобів розміщення у 2017 р. налічувалося 1704 готелів, що становить 69% від загальної кількості закладів цієї категорії. Значною за кількістю у межах країни є група закладів розміщення, що включає туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори та ін. місця для тимчасового розміщення (501; 20%) та мотелі (137; 6%). Частка гуртожитків для приїздних (84), хостелів (36) та кемпінгів (12) у структурі колективних закладів розміщення є незначною і загалом не перевищувала 5%.

Структуру спеціалізованих засобів колективного розміщення в Україні у 2017 р. формували бази відпочинку та інші заклади відпочинку (крім турбаз), частка яких становила 73% від усієї кількості закладів цієї категорії (1212 закладів), санаторії (в т.ч. санаторії-профілакторії та дитячі санаторії) (327 закладів, 20%) та пансіонати і будинки відпочинку (93, 6%).

Варто зауважити, що сучасний етап розвитку мережі закладів розміщення в Україні характеризується не лише структурними, але й регіональними особливостями.

За результатами аналізу територіальних відмінностей діяльності колективних закладів розміщення, що становлять основу інфраструктурної компоненти туристичної сфери регіону, виявлено суттєві просторові диспропорції. Зазначимо, що мережа закладів розміщення в Україні представлена всіма видами нічліжних закладів для короткотермінового проживання різних форм власності і станом на 1.01.2018 р. вона налічувала 4115 закладів колективного розміщення, послугами яких впродовж 2017 р. скористалось понад 6,6 млн. осіб. Найвищий рівень розвитку цієї мережі характерний для Південного та Карпатського макрорегіонів, а також для столиці й найбільш урбанізованих областей з високим рівнем ділової активності (рис. 3.13).

Встановлено, що усі заклади розміщення в регіонах України станом на 2018 рік ділилися на 2 великі групи – готелі та аналогічні заклади розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги та ін.), а також спеціалізовані заклади розміщення (санаторії, пансіонати, профілакторії, бальнеологічні лікарні, грязелікарні, будинки відпочинку, бази відпочинку та інші заклади відпочинку (крім турбаз)). У структурі закладів розміщення першої групи (2777 од.) провідну роль відіграють готелі, а у другій групі (1942 од.) найчисельнішими є бази відпочинку. Варто зауважити, що значна кількість баз відпочинку є відомчими або на балансі конкретних підприємств, а отже їх доступність для широкого кола споживачів є обмеженою.

Аналізуючи динаміку кількості колективних засобів розміщення (фізичних та юридичних осіб) на загальнодержавному рівні, визначено, що їх число зменшується починаючи із 2014 року (рис. 3.14). Особливо це помітно, зважаючи на чітку тенденцію до зростання відповідних показників у 2011-2013 рр.



Однак в окремих регіонах, зокрема у Львівській області, незважаючи на невеликий спад у 2015 році, вже у 2016 р. кількість колективних засобів розміщування не лише перевищила докризовий рівень, а й досягла рекордної позначки за весь час існування незалежної країни. Подібна ситуація характерна і для м. Києва, Запорізької та деяких інших областей.

Виявлено, що незважаючи на скорочення числа колективних закладів розміщення, кількість розміщених осіб у них після суттєвого спаду у 2013-2014 рр. постійно зростає, що є досить позитивною тенденцією. В окремих регіонах (м. Київ, Львівська, Закарпатська, Запорізька та інші обл.) таке зростання станом на 2018 рік уже перевищило показники 2013 року. Варто зауважити, що у Львівській області темпи зростання цього показника є значно вищими, ніж у докризовий період загалом

На основі аналізу тенденцій та просторових особливостей функціонування суб'єктів туристичної діяльності та закладів розміщення у регіонах України, можна зробити висновок про те, що кризовий період 2013-2014 рр., безумовно, стосувався усього туристичного комплексу держави, однак як показали останні тенденції, туристична сфера деяких регіонів (наприклад, Львівської області) в кризових умовах виявила значний ресурс стійкості і тим самим продемонструвала достатню готовність до соціалізації.

Посідаючи одне з центральних місць в індустрії гостинності регіону, готельне господарство водночас стосується регіональної туристичної системи, функціонуючи як об'єднувальна ланка між двома регіональними економічними утвореннями системного характеру. Однак якщо в індустрії гостинності регіону послуги готельного господарства є системоформувальними, то в регіональній туристичній системі вони мають лише інфраструктурне значення [283].

Окрім готельного господарства, до опосередковано туристичної інфраструктури можна віднести ресторанне господарство та індустрію розваг регіону. Ключовий аспект, який дає змогу відносити ці компоненти саме до структури регіональної туристичної системи, полягає в тому, що основними споживачами послуг згаданих видів економічної діяльності є саме туристи.

Водночас просторовий розвиток складників опосередковано туристичної інфраструктури регіону також підпорядковується закономірностям формування туристичних дестинацій.

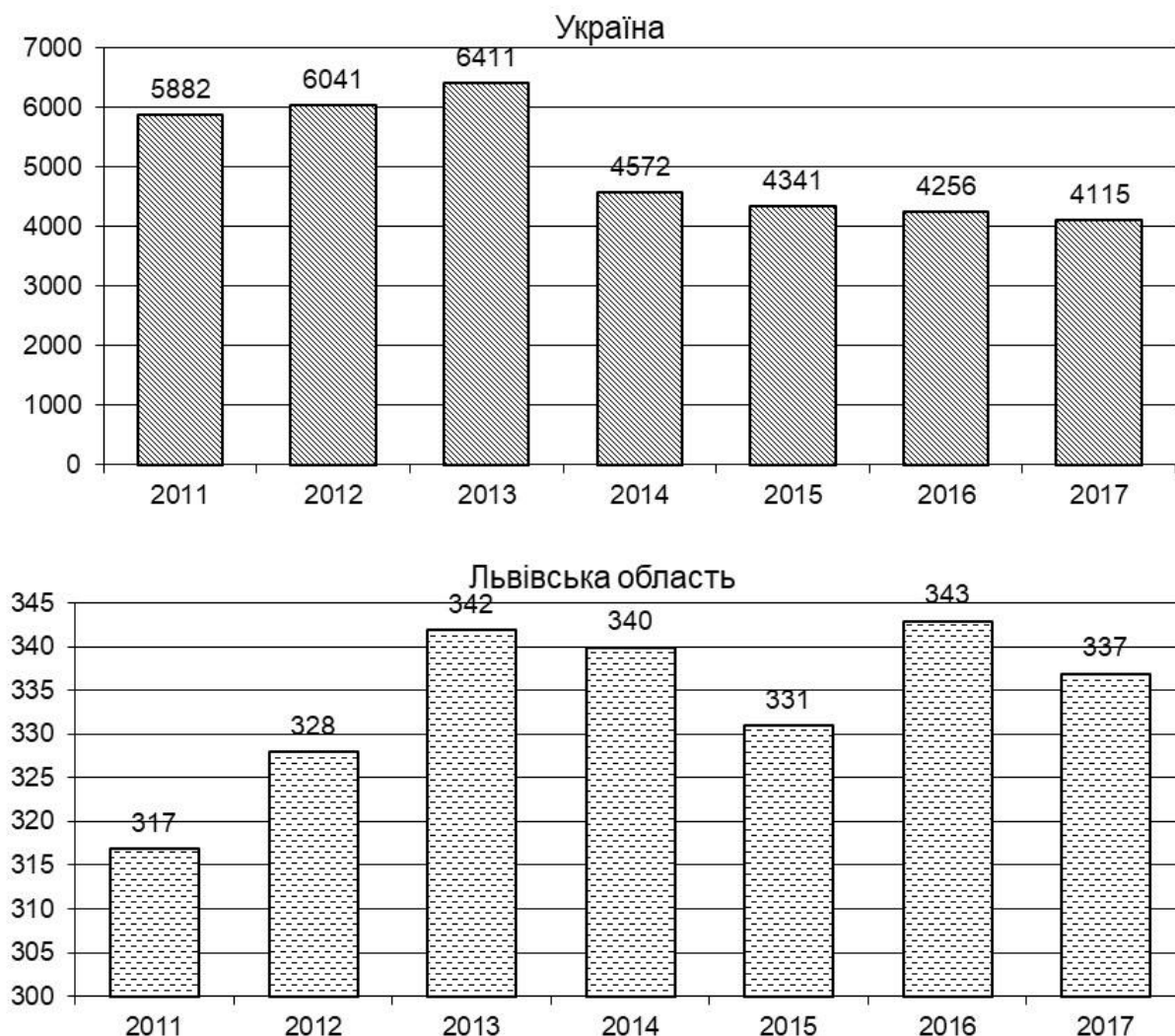


Рис. 3.14. Зміна кількості колективних закладів розміщення в Україні та у Львівській області у 2011-2017 рр., одиниць.

Джерело: розроблено автором.

Варто зауважити, що в сучасних умовах, передусім в економічно розвинених країнах, частка місцевого населення, яке активно користується послугами готельно-ресторанного господарства, є досить значною. Водночас в

умовах нашої держави такі процеси лише започатковуються й характерні перш за все для великих міст, що є туристичними центрами.

Готельне господарство у структурі регіональних туристичних систем важливе не лише тим, що забезпечує розміщення туристів під час подорожі, але й тому, що гарантує реалізацію низки життєво важливих базових потреб людини, серед яких слід назвати потреби безпеки та харчування. Отже, дуже часто кінцеве враження туриста від подорожі формується саме за участю закладів готельного господарства.

Варто зауважити, що у структурі готельного господарства виокремлюється галузь, яка має велике соціальне значення, а саме санаторно-курортне господарство (менш наближене до інфраструктурної підсистеми регіональної туристичної системи, ніж інші її елементи, однак важливе тим, що часто формує туристичну спеціалізацію регіонів).

Отже, готельне господарство набуває вагомого не лише економічного, але й соціального значення на регіональному рівні. Роль соціальної складової у функціонуванні регіональних туристичних системи зумовлена природою туристичної діяльності, первинними для якої є потреби людини в повноцінному відпочинку та пізнанні нового. З іншого боку, населення регіону також різними способами долучається до туристичної діяльності, яка є однією з галузей сфери обслуговування, отже, неодмінно передбачає міжособові контакти під час тимчасового перебування туристів, зокрема перебування в закладах розміщення.

Таким чином, у дисертаційному дослідженні встановлено, що в умовах пандемії COVID-19 за попередніми даними в Україні зріс обсяг внутрішнього туризму, що є прикладом компенсаційного механізму функціонування туристичної сфери в умовах соціалізації. Як показує практика організації туристичних подорожей у провідних світових туристичних регіонах влітку 2020 року, навіть в умовах пандемії туристичний попит є достатньо високим, а можливості для надання якісних туристичних послуг цілком реальними. Отже, можна спрогнозувати поступове повернення туристичної сфери регіонів



України до попереднього стану, однак напрями туризму та структура туристичної діяльності під впливом останньої кризи неминуче трансформуються. Вивчення найновіших статистичних даних дозволить чіткіше окреслити нові тенденції та напрями розвитку туристичної сфери регіонів України та розробити ефективні заходи щодо його регулювання, зокрема на основі реалізації соціальної доктрини туризму.

Ресторанне господарство є прибутковим видом економічної діяльності, що характеризується високими рівнями ліквідності капіталу та конкурентності. У сучасних умовах у ресторанному господарстві простежується існування різноманітних концепцій організації бізнесу, які не лише сприяють розвитку галузі, але й створюють конкурентне середовище, мета якого – сприяти підвищенню рівня якості продукції, залученню більшої кількості споживачів та збільшенню прибутковості.

Перехід України до ринкових відносин спричинив суттєві кількісні та якісні зміни у ресторанному господарстві – змінилася організаційно-правова форма організації ресторанного господарства, що зумовила появу приватного сегменту у цій галузі, збільшилась кількість суб'єктів такої діяльності та значно урізноманітнівся споживчий ринок ресторанної продукції.

Як зазначають науковці, ресторанне господарство – одна з сфер національної економіки, в якій з самого початку економічних реформ чітко проявилися ринкові відносини [8, 267.]. У сучасній науковій термінології під терміном «ресторанне господарство» розуміють вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього [79].

У господарсько-організаційному відношенні ресторанне господарство об'єднане з торгівлею, оскільки реалізація продуктів харчування в закладах харчування відображає роздрібний товарооборот, що є складником загального товарообороту державної і кооперативної торгівлі. За характером організації виробництва підприємства ресторанного господарства схожі з підприємствами харчової промисловості. Однак, за способом реалізації продукції ресторанне

господарство відрізняється від підприємств харчової промисловості та роздрібною торгівлі, оскільки тут, поряд з реалізацією продукції, організується її споживання, а також надання населенню різних видів послуг [307].

Ресторанне господарство спеціалізується водночас на виробництві і реалізації продуктів харчування, організації їх споживання населенням безпосередньо на підприємствах галузі – їдальнях, кафе, ресторанах, тобто там, де ці продукти (страви) приготовано. До сфери ресторанного господарства входять такі типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусошна, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, а також заклади, які постачають готові страви та надають послуги мобільного харчування [198].

Ресторанне господарство, як сектор туристичної індустрії, істотно впливає на її загальний розвиток. У сучасних умовах у ресторанному господарстві простежується існування різноманітних концепцій організації бізнесу, які не лише сприяють розвитку галузі, але й створюють конкурентне середовище, мета якого – сприяти підвищенню різноманітності і рівня якості продукції та залученню більшої кількості споживачів з різним рівнем доходів. У сучасних умовах напрямки розвитку ресторанного господарства визначаються вимогами і масштабами потреб у наданні послуг з організації харчування у спеціалізованих закладах.

В Україні сформувався комплекс підприємств ресторанного господарства зі значними регіональними відмінностями, які зумовлені рівнем соціально-економічного розвитку регіонів, їхньою господарською спеціалізацією, туристичною привабливістю та багатьма іншими факторами. Незважаючи на кризові періоди в розвитку ресторанного бізнесу, він постійно змінювався, розвивався та вдосконалювався. Зміни торкнулися усіх складових: форми власності, організаційної структури, загальних та якісних змін у технології приготування та дизайні страв, управлінні (франчайзинг, мережа закладів), фінансах, маркетингу (додаткові послуги, акції) та тенденціях харчування (більша увага до здорового харчування, дієтичне харчування, вегетаріанська кухня, етнічна кухня, локальна або молекулярна кухні тощо) [6].

Загалом, розвиток ресторанного господарства в Україні впродовж останніх років характеризувався стійкою негативною тенденцією згортання мережі ресторанних закладів, яка проявилась у 1990-х роках минулого століття і триває до нашого часу.

Аналізуючи ретроспективний розвиток галузі, помітними є наслідки масштабних суспільно-економічних трансформацій в Україні до 1995 р. – впродовж зазначеного періоду мережа закладів громадського харчування скоротилася в 1,6 разу [233], а у 1995-2012 рр. їх кількість зменшилась ще майже вдвічі і станом на 1 січня 2013 р. в нашій державі функціонувало 21 619 закладів [85]. Слід зазначити, тенденція згортання мережі закладів громадського харчування характерна як для міських поселень, так і для сільської місцевості (Рис. 3.15).

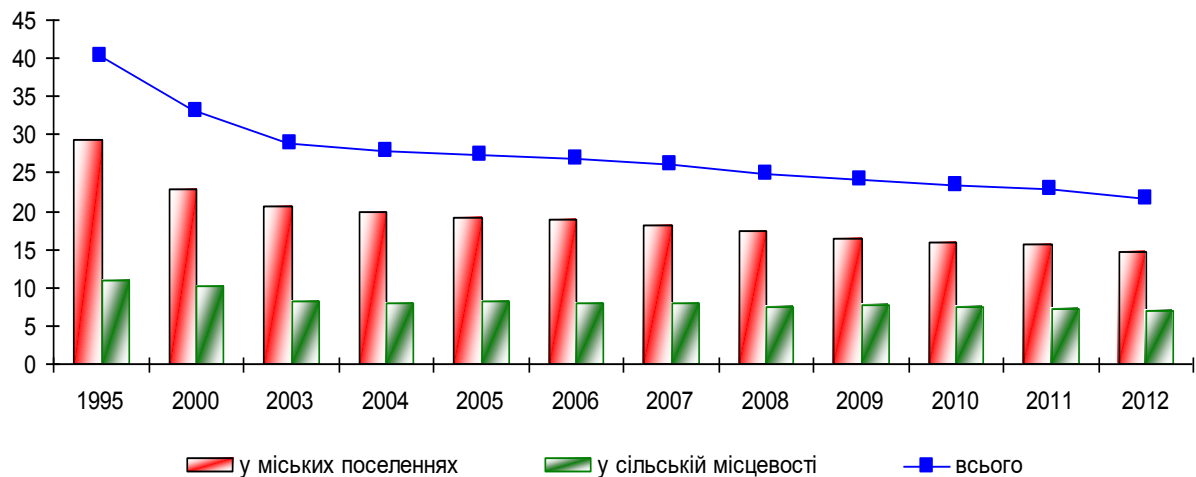


Рис. 3. 15. Кількість закладів ресторанного господарства України у 1990-2012 рр., тис. одиниць. Складено за [85].

Як зазначають дослідники, зменшення кількості закладів громадського харчування є об'єктивним процесом, який не варто розцінювати як пряме свідчення занепаду галузі. Високі кількісні показники розвитку мережі громадського харчування, які були характерні добі соціалізму, пояснювалися не стільки необхідністю їх безпосереднього функціонування, як особливостями планової економіки того часу і високі кількісні показники розвитку мережі

громадського харчування на той час нівелювалися низькою якістю продукції і умов обслуговування.

Впродовж 2009-2011 рр. ситуація на ринку ресторанних послуг в Україні дещо стабілізувалась, що відобразилось у сповільненні темпів зменшення кількості закладів харчування. Короткочасне поживлення у активізації розвитку національної ресторанної галузі спостерігалось у 2012 рік, що пов'язано із проведенням олімпіади Євро-2012. Зниження купівельної спроможності українців у 2015 році спричинило закриття близько 1500 ресторанів і кафе (без урахування непідконтрольних територій) по Україні. Як зазначає Н. Антошкова, економічну кризу не змогли подолати ті заклади, що працювали на межі рентабельності та орендували приміщення [6].

Черговий виток активності ресторанного господарства фіксувався, починаючи із 2018 р., однак світова пандемія значно вплинула на висхідну динаміку розвитку ресторанних закладів, і, за прогнозами фахівців, починаючи із 2022 року почнеться нова хвиля ліквідації створених закладів харчування, оскільки пропозиція буде значно перевищувати попит.

Аналізуючи ретроспективний розвиток галузі, слід наголосити на станом на 1 січня 2013 р. в нашій державі функціонувало 21 619 закладів ресторанного господарства [85]. Слід зазначити, що впродовж зазначеного періоду у межах Львівської області функціонувала найбільша в Україні кількість закладів ресторанного господарства – 618, що становило 13% від їх загальнодержавної кількості та фіксувалась найвища забезпеченість ресторанными підприємствами на 10 000 населення (2,43), яка перевищувала вищезгадані показники у м. Київ та АР Крим (1,97 і 1,91 відповідно) [Мережа роздрібної]. Адже як відомо, Львівська область є одним з найперспективніших регіонів України для розвитку туризму. Його туристична привабливість зумовлюється вигідним географічним положенням, значною кількістю історико-культурних і архітектурних пам'яток, багатими лікувально-рекреаційними та природно-кліматичними ресурсами. Частка підприємств ресторанного господарства України у 2013 р. за регіонами відображена на рис. 3.16.

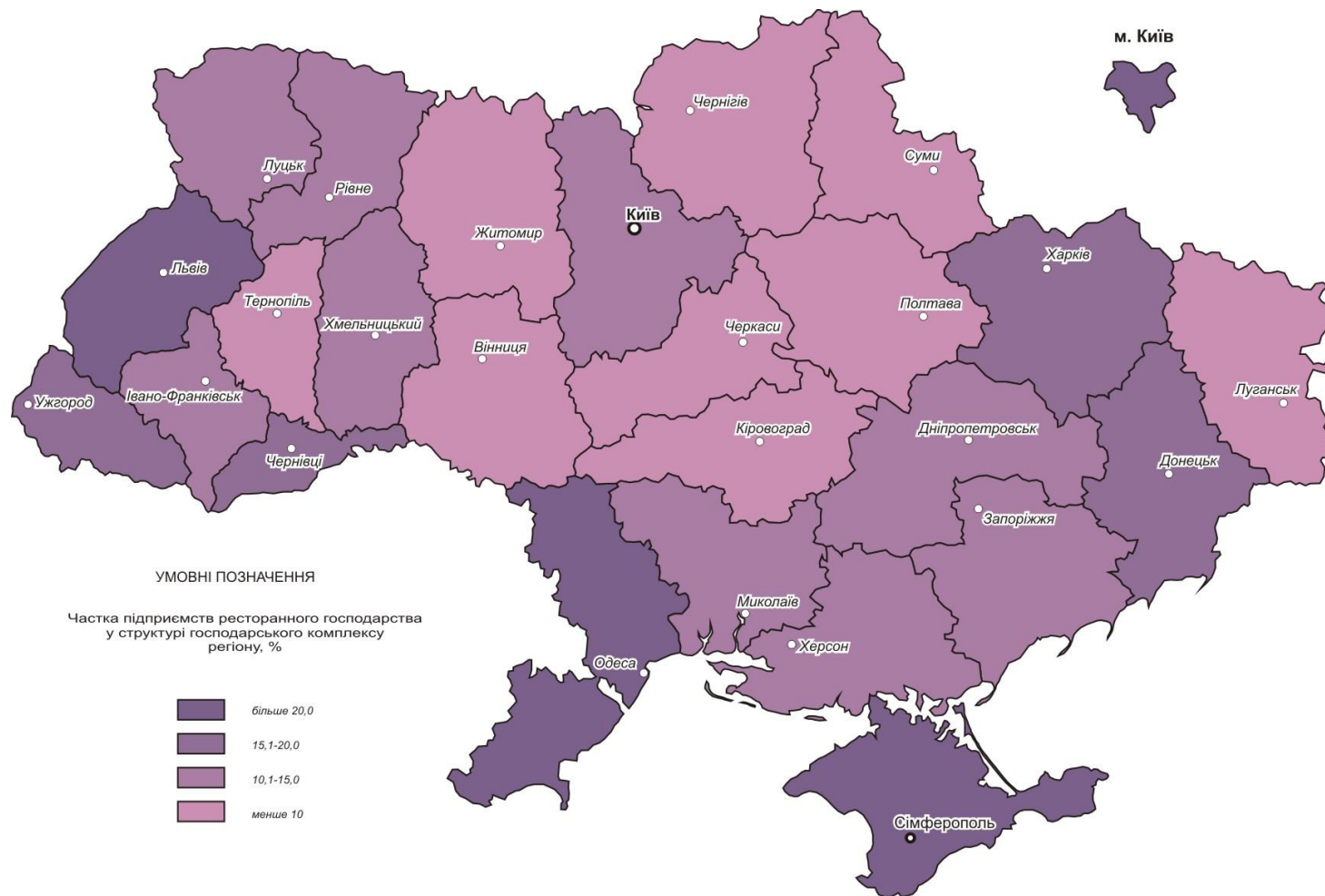


Рис. 3.16. Частка підприємств ресторанного господарства України на 1.01.2013 р. за регіонами, %. Складено за [85].

Важливим показником для оцінки соціальних аспектів туристичної діяльності з метою розробки і реалізації соціальної доктрини туризму є показник забезпеченості регіону підприємствами ресторанного господарства з урахуванням чисельності населення в його межах.

У дисертаційній роботі проаналізовано специфіку та показники розвитку ресторанного господарства України впродовж останнього часу з позицій реалізації соціальної доктрини туризму. Результати здійснених автором розрахунків відображені на рис. 3.17.

Слід наголосити, що у сучасних умовах в Україні суттєвою перешкодою для наукових досліджень проблем розвитку сучасної мережі ресторанного господарства є недосконалість системи статистичного обліку, що унеможлиблює здійснення аналізу динамічних та структурних показників розвитку ресторанного господарства у регіональному розрізі, починаючи із 2014 року. Натомість існують суб'єктивні думки експертної спільноти та поодинокий збір громадськими організаціями та інформаційними сервісами інформаційних щодо діяльності закладів ресторанного господарства, які при порівнянні дуже часто не співпадають.

Однак, за словами голови Державного агентства розвитку туризму України Мар'яни Олесків, впродовж найближчого часу урядом заплановано деякі програмні ініціативи, які допоможуть у вирішенні проблеми відсутності релевантної статистичної інформації щодо функціонування сфери туризму в Україні, а саме про запровадження сателітного рахунку по туризму [312].

Як наголошує М. Олесків, створення сателітного рахунку по туризму згадується ще з 2000 року у прийнятій програмі інтеграції України до Євросоюзу, відповідно до рекомендацій ООН та Всесвітньої організації туризму. Сьогодні з'явився шанс нарешті реалізувати цей проект. на урядовому рівні є розуміння його важливості та необхідності. Зокрема, одним із перших цю ідею ще кілька місяців тому підтримав міністрів Кабінету Міністрів Олег Немчинов, який курує, зокрема, і Держстат. Міністр культури та інформаційної

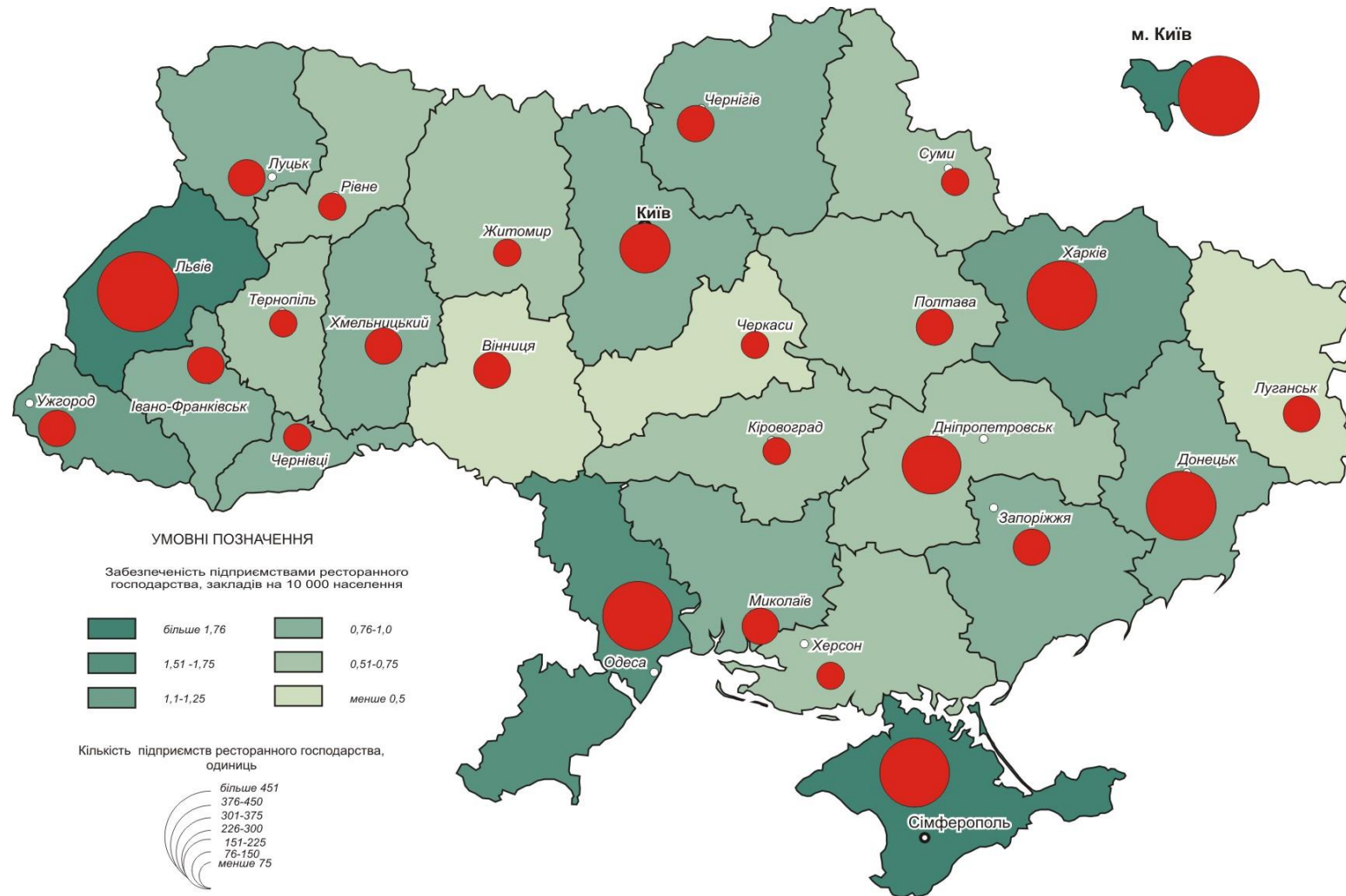


Рис. 3.17. Усереднені щорічні показники забезпеченості підприємствами ресторанного господарства України на 10 000 осіб за регіонами, на 10 000 населення. Джерело: Складено автором.

політики Олександр Ткаченко, розуміючи всю проблематику туристичної галузі, піднімає питання створення сателітного рахунку. Сьогодні ведеться комунікація з Держстатом на рівні керівників структурних підрозділів, щоб зробити зручну форму подачі та аналізу даних. У планах уряду – заповнити туристичний сателітний рахунок, щоб мати вже річні дані за 2021 рік, а помісячно – з 2022-го [312].

Для розміщення підприємств громадського харчування важливим є створення максимальної зручності для населення в організації його харчування за місцем роботи, проживання, відпочинку. При розміщенні таких підприємств важливими є такі фактори, як чисельність населення, його склад і купівельна спроможність, близькість промислових підприємств і житлових масивів, транспортна доступність підприємств галузі та мобільність споживачів їх послуг.

Кількість закладів ресторанного господарства України у 2019 р. за даними державного інфо-сервісу Start Business Challenge, а також показники забезпеченості закладами ресторанного господарства у розрізі адміністративних областей України подано у табл. 3.2.

Як видно з наведених у таблиці даних, найвищі рівні показника забезпеченості закладами ресторанного господарства в Україні фіксувались у Київській (4505 об'єктів), Одеській (3722), Харківській (3698) і Львівській (3606) областях. Водночас найменші показники спостерігалися в межах Чернігівської (1019 об'єктів), Волинської (1015), Кіровоградської (938) та Тернопільської (769) областей.

За даними інформаційного сервісу Start Business Challenge, станом на 01.11.2019 року в Україні було зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства, серед яких 98,3% складють ресторани, які перебувають у приватній власності. У структурі закладів ресторанного бізнесу частка ресторанів, кафе та барів становила 52,2 %, частка закладів швидкого харчування (фаст-фудів) – 21% ресторанних закладів, пабів та нічних клубів –



7,3 %, закладів з надання кейтерінгових послуг – 23,6 %, закладів харчування при готелях – 3,9 % і заклади харчування при АЗС –20,3 %.

Таблиця 3.2.

### Заклади ресторанного господарства України на 01.11.2019 р.

	Кількість закладів, од.	Населення, осіб	Забезпеченість, од./10 тис. осіб
Вінницька	1727	1 560 394	11,07
Волинська	1015	1 035 330	9,8
Дніпропетровська	2977	3 206 477	9,28
Донецька	2390	4 165 901	5,74
Житомирська	1142	1 220 193	9,36
Закарпатська	2855	1 256 802	22,72
Запорізька	1830	1 705 836	10,73
Івано-Франківська	2867	1 373 252	20,88
Київська	4505	1 767 940	25,45
Кіровоградська	938	945 549	9,92
Луганська	1134	2 151 833	5,27
Львівська	3606	2 522 021	14,3
Миколаївська	1080	1 131 096	9,55
Одеська	3722	2 380 308	15,64
Полтавська	2135	1 400 439	15,25
Рівненська	1265	1 157 301	10,93
Сумська	1569	1 081 418	14,51
Тернопільська	769	1 045 879	7,35
Харківська	3698	2 675 598	13,82
Херсонська	1271	1 037 640	12,25
Хмельницька	2655	1 264 705	20,99
Черкаська	1518	1 206 351	12,58
Чернівецька	1025	904 374	11,33
Чернігівська	1019	1 005 745	10,13
Разом*	57712	39202382	14,72

\* без урахування тимчасово окупованих територій Донецької і Луганської областей та АР Крим. Джерело: [6].

Слід зазначити, що мова йде саме про «заклади ресторанного господарства», а не «підприємства ресторанного господарства», оскільки майже 90% закладів ресторанного господарства зареєстровані як фізичні особи – підприємці, і лише трохи більше, приблизно 10% зареєстровані саме як підприємства (юридичні особи). З початку ринкової перебудови в Україні частка фізичних осіб-підприємців у загальній кількості суб'єктів

господарювання ресторанного господарства України практично не змінювалася [6].

Ресторанне господарство характеризується високою ліквідністю капіталу і водночас значною конкуренцією бізнес-середовища, що у свою чергу, стимулює його активний розвиток, впровадження інновацій, експериментувати для забезпечення конкурентних переваг на ринку [192]. Окрім того, характерною рисою сучасних ресторанних закладів є зростання їх ролі у функціонуванні туристичного сектора – як невід’ємної складової сфери гостинності. Ресторанне господарство в сучасних умовах господарювання пов’язане також із соціальними особливостями, що передбачають задоволення життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля.

Водночас для пошуку оптимальних шляхів соціально орієнтованого розвитку ресторанного господарства доречним є вивчення зарубіжного досвіду його організації, зокрема на прикладі Польщі. У спеціальній польській термінології ресторанне господарство визначають як «відособлену в суспільному розподілі праці, організовану господарську діяльність, яка полягає у задоволенні потреб споживачів у харчуванні шляхом продажу готових страв і напоїв, створенні умов, що дозволяють їх споживання на місці продажу, а також наданні різноманітних послуг, які задовольняють потреби споживачів у розвагах та відпочинку» [364, с. 91].

Суспільно-політичні чинники, які впливали на економічні процеси Польщі протягом останніх десятиліть проявилися і в ресторанному господарстві. Особливістю сучасного ресторанного господарства є те, що його підприємства у процесі своєї діяльності одночасно виконують три взаємопов’язані та взаємозалежні функції, а саме: виробництво, реалізація, організація споживання продукції та послуг, що виокремлює їх від підприємств інших сфер господарювання [220]. Починаючи із 90-х років минулого століття у Польщі фіксувалися швидкі темпи зростання кількості ресторанних закладів.

Зокрема, якщо у 1990 р. у Польщі функціонувало 32,2 тис. закладів ресторанного господарства, то у 2000 р. їх кількість вже зросла в 2,6 рази і складала 84,3 тис. одиниць.

Однак, незважаючи на це, протягом 1990-2015 рр. кількість закладів ресторанного господарства Польщі зросла більше як у 2 рази і на 1 січня 2016 р. на її території функціонувало 68 342 заклади ресторанного господарства. З загальної кількості закладів ресторанного господарства у 2015 р. 98,3% перебувало у приватній власності і лише 1,7% – у державній [371]. Зазначимо, що домінування приватного сектора у ресторанному господарстві Польщі є традиційним і сприяє його динамічному розвитку.

*Таблиця 3.5*

### **Структура ресторанного господарства Польщі**

Заклади ресторанного господарства	Кількість, закладів	Частка від загальної кількості ресторанних закладів, %
Ресторани	18789	27,5
Гастрономічні пункти	23080	33,8
Бари	22290	32,6
Їдальні	4183	6,1

Джерело: [371]

За розрахованими нами показниками густоти розміщення ресторанних закладів на 100 км<sup>2</sup>, найбільш забезпеченими підприємствами ресторанного господарства є Мазовецьке та Сілезьке воєводства у межах яких величина цього показника становить 14,6 і 14,3 закладів на 100 км<sup>2</sup>. Високим показником забезпеченості ресторанними закладами характеризується Малопольське воєводство – 12,7 закладів/100 км<sup>2</sup>. Найменша забезпеченість спостерігається в межах Підляського воєводства – 1,7 закладів на 100 км<sup>2</sup> [166].

Отже, ресторанне господарство в Польщі виконує важливі соціальні та економічні функції, адже з одного боку – сприяє задоволенню потреб населення в харчуванні, відпочинку та дозвіллі, а з іншого – спрямоване на економічне зростання в цілому. В сучасних умовах у ресторанному господарстві Польщі спостерігаються дві основні тенденції: сповільнення темпів розвитку галузі, що

відображається у зниженні більшості показників діяльності ресторанних закладів та активне впровадження на ринок ресторанних послуг нових форм організації ресторанного бізнесу, метою яких є, окрім одержання прибутків, більш повне задоволення потреб споживачів у організації послуг харчування.

З метою ґрунтовнішого дослідження регіональних особливостей функціонування та розвитку ресторанного господарства з позицій соціального туризму, нами було проаналізовано динаміку та структуру ресторанного господарства Львівської області.

Загалом, розвиток ресторанного господарства Львівської області, як і в Україні в цілому, протягом останніх років характеризувався стійкою негативною тенденцією згортання мережі ресторанних закладів, яка проявилась у 1990-х роках минулого століття і триває до нашого часу (рис. 3.18).

Загальне скорочення мережі закладів громадського харчування в регіоні пояснюється закриттям неконкурентних у сучасних ринкових умовах типів закладів: виробничих і загальних їдалень, службових буфетів та ін. Згортання мережі цих закладів найбільше проявилось у малих і середніх містах регіону, в обласних центрах більшість таких закладів вдалося зберегти або компенсувати їх втрати більш конкурентними типами закладів швидкого харчування.

За даними офіційної статистики станом на 1.01.2014 р. у межах Львівської області функціонував 1 321 об'єкт ресторанного господарства, що на 226 об'єктів менше, ніж у попередньому році. За показником кількості закладів ресторанного господарства область була на 5-му місці серед регіонів України після м. Києва, Харківської, Донецької областей та АР Крим, а її забезпеченість такими закладами з розрахунку на 10 000 ос. становила 5,2. і перевищувала загальнодержавний показник (4,5 закладів на 10 000 ос. населення). Зазначимо, що у 2011 р., ще до проведення футбольного чемпіонату Євро-2012, у межах Львівської області функціонувала найбільша в Україні кількість закладів ресторанного господарства – 618, що становило 13% від їх загальнодержавної кількості та фіксувалась найвища забезпеченість ресторанными підприємствами

на 10 000 населення (2,43), яка перевищувала вищезгадані показники у м. Київ та АР Крим (1,97 і 1,91 відповідно).

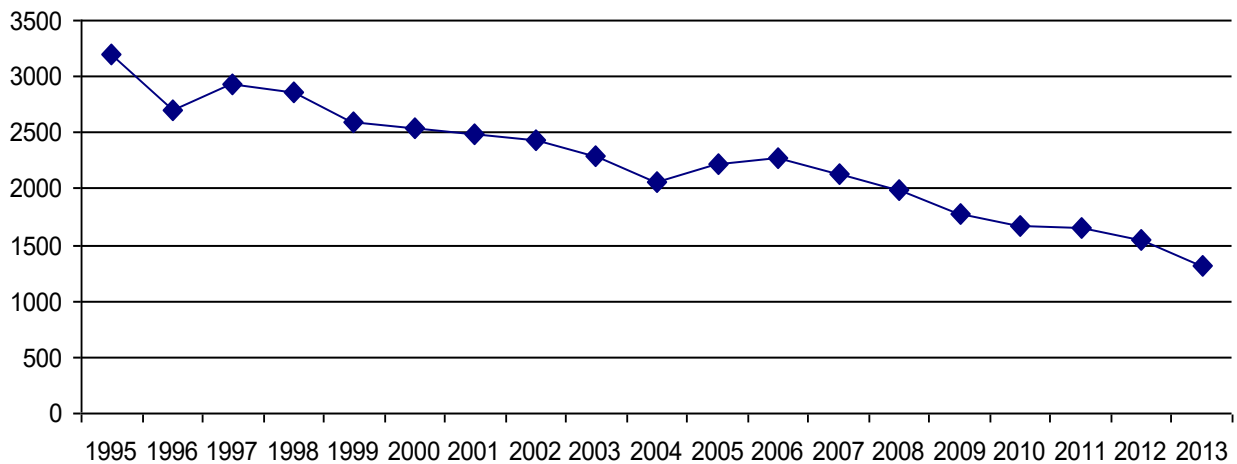


Рис. 3.18. Кількість закладів ресторанного господарства Львівської області у 1990-2013 рр., тис. одиниць. Складено за [58].

Аналізуючи кількість закладів ресторанного господарства у розрізі адміністративно-територіальних одиниць області, можна сказати, що у 2013 р. їх найбільша кількість традиційно фіксувалась у межах м. Львів (741 заклад), Дрогобицького (108) та Сокальського та (83) районів області, а найменша – у Турківському (6), Перемишлянському (5) і Старосамбірському (4) районах.

Скорочення спостерігається й у показниках місткості ресторанних закладів області. Так, зокрема, якщо у 1995 р. місткість ресторанних закладів регіону становила 208,2 тис. місць, то у 2000 р. величина цього показника зменшилась до 128,3 тис. місць. Зменшення місткості тривало і впродовж 2005-2013 рр.: у 2005 місткість ресторанних закладів становила 117,7 тис. місць, у 2012 р. – 94,4, а впродовж 2013 р. скоротилась до 83,8 тис. місць.

Якщо говорити про територіальний розподіл закладів за місткістю за адміністративними одиницями області у 2013 р., то лідерами за показником місткості закладів ресторанного господарства є м. Львів (46,3 тис. місць), Дрогобицький та Сокальський райони області (9,6 і 5,2 тис. місць). Найменші показники місткості закладів ресторанного господарства спостерігались у

Турківському (0,4), Перемишлянському (0,2) і Старосамбірському (0,2) районах.

Негативні тенденції розвитку галузі, які спостерігаються протягом останнього часу, знаходять відображення у структурі ресторанного господарства досліджуваного регіону. На території Львівської області розташовані різні типи підприємств ресторанного господарства, найбільш прибутковими та розповсюдженими серед яких є ресторани, кафе, бари та їдальні.

Станом на 1.01.2014 р. у межах Львівської області функціонувало 155 ресторанів, 596 кафе, 249 барів, 319 їдалень [75]. У структурі закладів ресторанного господарства області найбільшу частку від їх загальної кількості займають кафе, закусочні і буфети (45,2%), що обумовлено стійким попитом споживачів на продукцію і послуги цих підприємств, а найменшу ресторани (11,8%). Якщо порівнювати аналогічні показники із попереднім роком, то загальнообласне скорочення кількості ресторанних закладів фіксувалося серед усіх категорій таких закладів, окрім ресторанів. Впродовж зазначеного періоду в області налічувалось 147 ресторанів (9,5% від загальної кількості ресторанних закладів області), 671 кафе (43,4%), 274 бари (17,7%), 453 їдальні (29,3%) [243].

Слід зазначити, що впродовж 2000-2012 рр. відбувалося суттєве зменшення кількості ресторанів, кафе, барів та їдалень. У 2005 р. зростання кількості фіксувалося лише серед ресторанів і кафе – у 2000 р. їх налічувалося 510 одиниць, а у 2005 р. – 603. Однак, протягом наступних років фіксувалося зменшення і їх кількості: у 2010 р. їх було 544, у 2011 р – 488, у 2012 р – 439.

Динаміка кількості барів протягом досліджуваного періоду характеризувалась змінними тенденціями розвитку. Якщо у 2000 р. на території області функціонувало 266 барів, у 2005 р. – 158, а у 2010 р. – тільки 89. Однак, протягом останніх років відбувається зростання кількості таких закладів і у 2011-2012 р. їх налічувалося 109.

Чітко виражена тенденція скорочення кількості діючих закладів у межах області спостерігається серед їдалень: якщо 2000 р. на території Львівської області функціонувало 50 їдалень, то у 2005 р. їх кількість зменшилась до 28. Протягом наступних років темпи скорочення кількості таких закладів сповільнилося, але не припинилися і у 2010 р. на території області функціонувало 25 їдалень, у 2011-2012 р. – 21.

Заклади ресторанного господарства у межах Львівської області розміщені нерівномірно. На основі опрацювання значного масиву статистичних даних, нами було створено картосхему територіальної організації ресторанного господарства Львівської області, яка представлена на рис. 3.22.

За офіційними даними спостерігається тенденція зростання обсягу грошового обороту ресторанного господарства в Львівській області: у 2001 р. він становив 129 млн. грн., а у 2013 р. – сягнув 1464,1 млн. грн. (рис. 3.18), включаючи роздрібний товарооборот підприємств-юридичних осіб та підприємців-фізичних осіб, що здійснюють діяльність з ресторанного господарства. Зазначимо, що з 2005 року оборот ресторанного господарства розраховується з урахуванням даних одноразового суцільного обстеження мережі закладів, що належать фізичним особам підприємцям.

Незважаючи на позитивні зміни у функціонуванні національного ресторанного господарства, попит населення на такі послуги залишається низьким, що зумовлено стійким зниженням реальної купівельної спроможності та зміною структури споживчих витрат населення нашої держави.

За сучасних економічних умов підприємствам ресторанного господарства доводиться перебудовувати свою роботу, орієнтуючись на більш низькі цінові сегменти пропозиції ресторанної продукції, переглядати стратегії розвитку закладів з метою залучення більшої кількості клієнтів та збільшення прибутковості. Отже, у розвитку ресторанного господарства регіону на сучасному етапі можна визначити дві основні тенденції. По-перше, спостерігається загальний спад у галузі, що відображається у зниженні





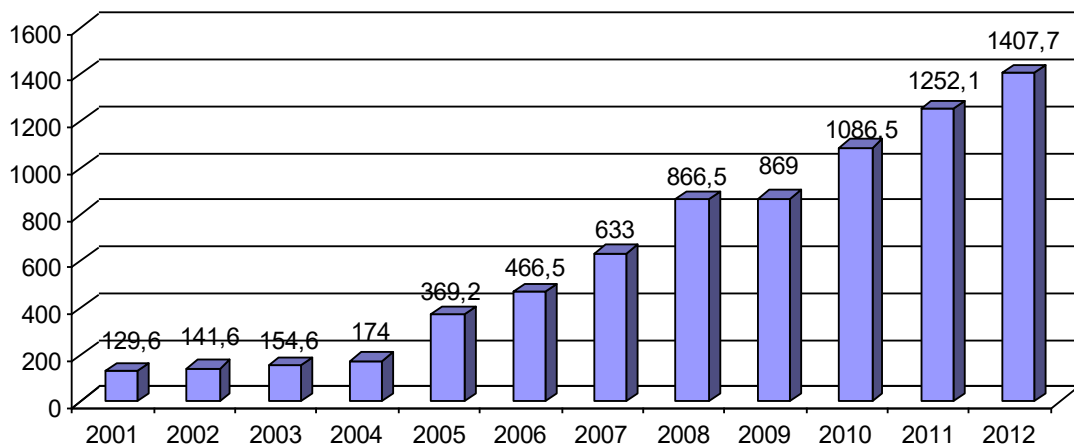


Рис. 3.23. Динамка товаробороту закладів ресторанного господарства Львівської області у 2001-2013 р., млн. грн. Складено за [58].

більшості показників і зумовлений загальними змінами в економіці країни. По-друге, змінюються та активно впроваджуються нові форми організації ресторанного бізнесу, які сприяють розширенню споживчого сегменту ринку ресторанних послуг та підвищенню прибутковості закладів ресторанного господарства.

### 3.4. Інноваційні напрямки в екскурсійній діяльності та музейній справі

Екскурсійне забезпечення є невід'ємною складовою сучасного туристичного продукту будь-якого регіону. Однак, вимоги сучасного споживача до туристичного ринку зумовлюють пошуки нових підходів до організації екскурсійної діяльності, зокрема активного застосування інноваційних технологій.

Під інноваційними технологіями прийнято розуміти радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром. Інновації як процес або як продукт можуть стати однією з

головних статей доходу підприємства, істотно впливаючи на збільшення прибутку, а також, оскільки мають у своїй основі реалізацію досягнень науково-технічного прогресу, є суттєвими факторами для підвищення конкурентоспроможності індустрії туризму [128].

У екскурсійній справі, як і у сфері туризму загалом, застосування інноваційних технологій має на меті створення нового або модифікацію продукту, що вже пропонується споживачу, а також вдосконалення якості та асортименту послуг шляхом впровадження інформаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Інновації в проведенні екскурсій умовно поділяють на два основні напрямки [34]:

- з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, в т.ч. квест-екскурсій, костюмованих та іміджево-рольових екскурсій, новітніх музейних екскурсій, екскурсій для людей з особливими потребами тощо);
- з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, в т.ч. 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо).

В останній час нові форми і методи проведення екскурсій активно використовуються у світі, в т.ч. й в Україні. Так, зокрема у лютому 2017 р. у Львові відбулася презентація нового туристичного проекту "Шпацер Кеб", який передбачає проведення ретро-турів містом на електрокарах. Розробники пропонують проводити екскурсії Львовом на раритетних електромобілях бренду "FORD T" взірця 1915-го року. Мета цього проекту – відкрити нові туристичні можливості міста, показати історичну та архітектурну красу не тільки центральної частини, але і інших районів міста, здійснити промоцію Львова на державному та європейському рівнях, пропагувати екологічність та поєднання сучасних технологій з історичною складовою [35].

Щоразу активнішого застосування у сучасних екскурсіях набувають мультимедійні технології. Використання QR-кодів та низки інших адаптованих

до туризму мобільних додатків значно розширюють пізнавальні можливості екскурсій, максимально враховуючи суб'єктивні вподобання екскурсантів.

У загальному розумінні QR-код — це двовимірний штрих-код, який несе в собі інформацію, яку може зчитувати будь-хто за допомогою телефону з вбудованою камерою. Завдяки легкому розпізнаванню абонент може моментально занести в свій телефон текстову інформацію, додавати контакти в адресну книгу, переходити по веб-лінкам, відправляти смс-повідомлення та ін. За допомогою QR-кодів навіть організують конкурси та рольові ігри [326].

У вересні 2017 р. Львівське міське управління туризму та один з національних операторів мобільного зв'язку запустили інноваційний екскурсійний проект «Вперше у Львові» – інтерактивну екскурсію 15-ма найцікавішими локаціями у центрі міста [326]. Отримати інформацію про інтерактивні екскурсійні об'єкти можна відсканувавши QR-код мобільним телефоном – на спеціальному сайті буде доступна інформація про об'єкт та шлях до наступної локації.

Принципово новим рішенням в організації екскурсії на сучасному етапі є віртуальні 3D-тури. Як зазначає Верес К.О., віртуальні 3D-тури створюють у глядача «ефект присутності», що дозволяє отримати найбільш повну інформацію про товар або послугу [34]. Слід зазначити, що суттєвою перевагою віртуальних екскурсій є їхня відповідність та доступність для клієнта – незалежно від віку, країни перебування, фінансових можливостей, соціального статусу тощо, у зручний час, не виходячи з дому, є можливість переглянути обрану на сайті віртуальну екскурсію.

Віртуальні 3D-тури активно впроваджуються й в Україні. Так, зокрема, у 2017 р. Департамент з питань культури, національностей та релігій Львівської облдержадміністрації ініціював та розпочав реалізацію культурного проекту «Візуальні тури музеями області. Відвідай. Це цікаво» [188].

Віртуальний тур музеями Львівської області має унікальний дизайн і включає в себе ряд сферичних панорам з можливістю переходів з одного виставкового залу в інший, з поверху на поверх, огляду загальної панорами. У

межах проекту створено інтерактивну карту, на якій можна переглянути цікаві місця Львівщини, вирушити у віртуальну подорож чи спланувати цікавий, пізнавальний культурно-туристичний маршрут. Карта постійно наповнюється новими об'єктами культури, історії, архітектури Львівщини. Більше цього, до кінця 2018 р. планується включити до зазначеного проекту всі цікаві місця Львівщини [200].

Отже, в сучасних умовах інноваційні технології в екскурсійній діяльності є невід'ємними складовими її розвитку та конкурентноспроможності.

В умовах інтенсифікації сучасних глобалізаційних процесів, які охоплюють усі сфери людського життя, цінність культурного середовища значно зростає і ключова роль в цьому процесі належить музеям. Увага до музейної проблематики впродовж останніх років зумовлена зростанням суспільного інтересу до діяльності музейних закладів.

В музейних збірках зберігаються унікальні творіння матеріальної і духовної культури народів, свідчення їх економічного, суспільно-політичного, науково-технічного і культурного розвитку, що становить невід'ємну частину загальнолюдських цінностей, які переосмислюються і оцінюються кожним поколінням. Адже саме кризь відношення до культурних цінностей і того, як вони зберігаються і пропагуються, оцінюється сучасне становище та культурні перспективи тієї чи іншої країни.

Як наголошує О. Бойко, сьогодні “власне культура стала розглядатися фактично як ресурс та інструмент для досягнення зовнішніх по відношенню до неї соціально-економічних цілей, культура стає стратегічним пріоритетом сучасної економіки, а сфера дозвілля, дозвіллева діяльність перетворюється в один з показників розвитку суспільства” [28, с. 14].

Музейні заклади виступають вагомою складовою туристичної інфраструктури і мають значний вплив на формування туристичної привабливості регіонів країни. Послуги, які надаються музеями, є невід'ємною складовою комерційного туристичного продукту й глобальної індустрії туризму.

У міру розвитку туризму як окремої галузі економіки, музеї з культурно-освітніх та науково-дослідних закладів, переростають у соціокультурні території, у межах яких крім основних напрямків музейної діяльності, визначених Законом України «Про музеї та музейну справу», реалізуються й різноманітні атракційні види заходів, що сприяють популяризації як музейного закладу зокрема, так і регіону, на території якого розташований музей [382].

У сучасних умовах відбувається переорієнтація музеїв з культурно-освітніх та науково-дослідних закладів у соціокультурні території, у межах яких, крім традиційних напрямків музейної діяльності, визначених Законом України «Про музеї та музейну справу» (культурноосвітня, науково-дослідна діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, пам'яткоохоронна робота) [102], реалізуються й різноманітні атракційні заходи, мета яких полягає у сприянні популяризації напрямків діяльності музейних закладів, а також регіонів їхнього розташування. Особливої популярності набули музеї та виставки, що дають можливість максимально зануритись у проблематику конкретної теми, історичної події чи періоду життя окремої особи – такі музейні заклади та виставки на даний момент прийнято називати інтерактивними.

Термін “музей” відомий ще з античної доби і в процесі розвитку людства пройшов свій шлях історичної трансформації змісту від терміна, що означає святилище муз, до соціокультурної інституції, інструмента самоусвідомлення культури. Музеї завжди прагнули зберігати автентичні свідчення реальності, хоча інтерпретація їх завжди залежала від рівня знань про конкретний історичний період [382].

У контексті трансформаційних процесів, що відбуваються у національній економіці і культурі, певні зрушення сталися і в роботі музеїв, що все виразніше перетворюються на своєрідні центри соціально-культурної та освітньо-виховної діяльності. Сьогоднішній день вимагає від музеїв формування нового підходу до своєї роботи: інтерактивні експозиції, активна співпраця з різними мас-медіа, громадськими організаціями, різними

фондаціями, сучасна рекламна діяльність, активне впровадження в систему «Інтернет» інформації про діяльність музеїв України, їх збірки, окремі музейні пам'ятки, що мають національне, європейське, світове значення тощо [11]. Особливої популярності набули музеї та виставки, що дають можливість максимально зануритись у проблематику конкретної теми, історичної події чи періоду життя окремої особи. Саме такі музейні заклади та виставки на даний момент прийнято називати інтерактивними.

У Законі України “Про музеї і музейну справу” (1995 р.) музеї – це культурно-освітні та науково-досвідні заклади, призначені не тільки для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, але й для залучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини [102].

Це положення Закону всебічно співвідноситься з нормами Кодексу професійної етики ІКОМ (Міжнародної ради музеїв), який ухвалено на XV Генеральній асамблеї у Буенос-Айресі 4 листопада 1986 р. У статті 3 Статуту Міжнародної ради музеїв "музей" визначається як "постійна, некомерційна установа, покликана служити суспільству й сприяти його розвитку, доступна широкій публіці і котра займається придбанням, зберіганням, дослідженням, популяризацією та експонуванням матеріальних свідчень про людину та її життєве середовище для вивчення, освіти, а також для задоволення духовних потреб" [132].

Музеї можуть засновуватися на будь-яких формах власності, передбачених законами. Засновниками музеїв можуть бути відповідні органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, юридичні та фізичні особи [11].

У загальному розумінні інтерактивність – це принцип організації системи, при якому мета досягається інформаційним обміном елементів цієї системи. Елементами інтерактивності є всі елементи взаємодіючої системи, за допомогою яких відбувається взаємодія з іншою системою / людиною (користувачем) [35]. Тобто інтерактив у музейному закладі передбачає повну

взаємодію екскурсанта, екскурсовода та екскурсійного об'єкта, а також взаємний обмін інформацією між ними [281]. Наприклад, Ізраїльський дитячий музей в Холоні, пропонує виставку «Діалог в темряві», що імітує світ сліпої людини: під час екскурсії всі йдуть слідом за сліпим провідником, стискаючи в руках палички-поводирі і намагаються розпізнавати різні звуки і запахи. Екскурсанти ходять по вулицях, заходять в кафе, магазини та на ринки – все як у житті, тільки без несподіванок, що підстерігають сліпих на кожному кроці. Таким чином екскурсанти мають можливість повністю зануритись в об'єкт екскурсії – світ незрячої людини [382].

Експозиція як основа музейної комунікації дає широкий простір для провадження в сучасних музеях екскурсій, занять та лекцій, що мають інтерактивний характер, реалізують навчальну та пізнавальні цілі музейної діяльності, а головне — слугують засобом спілкування представників різних соціо-культурних груп сучасного суспільства. Безперечно, «експозиція музею є ключовою пропозицією, неповторним елементом, проте велике значення має «оживлення» експонатів, представлених на виставці, організація процесу екскурсії як пізнавального, що стимулює відвідувача заглибитися в тему, дивитися уважніше й пізнати більше [383].

Важливою складовою матеріально-технічного забезпечення інтерактивного музейного закладу, є наявність мультимедійного обладнання, чи окремого конференц-залу. Така складова може використовуватись не лише у ході екскурсії, а бути джерелом надходження додаткових коштів від здачі в оренду приміщення для проведення конференцій, презентацій, семінарів, тощо. Також слід звернути увагу на підготовку кадрів, адже екскурсовод повинен володіти не лише класичними прийомами розповіді та показу, а й задіювати вербальне спілкування, акторську та анімаційну майстерність, для кращого сприйняття теми екскурсії екскурсантами.

У ході аналізу інформації про інтерактивні музейні заклади було виявлено, що наочність та можливість відчутти експонат усіма можливими видами чуття дозволяє екскурсанту краще зрозуміти ту чи іншу тему, якій

приурочена конкретна екскурсія. Щоб досягти максимального ефекту усвідомлення екскурсантами матеріалу екскурсії, провідні інтерактивні музеї світу застосовують передові технології, за допомогою яких екскурсант може самостійно вивчати екскурсійний об'єкт, тобто, комунікувати із ним. Проте значення інтерактивного методу полягає не лише у використанні найновіших досягнень техніки, але й у використанні методів та прийомів, що активізують процес осмислення екскурсантом музейного предмету, а також заохочують і підштовхують екскурсанта зробити власний висновок щодо тематики екскурсії.

Сутність інтерактивного екскурсійного методу полягає в тому, що пізнавальний процес відбувається за умов постійної, активної взаємодії всіх учасників екскурсії. Найчастіше це прості творчі завдання, наштовхуючі запитання, ігри, що спонукають до діалогу між екскурсантом, екскурсоводом та екскурсійним об'єктом. Екскурсовод виступає в ролі організатора процесу пізнання предмету екскурсії, лідера групи. Організація інтерактивної екскурсії передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, спільне розв'язання проблем, що ефективно сприяє розумінню цінностей, що закладені в тематику екскурсії, створенню атмосфери співпраці, взаємодії, дає змогу екскурсоводу стати справжнім лідером екскурсійної групи.

Саме тому музеї активно використовують інтерактивні технології як сучасний метод подання інформації. Адже відносно простий доступ до сучасної техніки робить її обов'язковим елементом повсякденного життя, що широко використовується в музеях різного профілю. З одного боку — це можливість вводити в музейну експозицію додаткову інформацію, з іншого — поле для експериментів, розробки та застосування ігрових методик, щоб не лише навчати, але і розважати, діяти на всі органи відчуттів.

Використання нових технологій не є питанням престижу музею, а його необхідністю. Вони повинні бути вмонтовані і органічно діяти з експонатами, які можна розглянути, а в подальшому, і при необхідності, вивчити. Для повноцінної діяльності нових технічних засобів важливо розробити



електронний путівник, електронний каталог колекції, електронну програму діяльності музею на майбутній період та інше [384].

Найбільш часто музейними закладами використовуються такі інтерактивні технології: QR-код, Доповнена реальність, Мультитатч, 3Д зображення, роботи-гіди, гіди-голограми, світлові інсталяції.

*Технологія QR-код.* QR-код — це матричний код (двовимірний штрих-код), розроблений і представлений японською компанією «Denso-Wave» в 1994 р. Аббревіатура QR походить від англ. quick response, що перекладається як «швидка відповідь». Основна перевага QR-коду — це легке розпізнавання сканувальним обладнанням (в т. ч. й фотокамерою мобільного телефону), що дає можливість використання в торгівлі, на виробництві, в логістиці. Хоча термін «QR code» є зареєстрованим товарним знаком «DENSO Corporation», використання кодів не оподатковується, а самі вони описані та опубліковані в якості стандартів ISO. Найпопулярніші програми перегляду QR-кодів підтримують такі формати даних: URL, веб-сторінки, E-mail, SMS на номер, MeCard, vCard, географічні координати. Також деякі програми можуть розпізнавати файли GIF, JPG, PNG або MID менше 4 КБ і зашифрований текст, але ці формати не отримали популярності [385].

Найбільше визнання він отримав серед користувачів мобільного зв'язку — встановивши програму-розпізнавач, абонент може моментально заносити в свій телефон текстову інформацію, додавати контакти в телефонну книгу, переходити по web-посиланнях, відправляти SMS-повідомлення, тощо. QR-коди активно використовуються і в туризмі.

Наприклад, у Львові об'єднання бізнесменів «Туристичний Рух Львова» розмістило QR-коди більше ніж на 80 туристичних об'єктах. Це дозволяє туристам легко орієнтуватися в місті, навіть не знаючи української мови, тому що QR-коди встановлені кількома мовами. Можливе використання технології QR-код і в музеї (на стікері з інформацією про експонат або ж у музейній залі) [224].

*Доповнена реальність: як пристрої розширюють межі сприйняття.*

Технології доповненої реальності на даний момент, ще не увійшли у масовий вжиток, проте вчені наполегливо працюють над їх вдосконаленням та впровадженням. Зазвичай під пристроями доповненої реальності мають на увазі відомі пристрої типу Google Glass та інші подібні окуляри. Проте ті ж смартфони та планшети також можуть розширювати межі видимого людиною, взаємодіючи на апаратному та програмному рівні з тими чи іншими об'єктами.

Доповнена реальність – це середовище з прямим або непрямим доповненням фізичного світу цифровими даними. Цей процес відбувається в режимі реального часу, а провідником служать цифрові пристрої – планшети, смартфони, «розумні» окуляри або аксесуари зі спеціальним програмним забезпеченням [386].

Технологія працює доволі просто: пристрій через камеру або інший інтерфейс (наприклад, Bluetooth або GPS) розпізнає об'єкти, особливі мітки на них або місце розташування користувача. Маркером може бути як спеціальний радіомаячок з вбудованим чіпом, так і звичайний QR-код. Користувачеві потрібно всього лише потрапити в зону дії такого маячка або зчитати код – і пристрій видасть зашифровану інформацію. Звісно для роботи цієї технології необхідне підключення до інтернету і активізація додатку доповненої реальності [387].

В Україні технології доповненої реальності з'являються у великих містах. Початком її впровадження вважається розміщення системи інформаційних QR-кодів до Євро-2012 у Львові. Також до Чемпіонату Європи «МТС Україна» спільно з ресурсом «Цікавий Київ» та сервісом Historypin запустила проект «Доповнена реальність», який охопив історичні частини Києва, Львова, Донецька і Харкова. За допомогою клієнтського додатка для смартфонів на iOS або Android можна подивитися знімки історичних споруд (у тому числі тих, яких вже немає), для цього слід всього лише навести на них або місце, де вони стояли, камеру смартфона.

*Технологія Multitouch, multi-touch* (мультитач) — технологія, за якою сенсорний екран або тачпад відстежує одночасно декілька точок натиснення. Наприклад, зближуючи пальці рук, можна зменшити картинку на дисплеї, а розсовуючи — збільшити. Мультитач-пади дозволяють працювати з пристроєм більш ніж одному користувачеві одночасно.

Інтерактивний мультитач-стіл – вигідне рішення для розважальних та ділових заходів, сучасних офісів, музеїв, освітніх установ. Інтерактивний стіл дозволяє візуалізувати різні типи даних в цифровій формі. Залежно від використовуваного контенту, пристрій може виступати яскравим рекламоносієм, засобом розваги та навчання, наприклад, фотоальбомом або інтерактивною картою. Залежно від програмного забезпечення, яке буде запущено на столі, ви можете запропонувати своїм гостям або замовникам: ігри, інтерактивну карту, путівник по закладу або ж фотоальбом з можливістю одним кліком відправляти знімки на електронну пошту [39].

*3Д технології в музейних закладах.* Технології тривимірного друку вчені розробляють вже давно. Медикам навіть вдалося винайти спеціальний пристрій, здатний друкувати людські органи. Тим не менш, принтери, здатні видавати замість звичного паперу з надрукованим на ньому текстом тривимірні об'єкти, до останнього часу перебували виключно в дослідницьких лабораторіях і коштували неймовірні суми грошей. Ця ситуація кардинально змінилася два роки тому, коли принцип тривимірного друку був оприлюднений, і ентузіасти стали виготовляти принтери, котрі ще вчора здавалися фантастикою, у себе вдома. Сьогодні середня вартість такої "забавки" становить приблизно тисячу доларів. На тривимірних принтерах вже друкували автомобілі, літаки і навіть вставні щелепи, проте в музейній справі їх до недавнього часу не застосовували. Керівництво Смітсонівського музею у Вашингтоні заявило, що збирається надрукувати тривимірні копії багатьох статуй, історичних артефактів та інших експонатів, які виставлятимуться замість оригіналів .

На даний момент в залах музею представлено всього 2% колекції, яка нараховує 137 мільйонів експонатів. Багато з них надто цінні або тендітні, щоб виставлятися (принаймні, часто). Тому керівництво вирішило замінити їх копіями. Першою "тривимірною ластівкою" нового проекту стала точна копія бронзової статуї Томаса Джефферсона, яка, за словами дирекції вашингтонського музею, є найбільшою тривимірною музейною реплікою у світі. Вона вже встигла "обійти" багато виставок, організованих у різних куточках Америки.

Дирекція Смітсонівського музею каже, що з активним застосуванням 3D-принтерів вони зможуть, нарешті, обмінюватися експонатами з іншими виставковими центрами. Багато експертів впевнені, що незабаром слідом за американцями на тривимірні копії оригінальних експонатів перейдуть і багато європейських музеїв. Правда, фахівці сумніваються, що люди будуть ходити дивитися на копії із таким самим ентузіазмом як на оригінали.

Значно збагатило можливості музею прийняття інноваційних рішень, застосування 3D технологій. Впровадження у музейній галузі інтерактивних проєкцій, 3D зображень, 3D сканувань дають можливість відтворити пам'ятку, місце її знаходження, ознайомити відвідувачів музею з соборами, храмами, іншими історичними будівлями, які були пошкоджені чи зруйновані. Інтерактивна проєкція 3D-зображення людини в натуральну величину також стає популярною в музейному просторі. Наприклад, в історичному музеї Дніпропетровська діє експериментальна програма – електронний гід: голограма дівчини, яка 2,5 хвилини розповідає відвідувачам загальні відомості про експозицію, зали і персоналії.

Співробітники музею вивчають реакцію відвідувачів на нововведення та планують збільшити кількість інтерактивних гідів до десяти – по одному в кожному залі музею. Технологія інтерактивності приваблива не тільки для відвідувачів, але стає основною тенденцією розвитку музеїв [388].

Від часів виникнення музеї були сховищами і популяризаторами культурної спадщини, закладами, дякуючи яким широкий загальний сьгодні має

можливість знайомитися з культурним багатством минулого. На даний момент їхня діяльність визначає єдність науково-просвітницької і дослідної роботи. На відміну від інших закладів культури, музеї мають справу зі справжніми пам'ятками матеріальної і духовної культури, природи. Вони часто унікальні і являють собою першоджерела для дослідження різноманітних питань в галузі історичної науки, природознавства, техніки, літератури і мистецтва.

Основними завданнями музеїв є:

- збереження і науковий показ пам'яток матеріальної та духовної культури;
- розповсюдження і популяризація наукових знань з різних галузей життя.

Відповідно до основних завдань музеї займаються:

- науковим вивченням пам'яток культури, які зберігаються у фондах;
- організацією наукових експедицій з метою збору нових матеріалів;
- вивченням окремих проблем з історії, культури, природи, економіки, техніки;
- публікацією результатів своєї наукової діяльності, а також складанням каталогів музейних експозицій і фондів, путівників та ін.;
- розробкою питань методики експозиційної та культурно-освітньої роботи [389].
- Не кожний предмет може бути пам'яткою, а тільки такий, що був свідком певних історичних подій і зберігає пам'ять про них, або являє собою твір мистецтва, що відповідає конкретному періоду історії, характеризує умови життя і праці людства.

Виділяють такі категорії пам'яток: природничі, історичні (речові та писемні), побутові, меморіальні, художні, науково-технічні (документація досліджень і відкриттів, зразки винаходів, інструменти, машини і механізми або їх деталі) та ін. [390].

Всі пам'ятки матеріальної та духовної культури, що знаходяться в музеї (окремі предмети, колекції або комплекси), складають його основний фонд. До нього належать тільки справжні пам'ятки. Крім того, використовуються допоміжні матеріали (схеми, мапи, малюнки, таблиці).

Облік основного фонду відбувається у дві стадії: інвентаризації і наукового опису. На першій стадії всі предмети записують в інвентарну книгу основного фонду, а на предмет наносять облікові позначення: шифр музею і інвентарний номер. Запис робиться щоразу, як тільки музей отримує новий експонат (в той самий день). Науковий опис предмета потребує більш тривалого і ретельного вивчення.

Створення експозиції — основний вид діяльності музеїв. Завдяки їй музеї виконують свої основні завдання, адже експозиція — обличчя музею. Вона має бути доступною і цікавою для різних категорій відвідувачів, давати уявлення про розвиток суспільства.

Музейна експозиція — це науковий систематичний показ пам'ятників матеріальної і духовної культури, які зберігаються в музеї. Зміст, характер і завдання експозиції визначаються профілем музею [391].

У путівниках дають опис експозиції кожного залу, кожного стенду в залі: буклети містять короткий зміст експозиції музею з окремими ілюстраціями. Експозиції складаються із справжніх предметів, речей, картин, або їх наочних відтворень (муляжів), додаткових матеріалів (мапи, схеми тощо). При створенні експозицій музейні предмети поєднуються в комплекси які утворюють тематичні експозиції, що відповідають профілю музею.

Експозиції перших музеїв, як правило, будували за естетичним принципом, який передбачав групування пам'яток за їхнім зовнішнім виглядом. Такі експозиції залежали від суб'єктивних смаків тих, хто їх створював, і не завжди давали повне уявлення про той час, до якого відносилися. Згодом з'являються експозиції, побудовані за типологічним принципом, який передбачав групування пам'яток за типами та формами, незалежно від часу та місця їх утворення. Сьогодні для побудови музейних експозицій

використовується тематичний принцип, в основу якого покладена певна тема, яка висвітлюється відповідними музейними матеріалами.

В експозиційній роботі музеїв можна виділити такі етапи: підготовча робота, складання тематичної структури, побудова тематико-експозиційного плану, добір матеріалів, складання текстів і етикетаж, оформлення і монтаж експозиції [390].

*Підготовча робота.* На цьому етапі проводиться детальне вивчення доби, яка буде відображена в експозиції. Паралельно йде вивчення матеріалів фондосховища і встановлюється необхідність у додаткових пошуках тих чи інших матеріалів, необхідних для побудови даної експозиції, встановлюються шляхи і місця одержання цих матеріалів. Всі ці види робіт допомагають з'ясувати, що потрібно і що можна показати в задуманій експозиції.

*Складання тематичної структури.* Цей етап передбачає детальну розробку кожного розділу експозиції. Тематична структура експозиції визначає наукову спрямованість майбутньої експозиції, співвідношення її основних тем. Складаючи тематичну структуру, враховують в першу чергу наявність матеріалів у фондах музею, визначають оптимальне їх співвідношення, виділяють основні та допоміжні матеріали.

*Побудова тематико-експозиційного плану.* На цьому етапі проводиться повне і послідовне викладення всіх тем, підтем та основних і допоміжних матеріалів, за допомогою яких ці теми будуть відображені в експозиції. Продумують розміщення експонатів та послідовність їх показу. Тематико-експозиційні плани, як правило, складають по відділах, а потім зводять в єдиний тематико-експозиційний план музею.

*Добір матеріалів.* Добір матеріалів для експозиції здійснюється відповідно до тематико-експозиційного плану. Експозиції всіх музеїв будуються, в першу чергу, на оригінальних матеріалах, які найбільш важливі і мають велике наукове і пізнавальне значення. Основними вимогами до них є достовірність і добра збереженість. Оригінальні пам'ятки у поганому стані, які не можуть дати уявлення про їх первісний вигляд, а також безпаспортний

матеріал в експозиції використані бути не можуть: Під час добору основних матеріалів вибирають типові зразки, унікальні і найбільш виразні. Оскільки в жодному музеї немає можливості побудувати всю експозицію лише на оригінальних матеріалах, для більш повного розкриття тем експозиції, для глибшого пояснення та ілюстрації певних подій використовують допоміжні матеріали (макети, моделі, діорами, мапи, фотографії, схеми, діаграми, таблиці, копії та ін.).

*Складання текстів і етикетаж.* На цьому етапі складають пояснюючі матеріали, які допомагають розкрити перед відвідувачем більш повно зміст експозиції і кожного експонату. Тексти можуть бути: провідні (розташовуються на початку розділів або тем експозиції і мають скеровуючу роль), пояснювальні (використовуються для пояснення певної групи експозиційних матеріалів), у вигляді цитат. Етикетаж — це система текстових матеріалів, яка організовує і об'єднує експонати, показує їх взаємозв'язки, доповнює та пояснює їх. Етикетаж буває: номенклатурний (дає назву розділам експозиції, допомагає розчленувати її на певні частини для кращого огляду і сприйняття), пояснювальний (підписи або анотації під експонатами), орієнтаційний (служує для показу порядку огляду експозиції музею і являє собою назви експозиційних залів).

*Оформлення і монтаж експозиції.* На цьому етапі продумують співвідношення окремих експонатів із загальним оформленням експозиційних залів. Оформлення експозиції повинно сприяти полегшеному сприйняттю і кращому запам'ятовуванню її змісту [389].

Монтаж експозиції полягає у розстановці та розвішуванні експонатів згідно з тематико-експозиційним планом. Монтаж різних видів матеріалів зазвичай має свої особливості, але є і загальні положення монтажу експозицій. Так, розташування експонатів на стінах доцільне лише в межах так званого експозиційного поясу. Це найбільш зручна для огляду частина стіни, яка починається на висоті 80 см від підлоги. Її ширина 170 см. Вище експозиційного поясу розміщують тільки дуже крупні експонати



образотворчого характеру (картини, панно). Центральна лінія експозиційного поясу — це лінія рівня очей, яка проходить на висоті 140-150 см. Тут монтують головні матеріали експозиції. Їх розташовують у вертикальному положенні, а матеріали, які знаходяться вище, розташовують з нахилом до глядача. Для кращого споглядання експонатів їх розміщують в експозиції, залишаючи і навколо вільну площу не меншу тієї, яка ними зайнята.

Існує три плани показу:

1. стенди, вітрини, шафи та ін.;
2. поворотні шафи, турнікети, альбоми та ін.;
3. «прихована експозиція» (висувні щитки, колекції, окремі предмети). Їх роль і місце в композиції конкретної експозиції доповнюється допоміжними матеріалами, текстами, етикетажем.

У процесі проектування художнього оформлення вибирають засоби ілюстративного оздоблення окремих предметів або їх комплексів: форми, матеріал і колір рамок, конфігурація вітрин і стендів тощо.

Проведення монтажних робіт має враховувати основну мету — збереження і захищеність експонатів від можливих пошкоджень. У поєднанні з надійністю враховується візуальна привабливість (атрактивність) їх розташування для адекватного сприйняття відвідувачами.

*Макет* — об'ємне художнє відтворення певних історичних подій або окремих пам'яток у зменшеному вигляді. Макети бувають статичні і дійові (показують розвиток певної події). В залежності від того, що вони відтворюють, макети можуть бути:

- топографічні і ландшафтні — відтворюють певну місцевість, її рельєф;
- виробничі і технічні — показують різні виробничі процеси;
- архітектурні і планувальні — відображають вигляд окремих будинків або цілих житлових кварталів чи населених пунктів.

*Модель* — відтворення великого об'ємного оригінального пам'ятника в певному масштабі. Здебільшого моделі відтворюють різні технічні об'єкти,

найчастіше машини і механізми. Вони точно передають об'єм, фактуру, колір оригіналу і іноді показують його дію.

*Копія* – точне відтворення розміру, кольору, форми та інших характеристик певних оригінальних пам'яток. Іноді копії окремих пам'яток ще мають назву муляжів. Копії використовуються як допоміжні матеріали. У етикетці обов'язково зазначається, що даний експонат є копією.

*Муляж* — зліпок з гіпсу, воску, пап'є-маше, який точно відтворює розмір і забарвлення оригіналу.

*Подіум* — невисока підставка вздовж стіни або в центрі залу, яка використовується для демонстрації речового матеріалу великого розміру і ваги (меблі, зразки продукції, великі скульптури тощо).

Після закінчення монтажу нову експозицію обговорюють, затверджують, визначають день її відкриття. Але на цьому експозиційна робота музею не закінчується — продовжується розробка нових тем і робота над подальшим удосконаленням експозиції музею.

Музейні працівники повинні бути тонкими психологами, педагогами, володіти увагою відвідувача, допомогти зрозуміти і засвоїти побачене. Їх робота вимагає постійної уваги до відвідувачів, вивчення їх інтересів, відповідної актуалізації експозицій музею відповідно до наукових відкриттів, нових фактів і знахідок, а також змін у суспільному розвитку загалом [389].

Створення повноцінної експозиції неможливе без науково-дослідної роботи музеїв. Основною метою науково-дослідної роботи музеїв є вивчення і популяризація тих пам'яток історії, матеріальної і духовної культури, які містяться у їхніх фондах. Головною складовою такої роботи є науковий опис предметів колекцій, збірок. Результатом такої роботи стають монографії, каталоги. Крім того, здійснюється наукова розробка основ експозиції. Для полегшення подальшої роботи екскурсоводів, самостійних відвідувачів співробітники музеїв складають путівники, буклети, покажчики.

Отже, на базі науково-дослідної роботи ґрунтуються збиральницька, експозиційна та культурно-просвітницька робота музею. Можна виділити такі основні напрямки науково-дослідної роботи музеїв [390]:

- вивчення музейних колекцій та окремих експонатів (вивчення і науковий опис пам'яток, складання наукових каталогів, путівників музею та ін.);
- наукова розробка певних проблем і тем, які відповідають профілю музею (теми, які мають своїм завданням збирання колекцій, необхідних музею; теми, по яких музей вже має цінні колекції);
- розробка питань методики і техніки музейної справи та ін.

*Робота музею по збиранню і обліку музейних колекцій.* Музеї не тільки зберігають, вивчають та експонують свої колекції, але й постійно поповнюють свої фонди різноманітними новими матеріалами, що мають музейну цінність, відбивають багатогранні сторони минулого і сучасного життя. Ця робота підпорядковується завданням створення якнайбагатшої оригінальними речовими пам'ятками і документами експозиції.

Музейні фонди комплектуються двома основними групами матеріалів— оригінальними (основними) і допоміжними. Основу будь-якої експозиції повинні створювати оригінальні матеріали — пам'ятки матеріальної і духовної культури різних епох, свідки історичних подій і явищ. Як зазначалося вище, основна вимога до оригінальних матеріалів — гарна збереженість і достовірність, оскільки саме вони є першоджерелами для наукового вивчення [389].

Поповнення основних фондів музеїв здійснюється за рахунок проведення наукових експедицій, відрядження співробітників для збирання експонатів, купівлі, обміну і отримання збірок у подарунок. При організації експедицій особлива увага приділяється визначенню їх складу, теоретичної підготовки учасників у певній сфері знань. Робота експедиційної групи ґрунтується на трьох ключових елементах: польових записах, зошиті розповідей та щоденнику.

Вважається, що комплектування фондів доцільно проводити за перспективними (3 та 5-ти річними) планами.

Комплектування музейних колекцій вимагає пильного наукового добору — відбирають тільки найцінніше і найнеобхідніше для музею. Матеріали повинні мати наукове, історичне і художнє значення. Робота по збиранню музейних колекцій зумовлюється тематичним планом експозиції та напрямками наукової роботи.

Музеї можуть закупувати або приймати в дар від державних, громадських організацій та приватних осіб матеріали, що мають музейне значення, або обмінювати матеріали-дублікати. Найбільш надійним методом збирання нових матеріалів є регулярно організовані наукові дослідження в тих місцях, де можуть бути виявлені експонати для музейних колекцій.

Пристаючи до збирання нових матеріалів, необхідно добре знати наявний склад фондів. Для цього наявні колекції впорядковують, вивчають і встановлюють ті матеріали, які ще необхідно зібрати.

*Облік музейних фондів* являє собою визначення і точну фіксацію музейних експонатів. Він створює необхідні умови для забезпечення повної збереженості колекцій, полегшує їх використання і наукове вивчення.

Облік музейних колекцій складається з таких операцій:

1. актування і первинна реєстрація — складання супровідних документів із зазначенням всіх відомостей про походження музейних предметів, їх колишню приналежність, час виготовлення, зв'язок з певними подіями чи особами;

2. інвентаризація — це наукова реєстрація колекцій, одна з основних форм державного обліку та документальної і юридичної охорони музейних експонатів; вона має на меті закріплення наукової класифікації музейних експонатів та їх подальше вивчення (інвентаризації підлягають всі експонати, що надійшли у постійне користування музею, вони класифікуються за окремими групами залежно від профілю музею та можливостей для зберігання);

3. складання допоміжних форм обліку (картотеки, описи, додаткові покажчики та ін.) — вони є довідковим матеріалом, не є документами, а полегшують пошук необхідної речі і містять необхідні довідкові дані для наукової роботи з колекціями.

Всі зібрані музейні матеріали вимагають точного обліку. Науково невизначені і неописані музейні колекції не можна використовувати в експозиційній та культурно-просвітницькій роботі музею.

Культурно-просвітницька діяльність музеїв передбачає широку популяризацію скарбів, які в них зберігаються. Музей — важливий осередок культури, який крім експозиційних залів має запасники, виставкові зали, реставраційні майстерні, бібліотеки з читальним залом, фототеки і фотолабораторії, інші спеціальні служби. Основу культурно-просвітницької діяльності музеїв складає обслуговування індивідуальних відвідувачів та проведення екскурсій.

Специфіка фондової роботи в інтерактивному музейному закладі полягає в тому, що експонати, повинні бути стійкими до зношуваності та бути розрахованими на те, щоб до них можна було б доторкнутись, чи приміряти на себе. Звісно, зрозуміло, що віддавати на «розтерзання» відвідувачам цінні артефакти не слід, тому зазвичай у інтерактивних музейних закладах, відвідувачам пропонують спробувати в дії точну копію експонату, для кращого ознайомлення із принципом його дії, або ж експозиція музею спеціально наповнюється такими точними копіями та моделями, що передбачає можливість для відвідувача встановити «повний контакт» з експонатом. Як приклад можна розглянути експозиції Київського музею популярної науки і техніки «Експериментаніум» та Музею цікавих наук в Одесі. В обох закладах експонати являють собою зразки машин і механізмів, які наочно демонструють можливості науки і техніки в різних сферах життя людини.

Звісно така серйозна наближеність експонатів до відвідувачів, передбачає постійну протребу їх ремонту та оновлення. Особливо в період між сезонними туристськими потоками робота музейних працівників буде направлена на

перевірку обладнання, його ремонт, або ж заміну. Тому інтерактивне використання експонатів передбачає постійні витрати коштів на його експонування, а також наявність інтерактивних експонатів передбачає амортизаційні відрахування, що звісно може вплинути на ціну музейного квитка.

Невід'ємною частиною діяльності інтерактивних музеїв є участь у місцевих фестивалях, тематичних виставках та конкурсах, така діяльність музею часто є більш затратною, аніж прибутковою, проте сприяє популяризації музею; та виготовлення власної сувенірної продукції, що дає можливість залучити додаткові кошти у бюджет закладу, сприяє розповсюдженню інформації про музей серед туристів і позитивно впливає на престиж закладу [281].

Поряд із розвитком індустрії туризму, музеї, як невід'ємний її культурний ресурс також активно розвиваються, і не лише у матеріально-технічному плані, а й у навчально-просвітницькій сфері. Все частіше вітчизняні музейні працівники звертають увагу на проблеми музейної педагогіки та музейної комунікації.

В міру розвитку мультимедійних технологій, багато маловідомих фактів історії людства чи конкретного народу, котрі раніше висвітлювались лише в ексклюзивних музейних колекціях, стали загальновідомими завдяки висвітленню у мережі інтернет та через ЗМІ. З одного боку, ця обставина сприяє популяризації музейних закладів присвячених конкретній тематиці, що висвітлюється у медіа засобах. А з іншої сторони може мати неочікуваний негативний ефект: оскільки потенційні відвідувачі, отримавши детальну, та ще й чудово проілюстровану інформацію про музейний предмет, можуть відкласти похід до музею «на потім» [282].

У вітчизняній науковій літературі, все частіше висвітлюються: питання інтерактивних методів музейної комунікації, проблем функціонування музейних закладів у сучасному суспільстві, а також методів музейної педагогіки, як інтерактивного методу навчання школярів та студентів. Проте в

українській науковій літературі питанням інтерактивних музейних закладів та особливостей методологічних аспектів їхньої роботи приділено ще недостатньо уваги.

Загалом, інтерактивним зазвичай називають високотехнічно та високотехнологічно обладнаний музей, робота якого в першу чергу націлена на діалог з відвідувачем. Мається на увазі, що в розпорядженні такого музею є відео-шоу, панорамна проекція, віртуальна реальність і багато іншого [392].

Важливу роль в діяльності інтерактивного музейного закладу відіграють такі планові заходи, як проведення майстер-класів, музейних уроків, конкурсів, квестів, а також у часті музею у місцевих масових заходах. Такі види роботи не завжди є прибутковими, проте добре рекламують музей, а також піднімають рейтинг музею в очах відвідувачів. Адже, що більше різнопланових заходів можна проводити в музеї, тим більшу кількість різноманітних категорій відвідувачів може привабити музей.

Проте часом без професійного супроводу музейного гіда навіть найновіші технології не дають ефекту повної взаємодії з предметом екскурсії. Тому власне основним завданням працівника інтерактивного музейного закладу є: кваліфіковано та коректно допомогти відвідувачу проникнутись тематикою екскурсії чи особливостями конкретного експонату [382].

Основною проблемою інтерактивних музейних закладів є порівняно невелика кількість музейних фондів, що знецінює музейний предмет у порівнянні з іншими музейними закладами, що експонують унікальні пам'ятки культури та історії. Тому власне найціннішим надбанням інтерактивного музею є унікальні, оригінальні та особливі методи подання тематики музейної екскурсії, а також можливість не лише адаптувати музейний предмет під конкретну категорію відвідувача, а й змінювати її взагалі. Саме такі завдання і ставляться перед інтерактивними музейними закладами, діяльність яких орієнтується на запити та інтереси сучасних споживачів музейних послуг [382].

Однак інтерактивні музейні заклади та виставки в Україні перебувають ще на стадії становлення. У сучасних умовах їх впровадження слід вважати

пріоритетним, оскільки як свідчить іноземний досвід діяльності інтерактивних музеїв та виставок – їхня діяльність приносить додаткові прибутки не лише конкретним туристичним об'єктам, а й регіонам в цілому.

Варто зауважити, що поява інтерактивних музейних закладів у світі, не була одномоментною. Музеї, як культурні заклади, що зберігають артефакти розвитку та діяльності людини, постійно розвиваються. Можна навіть говорити про еволюцію музейної діяльності: від збиральництва артефактів, через представлення їх публіці, до створення унікальних колекцій та туристично-розважальних продуктів, що стають невід'ємною часткою туристичного ринку та культурно-соціальної сфери життя людини.

Інтерактивізація музеїв є просто «життєво» необхідним кроком для існуючих музейних закладів. Навіть якщо музей експонує цінні витвори мистецтва, для яких становить небезпеку максимальне наближення відвідувача, то в такому випадку робота працівників музею повинна бути спрямована на освоєння інтерактивних методів подання інформації про експонат. Тому не можна говорити про створення інтерактивних музеїв лише як самостійних і повністю нових культурних закладів, слід звернути увагу на розвиток музейної методики та педагогіки, а також освоєння музейними працівниками нових технологій для «виживання» на сучасному ринку туристичних послуг [382].

Не менш важливим є питання залучення громадян до надбань національної культурної спадщини. Останнім часом спостерігається тенденція зближення музею та відвідувача, про що свідчать такі культурні заходи та програми, як наприклад «На вихідні з сім'єю у музей», «Ніч в музеї» та ін.

Передумовами формування сучасної мережі музейних закладів в Україні як і на Львівщині зокрема, можна вважати демократичні зміни в українському суспільстві у кінці 90-х років ХХ ст., які посприяли активному створенню нових, актуальних для громадськості, експозицій, виставок і музеїв на матеріалах, які висвітлювали маловідомі сторінки в історії українського народу. У 1992 р. майже всі культові споруди на Львівщині, в яких містилися громадські музеї, були повернуті релігійним громадам [95, 281].



У 1990-2007 рр. на території області було створено 60 нових громадських музеїв і музейних кімнат різних профілів, в експозиціях яких відтворено найзначніші події відновлення державності українського народу в 1917-1991 роках. Серед цих закладів – музей Митрополита Андрея Шептицького (м. Львів), музей історії медицини Галичини ім. Мар'яна Панчишина (м. Львів), музейна кімната пам'яті В'ячеслава Чорновола (м. Дрогобич), музей-садиба Степана Бандери (с. Воля Задеревацька Стрийського р-ну) та інші [95].

У сучасний період Львівщина займає одне з провідних місць в Україні за кількістю музеїв, в тому числі й музеїв і музейних кімнат на громадських засадах. За офіційними даними, у 2018 р. на території Львівської області налічується 27 державних музеїв, які впродовж зазначеного періоду відвідало 1928,1 тис. осіб [75]. Динаміка кількості музеїв області впродовж 1995-2017 рр. відображена на рис. 3.24.

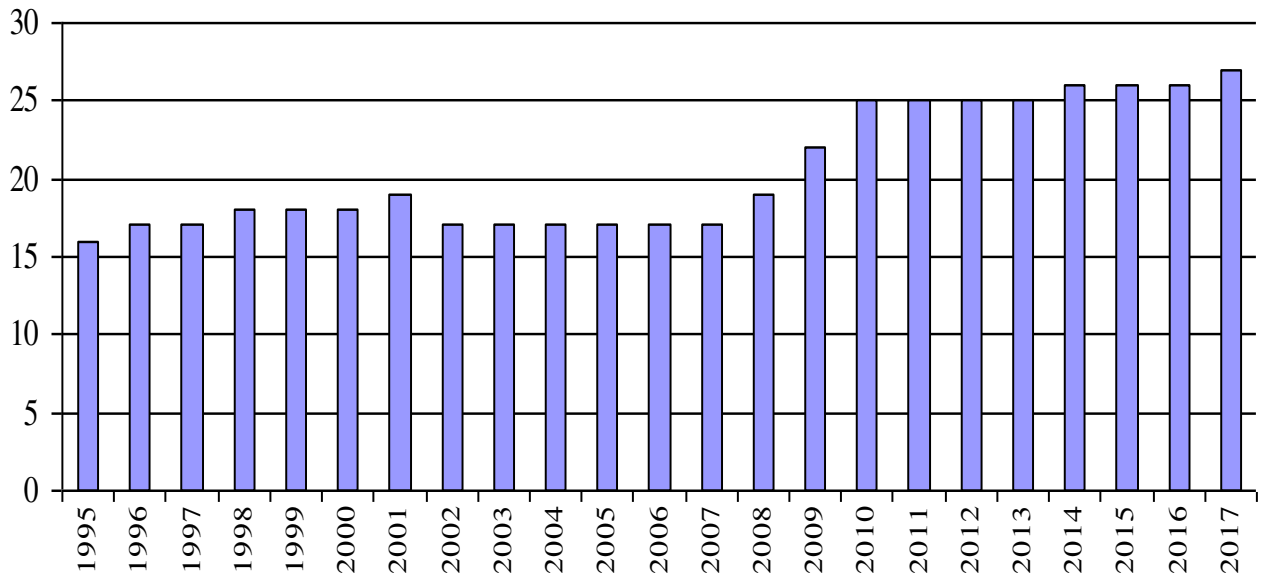


Рис. 3.24. Кількість музеїв у Львівській області у 1995-2017 рр. Складено за [58].

У 2017 р. показник кількості музейних відвідувань, в порівнянні з 2016 р. збільшився на 30,9 тис. ос., та становить 1928,1 тис. осіб. Коливання кількості відвідувань музеїв області впродовж 1995-2017 рр. показано на рис. 3. 25.

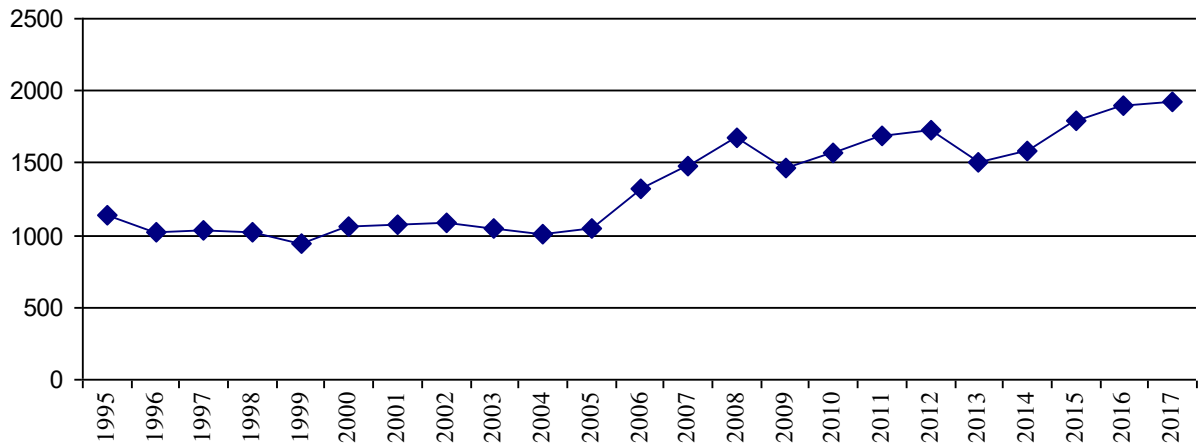


Рис. 3.25. Кількість відвідувань музеїв Львівській області за рік у 1995-2017 рр., тис. осіб [58].

За профільним складом музейної мережі у межах області діє 10 – історичних, 3 – літературні, 2 – мистецькі, 1 – художній, 1 – природничий 4 комплексні і 5 музеїв іншого профілю (рис. 3.26).

Вагомий вплив на функціонування музейної мережі здійснюють громадські музеї – на території Львівської області функціонує 153 громадські музеї, серед яких 35 громадських музеїв національно-патріотичного спрямування. З усієї кількості громадських музеїв у містах та селищах функціонує 95, у селах – 58. У закладах освіти розміщено 84 музеї та музейні кімнати, 53 – у школах, 6 – у гімназіях, 4 – у коледжах, 3 – у ліцеях, 6 – у ВПУ, 12 – у ВНЗ [200].

На основі опрацювання значного масиву даних щодо особливостей функціонування музейних закладів у регіоні, нами було створено картосхему територіальної організації музейної мережі Львівській області, яка представлена на рис. 3.26.

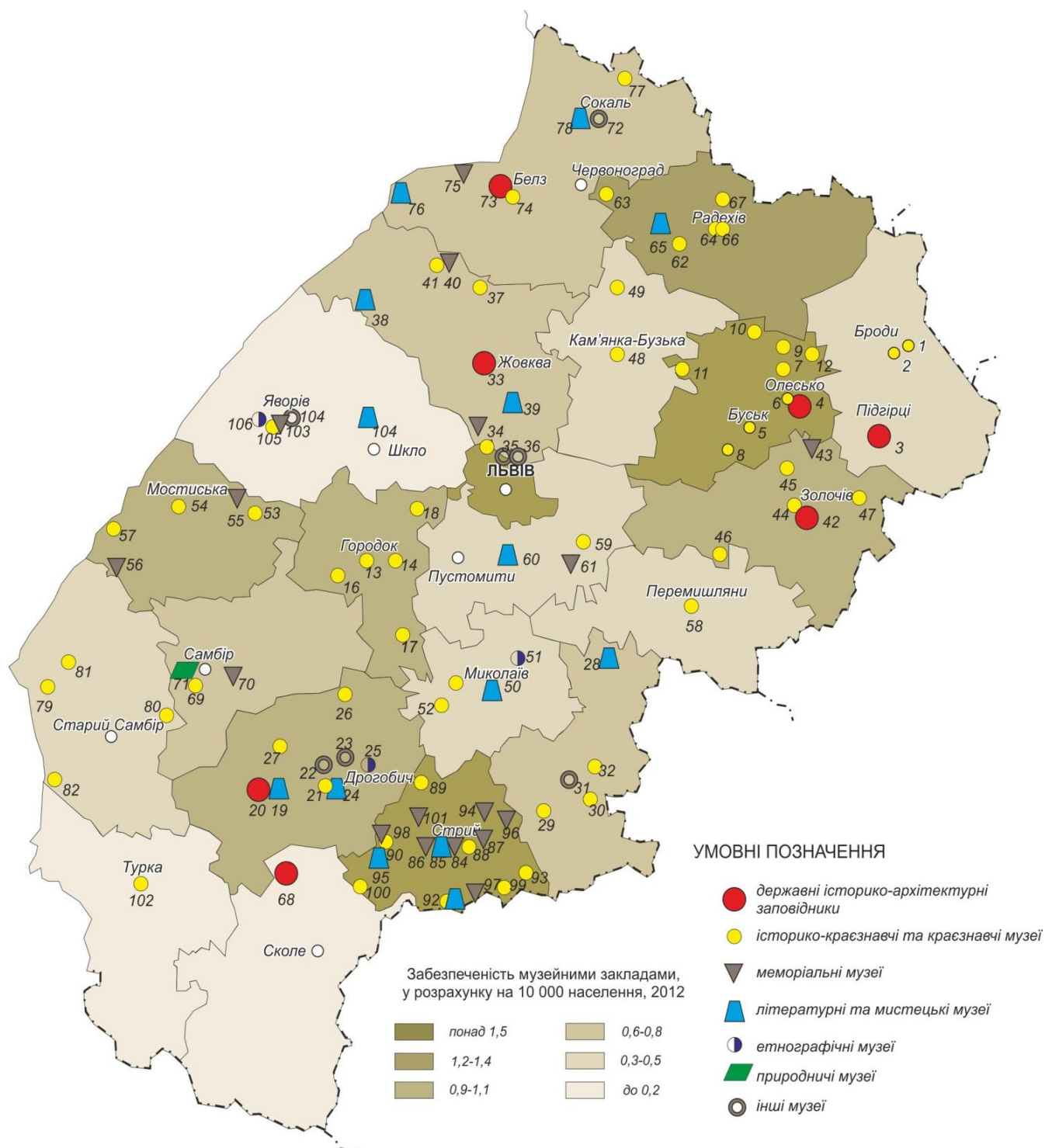


Рис. 3.26. Територіальна організація музейної мережі Львівської області

[303].

#### 4. Цифрами на карті позначено:

1. Бродівський історико-краєзнавчий музей
2. Бродівський замок
3. Музей-заповідник “Підгорецький замок”
4. Державний музей-заповідник “Олеський замок
5. Музей історії м. Буська
6. Історико-краєзнавчий музей смт.Олесько
7. Історико-краєзнавчий музей с. Кути
8. Історико-краєзнавчий музей смт. Красне
9. Історико-краєзнавчий музей с. Тур’я
10. Музей історії села та школи с. Соколя
11. Історико-краєзнавчий музей , с. Соколівка
12. Історико-краєзнавчий музей скла Соколівки
13. Городоцький історико-краєзнавчий музей
14. Музей народознавства с. Керниця
15. Краєзнавчий музей “Світлиця” с. Нове Село
16. Приватний історико-краєзнавчий музей села Градівки
17. Музей підпільного штабу УПА генерала Романа Шухевича
18. Музей історії села Мшани
19. Літературно-меморіальний музей-садиба Івана Франка
20. Державний історико-культурний заповідник “Нагуєвичі”
21. Краєзнавчий музей “Дрогобиччина”
22. Церква Св. Юра, м. Дрогобич
23. Церква Воздвиження Чесного Хреста, м. Дрогобич
24. Художній відділ (Картинна галерея) , м. Дрогобич
25. Відділ історії, природи, етнографії, м. Дрогобич
26. Музей визвольних змагань, , с. Дорожків
27. Народний музей історії учительства й освіти Дрогобиччини, с. Лішня
28. Музей оборонної архітектури XIV-XV ст. “П’ятничанська вежа”

29. Музей Івана Виговського – гетьмана України, с. Руда
30. Історико-краєзнавчий музей села Бортників
31. Музей історії Жидачівського целюлозно-паперового комбінату
32. Історико-краєзнавчий музей, м. Ходорів
33. Державний історико- архітектурний заповідник у м. Жовква
34. Історико-меморіальний музей полковника Євгена Коновальця, с. Зашків
35. Музей історії Львівського національного аграрного університету, м. Дубляни
36. Музей Степана Бандери Львівського національного аграрного університету, м. Дубляни
37. Музей історії села с. Любеля
38. Літературний музей Леся Мартовича, с. Монастирок
39. Музейна кімната Агати Турчинської, смт. Куликів
40. Музей-меморіал Першої світової війни, с. Гійче
41. Історико-краєзнавчий музей, с. Гійче
42. Музей-заповідник “Золочівський замок”
43. Меморіальна садиба Маркіяна Шашкевича, с. Підлісся
44. Зразковий музей “Шашкевич і Золочівщина”, м. Золочів
45. Музей історії рідного краю, с. Білий Камінь
46. Історико-краєзнавчий музей, с. Словіта
47. Музей “Колтівський коридор”, с. Колтів
48. Народний історико-краєзнавчий музей Кам’яниччини, м. Кам’янка-Бузька
49. Народний історико-краєзнавчий музей Добротвора та навколишніх сіл, смт. Добротвір
50. Народний літературно-мистецький музей Уляни Кравченко і Миколи Устияновича
51. Етнографічний музей с.Стільсько
52. Музейна кімната народознавства с. Рудники

53. Народний музей історії Судової Вишні, м. Судова Вишня
54. Народний музей “Мостищина”, м. Мостиська
55. Музей Богдана-Ігоря Антонича, с. Борятинно
56. Музейна кімната Модеста Менцинського, с. Хідновичі,
57. Історико-краєзнавчий музей школи, с. Волиця
58. Перемишлянський історико- краєзнавчий музей
59. Музей історії давньоруського міста Звенигорода
60. Художньо-меморіальний музей-садиба Миколи і Корнила Устияновичів, с. Вовків
61. Музейна кімната Івана Керницького, с. Відники
62. Народний історико-краєзнавчий музей, с. Вузлове
63. Народний зразковий музей народознавства, с. Бишів
64. Історико-краєзнавчий музей Радехівщини, м. Радехів
65. Музей Олександра Мишуги, с. Новий Витків
66. Музейна кімната “Рідна школа”, м. Радехів
67. Музей рідного села, с. Синьків
68. Державний історико-культурний заповідник “Тустань”
69. Музей національно-визвольних змагань, с. Чуква
70. Музей Петра Сагайдачного, с. Кульчиці
71. Природничий музей, с. Бісковичі
72. Сокальський музей “Людина. Земля. Всесвіт”,
73. Державний історико-культурний заповідник в м. Белзі
74. Музей “Белз і Белзька земля”
75. Музейна кімната отця Осипа Лещука, с. Стаївка
76. Музейна кімната композитора Віктора Матюка, с Карів
77. Музейна кімната “Джерельце пам’яті” с.Стенятин
78. Музейна кімната Віктора Матюка, м. Сокаль
79. Історико-краєзнавчий музей “Оберіг”, с. Старява
80. Історико-краєзнавчий музей, с. Кобло
81. Краєзнавчий музей села Нижньої Вовчі

82. Краєзнавчий музей с. Мшанця
83. Стрийський краєзнавчий музей “Верховина”
84. Меморіальний музей Ольги Бачинської, м. Стрий
85. Музей художника Петра Обалія, м. Стрий
86. Меморіальний комплекс “Борцям за волю України”, м. Стрий
87. Музей родини Бандерів, м. Стрий
88. Виставковий зал краєзнавчого музею “Верховина”, м. Стрий
89. Народний музей визвольної боротьби ОУН і УПА, с. Кавсько
90. Музей історії села Завадова
91. Музейна кімната композитора Романа Савицького, с. Баня  
Лисовицька
92. Музейна кімната історії села Бані Лисовицької
93. Музейна кімната народознавства, с. Подорожне
94. Музей академіка Філарета Колесси, с. Ходовичі,
95. Музей Народного хору “Дударик”, с. Конюхів
96. Музейна кімната Зеновія Гойсака, смт. Дашава
97. Музей-садиба Степана Бандери, с. Воля Задеревецька
98. Меморіальний музей Олекси Гасина, с. Конюхів
99. Музейна кімната “Історія села”, с. Великі Дідушичі
100. Історико-краєзнавчий музей “Рідне село”, с. Верхня Стинава
101. Музейна кімната Маркіяна Шашкевича, с. Дуліби
102. Народний музей “Бойківщина”, м. Турка
103. Музей-садиба Осипа Маковея, м. Яворів
104. Музей художньої обробки дерева, смт. Івано-Франкове
105. Музейна кімната “Яворова хата”, м. Яворів
106. Музейна кімната історії гімназії “Рідна школа”, м. Яворів
107. Історико-етнографічний музей “Яворівщина”, м. Яворів

Зазначимо, що у межах області є низка музеїв, які своїми унікальними колекціями відомі далеко за межами України. Серед них: Народний музей-аптека "Під чорним орлом", Народний музей метрології та виміральної

техніки, Музей історії пожежної справи, Музей історії медицини Галичини ім. Мар'яна Панчишина, Зоологічний, Мінералогічний, Археологічний та Палеонтологічний музеї ЛНУ ім. І. Франка, Музей-садиба Степана Бандери у Волі Задеревацькій, Народний музей "Бойківщина" та інші.

Характерним для музейного сьогодення області є відродження приватних музеїв, що проходять складний шлях інтеграції до музейної мережі України. Окрему групу складають приватні музеї, присвячені тій, або іншій тематиці чи проблемі. Серед них слід назвати перший в Україні музей-пивоварню

"Львівська броварня", який відкрито 14 жовтня 2005 р. Значну групу складають відомчі музеї, що сьогодні можуть бути як державними, так і недержавними (Музей метрології та вимірювальної техніки, Музей історії Львівської залізниці, Музей хвороб людини та ін.).

Водночас, впродовж останніх років музеї стикнулися з доволі серйозними труднощами, адже соціальні зміни відбувалися на тлі величезного падіння відвідуваності музейних закладів, гострого ресурсного дефіциту та зміни культурних та ідеологічних орієнтирів.

Діяльність музейних закладів Львівщини ускладнена багатьма проблемами, серед яких основними є: відсутність приміщення під музейні фонди, недостатня матеріально-технічна база, труднощі з проведенням реставраційно-ремонтних робіт, відсутність діяльної системи підвищення кваліфікації активу громадських музеїв. Головною ж проблемою діяльності музеїв Львівщини є відсутність належного фінансування та правова незахищеність. У зв'язку із вищепереліченими причинами, значна частина музейних фондів області залишається неекспонованою, а отже, недоступною для відвідувачів. Окремими проблемами у функціонуванні музейної мережі області є питання реставрації музейних фондів та забезпечення музейними кадрами.

Таким чином, з урахуванням усього викладеного вище, основними пріоритетними напрямками розвитку музейної справи у Львівській області, як і в державі загалом, можна виділити: законодавче врегулювання нормативно-



правової бази, пов'язаної з діяльністю музеїв, музеїв-заповідників; правове врегулювання питань діяльності музеїв та інших установ, які зберігають пам'ятки недержавної частини Музейного фонду України; зміцнення матеріально-технічної бази музеїв; вирішення питань фінансування галузі; удосконалення науково-аналітичного та інформаційно-методичного забезпечення музейної справи; вдосконалення законодавства про освіту музейних працівників та екскурсоводів; проведення семінарів та конференцій з питань інтерактивної музейної методики та педагогіки; комп'ютеризація основної музейної діяльності; створення інтерактивних музейних сайтів та сторінок у соціальних мережах; співпраця з засобами масової інформації; видання музейними закладами власних періодичних видань, а також друкованої рекламної продукції; заохочення розробки та впровадження в продаж музеями власної, оригінальної та тематичної сувенірної продукції; налагодження зв'язків з непрофільними організаціями; проведення комплексного обстеження фондів приміщень музеїв і стану збереження пам'яток; збільшення фінансування реставраційно-консерваційних робіт, наблизивши його до потреб галузі.

### **Висновки до третього розділу**

1. Проаналізовано особливості ресурсної та матеріально-технічної бази туризму з позицій розробки і реалізації соціальної доктрини туризму, розвиток та функціонування яких формує передумови та є впливовим чинником реалізації соціальної доктрини туризму в Україні.

2. Для оцінки необхідності та спрямованості модернізаційних змін у туристичній сфері регіонів в контексті подолання наслідків кризового періоду важливим є ґрунтовний аналіз динамічних, структурних та просторових характеристик, які формують потенціал соціалізації туризму в Україні. Водночас оцінка наслідків минулих криз дає змогу спрогнозувати тенденції

розвитку туристичної сфери окремих регіонів і держави загалом у найближчому майбутньому.

3. Проаналізовано динаміку зміни показників функціонування туристичної сфери регіонів України на сучасному етапі. За результатами оцінки показників функціонування суб'єктів туристичної діяльності, кількості обслужених ними туристів та обсягів доходів від туристичної діяльності у регіонах України, виокремлено окремі важливі тенденції.

4. Виявлено суттєве зниження у 2011-2018 рр. кількості суб'єктів туристичної діяльності в усіх регіонах держави, крім Херсонської області, що свідчить про системний характер кризи у туристичній сфері. Водночас порівняння відносних показників демонструє те, що станом на 2018 рік кризовий спад у розвитку туристичного бізнесу загалом подолано, причому найбільш сприятливою є ситуація у 7 регіонах, серед яких Київська, Львівська, Одеська області та м. Київ, де кількість суб'єктів туристичної діяльності уже перевищила значення докризового періоду, що свідчить про найвищий рівень стійкості туристична сфера саме цих регіонів в організаційному відношенні напередодні пандемічної кризи

5. Встановлено наявність депресивних із погляду розвитку туристичного бізнесу регіонів, таких як Закарпатська область, в якій починаючи із 2011 року спостерігається загальне зниження кількості суб'єктів туристичної діяльності. У поєднанні з високим туристичним потенціалом та достатнім розвитком інфраструктури така тенденція зумовлює необхідність розроблення та реалізації цільових, зокрема соціальних, програм з метою модернізації організаційної компоненти туристичної діяльності.

6. Проаналізовано динаміку доходів від туристичної діяльності впродовж досліджуваного періоду. Встановлено, що зменшення кількості туроператорів та турагентів в регіонах України не є пропорційним до зниження прибутків туристичного бізнесу. Навіть з урахуванням інфляції та девальвації національної валюти рівень доходів від туристичної діяльності у більшості регіонів України за 2018 рік був співставним із відповідним показником 2011

року. Найвищими темпами зростання доходності туристичного бізнесу характеризувалися місто Київ, а також Чернігівська, Вінницька, Львівська, Сумська області. Важливою тенденцією у трансформації структури доходів від туристичної діяльності у 2015-2018 рр. стало збільшення частки прибутків від організації внутрішнього туризму.

7. Розрахунок частки доходів від надання туристичних послуг в валовому регіональному продукті станом на 2018 рік підтвердив загалом мізерне значення туристичної сфери у формуванні доходів регіональної економіки в Україні. Окрім столиці, порівняно високою часткою доходів від надання туристичних послуг у ВРП характеризуються Львівська та Івано-Франківська області, розвиток туристичної сфери в яких є пріоритетним.

8. Виявлено, що кількість туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності в регіонах України у 2014 році закономірно зазнала кризового спаду, однак уже із 2016 року, а для Львівської області – із 2015 року, перейшла до постійного зростання. Незважаючи на загальне зниження платоспроможного попиту на туристичні послуги в останні роки, наявні показники демонструють все ще високий рівень стійкості туристичної сфери регіонів України.

9. За результатами аналізу територіальних відмінностей діяльності колективних закладів розміщення, що становлять основу інфраструктурної компоненти туристичної сфери регіону, виявлено суттєві просторові диспропорції. Найвищий рівень розвитку цієї мережі характерний для Південного та Карпатського макрорегіонів, а також для столиці й найбільш урбанізованих областей з високим рівнем ділової активності.

10. Встановлено наявність депресивних із погляду розвитку туристичного бізнесу регіонів, таких як Закарпатська область, в якій починаючи із 2011 року спостерігається загальне зниження кількості суб'єктів туристичної діяльності. У поєднанні з високим туристичним потенціалом та достатнім розвитком інфраструктури така тенденція зумовлює необхідність розроблення та реалізації цільових, зокрема соціальних, програм з метою модернізації організаційної компоненти туристичної діяльності.

11 Усі заклади розміщення в регіонах України станом на 2018 рік ділилися на 2 великі групи – готелі та аналогічні заклади розміщення (2777 од.), а також спеціалізовані заклади розміщення (1942 од.). У структурі закладів розміщення першої групи провідну роль відіграють готелі, а у другій групі найчисельнішими є бази відпочинку. Варто зауважити, що значна кількість баз відпочинку є відомчими або на балансі конкретних підприємств, а отже їх доступність для широкого кола споживачів є обмеженою.

12. Проаналізовано динаміку кількості колективних засобів розміщення (фізичних та юридичних осіб) на загальнодержавному рівні, визначено, що їх число зменшується починаючи із 2014 року. Однак в окремих регіонах, зокрема у Львівській області, незважаючи на невеликий спад у 2015 році, вже у 2016 р. кількість колективних засобів розміщування не лише перевищила докризовий рівень, а й досягла рекордної позначки за весь час існування незалежної країни. Подібна ситуація характерна і для м. Києва, Запорізької та деяких інших областей.

13. Виявлено, що незважаючи на скорочення числа колективних закладів розміщення, кількість розміщених осіб у них після суттєвого спаду у 2013-2014 рр. постійно зростає, що є досить позитивною тенденцією. В окремих регіонах (м. Київ, Львівська, Закарпатська, Запорізька та інші обл.) таке зростання станом на 2018 рік уже перевищило показники 2013 року. У Львівській області темпи зростання цього показника є значно вищими, ніж у докризовий період загалом

14. На основі аналізу тенденцій та просторових особливостей функціонування суб'єктів туристичної діяльності та закладів розміщення у регіонах України, зроблено висновок про те, що кризовий період 2013-2014 рр., безумовно, стосувався усього туристичного комплексу держави, однак як показали останні тенденції, туристична сфера деяких регіонів в кризових умовах виявила значний ресурс стійкості і тим самим продемонструвала достатню готовність до соціалізації.

15. Проаналізовано специфіку та показники розвитку ресторанного господарства України з впродовж останнього часу з позицій реалізації соціальної доктрини туризму. Наголошено, що у сучасних умовах в Україні суттєвою перешкодою для наукових досліджень проблем розвитку сучасної мережі ресторанного господарства є недосконалість системи статистичного обліку, що унеможлиблює здійснення аналізу динамічних та структурних показників розвитку ресторанного господарства у регіональному розрізі, починаючи із 2014 року.

16. Екскурсійне забезпечення є невід'ємною складовою сучасного туристичного продукту і вимоги сучасного споживача зумовлюють пошуки нових підходів до організації екскурсійної діяльності та активного застосування інноваційних технологій з метою вдосконалення якості та асортименту екскурсійних послуг. Нові форми і методи проведення екскурсій, які активно використовуються у сучасному туристичному обслуговуванні (індивідуальні, інтерактивні, костюмовані, квест-екскурсії, віртуальні екскурсії та 3D-тури тощо) значно сприяють реалізації соціальної доктрини туризму у межах національної системи туризму.

17. Встановлено, що в умовах пандемії COVID-19 за попередніми даними в Україні зріс обсяг внутрішнього туризму, що є прикладом компенсаційного механізму функціонування туристичної сфери в умовах соціалізації.

## РОЗДІЛ 4

### СТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ

#### 4.1. Лікувально-оздоровчий туризм та санаторно-курортна діяльність

За оцінками Всесвітньої туристичної організації, лікування та оздоровлення відносяться до числа найважливіших туристичних мотивацій. Цими проблемами займається санаторно-курортна справа, діяльність якої направлена на лікування, профілактику та оздоровлення людини, використовуючи природні лікувальні ресурси .

Санаторно-курортна діяльність базується на використанні природних лікувальних ресурсів та лікувально-оздоровчих методах, що підвищує ефективність системи охорони здоров'я держави. Санаторно-курортне господарство таким чином передбачає поєднання взаємопов'язаних компонентів, які спрямовані на надання лікувально-оздоровчих та о-туристичних послуг, що мають на меті цілеспрямоване покращення функціональних можливостей організму людини [39].

Виникнення і розвиток лікувально-оздоровчого туризму в нашій країні зумовлені унікальним набором природних, рекреаційних ресурсів та цілою мережею різноманітних лікувально-оздоровчих закладів, які зможуть задовольнити досить широкий спектр потреб туристів з лікувальними та оздоровчими цілями. На важливості соціального впливу лікувально-оздоровчого туризму на ключові показники розвитку держави наголошує у своїх дослідженнях Дубінський С.В., оскільки, на його думку, саме від рівня обслуговування, своєчасності надання відповідних лікувальних та реабілітаційних послуг залежить швидкість та успішність відтворення рівня здоров'я працівників та збереження трудового потенціалу [82].

Останнім часом під впливом споживчих запитів сучасного суспільства ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнав суттєвих змін. У сучасних

умовах традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб старшого віку перетворюються на поліфункціональні оздоровчі центрами, розраховані на широке коло вітчизняних та іноземних споживачів.

Як зазначають науковці, на сучасному етапі розвитку поняття “лікувально-оздоровчий туризм” не має однозначного трактування і найчастіше його визначають як це подорож до курортних місцевостей з метою оздоровлення та лікування. У науковій літературі також досить часто поняття «медичний туризм», «лікувальний туризм», «оздоровчий туризм», «лікувально-оздоровчий туризм» вживаються як синоніми, що говорить про неструктурованість цієї складової туризму як предмета наукового інтересу [81].

Можна відзначити, що лікувально-оздоровчий туризм є складовою частиною внутрішнього і міжнародного ринку туристичних послуг і є його істотною і невід’ємною частиною. Становленню цього явища сприяли, з одного боку, глобалізація, інтеграція європейських країн, розширення ЄС, спрощення міграції туристських ресурсів, а з іншого, збільшення витрат на охорону здоров’я, яка проголошується вже протягом декількох років. На цей час вже є сформованим глобальний ринок медичних та оздоровчих послуг зі своєю інфраструктурою (медичним менеджментом, органами акредитації, агентствами медичного туризму і туроператорами, фахівцями у сфері медичних подорожей) [325].

Мета лікувально-оздоровчого туризму полягає у комплексному використанні природних лікувальних факторів і рухової діяльності з метою лікування і профілактики захворювань.

Як зазначає Дубінський С.В, у в Україні сьогодні існує традиція академічної школи фізіотерапії, курортології та відновлювальної медицини і великий науково-практичний досвід в галузі санаторно-курортного лікування, а також активно розвиваються нові напрями профілактично-оздоровчої медицини, в які інвестуються кошти – зростає популярність SPA&Wellness індустрії, формується новий сегмент туристичного ринку – лікувальний/медичний туризм – medical-SPA. На думку науковця, лікувальний

туризм має такий великий потенціал, що у даний час виділяється у самостійний сегмент туристичного ринку з широким колом інвестиційних можливостей: від масштабних готельних проєктів, що прилягають до клінік та розташовані в межах міста, до уже існуючих спеціалізованих комплексів з деякими модифікаціями у структурі послуг [81].

У структурі лікувально-оздоровчого туризму виділяють лікувальний, метою якого є власне лікування, реабілітація після захворювань, і профілактичний (веллнес-туризм), спрямований на підтримку організму в здоровому стані і збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини. Веллнестуризм, у свою чергу, може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси) [234].

Зростання рекреаційних потреб населення та його вимоги до якості відпочинку на курорті призвели до трансформації санаторно-курортної справи у курортно-рекреаційну систему, основною метою якої є покращання здоров'я людини, якості та тривалості її життя. Відродження медичної профілактики на етапі санаторно-курортного лікування – один з найважливіших напрямів розвитку і вдосконалення системи охорони здоров'я в Україні [81].

У зв'язку з особливостями надання сервісу сформувалися певні форми лікувально-оздоровчих послуг: лікувально-оздоровчі процедури, оздоровча зарядка, лікувальна фізкультура під керівництвом інструктора і самостійно, туристичні заходи (прогулянка, ближній туризм, мандрівки тощо), сонячні, водяні і повітряні ванни, рухливі ігри та ін. [234].

На сучасному етапі розвитку нашої держави існує гостра необхідність посилення уваги з боку держави до проблем активізації цієї галузі. Необхідно відзначити, що наразі в Україні сформована необхідна інфраструктура державного регулювання туризму, зокрема створено спеціально уповноважений орган державної влади у зазначеній сфері – Державне агентство України з туризму та курортів (ДАРТ) і його регіональні представництва (в структурі місцевих органів виконавчої влади), а також прийняті засадничі акти у цій сфері – Закони України Про туризм» та «Про курорти», інші законодавчі та



підзаконні нормативно-правові акти [81].

Водночас не існує цільового програмного документа, який би визначав конкретні напрями реформування галузі та індикатори його ефективності, що в сукупності мало б забезпечити стійкий та прогнозований розвиток туристичної галузі України. Необхідно відзначити, що певні кроки у цьому напрямі уже були зроблені, зокрема у 2013 р. була схвалена Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 р., яка, однак, не набула свого логічного продовження, а саме – Програми розвитку туризму та курортів. У 2014 р. Розпорядження КМУ, яким схвалювалася відповідна концепція було скасоване, а отже, фактично, робота у цьому напрямі припинилася [318].

Динаміку розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів відображено в табл. 4.1

Згідно з даними табл. можна помітити негативну динаміку скорочення санаторіїв та пансіонатів з лікуванням до 291 у 2016 р. проти 320 у 2014 р. Також спостерігається значне скорочення кількості санаторіїв-профілакторіїв (до 63 у 2016 р. в порівнянні з 118 у 2014 р.) та значне скорочення дитячих закладів оздоровлення та відпочинку (9669 у 2016 р. проти 13997 у 2014 р.).

Такий стан санаторно-курортних та оздоровчих закладів пояснюється складним соціально-економічним станом в нашій країні та специфікою впровадженої медичної реформи. Але, незважаючи на негативну динаміку, простежуються чітко умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Більш того, саме залучення іноземних громадян для лікування та реабілітації в Україні дасть шанс на відновлення медичної галузі та розвиток окремих рекреаційних регіонів в нашій країні, створить нові робочі місця, призупинить міграційні процеси, коли найбільш кваліфіковані медичні працівники виїжджають за кордон [81].

Санаторно-курортне господарство є невід'ємною частиною туристичного комплексу України, а також одним із пріоритетних напрямів формування соціальної політики держави. Очевидно, що аналіз тенденцій розвитку санаторно-курортного господарства дасть змогу не лише виокремити головні

проблеми туристичного комплексу держави на сучасному етапі, але й окреслити пріоритети стратегій регіонального розвитку.

Таблиця 4.1

## Санаторно-курортні та оздоровчі заклади України

	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку	
	усього	у них ліжок, тис.	усього	у них ліжок, тис.	усього	у них місць, тис.	усього	у них місць, тис.	усього	у них місць, тис.
1990	505	154	556	55	332	115	2213	302	15687	467
1991	513	154	568	55	342	116	2236	318	10521	394
1992	531	155	571	54	321	106	2135	298	...	...
1993	546	157	544	52	308	95	2003	294	7242	632
1994	539	156	520	47	303	90	1968	268	6249	266
1995	551	159	517	43	294	83	1862	263	5884	256
1996	545	155	463	39	286	80	1777	240	5615	242
1997	536	155	428	33	289	76	1754	236	5601	237
1998	547	156	416	33	292	77	1913	234	6904	241
1999	547	155	404	32	303	71	1961	235	7644	236
2000	549	151	377	31	266	63	2010	238	7615	227
2001	555	151	357	29	273	61	2015	236	8578	221
2002	544	151	334	28	290	63	1982	236	10890	231
2003	536	147	325	27	292	62	2005	236	14961	228
2004	531	147	311	25	302	62	2033	231	19443	256
2005	524	145	291	23	321	65	2016	233	18366	236
2006	520	148	277	23	301	63	1976	232	18238	231
2007	523	143	269	21	302	64	1934	224	18363	226
2008	518	142	262	21	302	64	1916	221	18672	218
2009	513	141	252	21	296	62	1907	216	17379	198
2010	510	141	234	19	290	60	1920	217	17342	196
2011	508	141	224	19	280	59	1947	216	17703	194
2012	484	133	185	18	286	60	1925	208	17744	188
2013	477	132	165	15	271	57	1916	202	18549	191
2014 <sup>1</sup>	320	79	118	17	90	17	1400	157	13977	126
2015 <sup>1</sup>	309	78	79	12	76	15	1399	165	9743	113
2016 <sup>1</sup>	291	70	63	10	73	14	1295	146	9669	112
2017 <sup>1</sup>	284	71	55	10	67	12	1235	133	9745	106

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: [85]

Питання, пов'язані із розвитком санаторно-курортного господарства України висвітлювалися в працях таких вчених як В. Безносок, І. Волкова, А.

Голод, О. Дудкіна, Г. Костенко, В. Новикова та ін. Проте мінливий характер ринку санаторно-курортних послуг, особливо в контексті соціально-економічних і політичних трансформацій останніх років подальших більш ґрунтовних досліджень.

У наукових публікаціях чітко виділяється важливий сектор сучасної індустрії туризму, де формується спеціалізований продукт лікувально-оздоровчого типу. Цей сектор у вітчизняних дослідженнях називають санаторно-курортним господарством. Санаторно-курортна діяльність належить до тієї сфери економіки, від якої залежить здоров'я людей – головний показник соціально-культурного розвитку суспільства, якості життя в країні та ефективності системи державного управління загалом [244].

У межах «туристичного» підходу санаторно-курортне господарство аналізують як елемент просторової та (або) функціональної структури туристичних систем (комплексів, дестинацій) різних рівнів. В українській науці цьому напрямку досліджень присвячені праці таких вчених як А. Головчан, Ю. Леонт'єва, В. Папп та ін. Як бачимо, цей підхід не набув значного поширення у зв'язку із традиційним для вітчизняної науки віднесенням санаторно-курортного господарства саме до рекреаційної сфери в широкому розумінні, завданням якої є відпочинок та оздоровлення населення, передусім, в рамках його соціального захисту. На наш погляд, роль сучасного санаторно-курортного господарства є значно ширшою і повинна аналізуватися саме в структурі туристичних систем.

Базовим елементом у системі санаторно-курортного лікування України є санаторій. Заклад такого типу здійснює свою діяльність на основі природних лікувальних факторів у поєднанні із фізіо- та дієтотерапією, лікувальною фізкультурою, а також працює у лікувальному, реабілітаційному та рекреаційному напрямках. Санаторні заклади формують санаторно-курортний комплекс – сукупність на певній території різних установ (інтегрованих за кластерним типом), які задовольняють потреби в оздоровленні населення та сформовані на оригінальній інституціональній основі.

Характеризуючи напрямки розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні, слід зазначити, що наша держава володіє великим потенціалом для активного розвитку цього виду туризму. Незважаючи на втрату одного з найбільш привабливих туристичних регіонів – Крим, який налічує безліч рекреаційних ресурсів, спеціалізованих лікувальних закладів, наша держава все ж має значні можливості для залучення іноземних туристів в галузі лікувально-оздоровчого туризму. Це й Західний регіон з великою кількістю цілющих джерел, гірським повітрям, чистими річками та озерами, лісами. Це й Азовський басейн, з не менш цілющим ніж Чорне море – Азовським морем, яке на думку фахівців, може успішно конкурувати за вмістом йоду та інших корисних елементів для здоров'я людини. Це й наявність джерел з лікувальними грязями, які успішно можуть конкурувати навіть з грязями Мертвого моря [81].

Сучасний ринок лікувального туризму включає підприємства розміщення, що надають лікувальні послуги (санаторії, курортні клініки, спа-готелі), туристичні фірми (підприємства-посередники, що продають ці послуги) і самих туристів (відпочивальників).

Залежно від цілей діяльності курорти можуть виконувати такі функції:

- санаторно-лікувальне лікування;
- медична реабілітація хворих;
- оздоровчий відпочинок і профілактика захворювань;
- культурно-лікувальна і дозвілєва рекреація [153].

Лікувально-оздоровчий сервіс у санаторно-курортних закладах як спеціалізований процес спрямований на організацію відпочинку і вдосконалення здорового способу життя споживача (відпочивальника) за рахунок оплати конкретних послуг.

Територіальна організація санаторно-курортного комплексу базується на поєднанні рекреаційних ресурсів, рекреантів, закладів їх розміщення, місць розселення обслуговуючого персоналу, підприємств інфраструктури та інших закладів, які забезпечують умови для відпочинку і оздоровлення населення [30].

У вузькому розумінні санаторій є одним з видів підприємств санаторно-курортного господарства (підприємства, які надають відвідувачам щонайменше три види послуг: розміщення, харчування та оздоровчі (рекреаційні) [98].

Більшість фахівців погоджується з тим, що однією із важливих переваг туристичного комплексу України є наявність високого природно-ресурсного потенціалу, ключовою складовою якого є бальнеологічні ресурси, що дають змогу забезпечувати розвиток лікувально-оздоровчого туризму. Як свідчить міжнародний досвід, ефективне використання цієї групи туристичних ресурсів можливе лише у рамках добре розвинутого санаторно-курортного господарства, адже сама лише наявність природних передумов бальнеолікування в регіоні не є достатньою умовою формування у ньому конкурентоспроможних дестинацій оздоровчого туризму [52].

Розвиток санаторно-курортного господарства регіону, особливо в умовах необхідності його модернізації, неодмінно має базуватися на науково обґрунтованій соціальній доктрині туризму, яка мала би втілюватися у вигляді відповідних стратегій регіонального розвитку.

Досвід розвинених країн підтверджує необхідність розвитку санаторно-курортної галузі, яка створює істотні економічні переваги і сприяє вирішенню багатьох соціальних завдань. Перспективи розвитку санаторно-курортної галузі в Україні значні, адже ця сфера є одним з основних соціальних інститутів, що вирішує проблему підвищення якості здоров'я населення (одного із найважливіших показників оцінки людського потенціалу як основи для розвитку економіки країни).

Впродовж багатьох років відбувається розвиток та вдосконалення стану санаторно-курортного господарства України, цьому сприяє вигідне географічне розташування та наявність природних лікувальних ресурсів. Санаторно-курортні заклади є популярними об'єктами для покращення здоров'я населення [158]. Попит на санаторно-курортне лікування з кожним роком збільшується, що пов'язано із підвищенням інтересу до здорового способу життя та відпочинку на екологічно чистих територіях.

Основна перевага санаторно-курортного господарства України – наявність значного природно-ресурсного потенціалу. Різноманітність природних лікувальних ресурсів представлена мінеральними водами різного складу, лікувальними грязями, озокеритом та м'якими кліматичними умовами. Завдяки різноманітності природних лікувальних ресурсів Україна є сприятливим місцем для лікування та оздоровлення.

Необхідність розвитку санаторно-курортного господарства полягає не лише у медичній та соціальній необхідності. В сучасних умовах можливість доступного високоефективного лікування та оздоровлення на українських курортах є зручною альтернативою виїзному лікувально-оздоровчому туризму. Санаторно-курортні комплекси розташовані по всій країні, і для багатьох міст, районів і навіть регіонів вони можуть стати основою для розвитку економіки, удосконалення транспортної доступності, інфраструктури.

Санаторно-курортний комплекс України представлений санаторно-курортними закладами, які належать до спеціалізованих засобів розміщення і включають: санаторії та пансіонати з лікуванням; санаторії-профілакторії; будинки і пансіонати відпочинку; бази та інші заклади відпочинку; дитячі заклади оздоровлення та відпочинку. Ключове місце в структурі санаторно-курортних закладів України належить санаторіям, які здійснюють лікування на основі наявних природних лікувальних ресурсів.

Санаторно-курортні заклади – це заклади охорони здоров'я, що розташовані на територіях курортів і забезпечують надання громадянам послуг лікувального, профілактичного та реабілітаційного характеру з використанням природних лікувальних ресурсів [104]. Ціль функціонування санаторно-курортних закладів полягає у наданні лікувальних, оздоровчих, профілактичних та рекреаційних послуг.

Розвиток санаторно-курортного господарства є одним із пріоритетних напрямів туристично-рекреаційної діяльності в Україні. Проте останніми роками простежується тенденція до зниження кількості санаторно-курортних закладів насамперед через нестабільну фінансову ситуацію на внутрішньому

ринку країни. У 2014 році важливим чинником, який вплинув на зниження кількості санаторно-курортних закладів та кількості осіб, що оздоровлювалися в них, стала окупація АР Крим. Аналогічні проблеми виникли і на території Донецької та Луганської областей, де у зв'язку з окупацією територій і воєнними діями припинено функціонування значної кількості оздоровчих закладів [127].

Для того, щоб на основі даних офіційної статистики мати змогу не лише оцінити регіональні відмінності розвитку санаторно-курортного господарства у певному часовому зрізі, але й здійснити аналіз його тенденцій у визначеному часовому проміжку (2014-2017 роки) ми пропонуємо використовувати індексний метод. Індeksi окремих показників розвитку санаторно-курортного господарства ми розраховували за методикою запропонованою А. Голодом [51], відповідно до формули:

$$I = \frac{x_n - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}},$$

де  $x_n$  – конкретне значення показника,  $x_{\min}$  – мінімальне, а  $x_{\max}$  – максимальне значення із ряду даних. Для інтегральної оцінки рівня розвитку санаторно-курортного господарства в регіоні використовувався сумарний індекс (сума чотирьох окремих індексів для кожного з регіонів).

Аналізуючи результати розрахунків, можна зробити висновок, що найвищі значення сумарного індексу розвитку санаторно-курортного господарства у 2014 році були характерні для Львівської та Одеської областей, що закономірно пояснюється наявністю на територіях цих регіонів значних запасів природних лікувальних ресурсів. До наступної групи за рівнем розвитку санаторно-курортного господарства належать Дніпропетровська, Запорізька, Закарпатська, Херсонська та Миколаївська області. Найнижчі значення сумарного індексу простежуються у Луганській та Чернівецькій областях.

Таблиця 4.2

**Індекси розвитку санаторно-курортного господарства в регіонах  
України у 2017 році**

Регіон	Показники (x)				Індекси (I)				Сумарний індекс
	Кількість санаторно-курортних закладів, од.	Кількість місць у санаторно-курортних закладах тис. од.	Кількість осіб, що перебували в санаторно-курортних закладах тис. осіб	Доходи санаторно-курортних закладів, тис. грн	Кількість санаторно-курортних закладів	Кількість місць у санаторно-курортних закладах	Кількість осіб, що перебували в санаторно-курортних закладах	Доходи санаторно-курортних закладів	
Вінницька	19	4,0	55	305	0,10	0,18	0,26	0,41	0,95
Волинська	64	3,6	27	56	0,41	0,16	0,12	0,07	0,76
Дніпропетровська	96	14,2	200	120	0,64	0,68	1,00	0,17	2,49
Донецька	68	14,6	51	180	0,44	0,70	0,24	0,24	1,62
Житомирська	11	1,7	10	43	0,05	0,07	0,03	0,05	0,20
Закарпатська	31	4,7	73	415	0,19	0,22	0,35	0,56	1,32
Запорізька	126	20,7	150	376	0,85	1,00	0,75	0,20	2,80
Івано-Франківська	29	3,5	38	53	0,17	0,16	0,18	0,06	0,57
Київська	48	7,5	39	63	0,30	0,35	0,18	0,08	0,91
Кіровоградська	17	1,1	9	16	0,10	0,04	0,03	0,01	0,18
Луганська	4	0,3	4	14	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01
Львівська	60	14,6	116	731	0,39	0,70	0,57	1,00	2,66
Миколаївська	91	15,3	75	117	0,60	0,73	0,36	0,15	1,84
Одеська	148	20,0	154	467	1,00	0,96	0,09	0,61	2,66
Полтавська	23	4,5	60	295	0,13	0,21	0,29	0,40	1,03
Рівненська	9	2,0	14	44	0,03	0,08	0,05	0,05	0,21
Сумська	17	1,7	11	16	0,09	0,07	0,04	0,01	0,21
Тернопільська	8	1,0	7	20	0,03	0,03	0,02	0,02	0,08
Харківська	56	8,1	38	120	0,36	0,40	0,18	0,16	1,10
Херсонська	101	20,2	103	206	0,67	1,00	0,50	0,28	2,45
Хмельницька	16	1,8	13	21	0,08	0,07	0,05	0,02	0,22
Черкаська	39	3,9	22	20	0,24	0,2	0,09	0,02	0,55
Чернівецька	6	0,71	3	6	0,01	0,02	0,00	0,00	0,03
Чернігівська	18	2,3	6	4	0,10	0,10	0,01	0,00	0,21
м. Київ	19	4,0	33	127	0,10	0,18	0,15	0,17	0,60

Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [75]

У 2017 році ситуація дещо змінилася. Лідерами за значеннями сумарних індексів розвитку санаторно-курортного господарства виявилися Запорізька, Львівська та Одеська області. Дещо нижчі показники були характерні для



Дніпропетровської, Херсонської та Миколаївської областей. Мінімальні значення сумарних індексів залишилися у тих же регіонів, що і в 2014 році.

З метою узагальнення регіональних відмінностей розрахованих сумарних індексів розвитку санаторно-курортного господарства у 2017 році була розроблена картосхема (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Сумарний індекс розвитку санаторно-курортного господарства регіонів України у 2017 році

Помітно, що найбільш прогресивні тенденції розвитку санаторно-курортного господарства у 2014-2017 роках були характерними переважно для регіонів із високим природним рекреаційно-туристичним потенціалом – приморських та гірських.

Порівняльний аналіз сумарних індексів розвитку санаторно-курортного господарства в регіонах у 2014 та 2017 рр. свідчить про його неоднорідність. Найбільше зростання індексів розвитку санаторно-курортного господарства простежується у Херсонській, Донецькій та Запорізькій областях. В Одеській,

Кіровоградській, Тернопільській, Рівненській, Сумській, Київській областях та у м. Київ спостерігається зниження відповідних показників.

Водночас загалом помітною є позитивна динаміка у розвитку санаторно-курортного господарства більшості регіонів України. Це свідчить як про стабілізацію ситуації на ринку рекреаційно-оздоровчих та туристичних послуг, так і про збереження попиту на лікувально-оздоровчі послуги українських курортів.

Карпатський регіон традиційно є регіоном, де стан санаторно-курортна справи був і залишається одним з кращих в Україні. Регіон представлений цілющими мінеральними водами різного хімічного складу, родовищами лікувальних грязей та озокериту, чистим гірським повітрям, багатою рослинністю та різноманітністю ландшафтів [Волкова].

Водночас, з позицій доступності послуг лікувально-оздоровчого туризму з метою розробки соціальної доктрини туризму в нашій державі, одночасно з відомими курортними центрами слід більше уваги приділяти і перспективним, можливо сьогодні менш популярним серед відвідувачів, але не менш цінним у лікувально-ресурсному відношенні курортним місцевостям.

З цієї точки зору, у нашому дослідженні ми розглядали бальнеологічний курорт Східниця, розміщений у Дрогобицькому районі Львівської області. Унікальні мінеральні води у поєднанні із цілющим гірським повітрям і мальовничі карпатські ландшафти закріпили за курортом назву «Українська Швейцарія».

Проблематика та перспективи розвитку бальнеологічного курорту Східниця висвітлюється в роботах багатьох дослідників, таких як Б. Лазорак, О. Левчук, М. Рутинський, І. Мендела, В. Менько, Д. Шестопако та ін. Проте, окремі аспекти згаданої проблематики, зокрема, історичні особливості розвитку селища Східниця як бальнеологічного курорту, на сьогоднішній день є дискусійними і потребують подальших наукових пошуків.

Про лікувальні властивості мальовничого селища Східниця було відомо вже давно. За переказами, Східниця розвивалась на місці зруйнованого татаро-

монголами у 1237-1242 роках відомого поселення Золота Баня; слід сказати, що таку назву зараз носить головна вулиця селища. Слово «баня» у наших предків означало велику яму (улоговину), а прикметник «золота» пов'язаний із назвою нафти, яку тут добували з давніх часів [<http://blog.karpaty>]. Як припускає Д. Бучко, простежуючи походження назв населених пунктів Покуття, назва Баня могла походити також від апел. баня – цілюще джерело [263]. Підтвердженням такої гіпотези може свідчити те, що болгарське слово «бани» означає «курорт з цілющими водами» [35].

Важко встановити і походження сучасної назви курорту – Східниця. У науково-популярній краєзнавчій літературі існує версія, що назва походить від слова «сходитися» [263]. За іншою версією, назва Східниця, а точніше Сходниця, походить із часів дохристиянської Русі-України. Складається ця назва з двох слів: “сход” і “ниця”. Сход – це корінь дієслова “сходити”, а “ниця” – не що інше, як “низ”, “долина”. Разом – це означало “сходити вниз”, “іти в долину”, де пролягав стародавній торговельний шлях повз знамениту наскельну твердиню – фортецю Тустань [262]. Ріка Східничанка, яка протікає через Східницю також могла дати свою назву населеному пункту.

Згадки про поселення з назвою Східниця також є дискусійними. У багатотомному виданні «История городов и сел Украинской ССР. Львовская область» зазначено, що поселення ймовірно виникло на початку XIV ст. Однак, як вважає М. Базар, поселення з такою назвою вже існувало у 1241 р., оскільки жителі, які вижили після знищення Золотої Бані, зійшлися й заново відбудували поселення, назвавши його Східницею. Перші писемні відомості про Східницю датуються починаючи з XIV ст. В архівних фондах було знайдено відомості про селище Східниця, датовані 1515 та 1567 роками. Польськомовне видання “Słownik geograficzny” першу писемну згадку про Східницю відносить до 1608 р. [190].

На сьогодні у Східниці налічується 38 джерел мінеральної води по типу Нафтуса та 17 свердловин з різним хімічним складом мінеральної води, з яких для відвідувачів доступні води з 10 джерел і 3-х свердловин. Завдяки

особливому хімічному складу місцеві мінеральні джерела не мають аналогів в світі і створюють ідеальні умови для лікування таких недуг як: захворювання печінки, нирок, шлунково-кишкового тракту, нервової системи, сечовивідних шляхів, циститу, цукрового діабету I і II типів, відновлення після операцій та інших хвороб [220].

Свого часу владні мужі не могли повірити, що поруч зі знаменитим Трускавцем залягають джерела ще багатші за своїми властивостями. І лише науковець Омелян Стоцький, першовідкривач мінеральних вод Східниці, вірив у природні багатства цього гірського селища і відкрив великі поклади мінеральної води «Нафтуса». Завдяки його старанням 9 січня 1976 р. селище Східниця було визнано Всесоюзним курортом.

Однак, добитися визнання лікувальних властивостей східничанських вод було нелегко. Після майже 30-річної пошукової роботи О. Стоцький знайшов у Східниці 38 джерел мінеральних вод, спочатку самотійно їх досліджував, а далі понад 20 років боровся з ученими Одеського інституту курортології, з різними чиновниками, бюрократами за визнання Східницьких вод цілющими та лікувальними [35].

Слід зазначити, що О. Стоцький був надзвичайно освіченою людиною (випускник факультет німецької філології Львівського університету, закінчив три курси консерваторії, а за окремим даними і Львівський політехнічний інститут), і в досить похилому віці (після виходу на заслужений відпочинок) практично оволодів професією хіміка і самотійно працював над своїми дослідженнями 15 років.

Дослідження лікувальних властивостей східничанських мінеральних вод завдяки зусиллям О. Стоцького розпочалася у 1956 р., після його звернення до лабораторії Бориславського нафтогазового управління провести аналіз води з джерела з якого тече вода з запахом сірководню. Аргументом для стало те, що місцеві жителі почуваються краще коли п'ють цю воду, особливо ті, хто скаржився раніше на хвору печінку чи нирки [311].

Припущення О. Стоцького про подібність властивостей східничанської води з відомою Нафтусею підтвердилися: вода з джерела справді виявилася аналогічною трускавецькій «Нафтусі». Зраділий східничанин поїхав відстоювати знахідку далі — до Трускавецької центральної лабораторії, яка знаходилася у підпорядкуванні Одеського науково-дослідного інституту курортології і фізіотерапії. Цілих 8 років довелося чекати, поки одеські фахівці відгукнулися. При цьому слід відзначити, що якби О. Стоцький мовчки сидів і чекав, то ніхто б узагалі не приїхав. А так відповідальні наукові працівники, які приїхали до Східниці, подихали напрочуд чистим карпатським повітрям, узяли забір води зі струмочка (а зовсім не з джерела) і поїхали. Незабаром надійшов із Москви лист, копію якого відіслали директору третього нафтопромислу «Бориславнафта» і газеті «Известия»: «За отриманими нами відомостями від директора Одеського інституту курортології і фізіотерапії Ф.Е. Куркудима, хімічний склад і лікувальну дію мінеральної води в с. Східниця було вивчено експедицією інституту під його особистим керівництвом. Під час проведення експериментальних дослідів на тваринах отримано негативну характеристику цих вод» [311].

Отримавши таку відповідь, О. Стоцький не припинив своєї діяльності щодо визнання цілющих властивостей східничанських вод і звертався до різних інстанцій і шукав однодумців. У 1966 р. головний лікар Східницької лікарні С. Дуда зважився на експеримент — з'їздив до Львова, вмовив урологічних хворих, приречених на видалення нирки, попити воду в Східниці. Через три тижні, після повторної діагностики, медики констатували: оперативне втручання хворим не потрібне. Це був блискучий результат. А з часом Стоцького і Дуду запросили на колегію Міністерства охорони здоров'я. У півторагодинному виступі першовідкривач східницьких мінеральних джерел нищівно розкритикував вердикт Одеського інституту курортології, посилаючись на результати лікування хворих в Східницькій лікарні. Вирішенням колегії Мінздорову подальше вивчення мінеральних вод Східниці було доручене фахівцям кафедри нормальної фізіології Львівського медичного інституту під

керівництвом Я. Склярова із залученням фахівців Чернівецького медичного інституту та Львівського науково-дослідного інституту епідеміології і мікробіології [190].

Невеликий науковий колектив протягом 1966-1968 років проводив експериментальні і клінічні дослідження хворих на базі Східницької лікарні, вивчав мінеральні води з джерел №№ 1, 3, 4, 5. Висновки комісії були однозначні: східницькі мінеральні води придатні для лікування цілого ряду урологічних недуг і захворювань шлунково-кишкового тракту. Львівський обласний відділ охорони здоров'я з серпня 1970 р. відкриває в Східницькій селищній лікарні реабілітаційне відділення, що стало базою для подальшого вивчення місцевих мінеральних вод.

Для визначення запасів східницьких джерел та реалізації перспективного плану розвитку курорту міністерство геології України виділило 450 тисяч рублів. З цією метою було пробурено 17 свердловин, добовий дебіт яких перевищив всі прогнози. У липні 1973 р. був отриманий позитивний висновок на всі досліджені на той час джерела [35].

У результаті цього у 1974 р. Східницю визнали бальнеологічним курортом, а з 1976 р. Всесоюзним бальнеологічним курортом. Диплом першовідкривача східницьких мінеральних вод Міністерство геології СРСР видало Омелянові Стоцькому 3 листопада 1977 року.

Так майже через 100 років Східниця знову стала популярною. Вперше у 1872 р., коли тут почався промисловий видобуток нафти, вдруге — завдяки унікальності своїх джерел. Зосереджені на порівняно невеликій території, ці води характеризуються різними властивостями: слабомінералізовані типу «Нафтуса» з різними органічними речовинами (10-30 мг/л), залізисті мінеральні води зі складом від 20 до 70 мг/л, унікальні лужні (содові) типу «Боржомі» [311].

Однак, не зважаючи на довгоочікуване визнання, в радянські часи розробка і експлуатація мінеральних вод Східниці проводились мляво, оскільки тогочасний уряд вперто не бажав створювати конкуренцію відомому і

популярному Трускавцю. У часи незалежності України ситуація кардинально змінилася і тепер курорт набув статусу активного оздоровчого центру, відомого не тільки в Україні, а й в усьому світі. У 2005 р. селище Східниця було перейменовано на Всеукраїнський курорт імені Омеляна Стоцького.

Отож, виходячи з усього викладеного вище, можна стверджувати, що Східниця є одним з наймолодших та найперспективніших курортів України, який в перспективі має отримати статус державного [230]. Однак, на сьогоднішній можливості курорту є недооцінені і використовуються лише частково. Розпорядження Президента України від 22.04.1998 р. № 93/98-рп «Про розвиток курорту Східниця» та Постанова КМУ «Про затвердження Програми розвитку курорту Східниця» є застарілими та практично вичерпаними (згідно цих документів селище визнано Всеукраїнською дитячою здравницею та затверджено програму розвитку Східниці як Національної дитячої здравниці). Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції загальнодержавної програми розвитку санаторно-курортної галузі на період до 2017 року» не стосується курорту зокрема, а його запропонований варіант розвитку санаторно-курортної сфери з одночасним формуванням державно-приватного партнерства реалізовується дуже слабо або не реалізовується взагалі [176].

Однак, з урахуванням наявності потужного потенціалу курорту для потреб санаторно-курортної галузі України, перспективи розвитку селища Східниця як курорту регіонального значення за умови контролю та підтримки з боку як місцевої, так і регіональної та державної влади є досить оптимістичними. Для ефективного функціонування та розвитку курорту потрібне вдосконалення законодавчої бази з урахуванням регіональної специфіки курортних територій. Необхідним також є створення повноцінної регіональної політики розвитку туризму та рекреації, стратегічними завданнями якої є закріплення туристично-рекреаційного образу Східниці на національному та міжнародному туристичних ринках .

Таким чином, за результатами проведеного аналізу виявлено, що

санаторно-курортне господарство більшості регіонів України характеризується прогресивними тенденціями, а отже, може бути актуальним напрямом їх соціально-економічного розвитку. Разом із тим санаторно-курортні заклади у своїй практичній діяльності стикаються з низкою проблеми, що мають негативний вплив на регіональний економічний розвиток. Основною передумовою ефективного розвитку санаторно-курортного господарства має бути раціональне використання природних лікувальних ресурсів. Для цього на підставі подальших досліджень доцільно розробити диференційовані заходи для оптимізації розвитку санаторно-курортного господарства в регіонах України.

#### **4.2. Екологічний туризм як перспективний напрям розвитку соціального туризму**

В останні роки в світі і в Україні зокрема, активізувався розвиток екологічного туризму, який називають однією з найбільш вдалих форм гармонійного співіснування людини та природи у процесі туристично-рекреаційної діяльності. Екологічний туризм (екотуризм) сприяє збереженню цілісності природного середовища, надходженням до місцевих бюджетів, є важливим чинником екологічного виховання та ефективним засобом попередження екологічних катастроф, спричинених антропогенним навантаженням [9]. Як зазначають дослідники, темпи зростання популярності екотуризму серед туристів прямо пропорційні темпам зменшення кількості незмінених природних та традиційних культурних ландшафтів і саме орієнтацією на екологічну складову пояснюють підвищену увагу в останні роки до відвідування місць з незмінним або мало зміненим природним середовищем.

Екотуризм є одним з найбільш перспективних видів туризму в усьому світі, зокрема й в Україні. Екотуризм стимулює збереження навколишнього



середовища і передбачає відвідування екологічно чистих природних територій (заповідників, заказників, ботанічних садів, національних парків), що не змінених або мінімально змінених діяльністю людини [130].

Екотуризм охоплює всі види туризму, орієнтовані на збереження природного довкілля, зокрема, заповідних ландшафтів, формування інтелектуально-гуманістичного світобачення, налагодження гуманних стосунків з місцевим населенням та органами самоврядування, поліпшення фінансово-економічного благополуччя регіонів [49]. Інакше кажучи, під екологічним туризмом розуміють вид туризму, який передбачає подорожування у природних ландшафтах без їхньої зміни часто розглядається як важливий засіб збереження довкілля для майбутніх поколінь. Екотуризм сприяє освіті туристів та дозволяє збирати гроші на заходи зі збереження території, допомагає розвитку ізольованих поселень.

Прихильниками екотуризму головним чином, є категорія туристів, яка цікавиться проблемами екології. Екотуризм часто включає волонтерську роботу, інші активні заходи зі збереження довкілля та навчальні програми, що допомагають зменшувати негативні аспекти впливу людини на природу .

Основною причиною виникнення екологічного туризму називають невідрегульованість відносин у системі «суспільство-природа», або якщо інтерпретувати з позицій туризму – у системі «туризм-екологія». Численні опитування туристів свідчать, що серед провідних мотивів туристських подорожей на перший план все більше виступає прагнення людей до спілкування з природою. Звідси походження близьких за змістом понять «м'який туризм» (soft tourism, або розширений варіант nature tourism with a soft touch , що в дослідному перекладі означає: природний туризм із м'яким дотиком до природи), «зелений туризм» тощо [35].

Люди, через зміни умов життя у великих містах-мегаполісах, усе далі відходять від природи. Незмінними супутниками проживання в таких містах є ізольованість людини, почуття самотності, надмірні навантаження на нервову систему, що породжують постійне психологічне напруження і призводять до

стресів. Мешканці великих міст усе частіше потерпають від нервових розладів та захворювань нервової системи. У них з'являється природне і цілком зрозуміле бажання виїхати на природу, щоб у спілкуванні з нею звільнити свою нервову систему від навантажень, що накопичилися в умовах міського проживання.

Екологічний туризм з його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств. Екологічний туризм обов'язково має містити в собі елементи усвідомленого позитивного ставлення до довкілля, а не тільки його використання, нехай навіть в активних формах [253].

За визначенням Товариства екотуризму США, екотуризм – вид туризму, який передбачає подорожі в місця з відносно недоторканою природою з метою отримати уявлення про природні і культурно-етнографічні особливості певної території, не порушуючи при цьому цілісності екосистем, який створює такі економічні умови, що коли охорона природи стає вигідною місцевому населенню [72].

Існує два основні напрямки екологічного туризму. Відповідно до першого з них, головним об'єктом екотуризму є малозмінені природні території. Цей напрямок виник у США у середині 80-х років ХХ ст. в рамках організації туристських мандрівок у найбільш віддалені і неосвоєні регіони світу. Паралельно об'єктами екотуризму у США стали також місцеві національні природні парки. Другий напрям розвитку екотуризму, який набув поширення насамперед в Європі, і в Україні зокрема, спрямований на відвідування, поряд із малозміненими людською діяльністю природними територіями, і об'єктів традиційної місцевої культури [290].

У загальному розумінні екотуризм – це вид туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та, часто, природоохоронних територій. З таких позицій екологічний туризм вважають головною

концептуальною ідеєю сталого розвитку туристичної індустрії у XXI сторіччі (табл. ).

Таблиця 4.3

### Взаємозв'язки між цілями сталого розвитку і туризмом

№	Цілі сталого розвитку	Взаємозв'язок з туризмом
1	Подолання бідності	Прямий. Відвідування регіону туристами сприяє створенню нових робочих місця, а також збільшення валютних надходжень до економіки регіону. Спад туризму в регіоні має зворотній ефект.
2	Подолання голоду, розвиток сільського господарства	Опосередкований. Туризм може просувати розвиток сільського господарства, пропонуючи туристам відвідання ферм та інших об'єктів сільського господарства. Сільський туризм дуже популярний у багатьох країнах ЄС та робить свій внесок у розвиток сільського господарства.
3	Міцне здоров'я і благополуччя	Прямий. На перший погляд туризм не має нічого спільного з охороною здоров'я. Але пам'ятаймо про курортні та рекреаційні об'єкти. Стале та відповідальне використання природних ресурсів з лікувальною та туристичною метою сприяє реалізації цієї цілі сталого розвитку
4	Якісна освіта	Опосередкований. Туризм, як і будь яка галузь вимагає підготовки висококласних фахівців та відповідно розвиток галузі створює попит на спеціалістів. Вплив туризму на освіту важливий також тим, що подорожуючи, ми отримуємо досвід та інформацію про те як все влаштовано в інших країнах. Відповідно, чим більше ми подорожуємо, тим більше знань ми отримуємо.
5	Гендерна рівність	Опосередкований. Традиційно туризм в Україні це «жіноча справа». Але саме в туризмі можна знайти успішні кейси розбудови малого та середнього бізнесу з рівними можливостями для обох статевих груп.
6	Чиста вода та належні санітарні умови	Опосередкований. Так, кожного разу, коли ми в готелі не кидаємо рушник на підлогу, ми зменшуємо викид шкідливих речовин від прання до водних ресурсів. Це — environmentally-friendly практика надання туристичних послуг
7	Доступна та чиста енергія	Опосередкований. Туризм може просувати доступну та чисту енергію. Так, наприклад в Австрії існує готель, який повністю забезпечує себе енергією за рахунок сонячних батарей та інших альтернативних джерел, повністю автономний. В такий спосіб туризм просуває розумне споживання енергії.

Продовження таблиці 4.3		
8	Гідна праця та економічне зростання	Прямий. Туризм створює нові робочі місця та сприяє соціально-економічному розвитку регіону.
9	Промисловість, інновації та інфраструктура	Прямий. Туризм сприяє розвитку інфраструктури, зокрема транспортної, а також впливає на легку та харчову промисловість.
10	Скорочення нерівності	Опосередкований. Туризм стимулює розвиток малого і середнього бізнесу, вирівнюючи економіку в регіоні.
11	Сталий розвиток міст і громад	Прямий. Розвиток туризму має прямий вплив та економіку громад та міст.
12	Відповідальне споживання та виробництво	Опосередкований. Туризм може завдати великої шкоди тому, що провокує надмірне споживання. Тому важливо робити туризм відповідальним.
13	Пом'якшення наслідків зміни клімату	Опосередкований. Environmentally-friendly практики надання туристичних послуг матимуть подвійний ефект: з одного боку сприятимуть пом'якшенню наслідків зміни клімату самі по собі, з іншого боку стимулюватимуть туристів впроваджувати подібні практики вдома.
14	Збереження морських ресурсів	Опосередкований. Через environmentally-friendly практики надання туристичних послуг.
15	Захист та відновлення екосистем суші	Опосередкований. Через environmentally-friendly практики надання туристичних послуг.
16	Мир, справедливість та сильні інститути.	Опосередкований. Туризм не має прямого впливу на мир, справедливість та інститути громадянського суспільства. Проте обмеження в туризмі, не пов'язані з міркуваннями безпеки, безперечно мають такий вплив.
17	Партнерство заради сталого розвитку	Опосередкований. Культурний обмін та міжлюдські контакти, які є головним елементом розвитку туризму, мають безпосередній вплив на встановлення партнерства.

Джерело: [379]

Центрами туристичної діяльності екологічного спрямування є заповідні території і їхнє основне призначення – збереження певних природних об'єктів, а також відновлення цінних і унікальних природних комплексів або їх

важливих складових елементів. Стратегічна мета екотуризму – лімітована ресурсним потенціалом чи потребами збереження природного довкілля рекреаційна діяльність, еко туристи намагаються не здійснювати значного впливу на територію [9].

У міжнародній практиці екотуризму дотримуються таких положень:

- невиснажливе та постійне використання природних рекреаційних ресурсів;
- забезпечення збереження природного та соціально-культурного різноманіття;
- інтеграція екотуризму в економічний розвиток регіонів;
- екологічна освіта (просвіта) туристів і місцевого населення [197].

Екотуризм має ґрунтуватися на таких концептуальних положеннях:

- 1) мінімізація негативного впливу туристів на природне середовище та його компоненти;
- 2) гармонійне співіснування людини, природного середовища та рекреаційної інфраструктури;
- 3) відвідування рекреаційних природно-заповідних територій та об'єктів;
- 4) науково-пізнавальне освоєння природного (біотичного, ландшафтного) різноманіття і гуманістичного ресурсного потенціалу-рекреаційних територій;
- 5) соціальна сумісність (злагода) з місцевою мораллю, звичками і традиціями місцевого населення, територіальними громадами та органами їх самоврядування;
- 6) спрямованість на економічні вигоди і переваги у регіональному розвитку природних територій;
- 7) гарантування збереження природних та історико-культурних ресурсів рекреаційних ландшафтів, тобто забезпечення сталого розвитку [9].

Загальним правилом екотуризму, що відрізняє його від “традиційного” туризму, є наявність досить суворих правил поведінки, значно жорсткіших, ніж на звичайних туристичних маршрутах. Така раціональна організація екотуризму, передусім екскурсій, у межах природоохоронних територій

здійснюється через облаштування екологічних стежок і туристичних маршрутів. Це дає можливість вирішити два важливих завдання:

1. забезпечити відвідувачам національних парків (інших рекреаційних установ природно-заповідного фонду) якнайповніше ознайомлення з місцевими ландшафтами, цінними природними та культурними об'єктами тощо;
2. мінімізувати вплив рекреації на заповідні території [9].

Природні умови і природні ресурси країни представляють собою, як правило, основну частину потенціалу, який визначає можливості і напрямки розвитку туризму у її межах. У сучасних умовах екотуризм, з одного боку – це ніша на туристичному ринку, яка має високі темпи росту, а з другого – це концепція, положення якої є значно ширшими, ніж власне поняття сумісності життєдіяльності людини і природи [72].

У дослідженнях С.В. Дєдова і С.В. Демина сформульовано 5 основних ознак екологічного туризму, які відрізняють його від інших видів туризму:

1. Екотуризм- це подорож і відвідування добре збережених природних територій, представлених у всьому світі, як правило, національними парками, резерватами та іншими видами природно-заповідного фонду.
2. Екотуризм передбачає наявність визначених, досить суворих правил поведінки в природному середовищі, дотримання яких є принциповою умовою розвитку цього виду туризму.
3. Екотуризм відрізняється відносно слабким впливом на навколишнє природне середовище і тому його називають «м'яким туризмом». Саме тому він є практично єдиним видом туризму, який дозволено здійснювати у межах територій природно-заповідного фонду з високим рівнем заповідності.
4. Екотуризм передбачає, що місцеві громади не тільки працюють у сфері екологічного туризму в якості обслуговуючого персоналу, але й продовжують жити на території, що охороняється, вести звичний спосіб життя, займатися традиційними видами господарювання, які

забезпечують ощадний режим природокористування. Це приносить певний дохід місцевому населенню і сприяє підвищенню його рівня соціально-економічного.

5. Екотуризм – це вид туризму, який поєднує в собі відпочинок, розваги і екологічну освіту туристів [72].

Необхідно зазначити, що у сучасній науці немає одностайної думки щодо трактування терміна «екотуризм» – сьогодні у спеціальній літературі існує понад 20 авторських визначень екотуризму [9]. За висновком міжнародного товариства екотуризму (TIES), чіткого розмежування між туризмом і екотуризмом ще довго не буде і з цієї причини багато експертів із туризму відмовляються від використання терміну екотуризм, тому що він по-різному трактується різними групами споживачів.

Міжнародне товариство екотуризму (TIES) сформулювало 10 заповідей екотуриста, зокрема такі:

- пам'ятати про вразливість Землі;
- залишати тільки сліди, забирати з собою тільки фотографії;
- пізнавати світ, у який потрапив: культуру народів, географію;
- шанувати місцевих мешканців;
- не купувати вироби, що піддають небезпеці довкілля;
- завжди ходити тільки протоптаними стежками;
- підтримувати програми захисту довкілля;
- де можливо, використовувати методи зберігання довкілля;
- підтримувати (патрунувати) організації, що сприяють захисту природи;
- подорожувати з фірмами, що підтримують принципи екотуризму [35].

Як зазначають Архіпова Г.І., Ярова С.М., науково-пізнавальне освоєння природного різноманіття і гуманістичного ресурсного потенціалу рекреаційних

територій, яке здійснюється у формі екотуризму, передбачає інформаційний контакт з природою, що збагачує людину духовно та інтелектуально [9].

Особливою рисою екологічного туризму є т. з. екологічні стежки. Екологічна стежка – спеціальний маршрут, який створюється на природно-заповідних територіях з метою демонстрації природоохоронних, естетичних та культурних цінностей. Такі маршрути можуть проходити через урбанізовані, індустріальні, сільськогосподарські ландшафти.

Екологічні стежки і туристичні маршрути обмежують рекреаційні навантаження завдяки лінійному спрямленню потоків рекреантів по території установ ПЗФ. При цьому зосередження основної маси відпочиваючих і туристів уздовж стежок та маршрутів вимагає особливо ретельного планування цих туристичних об'єктів.

До екологічних стежок існують певні вимоги: довжина екологічної стежки обмежена (не більше 2 км), ширина 1–1,5 м. На її маршруті обладнують зупинки для перепочинку. Важливо маршрут стежки прокладати так, щоб обминати найбільш вразливі екосистеми, види флори та фауни, геологічні утворення. Також необхідно враховувати сезонні особливості розвитку живих організмів (гніздування, цвітіння алергенів, нерест тощо) і за потреби призупиняти активне антропогенне навантаження.

Інформаційні щити (стенди), аншлаги, охоронні знаки розміщують уздовж всього маршруту для забезпечення пізнавальної, попереджувальної інформації: схема маршруту, відстані, цінності (атракції), правила поведінки, перестороги та попередження щодо різних явищ чи об'єктів на маршруті, витяги із законодавчих документів, малюнки [9].

При цьому враховується їх естетичність та оптимальне сприйняття. Екологічна стежка повинна мати свою назву, номер, маркування у вигляді спеціальних стандартних знаків-символів, смужок чи кружків, які розміщують на деревах, не пошкоджуючи їх, на скелях, дорозі.

Для кожної стежки видають путівник, де подано інформацію про історію створення, природні та історико-культурні (культові, археологічні) цінності,



описано маршрут, наведено картосхему, правила поведінки, зразки знаків, окремі краєвиди, фото рослин, тварин, інших об'єктів, які можуть зустрітися на маршруті.

Важливе місце в екотуризмі посідає реклама екологічної стежки (туристичного маршруту):

- короткий опис екологічної стежки чи туристичного маршруту (назва, довжина, початковий та кінцевий пункти, головні об'єкти спостереження);
- контактна адреса та відповідальний підрозділ (особа);
- інформація про сервісні послуги;
- рекомендації щодо одягу та спорядження відвідувачів;
- рекомендації щодо дій в екстремальних ситуаціях. У найбільш привабливих місцях мають бути передбачені площадки для перепочинку, бесід, спостережень, фото – та кінозйомок тощо.

У межах екологічної стежки чи туристичного маршруту має гарантуватися безпека перебування відвідувачів, враховуватися можливі ризики, які виникають під час та після дощів (грози), снігопадів, штормів, пожеж тощо. Місця ризику відповідно обладнуються містками, поручнями, стежки покриваються гравієм чи посипаються піском тощо. Попередження відвідувачів про можливі негативні біотичні та абіотичні впливи має бути відображено у пам'ятці відвідувача [9].

Також встановлюється разова місткість відвідуваності екологічної стежки (туристичного маршруту), що, насамперед, визначається фізичними можливостями екскурсовода працювати з тією чи іншою кількістю відвідувачів та облаштованістю стежки. Відвідування здійснюється екскурсійними (туристичними) групами під керівництвом екскурсовода, а також його помічника (помічників), якщо в межах екологічної стежки (туристичного маршруту) є місця ризику для відвідувачів. Максимальна кількість екскурсантів екскурсійної (туристичної) групи зазвичай не має перевищувати 30 осіб.

У національних природних і регіональних ландшафтних парках, біосферних заповідниках екотуристична діяльність здійснюється за такими напрямками (видами):

- екскурсії маркованими екоосвітніми стежками з короткостроковим (від 5–10 годин до 1–2 днів) відпочинком (без розбиття наметів і розкладання вогнищ) у спеціально обладнаних місцях;
- науково-пізнавальний пішохідний екотуризм;
- лижний, включаючи гірськолижний, екотуризм (лижні подорожі та прогулянки);
- велосипедний екотуризм (прогулянки, подорожі на велосипедах);
- кінний екотуризм (прогулянки, подорожі на конях);
- водний екотуризм (спуск гірською річкою на надувних плотах, човнах, катамаранах);
- спелеотуризм (екскурсії у печери);
- орнітологічний туризм (спостереження за птахами);
- етнографічний туризм (кантрі-туризм) – ознайомлення з народними традиціями, фольклором, побутом, архітектурою та іншими ментальними цінностями місцевого населення;
- мисливський екотуризм (любительське (спортивне) полювання);
- любительське і спортивне рибальство;
- парапланеризм, прогулянки, подорожі на повітряних кулях;
- скелелазіння (альпінізм);
- екстремальний екотуризм (стрибки з прив'язаним тросом) [9].

У межах екотуризму можна здійснювати екоосвітні тури, тури в екосистемах, фотополювання. Одним з різновидів такого туризму є екологічні екстремальні подорожі, пов'язані з вивченням і охороною тваринного і рослинного світу планети. Особливістю організації цього виду туризму є забезпечення мінімального впливу на природне середовище при організації поїздок, створення мережі екологічних готелів, забезпечення туристів екологічно чистими продуктами харчування. На Заході зараз стали дуже

популярними орнітологічні тури ("birdwatch" — спостереження за птахами). Туристичні фірми надають туристу засоби для спостереження за птахами або метеликами. Наприклад, спостереження за польотом метелика включає в себе також збір, фотографування рідкісних видів рослин і квітів [130].

Як слушно зазначають Ковешніков В. С., Ліфіренко О. С., Стукальська Н. М., екологічний туризм — це не тільки різновид природного туризму, який об'єднує людей, які подорожують з науково-пізнавальними цілями і сферою інтересів яких є навколишнє природне і культурне середовище, але ще і можливість бути активним захисником цього середовища [130].

Отже, з урахуванням усього викладеного вище, можна підсумувати, що екологічний туризм передбачає здійснення туристичної діяльності з мінімальним (лімітованим) впливом на навколишнє природне середовище і орієнтований на збереження природного довкілля та поширення екологічних принципів співіснування людини і природи у сучасних умовах. Стратегічна мета екологічного туризму, який в більшості випадків здійснюється у межах природоохоронних територій — здійснення туристичної діяльності з урахуванням вичерпності природно-ресурсного потенціалу або необхідністю збереження і охорони природних систем.

Отримання економічного та соціального ефекту від розвитку екологічного туризму — відповідних грошових надходжень у місцеві бюджети та підвищення зайнятості населення — потребує розробки і облаштування туристичних маршрутів та еколого-пізнавальних стежок, організацію рекламно-видавничої та інформаційної діяльності та низки інших еколого-попкляризаційних заходів.

Водночас, впродовж останнього часу з боку екологів збільшується кількість застережень щодо екотуризму, особливо стосовно його розвитку на територіях природно-заповідного фонду. Багато фахівців в галузі охорони природи і заповідної справи схиляються до думки, що будь-який вплив туризму, в тому числі і екотуризму, є негативним для дикої природи, тому заповідники взагалі не можна використовувати для цілей екотуризму [29, 145].

Витоптування рослинності, небезпека виникнення пожеж, порушення спокою для диких тварин, забруднення водних ресурсів, засмічування території, вандалізм та ін. негативні явища, що супроводжують масові явища в екотуризмі є чинниками негативного впливу на природні екосистеми. Саме з таких міркувань у січні 2010 р. до Закону України «Про природно-заповідний фонд України» було додано поправки, які взагалі забороняють всі види туризму на території природних заповідників [106].

### **4.3. Проблеми розвитку сільського та етнічного туризму**

До соціальних видів туризму відноситься сільський туризм, який передбачає відпочинок в приватних господарствах (садибах) сільської місцевості з метою пізнання природно-рекреаційних, культурних, історичних, етнографічних та інших особливостей місцевості. Сільський туризм можна розглядати, як проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, етнокультурний колорит місцевості тощо [241].

Як зазначають Цимбалюк С.Я. і Морозова І.В., сьогодні не існує однозначного підходу щодо визначення сутності сільського туризму не тільки в Україні, але і в інших країнах Європи. Це насамперед пов'язано з диференційованими підходами в різних країнах до туризму як виду підприємницької діяльності в сільській місцевості [306].

В Україні сільський туризм розглядають як один із різновидів господарської діяльності, у тому числі із залученням майна особистого селянського господарства, шляхом надання послуг з тимчасового проживання, харчування, проведення відпочинку (рибалка, катання на конях, купання в басейнах та озерах і річках), практичний показ процесів вирощування та догляду за рослинами, тваринами та бджолами, а також з виготовлення виробів з глини, вишивання, різьба по дереву, лозоплетіння та ін.), народних обрядів,

ознайомлення туристів з побутом та умовами проживання селян минулого століття, з особливостями регіону, його пам'ятками, природним ландшафтом тощо [241].

На думку експертів, складність у визначенні цього поняття пояснюється насамперед тим, що це багатогранна та міжсекторальна діяльність. Зокрема, перешкодою на шляху поширення ідеї такого туризму в сільській місцевості є нерозуміння його принципової відмінності від комерційної туристичної діяльності в законодавчих, урядових та освітянських колах. Сільський зелений туризм помилково розглядається як сфера туризму, тобто ототожнюється з високоприбутковим бізнесом на урбанізованих територіях з усіма наслідками, що звідси витікають. Натомість для сільських територій як в Європі, так й в Україні це не так прибутково-комерційна діяльність, як соціально-економічне явище, що дає шанс відродити економіку села, зберегти його традиційні цінності та сільські громади. Як зазначає Голова правління Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні Володимир Васильєв: «Сільський зелений туризм здатен якщо не повністю, то хоча б частково зайняти сільське населення. Він дає змогу жителям села збільшувати свої доходи, створювати економічні передумови для розвитку територіальних громад».

Однак розвиток сільського туризму в сучасних соціально-економічних і законодавчо-правових умовах ускладнено через низку причин, серед яких, головним чином, є недосконалість законодавства. Лише у травні 2017 року Верховна Рада України підтримала законопроект № 2232а «Про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму [223]», який був поданий до розгляду Комітету Верховної Ради України з питань аграрної політики та земельних відносин на своєму засіданні ще у грудні 2015 р. Згідно з проектом Закону було надано юридичне визначення поняття сільського зеленого туризму, розмежувавши підприємницьку та не підприємницьку діяльність у галузі туристичної діяльності, що проводиться в сільській місцевості.

Згаданим законопроектом було визначено, що сільський зелений туризм – це добровільне надання за плату або безоплатно послуги у сфері сільського зеленого туризму, а саме послуги з розміщення (проживання) не більше ніж на 10 місць, харчування, а також організації дозвілля й заходів, пов'язаних із використанням майна особистого селянського господарства, місцевими звичаями і традиціями гостинності. Законопроектом пропонується регламентувати організацію в сільській місцевості фахової підготовки та перепідготовки членів особистого селянського господарства, доповнити її у тому числі підготовкою з надання послуг сільського зеленого туризму [223].

Експерти очікують, що ухвалення законопроекту сприятиме вирішенню комплексної проблеми соціально-економічного розвитку сільських територій України, які сьогодні зазнали значних матеріальних і демографічних втрат. На їхню думку, важливим чинником соціально-економічного розвитку сільських територій може стати, зокрема, сільський зелений туризм, у якому людські, матеріальні, земельні ресурси особистих селянських господарств, вироблена в них продукція використовуються для надання послуг із розміщення, харчування й інших форм обслуговування туристів і відпочивальників. Таким чином, такий туризм забезпечить кумулятивний ефект для сільських територій. Він полягатиме, зокрема, у створенні нових робочих місць для забезпечення комплексності пропонованих туристичних послуг (транспортування, екскурсійне обслуговування та ін.) та розбудові інфраструктури сільських поселень.

Актуальність законопроекту «Про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму», на думку експертів, полягає також у тому, що нині селянство лишилося чи не єдиним зберігачем і примножувачем національних господарських культурно-етнічних традицій.

Під поняттям сільського зеленого туризму, на думку Петрик Н.А. і Олексійчук Т.В. розуміють тимчасове переміщення туристів в сільську

місцевість з метою ознайомлення з місцевим способом життя, культурою, традиціями, звичаями [208].

Водночас В.І. Біркович визначає сільський зелений туризм як специфічну форму відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону і називає його пріоритетним напрямом туристичної галузі України [22].

На нашу думку В. Дарчука сільський туризм передбачає розміщення туристів у сільській садибі для відпочинку та отримання ними відповідних послуг (традиційних основних: проживання (екологічне, культурне, історичне розташування), харчування (екологічно чисті продукти, дегустація місцевих (домашніх) страв), розваг (участь у фестивалях, ярмарках, організації традиційних свят); традиційних додаткових: робота на фермі, городі, в саду, на господарському дворі, сінокосі, риболовля, полювання та специфічних: догляд за домашніми тваринами, катання на конях, човнах, навчання народним ремеслам тощо)» [71].

На думку Бородіної О. та Прокопи І., визначальною характеристикою сільського розвитку є його людиноцентризм: його розвиток має бути спрямований на задоволення потреб і забезпечення реалізації інтересів якнайширших верств сільського населення, у тому числі й також і процесів сільського розвитку [2, с.79].

Цимбалюк С.Я. і Морозова І.В. визначають сільський туризм як відпочинок з будь-якою метою, видом та формою організації туристської подорожі в сільській місцевості з розміщенням на відпочинок у будинку сільського господаря [306].

Послугами присадибного сільського зеленого туризму користуються переважно міські жителі середнього віку – від 25 до 45 років. Зазвичай вони мають власний бізнес, на відпочинок приїздять сім'ями. Їх приваблюють сільська тиша, мальовничі краєвиди, можливість пожити в сільській родині,

налагодити контакти з новими людьми, споживати продукцію, яка вирощується в господарстві, познайомитися з традиціями та культурою певної місцевості.

На думку Цимбалюк С.Я. і Морозова І.В., до переваг розвитку сільського зеленого туризму слід віднести:

- екологічно орієнтований спосіб життя серед населення (відпочинок у чистих природних зонах, споживання екологічно чистих продуктів тощо);
- соціально-економічний розвиток сільських територій;
- збільшення джерел прибутку та кількості робочих місць у сільській місцевості;

удосконалення житлового фонду, комунального облаштування територій та сільської інфраструктури;

- формування стійкої громадської позиції щодо збереження навколишнього природного середовища і раціонального природокористування;
- відновлення етнічних та культурних особливостей (традицій, обрядів, народних промислів);
- формування культурно-освітнього рівня громадян;
- удосконалення сфери діяльності обслуговування туристичних послуг у сільській місцевості: транспортування, торгівля, комунальне і побутове обслуговування, розваги та організація дозвілля [306].

Водночас, характеризуючи сучасний стан розвитку сільського зеленого туризму, слід зазначити про наявність низки перешкод, які стримують активний розвиток цього туристичного напрямку. За словами директора Центру розвитку туризму Володимира Царука, серед зазначених проблем слід відзначити, що сільські садиби, які приймають гостей, переважно залишаються не сертифікованими, і відповідно зелений туризм не має певної категоризації послуг та централізованої бази даних про розташування садиб у регіонах. Відсутність державного регулювання цієї сфери бізнесу, а водночас і державної підтримки, окрема тема. Лиш коротко відзначимо, що наразі – “зелений” туризм регулюється лиш законом про особисте селянське господарство, в якому йдеться, що людина, яка володіє земельною ділянкою



сільськогосподарського призначення, може надавати послуги з сільського (чи то зеленого) туризму (розміщення до 10 людей) і не обкладається податками, оскільки це вважається власним виробництвом [108].

З іншого боку, немає і працюючої державної підтримки цієї сфери туризму. Приміром, у Європі для старту такого бізнесу виділяються кредити під малі відсотки. В Україні ж таке кредитування відсутнє, тому власники садиб не поспішають вкладати кошти, відповідно цей напрям розвивається дуже повільно. Як розповідають фахівці у сфері туризму, нещодавно державні чиновники повернулися до розмов про доступне кредитування для початку бізнесу, але чим закінчаться вони цього разу – ніхто не може прогнозувати [108].

Етнічний туризм є перспективним різновидом туризму, який здійснюється з метою відвідування туристами місць свого історичного проживання, народження, або регіонів проживання родичів і близьких.

Розвиток етнічного туризму стає новим цікавим напрямком діяльності, попит на етнічні тури, які можуть здійснюватись у рідні місця для туристів або з метою ознайомлення з культурою певного краю, постійно зростає. Зі свого боку туристичні фірми розробляють нові краєзнавчі маршрути, для того, щоб зацікавити шанувальників саме етнічного туризму. Для залучення іноземних туристів проводяться фестивалі та різноманітні святкові заходи. В Україні цей вид туризму є новим і ще не до кінця освоєним, але попри те, набуває популярності і в майбутньому може стати одним з найпопулярніших видів туристичної діяльності, як серед молоді так і серед людей третього віку [181].

Характерною особливістю цього етнічного туризму є одночасне поєднання туристично-рекреаційних цілей та інформаційно-пізнавальних завдань етнографічної експедиції, що дозволяє ознайомитись з природою, культурою та історією місцевого населення, з яким туристи відчуває духовний та родинний зв'язок, розширити кругозір, пізнати автентичні традиції конкретного народу та відчутти себе частиною соціуму рідного краю.

Під поняттям «етнічний туризм» розуміють поїздки двох типів: подорожі для побачення з рідними та близькими та поїздки для відвідання місць, з якими пов'язана історія народу або життя предків. Цей вид туризму має особливе значення для тих країн, значна частина населення яких проживає за кордоном [208]. Незначна частина дослідників виокремлює етнічний туризм, як поїздки з метою побачень з рідними та близькими [124, с. 78].

На думку Петрик Н.А. та Олексійчук Т.В., зміст етнічного туризму полягає у відвідуванні будь-якого етнографічного регіону задля задоволення своїх матеріальних та духовних потреб. З цієї точки зору здійсненням сентиментального туризму вважається той випадок, коли мова йде про туристичну подорож з метою відвідин родичів або їх нащадків, для відновлення родинних зв'язків, повернення втраченого, згаяного часу й свідоме його витрачання на спілкування із близькими людьми [208].

Етнокультурна спадщина є невичерпним ресурсом для розвитку туризму і значення цього ресурсу зростає, набуваючи самостійної цінності. Мотивацією до вибору етнічного туризму стає унікальність, неповторність культури того чи іншого етносу. До того ж, не слід забувати, що в більшості країн етновідпочинок в умовах збереження етнографічної самобутності набуває національного значення:

- через етнічний туризм мешканці урбанізованих територій з масовою культурою мають можливість пізнавати справжні традиції регіону;
- дає поштовх для відродження і розвитку традиційної культури (народної архітектури, мистецтва, промислів).

Етнічний туризм можна розглядати як засіб, який допомагає у підтримці розвитку економічної та культурної сторони сільських регіонів та допомагає у збереженні культурної спадщини. Оскільки, включає в себе показ та ознайомлення з історико-культурними пам'ятками регіону, а також оплату за надання туристичних послуг обслуговування.

Водночас Петрик Н.А. та Олексійчук Т.В. виділяють особливості етнічного туризму, зокрема:

- туристичні подорожі у цьому Петрик виді туризму можуть здійснюватися у будь-який куточок світу, будь-ким, не залежно від віку, статі, статусу чи інших ознак;
- етнічний туризм визначається неординарними формами;
- характеризується особливим емоційним насиченням [208].

Також згадані автори поділяють етнічний туризм за масштабом, мотивами, тривалістю.

За масштабом виокремлюють такі форми етнічного туризму:

- внутрішній (туристична поїздка, здійснена в межах країни звичного середовища, але різних історико-етнографічних земель);
- зовнішній (туристична поїздка, здійснена за межами країни звичного середовища, але різних історико-етнографічних земель);
- прикордонний (туристична поїздка на незначну відстань за межі звичного середовища, але різних історико-етнографічних земель сусідніх країн);
- середньовіддалений (туристична поїздка на незначну відстань за межами звичного перебування з метою задоволення матеріальних та духовних потреб);
- далековіддалений (туристична поїздка на значну відстань за межами звичного середовища з метою задоволення матеріальних та духовних потреб) [208].

За мотивами існують наступні форми етнічного туризму:

- науково-дослідницький (подорож з метою вивчення, аналізу, певної етнографічної групи на історико-етнографічних землях для подальшого дослідження її традиційно-побутової культури);
- сентиментальний або як його ще називають ностальгічний (туристична подорож з метою відвідин родичів або їх нащадків, для відновлення родинних зв'язків);

- пізнавально-етнографічний (туристична подорож, метою якої є задоволення пізнавальних потреб, зацікавленість тією чи іншою етнографічною групою).

За тривалістю виокремлюють наступні форми етнічного туризму:

- довготривала (до 3 місяців);
- подорож середньої тривалості (від двох тижнів до одного місяця);
- не тривала подорож (від 2 до 14 днів).

Серед вказаних форм етнічного туризму, найбільш цікавими та своєрідними є прикордонний та сентиментальний туризм [208].

Туристський інтерес можна трактувати як перспективу одержання туристом об'єктивної інформації, позитивних емоцій або потенційна можливість задовольнити заплановану потребу туриста в конкретній, на початку частково відомій, туристичній послугі, туристичному товарі й туристичному продукті, заснованих на певному комплексі туристичних ресурсів, що є об'єктами туристського інтересу [125].

Споживачами етнічних турів найчастіше є люди третього віку. Їхніми мотивами є відвідування місць, де вони колись жили, де проходило їхнє дитинство, відвідування батьківщини їхніх предків, а також подорож до давніх друзів та знайомих і одночасно ознайомлення з їхньою культурою.

Невід'ємною складовою етнічного туризму також є етнотуристичний потенціал. Він включає у себе 3 основних елементи:

- 1) ресурси;
- 2) інфраструктура;
- 3) імідж [181].

Можна виділити два головних підходи до характеристики етнічних ресурсів: перший – це географічна характеристика ресурсів, другий – історико-культурна. Географічна характеристика означає етнотуристичну специфіку разом з природними ресурсами. Історико-культурна робить акцент на духовних та культурних елементів етнокультури краю [53].

Стрімкий розвиток етнічного туризму сьогодні можна назвати як активні кроки до збереження етнокультурних ландшафтів та відродження традицій місцевого населення і одночасно можливість отримувати прибуток.

Інфраструктурою туризму вважається система забезпечення туристам житла, харчування, переміщення та відпочинку. До цієї системи можна віднести споруди інженерних і комунікаційних мереж, споруди засобів зв'язку, підприємств індустрії туризму. Усі ці складові забезпечують успішне здійснення туристичної подорожі. Інфраструктура відіграє важливу роль, тому що яким би не був цікавий об'єкт туристам, якщо до нього немає зручної прокладеної дороги (стежки) – він буде користуватись меншою популярністю серед туристів.

Окрім зручного доступу до об'єкта, туристам потрібно ще забезпечити і умови проживання на місці туристичної подорожі. Загальноприйнятим у світовій практиці є стандарт розміщення туристів в готельних двомісних номерах зі зручностями (туалет, душ або ванна, гаряча вода). Відсутність таких зручностей в готелях, а також погані дороги і низький рівень сервісу є великою перешкодою для розвитку туризму. Таким чином, в будь-якій державі інфраструктура туризму є найважливішою складовою успішного функціонування та сталого розвитку туристської сфери.

Об'єкти інфраструктури можна поділити на:

- Об'єкти, які забезпечують транспортне перевезення. До них можна віднести такі види транспорту: залізничний, авіаційний, автомобільний, водний, гужовий, а також вокзали, порти, аеропорти, та термінали;
- Об'єкти, які надають послуги розміщення: це готель, мотель, пансіонат, кемпінг, турбаза, хостел та багато інших видів;
- Об'єкти, які надають послуги харчування : ресторан, кафе, бар, буфет, їдальня;
- Об'єкти розважальної сфери: театр, цирк, зоопарк, аквапарк, розважальні центри;
- Об'єкти, які займаються туристичною організацією : туристичні

фірми, агенства, інформаційні та екскурсійні бюро, а також організації які займаються продажем сувенірів, літератури та ін.

Третьою складовою етнічного потенціалу є імідж території. Іміджем можна назвати образ, який виникає в уяві різних груп туристів. Імідж території є поєднання раціональних та емоційних уявлень, які є результатом поєднання усіх ознак території. До уваги також береться власний досвід споживача та «чутки» - які розглядаються як неофіційна інформація, але є дуже важливою та впливає на формування образу [53].

Формування іміджу є дуже важливим процесом. Розрізняють зовнішній та внутрішній імідж. Так, при створенні внутрішнього іміджу слід вирішувати такі задачі:

- встановлення термінових і перспективних цілей функціонування території і створення етапів діяльності;
- сегментація туристичного ринку відповідно до плану;
- утворення товарного знаку, логотипу;
- підбір і розстановка співробітників, адекватних займаному місцю і загальним цілям;
- розробка загального стилю, концепції оформлення території;
- проведення маркетингових досліджень;
- створення клієнтської бази.

При розробці зовнішнього іміджу необхідно вирішити такі завдання :

- розсилка інформаційних листів потенційним партнерам і клієнтам про створення, цілі і загальну стратегію території;
- зовнішня реклама, зосереджена на унікальності пропонованих послуг;
- слідування принципам ділової етики в процесі спілкування з клієнтом [53].

Окремо можна виділити етнографічний імідж. Етнографічний імідж формують проведення культурно-мистецьких заходів, наявність ресурсів, які мають виділену регіональну особливість.

Формування іміджу етнічної території та посилення ознайомлення іноземних туристів з українськими землями є дуже важливим та необхідним, оскільки це чудовий спосіб залучити додаткову увагу туристів, які ніколи не цікавились даним видом туризму. А це в свою чергу приносить дохід у вітчизняну економіку держави.

Для успішного розвитку етнічного туризму, перш за все, потрібна придатна і туристично приваблива територія. Таку привабливість (атрактивність) формують якості і властивості «дестинації», що задовольняють насамперед рекреаційно-пізнавальні потреби споживачів туристичного продукту. Привабливість туристичної території формується при наявності історико-культурного і природного потенціалу і є одним із головних та визначальних у процесі дослідження придатності території для розвитку різних видів туризму [53].

Туристична привабливість часто мінлива і може змінюватися залежно від багатьох чинників, котрі впливають на привабливість туристичної території. Саме до них належить наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих закладів із відповідним асортиментом послуг, які вони продукують та ін.

Дуже важливою складовою привабливості в сучасних умовах постає якість довкілля. У ринкових умовах господарювання вагомого значення в організації навколишнього середовища набуває використання маркетингу, що сприятиме зміцненню конкурентоздатності певної території і може визначально впливати на її привабливість.

Загалом туристично привабливою вважається територія, яка користується популярністю у туристів і перетворюється на відповідне територіальне туристичне поєднання у вигляді туристичного пункту, центру, вузла, району, регіону.

Окрім, рівня привабливості, територія має ти, ще й придатною для розвитку певного виду туризму. Так, туристичну придатність території можна розглядати, як сукупність туристичних ресурсів, які розташовані в межах такої

території та її можливість надавати туристичні послуги з метою задоволення різноманітних потреб туристів.

Багато науковців сьогодні визначають туристичну придатність за такими показниками як загальний імідж регіону: природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення; соціальна стабільність та безпека; транспортна доступність; економічна привабливість; духовна привабливість центрів релігійного паломництва; привабливість пам'яток історії; культурно-освітня привабливість [189].

Розглядаючи питання оцінки придатності території для розвитку саме етнічного туризму необхідно проаналізувати також роль її етнографічного потенціалу.

Етнографічний потенціал – це поняття, яке об'єднує сукупність природних, культурних, економічних та соціально-історичних ресурсів, а також наявність відповідної інфраструктури, яка забезпечує розвиток етнічного туризму. Із точки зору оцінювання етнографічний потенціал можна трактувати як ресурсний потенціал, який має бути максимально, але водночас ресурсоощадно та креативно використаний.

З огляду на це, А. Голод та О. Мисяк пропонують розглядати етнотуристичний потенціал території як сукупність туристичних ресурсів та об'єктів, що формують її придатність для розвитку саме етнічного туризму та дозволяють ефективно організовувати відповідні спеціалізовані туристичні подорожі.

Важливим чинником, який впливає на рівень придатності території для розвитку етнотуризму є її етнографічна спадщина, яка використовується у двох напрямках:

1. Відвідування наявних поселень, які зберегли особливості традиційної культури та побуту певних народів. Зазначені поселення можуть бути демонстраційними чи показовими, і бувають як постійними, так і тимчасовими.

2. Ознайомлення з музеями народного побуту, експозиції яких містять колекції народних костюмів, предметів селянського побуту і народної



творчості, притаманних населенню певних регіонів. Вони знайомлять туристів з історичним минулим краю, його своєрідною культурою, традиційними видами діяльності, традиціями [181].

Отже, серед основних груп показників, які характеризують туристичну придатність території для розвитку етнічного туризму, можна виділити:

1. Природно-ресурсний потенціал території, який розглядається як сукупність засобів і запасів, що використовуються для створення етнотуристичного продукту, і може бути виражений як в кількісній, так і якісній формі. На думку Юхновської Ю. О. Природно-ресурсний потенціал сфери туризму – це здатність природних систем без шкоди для себе (а, отже, і для людей) віддавати необхідну людству продукцію щоб створювати корисну для нього роботу в рамках господарства даного історичного типу; можливості регіону по використанню сукупних природних багатств в туристичній діяльності [181].

2. Кількість і якісний рівень історико-культурних етнотуристичних об'єктів, які можуть бути використані у процесі розробки спеціалізованого туристичного продукту. Науковці Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., С.П. у своїй науковій праці дали таке визначення історико-культурним туристичним ресурсам (ІКТР) – це пам'ятки історії і культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, становлять пізнавальний інтерес і можуть бути використані в туристичній діяльності. До складу ІКТР входять пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, етнографічні пам'ятки і пам'ятки народної творчості [151].

3. Інтенсивність туристичних потоків – цей показник є дуже важливим, оскільки показує рівень зацікавлення туристами певною територією, а також рівень її залучення до турсервісної діяльності [181].

4. Наявність і якість інфраструктурного забезпечення території (і), що включає заклади, що надають послуги розміщення, харчування, транспорту, зв'язку, розваг та ін. Інфраструктуру туристичної галузі представляють комунікації, транспортні послуги, інженерні споруди, дороги, суміжні індустрії

туризму підприємства, які забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів, їх належне використання в цілях туризму, а також життєдіяльність підприємств індустрії туризму. Таким чином, поняття інфраструктури туризму охоплює різноманітні складові - спеціалізовані туристичні підприємства, організації та установи. Проте туристичну індустрію також формують підприємства зв'язку й торгівлі, дорожні та комунальні служби, прикордонні і митні переходи тощо [151].

5. Наявність етнічної групи у регіоні. Даний показник є провідним у етнічному туризмі, оскільки саме наявність певної етнічної групи у регіоні формує відповідну етнічну культуру.

Підсумовуючи, можемо виразити етнотуристичний потенціал території як функцію усіх п'ятьох груп показників .

З урахуванням того, що етнічний туризм в багатьох країнах все ще знаходиться на початковому етапі свого розвитку, оцінювання придатності окремих регіонів для розвитку цього виду туризму є актуальним завданням наукових досліджень. Аналізуючи групи показників, які характеризують рівень придатності конкретної території для розвитку етнотуризму можна охарактеризувати та спрогнозувати перспективи її ефективного використання для організації етнічних турів.

#### **4.4. Розвиток інших соціальних видів туризму та його інноваційні пріоритети**

У сучасних умовах релігійний туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Протягом останніх років значно зросла кількість туристів, подорожі яких пов'язані з релігійними мотивами, а туристичний інтерес до об'єктів релігійного туризму (як збоку споживачів, так і туристичних фірм) постійно зростає.

Релігійний туризм вважається історично першим видом туристичних подорожей, що може бути віднесений до періоду формування світових релігій [235]. У найбільш загальному розумінні під релігійним туризмом розуміють поїздки за межі традиційного середовища проживання на термін не більше 1 року для відвідування святих місць і центрів релігій [151].

У науковій літературі існує поділ релігійного туризму на два напрями діяльності: релігійний (релігієзнавчий), пов'язаний з участю у подіях релігійного життя, що здійснюються за допомогою екскурсій та паломницький – як подорож з метою відвідування святинь і святих місць.

Термін "релігійний туризм" відображає, передусім релігійно-пізнавальні аспекти або лише пізнавальні, а "паломницький туризм" пов'язаний з мандрівкою виключно з релігійною метою. Однак, як зазначає С. Кузик, окремі дослідники вважають, що паломництво, крім основної мети, охоплює й суспільно-моральні аспекти, що дає підстави стверджувати, що виключно релігійні мотиви, зокрема у міжнародних подорожах, не існують у чистому вигляді, хоча вони й не конфліктують між собою.

Екскурсійно-пізнавальні тури, що здійснюються у межах релігійного туризму, відрізняються від паломницького терміном перебування, а релігійні об'єкти є лише частиною екскурсійних програм.

Стрімкому розвитку релігійного туризму в Україні сприяє наявність значної кількості святинь різних конфесій, порівняно низька вартість таких програм і, що найважливіше, потреба і зацікавленість сучасних споживачів турпродукту в у такому виді туризму. Релігійні традиції українського народу та наявні сакральні ресурси сприяють формуванню в нашій країні ринку релігійного туризму, а також його чіткому розмежуванню на релігійний туризм екскурсійного та паломницького характеру [116].

Релігійний туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в Україні, оскільки викликає великий інтерес з боку не лише віруючих, а й інших верств населення. У сучасних умовах відвідування культових споруд набуває рис паломництва. При цьому, значно розширився перелік об'єктів

релігійного паломництва: до матеріальних ресурсів релігійного туризму включають не лише культові споруди та ікони, але й святі джерела, дерева, скелі, тобто об'єкти природничого походження.

Як зазначає Ю.Я. Городиський, паломництво, або подорож з релігійною метою відіграє важливу роль у суспільному житті людини, оскільки виконує багато функцій для людини: пізнавальну, рекреаційну, туристичну, спортивно-оздоровчу, наукову, соціальну [62].

Подорожі прочан здійснюються до релігійних об'єктів. У християнстві це можуть бути чудотворні ікони, моці святих, святі цілющі джерела. Ці об'єкти паломництва використовуються не тільки в релігійному туризмі, але і як цікаві пізнавальні місця в інших видах туризму, зокрема в культурно-пізнавальному, сільському та екологічному.

Особливості паломництва в християнстві можуть відрізнятися в різних напрямках, сектах і деномінаціях. Характер цих поїздок, їх інтенсивність, залежать також від особливостей економічного і політичного становища, рівня матеріального добробуту громадян, їх соціального та професійного становища, географічного розташування місць паломництва і клімату в місцях поїздок [62].

Тривалий час в нашій країні релігійні пам'ятники використовувались лише як екскурсійні об'єкти. Туристично-екскурсійна робота в таких умовах була одним із небагатьох джерел отримання знань про історію розвитку релігії в державі. Володіння цим масивом знань стало необхідною умовою подальшого розвитку суспільства і збереження його культурних надбань.

Найбільш важливими об'єктами при розробці туристично-екскурсійних маршрутів на території нашої країни є численні монастирі і храми, де зберігаються моці святих та інші реліквії, чудотворні ікони. Цінність цих об'єктів визначається не тільки їх місцезнаходженням, а мистецьким рівнем. Це стосується як архітектури, так і живописних та скульптурних робіт на біблійні сюжети, створених відомими художниками і невідомими майстрами. Важливими туристичними об'єктами можуть виступати також поховання вищих ієрархів католицької церкви.

Релігійнознавчий туризм виконує ряд важливих функцій, серед яких пізнавальна, естетична, виховна. Пам'ятки церковної історії і культури є засобом утвердження національної свідомості і самосвідомості, відтворення історичної пам'яті, виховання патріотизму, розвитку естетичних і художніх смаків та ін.

Таким чином можна стверджувати, що об'єкти релігійного туризму в нашій країні володіють значним туристичним потенціалом, однак потребують більш ефективного інформування про напрямки своєї діяльності, що може зробити його більш привабливим для українських та іноземних туристів. Шляхом розробки національної мережі релігійних маршрутів, багато з яких мають міжнародне значення, туристичні фірми спільно з церковними громадами різних конфесій здійснюють «невидимий експорт» церковної культури як невід'ємної складової національної культурної спадщини, що сприяє більш чіткому усвідомленню своєї національної культурної самобутності.

Дослідження історико-культурних пам'яток, що є об'єктами релігійного туризму, є особливо актуальними для нашого часу, оскільки вони є культурним надбанням не лише України, але й людства загалом.

Дослідженню різноманітної проблематики релігійного туризму присвячені праці багатьох науковців: Ю.Кадацької, С. Кузика, М. Кляп, О. Любіцевої, М. Мальської, К. Мезинцева, Б. Мельника, С. Павлова, С. Романчук, О. Чміля та ін.

Термін "релігійний туризм" відображає, передусім релігійно-пізнавальні аспекти або лише пізнавальні, а "паломницький туризм" пов'язаний з мандрівкою виключно з релігійною метою. Паломники менше уваги приділяють якості обслуговування на об'єктах розміщення та харчування, оскільки вони більше зацікавлені у відвідуванні монастирів, храмів, а також освячених місць, які визнаються святими (джерела, ріки, печери, гори та ін.). Однак, деякі дослідники вважають, що паломництво, крім основної мети, охоплює й суспільно-моральні аспекти, що дає підстави стверджувати, що

виключно релігійні мотиви, зокрема у міжнародних подорожах, не існують у чистому вигляді, хоча вони й не конфліктують між собою.

Екскурсійно-пізнавальні тури, що здійснюються у межах релігійного туризму, відрізняються від паломницького терміном перебування і не обов'язковістю відвідування лише релігійних святинь. Релігійні об'єкти (собори, мечеті, культові музеї, духовні центри) є лише частиною екскурсійних програм.

Паломництво – це мандрування богомольців до «святих місць» [116]. Походження слова «паломництво» походить від слова «пальма» – паломники-християни, які здійснювали поїздки на Святу Землю в Середньовіччя, привозили звідти пальмову гілку [62]. Паломник – це здебільшого глибоко релігійна людина, яка готовий на деякий час відмовитися від звичайного способу життя заради молитви, задоволення своїх духовних цілей. У різних регіонах світу існують інші назви цього слова. Наприклад в Україні – паломник, прочанин; мандрівник, шанувальник – в Росії, пілігрим, паломник, – на Заході, хаджі – на сході [116].

Для здійснення паломництва людей спонукає багато різних мотивів. Це бажання зцілитися від душевних і фізичних хвороб, відмовити молитвам за прощення гріхів, помолитися за здоров'я рідних і близьких, покаятися у вчинках, випросити у Бога щасливої долі для себе і сім'ї, легкого життя, на Землі, проявити відданість у вірі і знайти сенс у життя. Значення паломництва в суспільно-релігійного життя визначає духовну і просвітницьку місію. При відвідинах святих місць люди дізнаються про історію та духовні традиції монастирів і храмів, специфіку їхнього функціонування як релігійних та культурних об'єктів, оскільки монастирі та храми завжди були не тільки місцем духовного діяння, а й центрами освіти, збереження історичної та культурної спадщини, її розповсюдження і примноження. Тут роками накопичувалися книги, ікони, твори прикладного мистецтва, вироби народних промислів. Монастирські і храмові будівлі були головними архітектурними пам'ятками своєї епохи, особливо до 18 століття. Незважаючи на втрату свого основного

призначення в радянський період, вони зберігали роль культурних центрів в якості музеїв [62].

На сьогоднішній день паломники широко користуються послугами релігійних організацій або туристичних підприємств. Створюються спеціальні туристичні фірми, які організовують такі тури з обслуговуванням і екскурсіями на місцях. Потоки паломників, інтенсивно ростуть у дні релігійних свят і подій. Релігійним паломництвом історично займалися і займаються в даний час спеціальні служби паломників, створювані релігійними центрами тієї чи іншої конфесії. До релігійних організацій належать: релігійні товариства, релігійні управління і центри, монастирі, релігійні братства, місіонерські товариства (місії), духовні навчальні заклади. Здебільшого, паломництво здійснюється в теплу пору року і в релігійні свята. Кожен паломницький центр або місце має в церковному календарі дату для проведення паломництв, храмових свят. Таких дат в календарі може бути дві і більше на рік [62].

Релігійний туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в Україні, оскільки викликає великий інтерес з боку не лише віруючих, а й інших верств населення. Релігійна традиція українського народу та наявні сакральні ресурси сприяють формуванню стійкого попиту на паломницькі тури та формуванню в нашій країні ринку релігійного туризму, для розвитку якого дослідження туристичного потенціалу храмових комплексів має важливе значення.

На території Львівської області розміщено десятки місць паломництва різного типу і різного релігійного значення. Всі ці об'єкти мають історичну, культурну та релігійну цінність. Вони є передумовою розвитку в регіоні релігійно-паломницького туризму: місцевого, регіонального, загальнодержавного. До найважливіших заходів, які будуть сприяти розвитку паломництва до цих релігійних святинь потрібно віднести: по-перше, якісне дорожнє покриття, адже переважна більшість місць розташована в сільській місцевості, або далеко за їх межами; по-друге, інформаційне забезпечення, адже

чимало місць, в яких розміщені паломницькі святині, на туристичних або автомобільних картах або на місцевості не позначені взагалі.

Найвідоміші з місць паломництва вимагають додаткової інфраструктури, зокрема, закладів харчування та розміщення паломників [62].

У сучасних умовах релігійний туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Протягом останніх років значно зросла кількість туристів, що здійснюють паломництво до релігійних святинь України і виїждять в інші країни з релігієзнавчою метою. Релігієзнавчий туризм виконує ряд важливих функцій, серед яких пізнавальна, естетична, виховна. Пам'ятки церковної історії і культури є засобом утвердження національної свідомості і самосвідомості, відтворення історичної пам'яті, виховання патріотизму, розвитку естетичних і художніх смаків. Шляхом розробки національної мережі релігійних маршрутів, багато з яких мають міжнародне значення, туристичні фірми спільно з церковними громадами різних конфесій здійснюють «невидимий експорт» церковної культури як невід'ємної складової національної культурної спадщини, що сприяє більш чіткому усвідомленню своєї національної культурної самобутності.

Дослідження історико-культурних пам'яток, що є об'єктами релігійного туризму, є особливо актуальними для нашого часу, оскільки вони є культурним надбанням не лише України, але й людства загалом.

Релігійний туризм належить до найдавніших видів туризму – його витоки сягають часів формування основних світових релігій. У найбільш загальному розумінні під релігійним туризмом розуміють поїздки за межі традиційного середовища проживання на термін не більше року для відвідування святих місць і центрів релігій [161].

У науковій літературі існує поділ релігійного туризму на два напрями діяльності: релігійний (релігієзнавчий), пов'язаний з участю у подіях релігійного життя, що здійснюють за допомогою екскурсій та паломницький – як подорож з метою відвідування святинь і святих місць.

Термін "релігійний туризм" відображає, передусім релігійно-пізнавальні



аспекти або лише пізнавальні, а "паломницький туризм" пов'язаний з мандрівкою виключно з релігійною метою. Паломники менше уваги приділяють якості обслуговування на об'єктах розміщення та харчування, оскільки вони більше зацікавлені у відвідуванні монастирів, храмів, а також освячених місць, які визнаються святими (джерела, ріки, печери, гори та ін.). Однак, деякі дослідники вважають, що паломництво, крім основної мети, охоплює й суспільно-моральні аспекти, що дає підстави стверджувати, що виключно релігійні мотиви, зокрема у міжнародних подорожах, не існують у чистому вигляді, хоча вони й не конфліктують між собою.

Екскурсійно-пізнавальні тури, що здійснюються у межах релігійного туризму, відрізняються від паломницького терміном перебування і не обов'язковістю відвідування лише релігійних святинь. Релігійні об'єкти (собори, мечеті, культові музеї, духовні центри) є лише частиною екскурсійних програм.

Релігієзнавчий туризм має важливе значення для розвитку туризму у Львові. Найбільш важливими об'єктами при розробці туристично-екскурсійних маршрутів на території Львова є численні монастирі і храми, де зберігаються мощі святих та інші реліквії, чудотворні ікони. Цінність цих об'єктів визначається не тільки їх місцезнаходженням, а мистецьким рівнем. Важливими туристичними об'єктами можуть виступати також поховання вищих ієрархів католицької церкви.

Церква Святої Анни — пам'ятник історії і архітектури у м. Львові, розташований на перехресті вулиць Городоцької та Т. Шевченка (колишньою Янівською). У минулому храм був костелом Святої Анни, але після легалізації Української греко-католицької церкви будівля перейшла у власність цієї конфесії. Церква Св. Анни разом з монастирем августинців являють собою ансамбль, що в основному склався на середину XVIII ст. Ансамбль своїм розташуванням фіксує топографічну ситуацію початку XVI ст., а саме — роздоріжжя Городоцького та Янівського (Краківського) шляхів.

Костел Св. Анни з давніх часів був найвизначнішою спорудою цієї околиці міста. Храм відомий ще з XVI ст., коли він був святинею цеху кравців.

У XVIII ст. паломники приходили до нього з молитвою до Чудотворної Ікони Матері Божої. Після другої світової війни храм був закритий і був повернений парафіянам лише на початку 1990-х рр. минулого століття.

Історія цієї святині починається ще у 1495 році, коли у Львові повстали кравецькі підмайстри, яким важко було стерпіти особливо важкі умови праці і вони вирішили вночі втекти з міста. Однак, неподалік їх наздогнала міська сторожа – ціпаки. Ремісники вступили в бійку, але озброєні ціпаки мали значну перевагу. Кілька підмайстрів було вбито. На цьому місці їхні товариші потім насипали могилу і поставили стовп з хрестом [330]. Згодом, у 1507 році на місці, де міською вартою були убиті і поховані підмайстри-кравці, що бігли зі Львова, зусиллями кравецького цеху було зведено невеликий дерев'яний римо-католицький костел і освячено в честь Святої Анни.

Первісний дерев'яний костел згорів у 1509 р. під час набігу волохів, очолюваного молдавським господарем Богданом III. Святиню відбудовано вже мурованою лише в 1599 році – костел було зведено із каменю і дерева. У 1671 р., за благословенням архієпископа Войцека Корицінського та за сприянням короля і влади міста, костел Св. Анни було передано монахам-августинцям, а невдовзі поряд з храмом повстав їх монастир. Однак, у 1648 р., під час облоги Львова козаками, храм було знищено знову.

Лише у 1670 році руїни передано ордену августинців-єремітів, які у 1673 р. розпочали відбудову, під час якої споруджено монастир у стилі барокко і будівля загалом набула практично такого вигляду, який є зараз. На початку XVIII ст. ікона Матері Божої з дитям Ісусом, що знаходилась у храмі, стає відома як чудотворна. Саме перед нею у 1710 р. міщани зносили свої молитви і просили у Богородиці відвернути від міста пошесть важкої недуги і їх молитви були вислухані.

Після часткової перебудови у 1730 р. храм набув сучасного барокового вигляду. У 1756 році при костелі затверджено братство святого Яна і станом на 1772 р. у монастирі перебувало 7 отців і 2 братів [330].

Після скасування ордену августинців австрійською владою у 1783 р., у

рамках так званої «йосифінської касати», монастир скасовано, а через три роки костел став філіальним. Приміщення монастиря використовували як трикласову школу, а костел став парафіальним лише у 1820 році. У 1810 р. на роздоріжжі біля храму була поставлена фігура Св. Яна Непомука – патрона мандрівників та подорожніх, однак вона зникла після II світової війни.

У 1824 і 1864 рр. храм було відреставровано і засновано монастир августинів. До храму збоку добудовано плебанію, будівля якої походить із середини XVIII ст. (пр. 1886 р.) [330].

У функціонуванні храмового комплексу Св. Анни умовно можна виділити декілька етапів:

1. Храми-попередники. Першою була дерев'яна каплиця, збудована у 1507 р. майстрами кравецького цеху на згадку про кількох цехових учнів, що загинули на цьому місці у бійці з міською сторожею. У 1509 р. каплицю спалено під час облоги волоськими військами Богдана III. Після цього храм відбудовано з каменю і з дерева. У 1599 р. знову освячено, що може свідчити про ще одну перебудову. Під час облоги Львова військами Хмельницького у 1648 р. храм знову спалено.

2. Після Другої світової війни. В радянський час храм не функціонував, а використовувався як каса продажу залізничних квитків, а потім як комісійний меблевий магазин. В результаті цього внутрішнє оздоблення храму було повністю знищено, втрачено усі вівтарі та стінні розписи, знищено годинник та забрано усі дзвони, демонтовано та вивезено до Литви орган [380]. За архівними документами церкву Св. Анни могли використовувати як репетиційний зал та театр-студію молодого актора, концертний зал камерної музики, прокатний конференційний зал з готелем на 100 місць. У 1991 році храм передано Українській греко-католицькій церкві.

3. Сучасний храм. У 1824 р. проведено ремонт і храм знову освячено. Протягом 1853-1862 рр. перебудовано вежу, встановлено годинник і чотири дзвони, споруджено абсиду. Під час цієї ж реставрації склепіння абсиди та головної нави розписано фресками Мартина Яблонського. У храмі знаходився

10-регістровий орган з одним мануалом і педаллю. У другій половині XIX ст. у храмі було 5 дерев'яних барокових віктарів, амвон. У 1911 р. парафію перенесено до новозбудованого костелу святої Єлизавети, але пізніше її поділено і костел святої Анни знову став парафіяльним. У цьому ж році оголошено конкурс на будівництво нового костелу. Першу премію присуджено не було, а другу, серед 24 присланих пропозицій, здобув проект Вітольда Мінкевича і Владислава Дердацького. Проект був підданий критиці за те, що він нібито мало нагадує християнський храм, а натомість подібний на мавзолей або синагогу. У зв'язку із початком Першої світової війни проект не реалізовано, натомість австрійською владою реквізовано три дзвони. Будівля постраждала під час Українсько-польської війни. У 1927 р. храм реконструйовано за проектом Броніслава Віктора, вежа отримала нове необарокове завершення, дещо стилізоване у дусі арт-деко [190].

У сучасних умовах церква Св. Анни знаходиться на клиновидній ділянці на роздоріжжі вулиць Городоцької та Шевченка. Храм зорієнтований на осі схід-захід із входом зі сходу. Мурований із цегли, зовні і зсередини тинькований. За будовою простий однонавовий з абсидою. До головного (східного) фасаду примикає вежа, а до неї — гранчастий передсінок. Зовні стіни наві підсилені контрфорсами і зсередини почленовані пілястрами. При східній стіні наві влаштовано хори, що опираються на дві колони. У наві перекриття циліндричне без членувань, у вежі — хрестове. Вхід зроблено через нижній ярус вежі та прибудований до неї передсінок. З півдня до храму примикає двоповерхова 7-осьова будівля монастиря із високим мансардним дахом [190].

Основне призначення церкви Св. Анни та монастиря – проведення богослужінь та навчання у катехитичній школі святої Анни. Також ансамбль споруд використовується для екскурсій та релігійного туризму. Споруди охороняються Управлінням охорони історичного середовища, міста Львова як пам'ятка архітектури XIV ст.

Однак, для ефективного використання туристичного потенціалу храмового комплексу Св. Анни необхідно усунути низку перешкод серед яких,

окрім характерних для Львівщини (транспортне сполучення і неякісні дороги, недостатня промоція туристичного потенціалу (в т. ч. й за кордоном), неліцензовані екскурсоводи, непристосованість до потреб іноземних туристів та ін.) [330], на нашу думку, основними є:

- велика площа допоміжних приміщень храму у порівнянні із площею приміщень для молебнів людей;
- мала відвідуваність церкви прочанами, причому більшу частину з цієї кількості відвідувачів становлять особи старшого віку. Цю проблему можна вирішити, заохотивши молодь до відвідування храму;
- храму не вистачає приміщень для прийняття відвідувачів (в т. ч. й для розміщення на ночівлю);
- облаштування під'їзду та паркінгу для туристичних автобусів.

Також в приміщенні церкви можна організувати бібліотеку, в якій туристи змогли б отримати необхідну інформацію про храм. Збільшення кількості туристів посприяло відкриттю у монастирі виставки ікон, створення маршрутів для різних груп туристів, випуску путівників, облаштування місць для наметових містечок.

Отже, релігійний туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в Україні, оскільки викликає великий інтерес з боку не лише віруючих, а й інших верств населення. Релігійна традиція українського народу та наявні сакральні ресурси сприяють формуванню стійкого попиту на паломницькі тури та формуванню в нашій країні ринку релігійного туризму, для розвитку якого дослідження туристичного потенціалу храмових комплексів має важливе значення.

На основі здійсненого дослідження можна стверджувати, що храмовий комплекс Св. Анни у м. Львові володіє значним туристичним потенціалом, однак потребує більш ефективного інформування про напрямки своєї діяльності, що може зробити його більш привабливим для українських та іноземних туристів [380]..

В останні роки фестивальний туризм набуває все більшого значення у структурі сучасного туризму. Загальносвітова тенденція зростання інтересу до культурно-пізнавальних та розважальних форм туризму суттєво сприяє збільшенню туристичних потоків від цього виду туризму у багатьох країнах, в тому числі і в нашій державі. Перспективи розвитку фестивального туризму в Україні пов'язують із його соціальною формою та практично невичерпним ресурсним потенціалом, які повинні враховуватись при розробці та реалізації соціальної доктрини туризму в Україні.

Дослідження фестивалів та фестивального туризму, в тому числі й як видів економічної діяльності, ще не досить широко представлені в сучасній науковій літературі, проте впродовж останнього часу спостерігається активне зростання інтересу до цієї теми.

Окремі аспекти фестивального туризму та його місця у структурі туризму досліджувалися у наукових працях таких вчених як Басюк Д., Бейдик О., Бучко Ж.І, Грицку-Андрієш Ю., Доан П., Дутчак О., Любіцева О., Мальська М., Медвідь Л., Молодецький А., Новик А., Паньків Н., Пташнік А. Рутинський М. та ін. Проблеми класифікації фестивалів висвілені Бабкіним А., Лесиком А., Бучко Ж. У дослідженнях М. Топорницької виокремлено критерії класифікації етнофестивальної діяльності та дано визначення терміну «етнофестивальний туризм» [269]. У працях Проскуріної М.О. обґрунтовано культурологічні та економічні особливості фестивального руху [187].

Однак, не зважаючи на наявність наукових праць, присвячених туризму, соціальні аспекти розвитку фестивального туризму є малодослідженими і потребують подальших наукових пошуків. Крім цього, проблематика розвитку фестивалів та організованого на їх підґрунті фестивального туризму є актуальним питанням для органів місцевого самоврядування та державного управління на різних рівнях, а також громадськості: організаторів, учасників та відвідувачів таких заходів [66, 86].

Фестивальний туризм відноситься до спеціалізованих видів туризму і покликаний реалізувати специфічні запити людей під час поїздки, відвідування об'єкта атракції [21].

Термін «фестивальний туризм» тісно пов'язаний із поняттям «фестиваль». У найбільш загальному розумінні фестиваль (фр. festival – свято, лат. festivus — святковий, веселий) — масове святкове дійство, що включає огляд чи демонстрацію досягнень у певних видах мистецтва (музика, театр, кіно, естрада) [171]. Як зазначають дослідники, спочатку слово «фестиваль» вживалось як прикметник і означало будь-яке церковне святкування, а перше зафіксоване його використання у ролі іменника датується 1589 р. [77, 86].

На думку окремих науковців, фестивальний туризм може розглядатися як різновид культурного, подієвого чи культурно-пізнавального туризму [66, 77]. Так, зокрема, О. Бейдик виокремлює фестивально-видовищний і спортивно-видовищний підвиди культурно-розважального туризму [20]. Школа І. виділяє пізнавальні тури, метою яких є відвідування святкових заходів, концертів, виставок. Крачило М. виділяє культурно-розважальний туризм до складу якого входять розважальні подорожі з метою відвідання фестивалів і спортивних змагань [86]. Однак, думку П. Доана, найпоширенішим видом подієвого туризму за тематикою є саме фестивалі [77].

Фестиваль як форма представлення місцевого колориту у синтезованій формі покликаний сприяти збереженню національно-культурної самобутності та етнічної ідентичності нації, а також забезпечити доступ до культурних надбань інших народів. Найбільш вдалою реалізацією такого трактування туризму є організація дозвілля у вигляді традиційних та сучасних свят та обрядів, характерних для корінних етносів, у мінімально перетвореному антропогенному ландшафті [20].

Обґрунтування виділення фестивального туризму в окрему систему із властивою їй класифікацією фестивальних турів було здійснено у дослідженнях Ю. Грицку-Андрієщ та Ж. Бучко (2010). Фестивальний туризм за визначенням згаданих авторів, є окремим самостійним видом туризму і визначається як

організація короткотривалих пізнавальних подорожей терміном на 5-7 днів із метою відвідування певних подій (від концертів сучасної західної музики до релігійних святкувань, від етнічних карнавалів до парадів сучасних субкультур), з періодичністю 1 раз на рік [66].

Як зазначає Бернадська Г.О., фестивальний туризм – бюджетний вид відпочинку, основна мета якого полягає у культурно-емоційному збагаченні учасників [21]. Адже, основними споживачами продукції фестивального туризму є особи вікової категорії 18-25 років, які віддають перевагу недорогому виду відпочинку в режимі відпочинку вихідного дня з метою змістовного та цікавого проведення вільного часу [219].

Однією з перших вітчизняних класифікацій фестивального туризму є класифікація, яку запропонували Грицьку-Андрієш Ю. та Бучко Ж. (2010). Серед основних типів фестивального туризму згадані автори виділяють фестивалі: етнічні, релігійні, музичні, сучасних субкультур, гастрономічні, спортивні [66].

За класифікацією А. Молодецького та А. Пташнік (2012) виділяється 12 типів фестивального туризму серед яких окрім, етнічних, релігійних, музичних, гастрономічних, спортивних та фестивалів сучасних субкультур було запропоновано виокремлювати фестивалі кіно та театру, військові та історичні фестивалі, модні покази, виставки квітів тощо [187].

У науковій літературі немає єдиної думки щодо доцільності проведення певної кількості фестивалів, оскільки сучасні фестивалі вже не сприймаються як виключно музичні або мистецькі акції. Є дві точки зору щодо перспектив розвитку фестивального туризму: одна – за збільшення кількості фестивалів, інша – за збільшення масштабів дійств, їх якості [86].

Характерними особливостями фестивалів за масштабами залучення туристів є їх функціонування на декількох рівнях: міжнародному, міжрегіональному (регіональному) і локальному [187]. Однак цей поділ не завжди дієвий, оскільки навіть незначні події можуть поступово розвиватися,



збільшувати масштаби проведення та цільову аудиторію і переходити на більш високий рівень організації.

У зарубіжних дослідженнях фестивалі здебільшого аналізуються в поєднанні з туристичною індустрією. Окрім того, фестивальна діяльність розглядається як інструмент покращення економічної ситуації на регіональному рівні та аналізується їх вплив на сферу зайнятості, загальний добробут населення регіону, динаміку підприємництва [219].

Дуже докладно економічні результати від проведення фестивальних заходів проаналізовано в роботі Дж. Кромптона (1994 р.) «Вимірювання економічного результату від фестивалів та видовищ: міфи, події та етнічні дилеми». Автор запропонував розгорнуту схему мультиплікаційного економічного ефекту та методологію обрахування. Було проведено дослідження з позицій комерційної діяльності [219].

В Україні фестивальний туризм почав розвиватися з 90-х років ХХ ст. і представлений широкою гамою культурно-пізнавальних турів, які організовуються для відвідин національних і міжнародних ярмарків, виставок, спортивних змагань, серед яких особливе місце займають всесвітні олімпіади. В Україні популярними стали фестивальні тури: фестивалі, фестини, вернісажі, мистецькі заходи, конкурси, шоу-програми [254].

У сучасному трактуванні фестивальний туризм – це широка гама культурно-пізнавальних турів, які організовуються для відвідин національних і міжнародних ярмарків і виставок, спортивних змагань, серед яких особливе місце займають всесвітні олімпіади. В Україні популярними стали фестивальні тури: фестивалі, фестини, вернісажі, мистецькі заходи, конкурси, шоу-програми.

За останні роки фестивальний рух в Україні розвивався досить динамічно – за підрахунками дослідників, щороку проводиться близько 200-400 фестивалів різної тематики [77, 171], однак лише деякі з них мають міжнародний статус („Бойківські фестини”, „Країна мрій”, „Великдень у Космачі”, „АртПоле”, „Одеська Гуморина” та ін.).

Географія фестивального туризму в більшості випадків пов'язана з збереженням етнокультурної мозаїчності етносів України, територіально локалізується в межах окремих етнографічних регіонів, адміністративно-політичних одиниць [269].

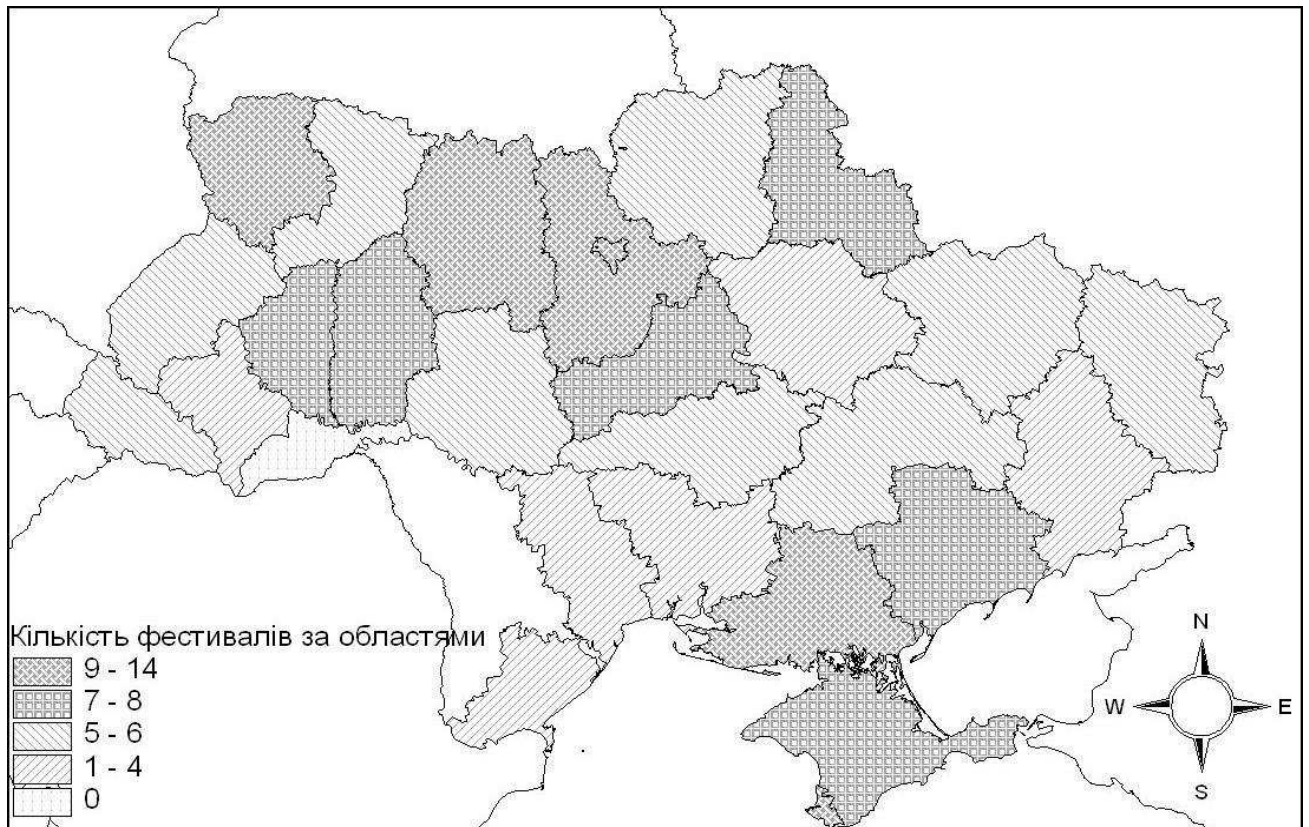


Рис. 4.2. Кількість щорічних фестивалів в Україні.

Джерело: [86].

Ініціаторами проведення та організаторами фестивалів можуть бути: державні структури, бізнес-структури, релігійні структури, благодійні фонди, політичні партії, громадські рухи, громадські організації, приватні особи. Проведення фестивалів може переслідувати різні цілі: політичні, економічні, соціальні, освітні. При цьому в кінцевому підсумку фестивальні заходи популяризують країну, регіон, місто, конкретне місце (дестинацію), залучаючи значні туристські потоки [269].

Підґрунтям для розвитку фестивального туризму в Україні та її регіонах є збережені етнічні та релігійні традиції. Однак, як зазначає Дутчак О.І., на

сучасному етапі розвитку фестивалі вже вийшли за межі музичних та мистецьких акцій [86] локального характеру і сформували власну нішу пропозиції туристичного продукту, долучаючи щоразу нові фестивальні пропозиції. Фестивальний рух створює додаткову зацікавленість для відвідування певної місцевості як національними, так і закордонними туристами.

Слід зазначити, що новостворені та відроджені свята вносять значний вклад в розвиток і презентацію національної культури на міжнародному рівні. Обрядові та інноваційні святкування мають великий потенціал для розвитку туризму, оскільки є своєрідною реакцією суспільства на туристичні запити та, окрім рекреаційних аспектів, сприяють національній ідентифікації та популяризують потенційні туристичні ресурси регіонів.

Як зазначає Н. Стецько, тепер більшість усіх подій музичного и фольклорного мистецтва в Україні відбувається саме в межах численних фестивалів, що проводяться впродовж усього календарного року і популяризують певні проекти серед широкої аудиторії та формують новий регламент культурного життя, нову модель споживання мистецтва та задоволення культурних потреб [254].

Фестивальний туризм можна розглядати як форму соціо-економічної діяльності, яка є одним з вдалих прикладів поєднання економіки, технологій, культури, творчого потенціалу, традицій [219]. Розвиток саме такого виду дозвілля має велике значення не тільки для окремого регіону, а й для країни загалом. Становлення інфраструктури обумовлює розвиток регіонів, збільшення доходів у сільській місцевості та інших, віддалених від індустриальних центрів та традиційних рекреаційних зон, територій, адже такі території своєю етнокультурною специфікою притягують до себе вітчизняного й іноземного туриста [187, 254].

Оскільки зовнішньополітичний курс розвитку України орієнтований на євроінтеграцію, то національна соціальна доктрина туризму повинна визначати систему концептуальних ідей та поглядів на стратегію і основні напрями

розвитку національного туризму у найближчій перспективі адаптовуючи організаційні методи та форми роботи центральноєвропейських країн з урахуванням суспільно-політичних умов розвитку нашої держави.

Як зазначає М.О. Проскуріна, фестивальні заходи сприяють розбудові ринкової інфраструктури культурного сектору регіону. Під впливом фестивалів в суспільстві відбуваються і певні позитивні соціальні зрушення, забезпечується підтримка культурної ідентичності етнічних меншин, формується загальна репутація регіону. Більше цього, фестивальний туризм формує динамічний інформаційно-культурний простір, який в свою чергу стимулює творення нових культурних продуктів на якісно новому рівні та забезпечує попит на такий національний продукт [219].

Особливе місце у фестивальному туризмі належить етнофестивальному туризму – різновиду фестивального туризму. Етнофестивалі – популярне явище в Україні, яке демонструє чітку тенденцію до якісного та кількісного зростання. Вони спрямовані на повернення до місцевих традицій, їх відновлення та збереження, на розвиток та популяризацію звичаїв і обрядів, автентичного фольклору тощо.

Етнофестивалі – це фестивалі, які презентують фольклорне багатство, побут та звичаї, культурні цінності, духовну й матеріальну спадщину народу або етнічної групи. Їх поділяють на три типи [269]:

а) етнічні (фольклорні) фестивалі – відбуваються у формі демонстрування культурного надбання народу. Приклади: Міжнародний гуцульський фестиваль, Міжнародні бойківські фестини, „Бойківська ватра», «Лемківська ватра», «На Синевир трембіти кличуть», „Коломийка», «Гуцульська бриндзя», «Поліське літо з фольклором»;

б) традиційні фестивалі та свята – відбуваються традиційно і є автентичними звичаями певного народу, наприклад, Сорочинський ярмарок, «Проводи тваринників на полонини», «Обжинки», святкування Купала чи обрядодійства Різдвяного циклу;

в) етнокультурні фестивалі – поєднують презентації автентичної й сучасної культури етнічної спільноти або декількох спільнот (наприклад, «Країна мрій» у м. Київ, фестиваль національних культур «Букова віть» у м. Чернівці).

Етнографічно-фестивальний туризм в Україні перебуває на стадії розвитку. Пріоритетом цього виду туризму є безпосередня участь (анімація) гостей, іноземних туристів у традиційно-масових етнокультурних заходах (святах, ярмарках, фестинах), де відбувається інтерактивне пізнання національних культур, налагоджується і міцніє міжетнічне спілкування людей з різних регіонів і країн [269].

Популяризація у форматі етнофестивальних дійств мають вирішальне значення для стійкого залучення і широкої диверсифікації туристичних потоків у межах досліджуваного регіону. Основними регіонами цього виду туризму є Львівщина, Закарпаття, Івано-Франківська області, а також АР Крим, м. Київ, Запорізька, Одеська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька області. За сезоном основна кількість етнофестивалів припадає на весну і літо – відповідно 31 і 40% [254].

Підвищений інтерес у туристів викликають дестинації, де місцеві громади організують гастрономічні фестивалі, «родзинкою» яких є представлення та дегустація страв, напоїв національної кухні. Серед найпопулярніших на сьогодні: «Борщів» (м. Борщів, Тернопільщина), Фестиваль дерунів (м. Коростень, Житомирщина), Фестиваль кави (м. Львів), Фестиваль меду (охоплює понад два десятки селищ і містечок України), Свято бойківського меду (м. Долина), Фестиваль чаю (м. Золочів), «Гуцульська бринза» (м. Рахів), «Верховинське сало» (с. Міжгір'я, Закарпаття), «Гуцульська ріпа» (с. Лазенщина, Закарпаття), «Свято пампуха» (м. Львів), «Берлибанський банош» (с. Костилівці Рахівського р-ну), «Червене вино» (м. Мукачево), винний фестиваль (м. Берегово), фестиваль шоколаду (м. Львів).

Заслужують на увагу туристів місцевості, відомі фестивалями історичної реконструкції історичних подій у поєднанні з етнокультурними

заходами та спортивними змаганнями. Найвідоміші з них такі: фестиваль української середньовічної культури «Ту стань!» (с. Урич, Сколівський р-н); фестиваль середньовічної культури «Львів стародавній» (м. Львів); низка фестивалів – історичних реконструкцій епохи Київської Русі «Парк Київська Русь» (Обухівський р-н, Київщина); фестиваль історичного фехтування і слов'яно-варязької культури «Коровель» (Чернігівщина); міжнародний лицарський турнір «Білгородська фортеця» (м. Білгород-Дністровський, Одещина); фестиваль військово-історичної реконструкції «Terra Heroika» (м. Кам'янець-Подільський); козацький фестиваль «Руда – родове містечко Виговських».

Як зазначає Н. Стецько, етнокультурний й етнофестивальний туризм спільно з зеленим у сучасних економіко-демографічних умовах здатний реально допомогти малим поселенням України вижити, оскільки саме малі села своєю етнокультурною специфікою притягують до себе вітчизняного й іноземного туриста.

У науковій літературі немає єдиної думки щодо доцільності проведення певної кількості фестивалів. Є дві точки зору щодо перспектив фестивального туризму: одна за збільшення кількості фестивалів, інша – за збільшення масштабів дійств, їх якості [86].

Фестивальний рух тісно пов'язаний з господарською діяльністю окремих регіонів, розвитком туризму та культурним середовищем, а отже, може розглядатися як один з дієвих механізмів покращення добробуту регіонів. З таких позицій соціальна доктрина розвитку туризму України, як керівний принцип розвитку туризму повинна неодмінно враховувати специфіку розвитку фестивального туризму в її межах. Як зазначають А. Молодецький та А. Пташнік, одним із завдань соціального розвитку країни та її регіонів, що сприятиме розвитку фестивального туризму в нашій державі, є охорона культурної спадщини шляхом реконструкції та реставрації пам'яток культурної спадщини, формування мережі будинків народних ремесел з відродженням

національної культури, що може фінансуватися в тому числі за рахунок доходів від фестивальної діяльності [187].

Отже, з урахуванням усього викладеного, можна стверджувати, що фестивальний туризм є перспективним видом туристичної галузі з невичерпним ресурсним потенціалом, що сприяє соціально-економічному росту регіону, популяризації потенційних туристичних ресурсів серед населення. Урахування і відповідна розробка системи заходів щодо розвитку фестивального туризму із забезпеченням відповідного фінансування мистецько-фестивальних проєктів, належного рівня організації, програми заходів для популяризації фестивального руху, правильної рекламної та соціальної політики значно сприятимуть розвитку туристичної галузі та економіки України загалом.

У системі світового туристського розвитку особливе і значне місце на сьогодні відводиться інклюзивному туризму, який знаходиться у структурі соціального туризму та в Україні, на жаль, практично не розвинений.

У загальному розумінні інклюзивний туризм є видом рекреаційного туризму, розрахованого на людей з обмеженими фізичними можливостями. Туризм для осіб із інвалідністю є досить широким поняттям, що поєднує в собі різні види туризму. Згаданий вид туризму є порівняно новим та соціально значимим напрямком туристичної діяльності, виокремлення якого у структурі туризму пов'язують із щорічним зростанням кількості осіб з різними видами обмеження життєвих можливостей.

Інклюзивний туризм – це сучасний вид туризму, який дозволяє включити у туристичну діяльність будь-яку людину, незалежно від її фізичних можливостей та за умови забезпечення доступності до об'єктів туристичної інфраструктури [113].

У наукових колах про інклюзивний туризм можна почали говорити у 80-х роках минулого століття. Як зазначають Лихоносова Г.С. та Леснікова Ю.І., зараз цей вид туризму називають також туризмом для всіх, безбар'єрним туризмом та доступним туризмом.

Безбар'єрний туризм Лихоносова Г.С. та Леснікова Ю.І. визначають як напрям туризму, доступний для всіх незалежно від постійних або тимчасових обмежень фізичних можливостей до мобільного пересування (які не мають медичних протипоказань до здійснення подорожі), й осіб, які їх супроводжують на територію, відмінну від постійного місця проживання, і мають всі необхідні ресурси для здійснення цілей подорожі. Водночас безбар'єрний туризм – це діяльність підприємств туристичної (і суміжних з нею) індустрії, спрямована на формування і продаж комплексного туристичного продукту, що відповідає додатковим потребам окремих маломобільних категорій туристів (з урахуванням їхнього фізичного здоров'я і психологічного стану), а також супроводжуваних їх осіб [156].

Інклюзивний туризм включає наявність спеціальних зручностей, створених для інвалідів на пляжах, в готелях і транспорті, особливо важливо для інвалідів на візках, відпочивати, їздити на екскурсії, нарівні зі здоровими людьми. Згідно прийнятих міжнародних вимог туризм, доступний для осіб з інвалідністю туризм повинен передбачати наявність:

- безбар'єрних напрямків пересування цієї категорії споживачів, зокрема це стосується об'єктів туристичної інфраструктури та споруд;
- транспорту: повітряний, сухопутний і на морі, підходить для всіх користувачів.
- високої якості туристичних послуг, що забезпечується наявністю персоналу, що володіє навичками роботи з особами з особливими потребами;
- розваги, виставок, атракціонів, що дозволяє усім категоріям туристів брати участь у подіях;
- маркетингу, системи бронювання, веб-сайтів і доступності послуг, з метою надання доступної для всіх категорій туристів інформації [35].



У спеціальній літературі поряд із інклюзивними туризмом, також можна зустріти визначення реабілітаційно-соціального туризму. Реабілітаційно-соціальний туризм – це система заходів, спрямованих на надання особам з інвалідністю можливості відновлення та розвитку їх фізичного, соціального, духовного, творчого та інтелектуального рівня з метою сприяння подальшої інтеграції в суспільство. Інклюзивний туризм структурно включає в себе різні види реабілітації і соціальних послуг, а саме: медичну, психологічну, психолого-педагогічну, професійну, трудову, фізкультурно-спортивну, фізичну, соціальну та інші соціально-побутові заходи [35].

Більшість дослідників, говорячи про інклюзивний туризм, насамперед мають на увазі людей з тією чи іншою формою інвалідності. Водночас, на думку, Лихоносової Г.С. та Леснікової Ю.І., особи з інвалідністю не є єдиною категорією населення, яка потребує безбар'єрного відпочинку та відновлення. Літнім людям, сім'ям із маленькими дітьми, вагітним жінкам, людям із тимчасовими проблемами здоров'я (наприклад, з переломом руки), що погано знають іноземну мову, туристам із великим багажем, а також людям різного зросту та комплекції також необхідні особливі умови для комфортної подорожі [156].

За даними ООН, особи з інвалідністю становлять 10% від загальної чисельності населення планети [276]. Майже уся ця кількість осіб не може дозволити собі задовольнити потребу у відпочинку, щоб почувати себе повноцінною та повноправною людиною. Не фізичні вади, а моральний та психічний стани формують вразливість, пригніченість цих людей та роблять їх відторгнутими від загального соціуму. В Україні понад 2,8 млн людей мають статус інваліда, з них 151 тисяча – діти. Це 6,1 % від загальної кількості населення. Враховуючи ситуацію на сході країни, за 2017 р. в Україні було зареєстровано 57,2 тис. осіб як внутрішньо переміщених осіб, понад 5 тис. осіб отримали статус інваліда війни [156].

За інформацією, оприлюдненою Всесвітньою організацією охорони здоров'я у світі нараховують 1 мільярд людей, що мають якусь форму інвалідності [350].

Інклюзивний туризм – вид рекреаційного туризму, призначений для людей з обмеженими фізичними можливостями. Цей вид туризму набирає обертів в усьому світі, бо майже 7 % туристів – люди з інвалідністю. На жаль, в Україні туристи з інвалідністю практично позбавлені таких послуг.

З урахування сучасних запитів суспільства в нашій державі в останні роки створюються необхідні умови для життєдіяльності осіб з особливими потребами (пандуси, під'їзні доріжки для візків, спеціальні місця на парковках, шрифти Брайля в адміністративних закладах і житлових будинках та ін.). Однак, у сфері туристично-рекреаційного забезпечення України для людей з обмеженими можливостями ще потрібно докласти багато зусиль для забезпечення комфортного відпочинку цієї категорії споживачів туристичних послуг. Проте сфера туризму являє собою істотний потенційний ресурс, який повинен перетворитися в джерело оздоровлення всіх членів суспільства.

Як зазначають фахівці, туристичне обслуговування є складовою частиною соціальної реабілітації людей з обмеженими можливостями і безпосередньо пов'язане із соціальним залученням окремих соціально вразливих і маломобільних категорії населення до процесів активної життєдіяльності суспільства, з одного боку, і готовністю суспільства прийняти осіб з особливими потребами – з іншого [156].

Сьогодні в державі дуже часто говорять про доступність, маючи на увазі пандуси та транспорт для інвалідів, хоча в Європі вважають, що доступність, це не тільки можливість безперешкодного пересування, а в першу чергу – це створення середовища, в якому людина з інвалідністю комфортно б себе почувала, могла спілкуватись, навчатись та працювати. Попит на ринку туризму, доступного для всіх, буде рости вже в найближчі роки. Інформації про доступний туризм та експертних досліджень в нашій країні практично немає,

хоча це перспективний напрямок й самої туристичної галузі, й, що найбільш суттєво, реабілітації людей з обмеженими можливостями.

Довідник з туризму для осіб з фізичними вадами, який було випущено у Німеччині у 1993 році, налічує близько 1500 фірм по всьому світі, які надають послуги для інвалідів в сфері туризму. Європа та світова спільнота давно вже стали на шлях активного розвитку «інклюзивного туризму для інвалідів», бо розуміє його незрівнянний внесок у процеси соціальної адаптації та соціалізації осіб з особливими потребами у суспільство [229].

Фахівці наголошують, що складність розвитку інклюзивного туризму в нашій державі пов'язана із недосконалістю нормативно-правової бази, відсутності системи методичного супроводу, системи підготовки – фахівців із роботи з цією категорією туристів та ін. [156].

При цьому в Україні гостро постає питання не лише транспортної доступності та адаптації туристичних маршрутів, а й відсутності нормативно-правового забезпечення, системи методичного супроводу, системи підготовки фахівців, державного фінансування тощо. Закон «Про реабілітацію інвалідів в Україні», який діє з 2005 року, давно вимагає внесення сучасних змін та доповнень, адже в країні з'явилася нова категорія громадян – це учасники та постраждалі внаслідок АТО, зазвичай молоді, активні люди, які прагнуть до активного способу життя та спілкування, це і стало рушійною силою для розробки та впровадження нових видів реабілітації, а саме інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму. Адже, туризм – вид реабілітації, який може реально допомогти відновитись, покращити психологічно самопочуття, перестати фіксуватися на своїх соматичних відчуттях, і, залучаючись до ритму розпорядку, вийти з важкої стресової ситуації, пов'язаної з травмами і наслідками лікування [229].

За ініціативою Черкаське представництво ВСГО «Конфедерація ГОІ України», ВСТ «ВНПО Інклюзивного туризму інвалідів і Чорнобильців України», Черкаські осередки ВГОІ «Чорнобиль-Єдність», всеукраїнська чорнобильська спілка інвалідів МВС України звернулись до народних

депутатів Томенко М.В., Артеменко А.В. та Романова А.А. щодо проекту Закону про внесення змін до деяких Законів України щодо Інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму, який був зареєстрований 18.03.2016 р. за № 4271 та розглядається в Головному комітеті ВРУ у справах ветеранів, учасників бойових дій, учасників АТО та людей з інвалідністю та інших комітетах : комітет з питань охорони здоров'я, комітет з питань Європейської інтеграції, комітет з питань науки та освіти, з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму, комітет з питань соціальної політики, зайнятості та пенсійного забезпечення.

Впродовж 2015–2017 років фахівцями КЗ «Черкаський обласний центр медико-соціальної експертизи ЧОР» було зареєстровано 22 авторських права по впровадженню різних видів інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму, який має декілька десятків різновидів.

У травні 2016 року була створена та зареєстрована Асоціація «Інклюзивного Реабілітаційно-Соціального Туризму», засновниками якої стали: КЗ «Черкаський обласний центр медико-соціальної експертизи ЧОР» під керівництвом головного лікаря – головного експерта канд. мед. наук, професора, академіка УАН, Заслуженого лікаря України Лепського В.В., Національний історико-культурний заповідник «Чигирин» – директор, Заслужений працівник культури, Лауреат Державної премії України Полтавець Василь Іванович, Шевченківський національний заповідник м. Канів – генеральний директор Піняк Мар'ян Володимирович, Національний дендрологічний парк «Софіївка» – директор член-кор. НАН України, професор, доктор наук Косенко І.С. Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини -ректор, доктор пед.наук, професор, заслужений працівник освіти України Безлюдний Олександр Іванович, Громадська спілка «Всеукраїнське науково-практичне об'єднання Інклюзивного туризму інвалідів і чорнобильців України» – голова представництва ВСГО «Конфедерація громадських організацій інвалідів України» в Черкаській області Заслуженого працівника соціальної сфери, полковник у відставці ЗСУ Каштан С.М. ,

Благодійний фонд «Підтримки програм соціального захисту осіб постраждалих від аварії на ЧАЕС та інвалідів» виконавчий директор Березовська О.Ф.

Восени 2016 року в м. Умані Черкаської області був проведений перший міжнародний науково-практичний симпозіум на тему «Актуальні проблеми впровадження Інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму в Україні», в резолюцію якого було внесено створення науково-дослідного Інституту Інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму та Національного комітету України з Інклюзивного туризму [229].

На сьогоднішній день, перспективними напрямками розвитку інклюзивного туризму є:

- лікувально-оздоровчий,
- культурно-пізнавальний,
- сімейно-молодіжний,
- професійно-трудоий,
- неолімпійського фізично-спортивного спрямування.

Хоча держава піклується інвалідами (реабілітаційні центри, параолімпійський рух, санаторії, курорти, тощо), але значна частина категорії інвалідів все ж знаходиться вдома наодинці зі своїми проблемами. Та і фактично, інваліди в параолімпійському русі приймають участь тільки до 40 років, а далі людина з інвалідністю вимушена підтримувати своє здоров'я самостійно, без належного контролю спортивних тренерів і спеціалістів по проведенню тренувань, без спортивних тренажерів і знарядь [229].

Люди з обмеженими фізичними можливостями все частіше самі або з допомогою волонтерів громадських організацій організують пізнавальні поїздки, екскурсії, табори, змагання. Особливо гостро стоїть питання адаптації туристичних маршрутів для цієї категорії людей. Як наголошують у своїх дослідженнях Лихоносова Г.С. та Леснікова Ю.І., слід зауважити, що під терміном «люди з обмеженими життєвими можливостями» розуміють не лише

осіб, які мають інвалідність, але й особи, які не мають інвалідності, але у них є ті чи інші особливості, що знижують їхні функціональні можливості.

До основних проблем, з якими стикаються інваліди у сфері туризму, належать:

- недоступні, або лише частково доступні веб-сайти туристичних організацій;
- відсутність доступного трансферу з аеропорту;
- відсутність адаптованих транспортних засобів;
- відсутність добре адаптованих номерів у готелях;
- брак професійних кадрів, здатних вирішувати проблеми доступності;
- відсутність достовірної інформації про рівень конкретних проблем, з якими може стикнутися інвалід;
- відсутність доступних ресторанів, барів, інших об'єктів;
- недоступні вулиці і тротуари;
- відсутність технічних засобів і обладнання для людей з інвалідністю

[156].

Враховуючи те, що в Державі з'явилась нова категорія інвалідів - учасники та постраждалі внаслідок АТО, інклюзивний туризм може стати для них потужним засобом реабілітації, можливістю оздоровлення, спілкування з людьми, ліквідації наявних психологічних бар'єрів, отримання психологічного задоволення від занять руховою активністю і праці та відчутти себе активним, потрібним, відчутти жагу до життя.

Комунальний заклад «Черкаський обласний центр медико-соціальної експертизи Черкаської обласної ради» спільно з обласними громадськими організаціями інвалідів провів анкетування серед осіб з інвалідністю щодо розвитку інклюзивному туризму, як одного із видів реабілітації. В анкеті було запропоновано десять питань, на які дали відповідь 2883 особи з інвалідністю.

На питання «Чи вважаєте Ви активні види реабілітації корисними?», позитивно відповіли 88,6 % респондентів.

На питання «Чи є у Вас бажання займатися активними видами реабілітації?», позитивно відповіли 89,6 % респондентів.

На питання «Чи хотіли Ви б займатися різними видами туризму, що мають оздоровчо-соціально-реабілітаційний характер?», позитивно відповіли 96,6 % респондентів.

На питання «Чи вважаєте Ви за необхідне включити до індивідуальної програми реабілітації інваліда (ІПР) інклюзивний туризм, як один з видів соціально-психологічної та фізичної реабілітації?», позитивно відповіли 75 % респондентів.

Згідно даного анкетування встановлено, що особи з інвалідністю, в переважній більшості, бажають активно займатися даними видами туризму з урахуванням розвитку та впровадження – інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму, як одного з активних видів реабілітації та бажають включення його до індивідуальної програми реабілітації (ІПР). Висновки щодо доцільності включення Інклюзивного туризму до ІПР інваліда надали директор Інституту спеціальної педагогіки Національної академії педагогічних наук України доктор пед. наук, професор, член-кореспондент НАПН України Засенко В.В. та директор Державної установи "Український державний науково-дослідний інститут медико-соціальних проблем інвалідності МОЗ України " доктор мед.наук , професор, заслужений лікар України А.В. Іпатов [229].

Залежно від фізичного стану людей з обмеженими фізичними можливостями споживачів туристського продукту поділяють на 2 категорії:

1) перша категорія – туристи з обмеженими можливостями пересування (в тому числі інваліди-візочники);

2) друга категорія – туристи з обмеженими можливостями сприйняття навколишнього світу (з вадами зору, слуху та ін.).

З урахуванням виділених категорій споживачів туристичних послуг під час формування, просування і реалізації туристського продукту туристичні організації та індивідуальні підприємці повинні:

- враховувати інтереси туристів з обмеженими фізичними можливостями;
- максимально забезпечити їх різноманітними видами туристичних послуг (бажано з оздоровчими і спортивними цілями, з пасивним відпочинком у рекреаційних центрах, короткочасним приміським відпочинком, рибалкою);
- під час проектування та реалізації туристичних послуг для туристів з обмеженими фізичними можливостями перевагу доцільно віддавати районам зі сприятливими кліматичними і природними умовами (з усіх видів уникати таких ландшафтів, як гірські райони, райони з несприятливими або небезпечними для цих груп туристів кліматичними умовами);
- обов'язковою умовою під час організації подорожей є транспортна доступність об'єктів туристичної індустрії [156].

В Україні вже є позитивні напрацювання щодо організації туризму для людей з обмеженими можливостями. Зокрема, у Івано-Франківській області функціонує Ресурсний центр «Гурт», який реалізовує проект «Відкритий туризм: доступність відпочинку для осіб з особливими потребами», який розроблено Регіональним туристично-інформаційним центром спільно з головним управлінням з питань туризму, євроінтеграції, зовнішніх зв'язків та інвестицій Івано-Франківської обласної державної адміністрації. Проект включає в себе створення засад розвитку туризму для осіб з особливими потребами в Івано-Франківській області [156].

У Черкаській області були проведені декілька Інклюзивних реабілітаційно-соціальних турів у м. Умані, м. Каневі, які ще раз довели актуальність та зацікавленість людей із інвалідністю в розвитку нових видів реабілітації. Також були розроблені 20 різноманітних турів по історичним куточкам Черкащини, в тому числі і для інвалідів-візочників [207].

Отже, інклюзивний туризм є унікальним явищем для реабілітації людей із обмеженими можливостями та включає в себе як пізнавальний процес, так і дає можливість повноцінної соціалізації. Процес цей взаємовигідний – всі люди потребують спілкування, підтримки, а інколи інвалід своїм прагненням до



життя, волею, може надихнути здорову людину до кращого сприйняття і осмисленого прожиття кожної хвилини життя.

Таким чином, аналізуючи інноваційні процеси у туристичній сфері слід враховувати її системний характер і розглядаючи економічні процеси у туристичній сфері держави, окремий регіон слід розглядати як підсистему її туристичного комплексу, а окремі туристичні дестинації у межах регіону повинні трактуватися як підсистеми нижчого ієрархічного рівня. У таких умовах постає питання трактування елементарних одиниць аналізу інноваційної діяльності у туристичній сфері і можуть бути сформовані два головні підходи – функціональний та просторовий.

І з точки зору функціонального підходу елементарною одиницею аналізу туристичної інноваційної діяльності є галузь або ж вид економічної діяльності у межах певної адміністративної одиниці. За іншим більш вузьким трактуванням як форми організації інноваційної діяльності у туристичній сфері на елементарному рівні варто розглядати туристичні підприємства.

Із позицій просторового підходу інноваційну діяльність у туризмі доцільно аналізувати на рівні регіону (чи окремих системних формувань такого рівня), або на рівні окремих просторових утворень, що сформовані у межах регіону під впливом туристичної діяльності. Такими елементарними просторовими утвореннями є туристичні дестинації, саме виникнення і розвиток яких є елементом інноваційного розвитку туризму в регіоні.

У дисертаційній роботі обґрунтовано інноваційні пріоритети розвитку соціальних видів туризму з урахуванням виокремлених трьох блоків – груп видів соціального туризму, які відрізняються між собою специфікою організації та надання туристичних послуг відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників (табл. 4.4).

Соціальні аспекти розвитку туризму на регіональному рівні можуть аналізуватися як у контексті вивчення передумов та факторів інноваційної діяльності у цій сфері, так і в межах концепції сталого розвитку з акцентом на збереження ландшафтного і культурного різноманіття.

## Інноваційні пріоритети розвитку соціальних видів туризму

Блоки	Види туризму	Напрями соціалізації	Інноваційні пріоритети
I	Спортивно-оздоровчий	Забезпечення активного дозвілля, формування здорового способу життя різних соціальних груп, освіта та фізичне виховання дітей та молоді	Розроблення нових форм спортивно-оздоровчої діяльності, спеціалізованих програм для різних категорій споживачів
	Лікувально-оздоровчий	Лікування та профілактика захворювань у поєднанні із оздоровчими видами рекреації та туризму, реалізація соціальних програм, забезпечення соціально-економічного розвитку курортних територій	Модернізація матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, диверсифікація джерел і форм фінансування відповідних соціальних програм
II	Спортивний	Підвищення спортивної кваліфікації, підготовка кадрів для організації активних видів туризму	Використання Інтернету і мультимедійних технологій для підвищення видовищності та популярності спортивно-туристичних заходів
	Інклюзивний	Соціальна адаптація осіб з обмеженими можливостями, реалізація соціальних програм	Удосконалення системи підготовки кадрів для організації інклюзивних турів, підвищення інфраструктурної доступності туристичних об'єктів
III	Екологічний	Формування екологічної свідомості, культури, зокрема серед дітей і молоді; освітньо-інформаційна функція; можливість безпечного туристичного використання природоохоронних територій	Впровадження положень сталого розвитку у комерційну, організаційну та маркетингову діяльність у туристичній сфері
	Сільський	Фінансова доступність, забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій	Формування кластерів сільського туризму, категоризація агроосель
	Етнічний	Формування національних цінностей, забезпечення міжкультурної взаємодії, збереження і відтворення традиційної культурної спадщини	Впровадження інтерактивних методів проведення екскурсій, організація тематичних турів (наприклад, етногастрономічних)

Продовження таблиці 4.3		
Релігійний	Психологічна доступність, духовне збагачення, збереження традиційної культурної спадщини	Активізація Інтернет-маркетингу релігійних турів, диференціація їх тематики та напрямків
Фестивальний	Інформаційна доступність, широкий вибір тематичних рекреаційно-пізнавальних програм для повноцінного задоволення потреб різних соціальних груп, забезпечення соціально-економічного розвитку територій	Розширення використання реклами фестивальних заходів у соціальних мережах,

Розроблено автором

Виділені інноваційні напрями регіонального розвитку туризму в умовах соціалізації економіки не можуть бути реалізованими без забезпечення ефективного функціонування відповідних організаційних форм, якими можуть бути органи державної влади та місцевого самоврядування; наукові та освітні заклади; місцеві громади та інші спільноти; туристичні підприємства та організації; заклади сфери обслуговування, транспортні та інші мережі; заклади технічного обслуговування, консалтингові організації; дестинації; засоби масової інформації та ін.

Уся сукупність взаємозв'язаних організаційних форм інноваційної діяльності у межах регіону формує туристичну систему, основною ціллю функціонування якої в сучасних умовах має бути забезпечення регіональної і національної туристичної конкурентоспроможності з урахуванням впливу соціальних чинників.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальний туризм може активно розвиватись тільки за умов активної суспільної і державної підтримки, існування якої передбачає розробка та впровадження соціальної доктрини туризму у програми розвитку туристичної сфери держави.

### Висновки до четвертого розділу

1. Розглянуто особливості організації видів соціального туризму, у яких ознаки соціальної доступності є важливими умовами їхнього функціонування та масштаби їхнього впливу на процеси реалізації соціальної доктрини туризму.

2. Екологічний туризм передбачає здійснення туристичної діяльності з мінімальним (лімітованим) впливом на навколишнє природне середовище і орієнтований на збереження природного довкілля та поширення екологічних принципів співіснування людини і природи у сучасних умовах. Стратегічна мета екологічного туризму – здійснення туристичної діяльності з урахуванням вичерпності природно-ресурсного потенціалу або необхідністю збереження і охорони природних систем.

3. Сільський туризм передбачає відпочинок в приватних господарствах (садибах) сільської місцевості з метою пізнання природно-рекреаційних, культурних, історичних, етнографічних та інших особливостей місцевості і передбачає надання значного асортименту відповідних послуг: традиційних основних, традиційних додаткових та специфічних.

4. Етнічний туризм здійснюється з метою відвідування туристами місць свого історичного проживання, народження, або регіонів проживання родичів і близьких. Характерною особливістю цього виду туризму є одночасне поєднання туристично-рекреаційних цілей та інформаційно-пізнавальних завдань етнографічної експедиції, що дозволяє ознайомитись з природою, культурою та історією місцевого населення, з яким туристи відчуває духовний та родинний зв'язок, розширити кругозір, пізнати автентичні традиції конкретного народу та відчутти себе частиною соціуму рідного краю.

5. Релігійний туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в Україні. Під релігійним туризмом розуміють туристичні подорожі з метою відвідування святих місць і релігійних центрів. У межах релігійного туризму виокремлюються два напрями туристичної діяльності: релігієзнавчий та паломницький.

6. Перспективи розвитку фестивального туризму в Україні пов'язують із його соціальною формою та невичерпним ресурсним потенціалом. Фестивальний туризм – це вид туризму, для якого притаманною є організація дозвілля у вигляді традиційних та сучасних свят та обрядів, характерних для корінних етнічних груп. Основна мета фестивального туризму полягає у культурно-емоційному збагаченні туристів, які віддають перевагу недорогому виду відпочинку в режимі відпочинку вихідного дня з метою змістовного та цікавого проведення вільного часу.

7. При здійсненні аналізу інноваційних процесів у туристичній сфері слід враховувати її системний характер. Розглядаючи економічні процеси у туристичній сфері держави, окремий регіон слід розглядати як підсистему її туристичного комплексу, а окремі туристичні дестинації у межах регіону повинні трактуватися як підсистеми нижчого ієрархічного рівня. Для визначення елементарних одиниць аналізу інноваційної діяльності у туристичній сфері і можуть бути сформовані два головні підходи – функціональний та просторовий.

8. Функціональний підхід елементарною одиницею аналізу туристичної інноваційної діяльності трактує галузь або ж вид економічної діяльності у межах певної адміністративної одиниці. Згідно більш вузького трактування як форми організації інноваційної діяльності у туристичній сфері на елементарному рівні варто розглядати туристичні підприємства.

9. Згідно просторового підходу аналізувати інноваційну діяльність у туризмі доцільно на рівні регіону (чи окремих системних формувань такого рівня), або на рівні окремих просторових утворень, що сформовані у межах регіону під впливом туристичної діяльності. Такими елементарними просторовими утвореннями є туристичні дестинації, саме виникнення і розвиток яких є елементом інноваційного розвитку туризму в регіоні.

10. Обґрунтовано інноваційні пріоритети розвитку соціальних видів туризму з урахуванням виокремлених трьох блоків – груп видів соціального туризму, які відрізняються між собою специфікою організації та надання

туристичних послуг відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників

11. Соціальні аспекти розвитку туризму на регіональному рівні можуть аналізуватися як у контексті вивчення передумов та факторів інноваційної діяльності у цій сфері, так і в межах концепції сталого розвитку з акцентом на збереження ландшафтного і культурного різноманіття.

12. Виділені інноваційні напрями регіонального розвитку туризму в умовах соціалізації економіки не можуть бути реалізованими без забезпечення ефективного функціонування відповідних організаційних форм, якими можуть бути органи державної влади та місцевого самоврядування; наукові та освітні заклади; місцеві громади та інші спільноти; туристичні підприємства та організації; заклади сфери обслуговування, транспортні та інші мережі; заклади технічного обслуговування, консалтингові організації; дестинації; засоби масової інформації та ін.

13. Сукупність взаємозв'язаних організаційних форм інноваційної діяльності у межах регіону формує туристичну систему, основною ціллю функціонування якої в сучасних умовах має бути забезпечення регіональної і національної туристичної конкурентоспроможності з урахуванням впливу соціальних чинників.

14. Соціальний туризм може активно розвиватись тільки за умов активної суспільної і державної підтримки, існування якої передбачає розробку та впровадження соціальної доктрини туризму у програми розвитку туристичної сфери держави.

## РОЗДІЛ 5

### ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

#### 5.1. Оптимізація інституційного середовища туристичної діяльності у процесі реалізації соціальної доктрини туризму

Важливе значення для забезпечення стабільності та ефективності функціонування туристичної сфери має інституційне середовище, що характеризується досить складною структурою та може аналізуватися на різних ієрархічних рівнях – держави, регіонів та територіальних громад. В умовах політики децентралізації, яка в останні роки успішно впроваджується в Україні, інституційне середовище розвивається у новому напрямі, що дає змогу гарантувати сталий розвиток індустрії туризму та гостинності на локальному рівні через зростання ролі місцевих громад у процесах управління регіональним розвитком.

Різні аспекти формування інституційного середовища розвитку туризму в Україні перебували в центрі уваги таких науковців як Ю. Алексєєва, В. Биркович, С. Галасюк, Н. Гостєва, Є. Козловський, О. Чечєня та ін.

Варто зауважити, що згадані автори досліджували передусім питання державного регулювання розвитку туристичної сфери. У той же час, І. Безуглий, Д. Стеченко фокусували свою увагу на проблемах державно-приватного партнерства в рекреаційно-туристичній сфері України, а М. Ільїна та І. Шпильовий аналізували вплив на розвиток туризму децентралізації управління сільськими територіями. Саме останній напрям досліджень є не лише новим, але й, на наш погляд, особливо перспективним, адже дає змогу розробити концептуальні засади стратегічного управління розвитком туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в нових умовах, які склалися впродовж останнього часу [330].

Насамперед слід розрізнити загальносистемне та специфічне інституційне

середовище туристичного (в тому числі й готельно-ресторанного бізнесу).

Загальносистемне інституційне середовище формує група нормативно-правових актів, що регулюють питання комунальної власності, адміністративно-територіального поділу держави, сталого розвитку продуктивних сил територіальних громад, фінансової самодостатності просторових формувань, безпечної життєдіяльності громадян та туристів. Специфічне інституційне середовище складають правові засади функціонування органів місцевого самоврядування, органів місцевої виконавчої влади, регіональних ринків товарів та послуг, правоохоронної діяльності на локальному рівні.

Як зазначає А.Голод, інституційне середовище не лише створює передумови для прискореного розвитку продуктивних сил регіону, а й формує механізми регулювання процесів, що протікають на загальнодержавному та регіональному рівнях, перетворюючись таким чином у вагомий фактор модернізації регіональних туристичних систем [51].

Щодо змісту та перспективних напрямів формування інституційного середовища сфери туризму та гостинності в Україні, то фахівці зазначають, що взаємини держави і ринку туристичних послуг можна умовно розділити на відносини щодо:

- стимулювання підприємництва в сфері туризму;
- охорони навколишнього середовища, в тому числі природних рекреаційних туристичних ресурсів;
- охорони життя, здоров'я, захисту прав та інтересів споживачів туристичних послуг [222].

Досить вичерпний перелік цілей і напрямів державного регулювання у сфері туризму викладений у Законі України «Про туризм». Зокрема, відповідно до цього нормативно-правового акту, основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- 1) забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на



безпечно для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

2) безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

3) збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

4) створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності [103].

Водночас, пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму визначено:

1) удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

2) забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

3) розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

4) розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

5) створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

6) забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб [103].

Незважаючи на наявність законодавчих норм, їх реалізація залишається незадовільною. Це пов'язано як із відсутністю дієвих механізмів досягнення відповідних цілей, так і з їх декларативним характером, що не підтверджений на сучасному етапі програмною документацією, зокрема, на регіональному

рівні. З огляду на це, низка науковців пропонує власні підходи до визначення напрямів та інструментів державного регулювання у сфері туризму та гостинності.

Для вирішення більш конкретних завдань, як наприклад модернізація туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, необхідна розробка дієвих механізмів, які можуть бути поділені на адміністративні, економічні та організаційні. Додатково, на наш погляд, розглядаючи шляхи вирішення актуальних проблем розвитку туризму і гостинності, необхідно застосовувати і соціальний механізм.

Актуальним питанням реформування системи державного регулювання розвитку туризму є удосконалення механізмів фінансового забезпечення діяльності туроператорів та внесення відповідних змін до Закону України "Про туризм". Відповідно до статті 15 цього Закону, туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності перед туристами, тобто мати на рахунку відповідну суму коштів, що може бути використана для відшкодувань клієнтам у разі банкрутства чи неплатоспроможності компанії [103].

Станом на 2019 рік, мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити не менше 20 тис. євро, а турагента – 2 тис. євро. Відповідно до чинного законодавства, таке фінансове забезпечення здійснюється гарантією банку чи іншої кредитної установи. Водночас для закладів готельно-ресторанного господарства такі механізми фінансового забезпечення цивільної відповідальності не застосовуються, що призводить до певних диспропорцій інституційного середовища.

Підсумовуючи, зазначимо, що загальнодержавне інституційне середовище розвитку туризму та гостинності є достатньо розвиненим, однак суперечливим та мінливим, що зумовлює складність впровадження модернізаційних заходів на регіональному рівні.

З огляду на це, слід звернути увагу на те, що модернізаційний вектор інституційного середовища має бути спрямований на децентралізацію владних

повноважень через підвищення ролі територіальних громад у системних перетвореннях на базовому рівні суспільних систем. Адже у чинному Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» не збалансовані їхні права й обов'язки, передусім у сфері економіки, соціального захисту населення, раціонального природокористування та охорони довкілля.

Оскільки у центрі державотворення має перебувати людина, то саме людський потенціал є базисом формування конкурентних переваг, а діяльність людини, як носія інноваційності, забезпечить капіталізацію можливостей регіональних суспільних систем.

З урахуванням того, що туристичний потенціал в онтологічному вимірі є переважно регіональним за походженням, особливого значення набуває створення релевантного правового поля для діяльності місцевих органів виконавчої влади.

Місцеве самоврядування в Україні базується на принципах народовладдя; законності; гласності; колегіальності; поєднання місцевих і державних інтересів; виборності; правової, організаційної та матеріально-фінансової самостійності в межах повноважень, визначених цим та іншими законами; підзвітності та відповідальності перед територіальними громадами їх органів та посадових осіб; державної підтримки та гарантії місцевого самоврядування; судового захисту прав місцевого самоврядування [105]. Оптимальним напрямом реалізації названих принципів, який в сучасних умовах може забезпечити докорінну модернізацію економічних систем саме на низовому рівні, є концепція децентралізації, що успішно апробована досвідом економічно розвинених держав світу.

Децентралізація має складну структуру і включає політичну, адміністративну та фінансову компоненти. Політична децентралізація передбачає законодавче забезпечення незалежності органів місцевого самоуправління, що обрані демократичним шляхом та представляють інтереси громади, що їх обрала. Адміністративна децентралізація включає передачу органам місцевої влади належного обсягу повноважень та інструментів для їх

реалізації. Фінансова децентралізація має на меті забезпечення органів місцевої влади необхідними фінансовими ресурсами та передачу функцій контролю їх використання [112].

Оскільки, відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування», первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень є територіальна громада села, селища, міста [105], державна політика України у сфері місцевого самоврядування в першу чергу спирається саме на інтереси жителів територіальних громад і передбачає проведення кардинальних змін і системних реформ, децентралізацію влади – тобто передачу від органів виконавчої влади органам місцевого самоврядування значної частини повноважень, ресурсів та відповідальності. В основу цієї політики закладено положення Європейської хартії місцевого самоврядування та наявний світовий досвід [74].

Національна концепція децентралізації базується на таких основних положеннях Європейської хартії місцевого самоврядування.

1. Місцеве самоврядування означає право і спроможність органів місцевого самоврядування в межах закону здійснювати регулювання та управління суттєвою часткою публічних справ, під власну відповідальність, в інтересах місцевого населення.

2. Органи місцевого самоврядування в межах закону мають повне право вільно вирішувати будь-яке питання, яке не вилучене зі сфери їхньої компетенції.

3. Публічні повноваження, як правило, здійснюються переважно тими органами публічної влади, які мають найтісніший контакт з громадянином.

4. Повноваження, якими наділяються органи місцевого самоврядування, як правило, мають бути повними і виключними.

5. Якщо повноваження делегуються органам місцевого самоврядування центральним чи регіональним органом, органи місцевого самоврядування у міру можливості мають право пристосовувати свою діяльність до місцевих умов.

6. У процесі планування і прийняття рішень щодо всіх питань, які безпосередньо стосуються органів місцевого самоврядування, з останніми мають проводитися консультації, у міру можливості своєчасно і належним чином [105].

У 2014 році урядом України було схвалено Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади та План заходів щодо її реалізації, які започаткували реформу децентралізації влади у державі. Для повноцінного впровадження децентралізації у практику регіонального управління необхідними були зміни до Конституції України, які однак не були ухвалені, тому реформа на сучасному етапі відбувається в рамках положень чинного Основного Закону.

У 2014-2016 рр. було розроблено і ухвалено пакет законодавчих змін, що дали змогу розпочати реформування адміністративно-територіального устрою та місцевого самоврядування. За даними авторів реформи, нова законодавча база значно посилила мотивацію до міжмуніципальної консолідації в країні, створила належні правові умови та механізми для формування спроможних територіальних громад, які об'єднують свої зусилля у вирішенні нагальних проблем. Також виправдала себе нова модель фінансового забезпечення місцевих бюджетів, що отримали певну автономію і незалежність [74].

Окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема через організацію сільського та екологічного туризму, зокрема через підтримку створення спеціалізованих закладів розміщення – агроосель.

Однак у вітчизняних умовах в процесі впровадження модернізаційної парадигми важливим є питання не стільки обґрунтування адміністративних механізмів, як фінансового забезпечення заходів щодо модернізації сфери туризму та гостинності регіону.

У цьому контексті Європейська хартія місцевого самоврядування містить такі положення.

1. Органи місцевого самоврядування мають право в рамках національної економічної політики на власні адекватні фінансові ресурси, якими вони можуть розпоряджатися в межах своїх повноважень.

2. Обсяг фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування відповідає їх повноваженням.

3. Частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування обов'язково формується за рахунок місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону.

4. Фінансові системи, які складають підґрунтя ресурсів органів місцевого самоврядування, мають достатньо диверсифікований і гнучкий характер і повинні забезпечувати можливість приводити наявні ресурси, наскільки це можливо, у відповідність до реального зростання вартості виконуваних ними завдань.

5. Захист більш слабких у фінансовому відношенні органів місцевого самоврядування передбачає запровадження процедур бюджетного вирівнювання або аналогічних заходів з метою подолання наслідків нерівного розподілу потенційних джерел фінансування.

6. З органами місцевого самоврядування повинні належним чином проводитись консультації про порядок передачі їм перерозподілених ресурсів.

7. Дотації органам місцевого самоврядування призначаються не для фінансування конкретних проектів.

8. Для цілей здійснення позик інвестиційного капіталу органи місцевого самоврядування мають доступ до національного ринку капіталу [105]<sup>1</sup>.

Реалізація перелічених положень у вітчизняному правовому полі уже започаткована. Однак під дією загальнодержавних чинників та значної тривалості у часі реформи щодо децентралізації влади в Україні, фінансові результати діяльності територіальних громад є дуже неоднорідними, як і кількість створених об'єднаних територіальних громад, яка має суттєві регіональні відмінності.

Як свідчать аналітичні дані, найнижчі показники фінансової

спроможності характерні для більшості невеликих громад. Виняток становлять окремі невеликі громади, на території яких розміщені потужні підприємства. Наявність закономірності між фінансовою спроможністю та чисельністю населення громади пояснюють тим, що у великих громадах більш вигідно розвивати малий та середній бізнес, оскільки там є достатній трудовий ресурс, більш ємний місцевий ринок збуту товарів і послуг та кращі перспективи для сталого розвитку громади [202].

З огляду на процес децентралізації влади в Україні та керуючись європейським досвідом, на думку експертів, на регіональному рівні доцільно створити єдиний фонд фінансування локальних проектів сільських громад, у т. ч. проектів сільського зеленого туризму. За такого підходу сільські громади матимуть стимул для об'єднання та кооперації, а також для залучення власних ресурсів [201].

На регіональному рівні зусилля органів місцевої влади мають бути сконцентровані на взаємодії із суб'єктами підприємницької діяльності у сфері сільського туризму та їх асоціаціями з метою створення мережі агротуристичних підприємств. На думку М. Ільїної та І. Шпильового, для цього необхідною є консультативна допомога, організація еколого-освітніх програм, курсів професійної підготовки, підвищення кваліфікації підприємців у галузі сільського туризму, створення відкритих електронних ресурсів, що пропонуватимуть послуги власників сільських садиб [112].

Одним із інституційних механізмів стимулювання розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу є державно-приватне партнерство.

Як зазначає І. Безуглий, «державно-приватне партнерство в рекреаційно-туристичній сфері – це співробітництво між різними за ієрархією державними органами, органами місцевого самоврядування з юридичними чи фізичними особами, що здійснюється на основі договору в порядку, що встановлений законодавством» [255]. Найбільш поширеними формами такого партнерства (узагальненими зразками взаємодії органів влади та приватних партнерів, що використовуються для задоволення громадських потреб) є концесія та оренда

[256].

Найкращі можливості для розробки і реалізації таких форм державно-приватного партнерства є у пам'ятко-охоронній діяльності. Концесія передбачає надання уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору права створення та управління господарським об'єктом для задоволення громадських потреб. Крім цих форм можливе створення підприємств, у структурі майна яких є власність держави, приватизація для реалізації проектів зеленого туризму та санаторного лікування, розробка та реалізація національних проектів, які спрямовані на підтримку стратегічних для розвитку країни галузей національної економіки, створення спеціальних рекреаційно-туристичних зон [256].

Приклади застосування різних форм державно-приватного партнерства з метою формування туристичних систем та реставрації туристичних об'єктів наявні в областях Карпатського регіону. Однак механізми взаємодії усіх суб'єктів таких процесів все ще не врегульовані і є одним із перспективних напрямів удосконалення інституційного середовища туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Отже, незважаючи на тривалий період формування інституційних засад розвитку туризму та гостинності в Україні, наявне інституційне середовище ще досі не можна вважати збалансованим і несуперечливим. Водночас започатковані процеси децентралізації створюють нові можливості для розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу на рівні місцевих громад. Особливо перспективним є розвиток садиб сільського туризму, які можуть забезпечити суттєві додаткові доходи до місцевих бюджетів невеликих громад, на території яких не розташовані промислові підприємства. Водночас для успішного розвитку туризму та гостинності на локальному рівні необхідним є подальше вдосконалення нормативно-правового забезпечення рекреаційно-туристичної діяльності в Україні.



## 5.2. Національна ідея як основа соціальної політики у сфері туризму в Україні

Сучасне українське суспільство – це складне перехідне суспільство, котре потребує системи базових вартостей, чітко окреслених економічних і соціокультурних орієнтацій. Тому надзвичайно важливою проблемою постає соціокультурна ідентифікація України, тобто усвідомлення своєї тотожності з певною культурною моделлю на основі національної ідеї [172, с. 364].

У загальному розумінні національна ідея – це акумулятор прогресивних національних програм, політичних ідей, гасел, цінностей, рушій національного прогресу, основа національно-визвольних рухів, національної самосуверенізації. Національна ідея становить платформу національної ідеології, визначає теоретичні засади національної свідомості. Поряд з національною ідеєю розрізняють також термін «ідея нації» [35].

Українська національна ідея — національна ідея українців, яка відображає головні національні інтереси і задає оптимальний напрям розвитку країни, як у сьогоденні, так і на майбутнє. Через існування національних інтересів в політичній, економічній, культурній, побутовій сферах, відповідно національна ідея може існувати в складній синтезній формі як національна (державницька) ідеологія і в субформах — ідея етнічна, зовнішньополітична, культурна тощо [184].

Дослідники зазначають, що чіткого визначення національної ідеї поки що не існує. В українських політичних словниках національну ідею визначають як:

- 1) політичний проект майбутнього нації, імператив її свідомості й чину, смисложиттєвий чинник національного розвитку;
- 2) певний комплект вірувань, національного світобачення і розуміння своєрідний духовно-інтелектуальний потенціал нації, людини-державотворця і співгромадянина;
- 3) система ціннісних орієнтирів, що полягає в урахуванні інтересів усіх верств суспільства, усіх народів;

4) форма державного самоусвідомлення народу, показник того, як народ розуміє себе, своє місце і роль у світі [189a].

Найбільш часто уживане визначення цього поняття звучить так: національна ідея – це концентрований вираз національних інтересів та почуттів, форма духовного самоусвідомлення, показник того, як народ усвідомлює себе, свою роль і місце у світі [240].

Одне із головних завдань національної ідеї є здобуття народом, нацією своєї власної держави. Здобувши державну незалежність, національна ідея переходить в нову фазу – фазу консолідації нації, оскільки завдання змінилися, потрібно вже не здобувати, а будувати, розвивати, досягати нової мети, як незалежна держава.

Функція української національної ідеї – зміцнити націю і покращити життя. Носіями української національної ідеї можуть бути люди з різними поглядами, різних національностей, різної партійної приналежності, різних релігійних вподобань і таке інше. Поняття національної ідеї дуже широке і безстрокове, можна довго дискутувати проте, що потрібно зробити для консолідації нації і здобуття досягнень в економіці, якими повинні бути соціальні стандарти, про владу, про спорт, освіту, культуру, бізнес [240].

На думку Ю. Сидоренка, для того щоб українська національна ідея розгорталася швидше, потрібно державі потурбуватися про прийняття законів і Програм із повернення із-за кордону українських громадян – заробітчан. Дослідник наголошує, що якщо такі Програми функціонуватимуть, до України повернеться не один мільйон висококласних спеціалістів. Це люди з іншим мисленням та зміненим менталітетом, за кордоном вони не намагаються вкрати, а заробляли собі на життя чесною працею, те саме робитимуть і в Україні. Треба щоб вони брали участь у виборах до місцевого самоврядування, і навіть до Верховної Ради, прийшли на державну службу, зайнялися бізнесом тощо [240].

Впродовж тривалого часу консолідуючою силою суспільства була релігійна ідея, і в нових історичних умовах – наприкінці XIX століття – цю функцію „перейняла національна ідея” [224, с. 132].

Як слушно зазначає Ф. Медвідь, визначення поняття «національна ідея» залежить від того, як ми розуміємо процеси етногенезу і націогенезу, а також від трактування базової категорії «нація», яка ґрунтується на тривалій інтелектуальній традиції з’ясування її змісту. Тобто, які з об’єднувальних чинників (політичні, економічні, культурні, релігійні, правові) вважаються суттєвими стосовно певної нації.

Нація, віддзеркалюючи багатство етнопсихологічних, культурно:історичних і соціально:побутових форм людства, уособлює його горизонтальну диференціацію. Саме нація, на відміну від соціальної верстви, класу, демографічної, конфесійної чи іншої групи, є наймасштабнішою і найстійкішою внутрішньо структурованою групою інтересів, спроможною витворювати окреме суспільство [173].

Аналіз категорії «національна ідея» Ф. Медвідь розглядає з позиції політичної суб’єктності української нації: українська нація постає творцем власної держави, котра використовується нею як інструмент реалізації внутрішньої і зовнішньої політики, що базується на національних інтересах та виходить з них. Вихідними засадами при цьому є чітке розуміння того, що являє собою сучасна українська нація у вузькому значенні слова – як етнічно однорідна спільнота громадян української національності, що проживають в Україні, та в широкому значенні – як відкрита поліетнічна спільнота, що історично склалася на території України і яка усвідомлює себе українським народом. Отже, йдеться про політичну націю [173, с. 36-37].

На думку А. Колодій, для нації як етнополітичної спільноти (політичної нації) інтереси зосереджуються передусім у сферах політики і культури і для нації як політичного суб’єкта найголовнішим є збереження її ідентичності і культурно-мовної самобутності у властивій саме цій нації формі, тобто у формі реалізації національної ідеї [138, с. 29]. Водночас В. Кафарський стверджує, що

національна ідея задає певні моделі політичної поведінки націям та їх елітам, бо вона „є істотним фактором формування політичної суб’єктності нації” [119, с. 65].

Національна ідея не можна відображає особливості умов життя народу впродовж його історичного розвитку і характеризує глибинний рівень національної свідомості та сукупність ціннісних орієнтацій нації. Національна ідея як своєрідний духовний стан народу, його менталітет, формується під впливом традицій, культури, оточення людей конкретної нації і водночас сама впливає на них, існує «як джерело культурно-історичної динаміки» [173] нації.

За твердженням Ф. Медведя, «національна ідея є духовним каталізатором національного відродження і вищим проявом політизованої національної свідомості. Реалізація національної ідеї постає як національний ідеал, що має інтегративний характер і спрямовується на позитивний результат. На ґрунті національної ідеї відбувається національна мобілізація, потенційна чи реальна участь людей, що належать до певної нації, у спільних діях. Національна ідея у поєднанні із загальнолюдськими цінностями і ідеалами стає чинником національної консолідації на державотворчій основі, сприяє формуванню національної єдності в процесі досягнення закладених у ній цілей і цінностей, що поділяються усіма або більшістю членів спільноти. Вона включає в себе прагнення до оптимального самовлаштування нації, організації господарського, політичного, духовного, культурного життя народу у формах, саме йому притаманних» [173].

З позицій національної ідеї, розробка і реалізація соціальної доктрини туризму спрямована на удосконалення системи державного та регіонального регулювання у сфері національного туризму на основі її впровадження у програми розвитку національної системи туризму.

На нашу думку, важливим компонентом національної ідеї мають бути сімейні цінності, які в сучасних умовах зазнають суттєвих трансформацій.

Перманентна диференціація сімей за доходами в сторону зростання частки сімей з мінімальним достатком, збільшення кількості неповних сімей,

зростання кількості позашлюбних народжень, погіршення соціального здоров'я на фоні різкого скорочення чисельності населення та зменшення середньої тривалості життя лише загострюють актуальність вищезгаданої проблематики і є впливовими факторами формування втрат демографічного потенціалу. Посиленню негативної дії вищезгаданих чинників сприяє послаблення ролі інституту сім'ї як головного осередку сучасного суспільства, що, на нашу думку, є важливим чинником формування демографічних втрат у сучасних умовах.

Як відомо, сім'я відіграє надзвичайну роль у життєдіяльності суспільства — забезпечує можливість його існування шляхом фізичної та соціокультурної зміни поколінь. Без сім'ї неможливе відтворення населення, його соціалізація що, в свою чергу, робить неможливим утворення всіх інших соціальних інституцій.

Сім'я як соціальний інститут – прийнята суспільством форма спільного життя чоловіка та жінки, пов'язана з продовженням роду, в т. ч. правила утворення сім'ї, норми взаємовідносин у сім'ї, розподіл ролевих обов'язків та прав, система символів, в яких суспільство фіксує свої уявлення, пов'язані з цією сферою життя. Таким чином, сім'я, включаючись у ціннісно-нормативну систему суспільства, виступає як соціальний інститут, своєрідний ціннісно-нормативний комплекс, за допомогою якого регулюється й контролюється поведінка членів сім'ї, визначаються їхні соціальні ролі та статуси. Саме рівень розвитку сім'ї разом з характером праці зумовлюють суспільний порядок, за яким живуть люди в різних державах, за різних історичних умов [81].

Водночас функціонування сім'ї є результатом специфічних соціальних процесів, що відбуваються в суспільстві і сім'я виступає у якості проміжної ланки між суспільством та індивідом. Соціально-економічні умови життєдіяльності сім'ї проектується на її взаємовідносини з середовищем, а морально-етичні принципи сім'ї формують особистісну ідентифікацію усіх її членів.

До основних функції сучасної сім'ї найчастіше відносять: репродуктивну, виховну, господарсько-побутову, економічну, первинного соціального контролю, духовного спілкування, соціально-статусну, дозвілєву, рекреаційну, емоційну, сексуальну, соціального захисту [22].

Значення та специфіка функціонування інституту сім'ї у будь-якому регіоні відображається на показниках шлюбно-сімейної структури його населення, що, в свою чергу, здійснює прямий вплив на формування демографічної ситуації та ризику демографічних втрат у його межах. Розподіл населення за шлюбним станом відображає не тільки динаміку таких демографічних процесів, як шлюбність і розлучуваність, а також дозволяє визначити тенденції зміни в майбутньому процесів народжуваності, смертності, міграції [381].

Зменшення кількості офіційно укладених шлюбів, збільшення кількості розлучень, зростання частки дітей народжених жінками, які не перебували в зареєстрованому шлюбі та низка ін. негативних явищ – це наслідки руйнування усталених морально-етичних засад функціонування сім'ї та родини у сучасному житті. Дезорганізація життя, посилення конфліктності, зловживання шкідливими звичками, депресії, алкоголізм та ін. на початкових етапах часто мають сімейне підґрунтя. Як зазначає Т. Кузьменко, дисфункції сім'ї проявляються в економічній, правовій та моральній незахищеності сім'ї, зниженні її ролі у соціалізації та вихованні дітей, загостренні проблем бездоглядності дітей та зростання рівня правопорушень, в т. ч. серед неповнолітніх [163].

Опосередкований вплив на шлюбно-сімейну структуру регіону здійснює міграційна активність його населення, яка, окрім внесення змін у статеву-вікову структуру та чисельність населення в районах прибуття і вибуття мігрантів, трансформує показники шлюбності і розлучуваності. Суттєвим фактором впливу на стабільність сімейного життя є трудова міграція, особливо міждержавна

Вплив соціального інституту сім'ї, що часто підсилюється іншими

соціальними інститутами (освіта, релігія, наука та ін.), на формування ризиків демографічних втрат, є надзвичайно важливим, оскільки саме його функціонування є відображенням рівня усвідомленого сприйняття програм соціальних механізмів окремими суспільними осередками, що в свою чергу, позначається на особливостях проходження демографічних явищ і процесів.

Взаємозв'язок сім'ї із формуванням демографічної ситуації можна прослідкувати на прикладі формування ризиків демографічних втрат. Зокрема, за чисельністю осіб, що піддаються ризику, ризики демографічних втрат бувають індивідуальні (задаються суб'єктом ризику), групові (відображають демографічну поведінку соціальних груп) і масові (стосуються переважної частини населення).

Вірогідність настання негативних наслідків прояву індивідуальних ризиків демографічних втрат залежить від моделі демографічної поведінки кожного конкретного індивіда, яка формується під впливом особистісних переконань, способу життя, професії, стану здоров'я та ін. чинників. Зазначимо, що на цьому рівні значення сім'ї, морально-етичні засади її функціонування мають вирішальне значення, оскільки діяти у кожному окремому випадку індивід буде, виходячи із власного розуміння ситуації і тих моделей поведінки, які є домінуючими у його оточенні. Незважаючи на суб'єктивність та значну розосередженість таких ризиків у суспільстві, сумарний ефект від їх проявів може суттєво позначитись на демографічній ситуації в регіоні та спричинити появу демографічних втрат його населення.

Подібні шляхи формування спостерігаються і у групових ризиків демографічних втрат, однак їх вплив на демосоціальне середовище регіону є значно суттєвішим, оскільки більша кількість осіб залучається до такого ризику. Серед прикладів групових ризиків демографічних втрат можна назвати існування у суспільстві угруповань, відомих як "чайлдфрі".

Найбільший вплив на демографічну ситуацію та формування демографічних втрат в регіоні здійснюють масові ризики, які об'єднують великі кількості людей, внаслідок чого протистояти їх негативному впливу дуже

важко і практично неможливо. Зазначимо, що масові ризики перебувають під впливом індивідуальних та групових ризиків у межах певних територій. Прикладом таких ризиків можна назвати: ризик загального скорочення населення, ризик загального зростання смертності внаслідок погіршення здоров'я населення, ризик загального зменшення народжуваності в результаті зміни способу життя та ін. [381].

Отже, послаблення позицій інституту сім'ї у сучасному суспільстві має далекоглядні наслідки і є вагомим чинником формування напрямів соціальної політики, які мають враховуватися і у соціальній доктрині туризму. Суспільство, змінюючи традиційні ціннісні орієнтації сім'ї, ризикує безповоротно змінити не тільки кількісно-якісні демографічні параметри, але й стикнутись у майбутньому із значними труднощами у соціокультурній сфері. Адже відбувається руйнування морально-етичних норм головного осередку сучасного суспільства, замінюються ключові принципи його функціонування, що є суттєвою загрозою для його майбутнього.

### **5.3. Зарубіжний досвід розвитку сфери обслуговування та особливості його врахування при формуванні соціальної доктрини туризму України**

Як зазначають науковці, розвиток туризму, як і загалом сфери обслуговування, відображає основні парадигми розвитку суспільства індустріалізованих країн після Другої світової війни. Сучасна сфера туристичного обслуговування характеризується наявністю у своїх межах процесів модернізації, економічного неолібералізму, стійкого розвитку зумовлених специфічністю туристичної продукції та ширшому залученню у процес виробництва інших, дотичних до туристичної, галузей.

З метою більш детального дослідження досвіду розвитку сфери туристичного обслуговування зарубіжних країн та особливостей його



використання при формування соціальної доктрини туризму України, ми здійснили порівняльний аналіз функціонування готельно-ресторанної галузі України і Республіки Польща.

Зміни в суспільно-політичному житті України та Республіки Польща є однією з найбільш вагомих ознак сучасності. Адже історично склалося, що Україна і Польща — дві сусідні країни, розвиток яких є тісно взаємопов'язаний із самого початку їхньої появи на історичній арені Європи. Це зумовлене не лише багатовіковою традицією українсько-польських взаємин, територіальною близькістю, етно-демографічною спільністю та тісними зв'язками у всіх сферах суспільної діяльності, у тому числі і в сфері туризму, але й, насамперед, спільністю політико-стратегічних інтересів, активним співробітництвом у всіх сферах суспільного життя між двома державами. Внаслідок цього, спільні риси розвитку та функціонування спостерігаються у всіх видах економічної діяльності, в тому числі й в ресторанному господарстві.

В Україні сукупність усіх закладів громадського харчування прийнято об'єднувати поняттям «ресторанне господарство». У загальному розумінні ресторанне господарство являє собою галузь народного господарства, основу якої складають підприємства, що характеризуються єдністю форм, організації виробництва й обслуговування споживачів, які розрізняються за типами та спеціалізацією [3]. Слід зазначити, що використання вищезгаданого поняття в нашій державі офіційно почалося з 2004 р., коли ним було замінено термін «громадське харчування» і у сучасній термінології під терміном «ресторанне господарство» розуміють вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього [294].

Подібний підхід до визначення ресторанного господарства існує і у Польщі. Як вважають польські дослідники Е. Kwiatkowska та G. Levytska, найбільш вдалим є визначення, яке сформулював J. Sala (2004): ресторанне господарство – це «відособлена в суспільному розподілі праці, організована господарська діяльність, яка полягає у задоволенні потреб споживачів у

харчуванні шляхом продажу готових страв і напоїв, створення умов, що дозволяють їх споживання на місці продажу, а також надання різноманітних послуг, які задовольняють потреби споживачів у розвагах та відпочинку» [294].

Характерною особливістю ресторанного господарства є те, що воно поєднує всі чотири фази розширеного відтворення: виробництво, розподіл, обмін і споживання. У господарсько-організаційному відношенні ресторанне господарство об'єднане з торгівлею, оскільки реалізація продуктів харчування в закладах харчування відображає роздрібний товарооборот, що є складовою в загальному товарообороті державної і кооперативної торгівлі. За характером організації виробництва підприємства ресторанного господарства схожі з підприємствами харчової промисловості, однак, на відміну від підприємств харчової галузі та роздрібною торгівлі, у ресторанному господарстві, поряд з реалізацією продукції, організується її споживання та надання споживачам різних послуг [307]. Таким чином, мета сучасних закладів ресторанного господарства передбачає, окрім одержання прибутків, більш повне задоволення потреб споживачів у продуктах харчування. Зазначимо, що вищезгадані потреби постійно зростають у кількісному та якісному відношенні.

Окрім подібного семантичного змісту терміну «ресторанне господарство», в українській та польській науковій термінології немає суттєвих відмінностей у трактуванні закладу (підприємства) ресторанного господарства. Так, в Україні заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва й закупних товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів. В свою чергу, польське визначення цього терміну передбачає постійнодіючі і сезонні заклади та пункти харчування, предметом діяльності яких є підготовка та продаж їжі і напоїв до споживання як на місці, так і навиніс [294].

У розвитку ресторанного господарства України і Польщі спостерігається подібність етапів розвитку, що зумовлене низкою економіко-політичних

чинників, вплив яких на економіку цих країн проявився по-різному. Перш за все, кризові явища, з якими зіткнулися ресторанні господарства обох країн протягом останніх десятиліть, відобразилися на зменшенні кількості закладів харчування і закріпили тенденцію до їх зменшення у майбутньому (рис. 5.1).

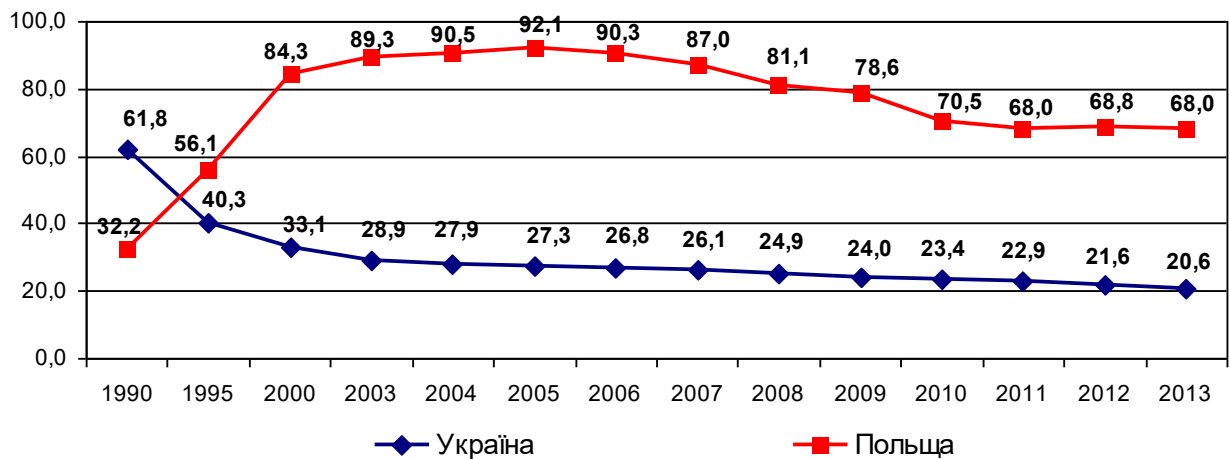


Рис. 5.1. Кількість закладів ресторанного господарства в Україні та Польщі у 1990-2013 рр., тис. одиниць [294].

Аналізуючи зміни ресторанного господарства України протягом останніх років, слід сказати, що процес згортання мережі закладів громадського харчування, який розпочався у 1990-х роках минулого століття, триває й до нашого часу. Водночас, у Польщі початок ХХІ ст. характеризувався поступальним розвитком ринку послуг, що знайшло відображення у низці позитивних показників економічного розвитку, фіксувалося зростання інвестицій, в т.ч. пов'язаних з використанням європейських ресурсів, поліпшення на польському ринку праці та ін. Суттєвим фактором покращення економічної ситуації встав вступ Польщі до ЄС у 2004 р. Однак кризові явища світової економіки, які відбувались протягом останнього часу, вплинули на розвиток економіки Польщі – результаті цього протягом останніх років спостерігалось зменшення споживчого попиту, що зумовило зниження темпу зростання ринку ресторанних послуг.

Так, якщо у 1990 р. у Польщі функціонувало 32,2 тис. закладів

ресторанного господарства, то вже у 1995 р. їх кількість зросла в 1,7 рази і складала 56,1 тис. Зазначимо, що на відміну від України, починаючи із 90-х років ХХ ст. у Польщі фіксувалися швидкі темпи зростання кількості ресторанних закладів. На початку ХХІ ст. темпи розвитку ресторанного господарства в країні дещо сповільнились, а починаючи із 2007 р. набули тенденції до зменшення (рис. 5.1). Однак, незважаючи на це, протягом 1995-2013 рр. кількість закладів ресторанного господарства Польщі зросла більше як у 2 рази і на 1 січня 2014 р. на її території функціонувало 68 781 такий заклад [294].

В Україні та Польщі підприємства ресторанного господарства є підприємствами ринкового типу, господарсько-оперативна діяльність яких базується на державній та приватній власності. За даними офіційної статистики в Україні у 2013 р. функціонувало 2633 приватних і 409 державних підприємств ресторанного господарства, що у відсотковому відношенні становило відповідно 12,8% і 2,0% від загальної кількості таких закладів [75]. Натомість у Польщі частка приватного сектору у ресторанному господарстві протягом останніх років була домінуючою і у 2013 р. становила 98,1% проти 1,9% у державному.

Підприємства ресторанного господарства мають ряд особливостей галузевого, організаційно-економічного та соціального характеру, оскільки спеціалізуються одночасно на виробництві і реалізації продуктів харчування, організації їх споживання населенням безпосередньо на підприємствах галузі, де ці продукти (страви) приготовано.

В Україні за характером торгово-виробничої діяльності серед підприємств ресторанного господарства виділяють ресторани, кафе, бари, буфет, закуочні, їдальні, кафетерії, фабрика-заготівельні, фабрики-кухні, домові кухні, а також заклади, які надають послуги мобільного харчування. Аналогічний підхід до класифікації закладів ресторанного господарства є у Польщі, де виділяють: ресторани (в т.ч. й швидкого харчування), кав'ярні, молочні бари, бари швидкого обслуговування, кафе-морозиво, піцерії, заклади з

продовольством навиніс, ресторани або барні підприємства, що надають послуги з харчування у транспортних засобах [294].

Структура закладів ресторанного господарства України у 2011-2013 рр. та темпи її розвитку представлені у табл. 5.1.

Таблиця 5.1

### Структура закладів ресторанного господарства України у 2011-2013 рр.

Заклади ресторанного господарства	2011	2012	2013	Зміни у порівнянні із 2011 р., %	Зміни у порівнянні із 2012 р., %
Ресторани	1460	1453	1472	+0,8	+1,3
Кафе, закуочні, буфети (кіоски)	9049	8108	7434	-17,8	-8,3
Бари	2448	2266	2146	-12,3	-5,3
Їдальні та постачання готової їжі	9891	9665	9441	-4,5	-2,3

Розраховано за [85].

Як видно з наведених у таблиці даних, у 2013 р. в Україні найбільша частка від загальної кількості ресторанних закладів (47%) припадає на їдальні та місця постачання готової їжі, що зумовлено стійким попитом споживачів на продукцію і послуги таких підприємств. Частка кафе, закуочних і буфетів складала 36 % від їх загальної кількості, барів – 10%, ресторанів –7%.

Зазначимо, що зв'язку із зміною правил обліку статистичної інформації, порівняння структури закладів ресторанного господарства України із періодом до 2011 р., є некоректним.

Впродовж 2000-2007 рр. у Польщі спостерігалось стабільне зростання загальної кількості ресторанних закладів. Як зазначають Е. Kwiatkowska та G. Levytska, протягом цього часу темпи зростання кількості барів становили 47%, гастрономічних пунктів – 37,2%, ресторанів – 12,3%, їдалень – 7,4% [10, с.96]. Однак, протягом наступних років і до останнього часу спостерігається зменшення кількості усіх категорій ресторанних закладів.

Загалом, протягом 2000-2013 рр. у Польщі зростання кількості ресторанних закладів спостерігалось лише серед ресторанів, кількість яких зростає по відношенню до 2000 р. на 90%. Серед усіх інших категорій ресторанних закладів фіксувалось зменшення кількісних показників: їдалень на 41,9%, гастрономічних пунктів на 32,8%, барів – на 31,6%,

З метою візуалізації аналізу регіональних відмінностей розвитку ресторанного господарства України і Польщі, нами було розроблено порівняльну картосхему забезпеченості закладами ресторанного господарства України та Польщі, представлену на рис. 5.2.

Розвиток сучасного ресторанного бізнесу залежить від загальних тенденцій економіки держави, кон'юнктури споживчого ринку, змін структури попиту та пропозиції, розвитку нових форм організації бізнесу тощо. З урахуванням сучасних економічних умов підприємствам ресторанного господарства обох країн доводиться кардинально перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку. Кризові явища світової економіки, що спричиняють зниження доходів споживачів, що позначається на зниженні суми середнього чеку та завантаженості підприємств ресторанних господарств. Для подолання кризового стану у цій галузі слід вживати різних заходів, які б відповідали концепції та формату ресторанного закладу, статусу споживачів та загально світовим тенденціям розвитку галузі.

Отже, на сучасному етапі у розвитку ресторанного господарства України і Польщі спостерігаються дві основні тенденції. По-перше, помітним є загальний спад у галузі, що відображається у зниженні більшості показників. По-друге, з'являються нові прогресивні форми організації ресторанного бізнесу, які переорієнтовують ресторанний ринок на більш низькі цінові сегменти (фут-корти, кейтеринг, демократичні та авторські ресторани та ін.) [294].

Розвиток міждержавного співробітництва, зокрема міжрегіонального та транскордонного є суттєвим чинником розвитку сфери послуг, зокрема готельного господарства. Надзвичайно актуальною вищезгадана проблематика є для України та Польщі – країн, розвиток яких взаємопов'язаний із самого початку їхньої появи на політичній арені світу і у наш час стратегічно спрямований на євроінтеграцію. Як результат, подібні риси розвитку та функціонування спостерігаються в усіх сферах суспільної діяльності обох країн, в тому числі й в готельній сфері.

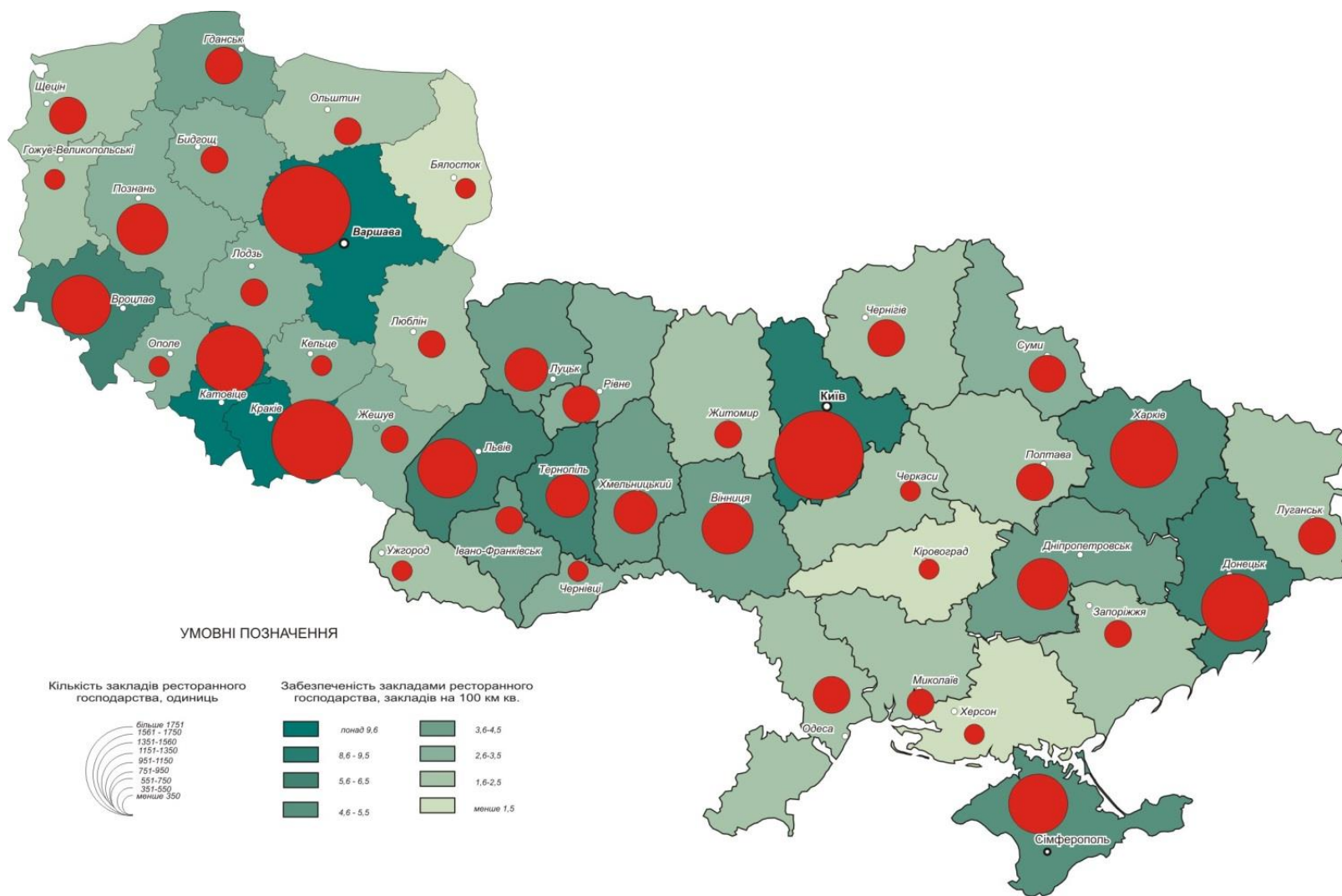


Рис. 5.2. Забезпеченість ресторанными закладами України та Польщі на 1.01.2014 р. Розроблено автором.

Значні перспективи транскордонна співпраця має між суміжними регіонами України та Польщі, оскільки безпосередня територіальна близькість є визначальним фактором у формуванні політико-стратегічних та економічних інтересів. З огляду на це, метою нашого дослідження є порівняння сучасного стану та рівнів розвитку готельної індустрії у межах двох прикордонних регіонів, які характеризуються тривалими традиціями українсько-польських взаємин – Львівської області України та Підкарпатського воєводства Польщі з урахуванням регіональної специфіки обох держав.

У Польщі початок ХХІ ст. характеризувався поступальним розвитком ринку послуг, що знайшло відображення у низці позитивних показників економічного розвитку. У той же час протягом зазначеного періоду позитивні тенденції розвитку ринку готельних послуг фіксувалися і в Україні. Перехід до ринкових відносин спричинив суттєві кількісні та якісні зміни у функціонуванні готельної сфери у її межах – змінилися організаційно-правові форми, виокремився приватний сегмент у цій галузі, збільшилась кількість суб'єктів та значно розширився ринок пропонованих послуг. Значний вплив на розвиток мережі готельних закладів в нашій державі здійснило проведення ЄВРО-2012. Однак кризові явища у світовій економіці, які відбувались протягом останнього часу, вплинули на розвиток економічних систем обох держав. У результаті цього протягом останнього часу спостерігалось зменшення споживчого попиту, що зумовило зниження темпів зростання ринку готельних та ресторанних послуг.

Сучасний стан готельно-ресторанної індустрії Львівської області і Підкарпатського воєводства загалом відображає загальнодержавні тенденції розвитку цієї галузі у Польщі та в Україні. Однак, незважаючи на активний розвиток та наявність попиту на готельні послуги у межах обох держав, темпи та показники розвитку готельно-ресторанної індустрії у межах досліджуваних регіонів суттєво відрізняються, що пояснюється, в першу чергу, різницею у рівнях їхнього економічного розвитку.

Основні відмінності у показниках розвитку готельно-ресторанної



індустрії у межах досліджуваних регіонів на початок 2014 р. відображені на розробленій нами картосхемі територіальної організації закладів розміщення та харчування Львівської області та Підкарпатського воєводства (рис. 5.3).

За даними офіційної статистики у межах Підкарпатського воєводства на початок 2014 р. функціонувало 3 622 об'єкти харчування та розміщення [153а]. Аналізуючи кількість таких закладів у розрізі адміністративно-територіальних одиниць воєводства – повітів, можна сказати, що впродовж зазначеного періоду їх найбільша кількість фіксувалась у межах адміністративного центру воєводства – м. Ряшів (392), а також Ряшівського (584 заклад) та Ліського (108) повітів, а найменша – у Колбушовському (53) і Бжозувському (54) повітах [5]. За показником забезпеченості закладами харчування та розміщення з розрахунку на 100 км<sup>2</sup> найвищі показники фіксувалися у Ряшівському (45,9) та Ліському (44,3) повітах, а найменші – у Любачівському (5,2) і Колбушовському (6,8) повітах.

У межах Львівської області станом на 1.01.2014 р. функціонувало 1 663 заклади харчування та розміщення [75]. У розрізі адміністративно-територіальних одиниць області, можна сказати, що протягом досліджуваного періоду їх найбільша кількість традиційно фіксувалась у межах м. Львів (804 заклади), Дрогобицького (205) та Стрийського (110) районів області, а найменша – у Перемишлянському (6) і Старосамбірському (5) районах. Аналізуючи стан забезпеченості закладами харчування та розміщення з розрахунку на 100 км<sup>2</sup> найвищі показники фіксувалися Дрогобицькому (15,8) та Стрийському (13,3) районах області, а найменші – у Старосамбірському (0,4).

Отже, на основі усього викладеного вище, можна підсумувати, що розвиток готельно-ресторанної індустрії є перспективним та взаємовигідним напрямком транскордонної співпраці України і Польщі. Для регіонів України сучасний стан і рівень розвитку готельно-ресторанної сфери суміжних регіонів Польщі є своєрідним орієнтиром трансформації згаданої сфери відповідно до вимог європейських стандартів. Зазначимо, що досягнення таких цілей є складним завданням, оскільки, незважаючи на позитивні зміни у

функціонуванні національної готельно-ресторанної сфери, попит населення на такі послуги залишається низьким, що зумовлено стійким зниженням купівельної спроможності та зміною структури споживчих витрат населення.

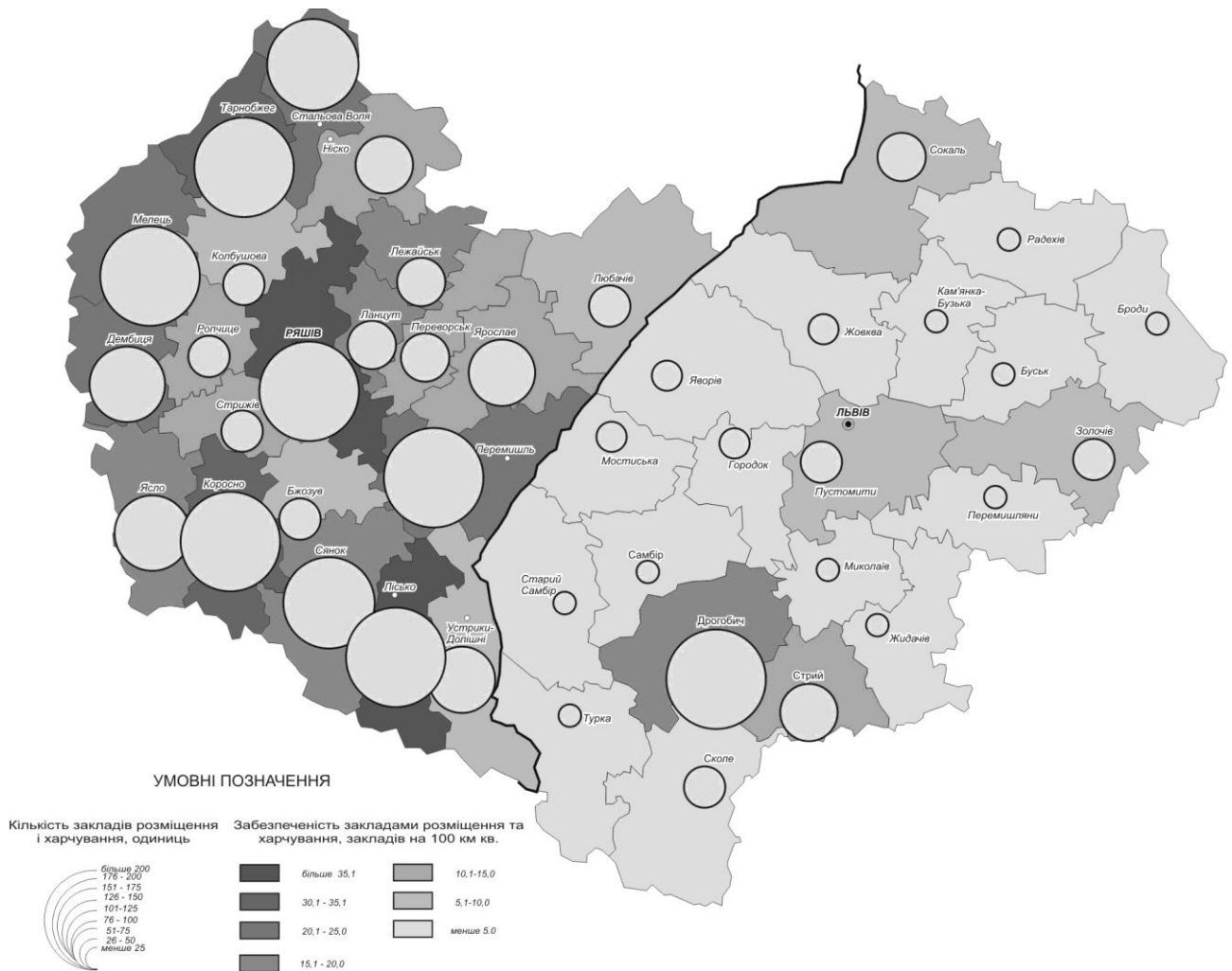


Рис. 5.3. Територіальна організація закладів розміщення та харчування Львівської області та Підкарпатського воєводства [153а].

Для регіонів Польщі суміжні регіони України цікаві, перш за все, із позицій отримання якісних і відносно недорогих готельно-ресторанних послуг, а також як перспективні ринки збуту власної готельно-ресторанної продукції нижчої цінової категорії. Важливим економічним результатом транскордонної співпраці у згаданій сфері є залучення іноземних інвестицій для розвитку готельно-ресторанного бізнесу суміжних регіонів України та Польщі.

#### 5.4 Напрями реалізації соціальної доктрини туризму в Україні

На нашу думку, соціальна доктрина туризму – це перспективний документ, що формує систему поглядів на соціальний туризм, його місце і перелік завдань у національній системі туризму. Соціальна доктрина туризму покликана систематизувати ідеї, переконання, погляди та принципи щодо процесів соціалізації в туристичній галузі з метою оптимізації її розвитку, визначити та розкрити сутність та напрямки впливу процесів соціалізації на функціонування сфери туризму України, обґрунтувати системний пакет тактичних та стратегічних завдань практичної реалізації її цілей у туристичній сфері України.

Формування і реалізація соціальної доктрини туризму мають базуватися на таких принципах як соціальна відповідальність, безпека, соціальна доступність та сталий розвиток. У процесі нашого дослідження ми розробили концептуальну модель соціальної доктрини туризму, яка представлена на рис. 5.4.

Ключовим принципом пропонованої моделі соціальної доктрини туризму є принцип соціальної доступності, який складається із чотирьох основних аспектів – доступність інформаційна, фінансова, психологічна та інфраструктурна. На відміну від поширених підходів, які кінцевим результатом соціалізації туризму вважають розвиток соціального туризму як сукупності форм і видів туристичної діяльності, що здійснюються за рахунок фінансування з інших, ніж особисті кошти туристів, джерел, у роботі акцентовано увагу на інших аспектах доступності туризму для різних соціальних груп.

Зокрема, первинною є інформаційна доступність, що полягає у можливості отримання інформації про туристичні послуги для цільових груп споживачів, що мають особливі вимоги до організації туристичних подорожей. Відповідно, у такій ситуації фінансова доступність буде вторинним аспектом, який визначатиме вже механізми реалізації сформованого через інформаційне середовище туристичного попиту на спеціалізовані продукти.

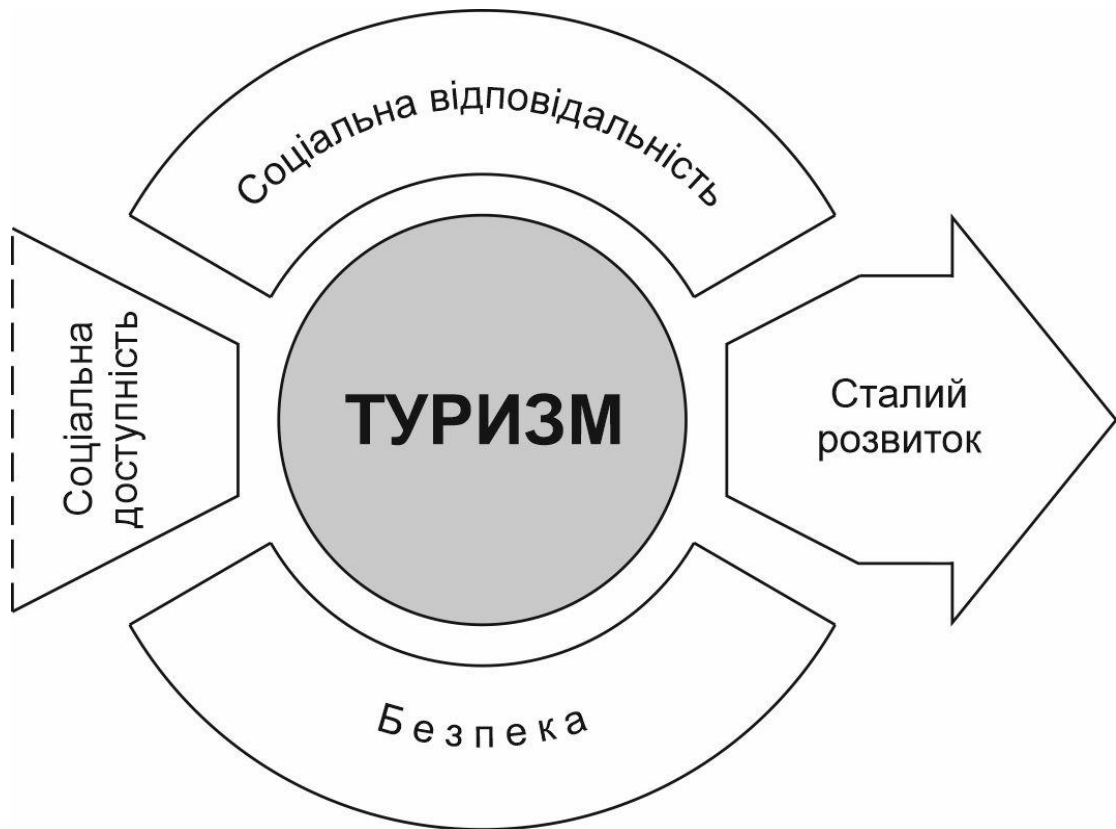


Рис. 5.4. Концептуальна модель соціальної доктрини туризму.

Джерело: розроблено автором

Важливе значення, особливо у сучасних умовах, має психологічна доступність туристичних послуг, яка полягає у сприянні в реалізації потреб потенційних туристів шляхом формування мотивації до здійснення туристичних подорожей і подолання бар'єрів, що виникають у процесі усвідомлення необхідності реалізації туристичних потреб.

Інфраструктурна доступність пов'язана з можливістю як безпосереднього доступу до туристичних об'єктів та закладів, зокрема транспортними засобами, так і з технічною можливістю організувати спеціалізовані туристичні програми у межах певних закладів, головним чином санаторно-курортних та інклюзивних.

Однак реалізація принципів соціальної доступності туризму вимагає одночасного врахування і таких принципів як безпека і соціальна відповідальність.

Безпека туризму – це такий стан туристичної сфери, який дозволяє мінімізувати негативні наслідки туристичної діяльності для усіх її учасників та навколишнього середовища, а також забезпечує можливості для розвитку певної туристичної території, виду туризму, форми чи напрямку туристичних подорожей.

Суспільним виміром безпеки туризму є соціальна відповідальність, яка спрямована на обмеження негативних аспектів соціалізації туризму та навпаки підсилення її позитивних наслідків, зокрема у соціальній сфері.

Принцип сталого розвитку відображає перспективні напрями соціалізації туризму, які водночас є і результатами реалізації соціальної доктрини, і полягають у збалансованому розвитку та взаємодії соціальних, економічних та екологічних компонентів внутрішнього та зовнішнього середовища розвитку туристичної сфери певної території.

У дисертаційній роботі представлено розроблену автором концептуальну модель формування і реалізації соціальної доктрини туризму (рис. 5.5).

Із врахуванням просторових відмінностей туристичного потенціалу оптимальним об'єктом розробки та впровадження соціальної доктрини туризму є держава. Саме на національному рівні шляхом інтеграції різноспрямованих процесів розвитку туристичної сфери регіонів, з урахуванням глобальних тенденцій та цінностей, можливою є розробка концептуальної моделі соціально орієнтованого розвитку туризму, на підставі якої доцільним є розроблення національної туристичної стратегії, а також регіональних програм.

Ключовою цінністю, яка має враховуватися на всіх рівнях реалізації соціальної доктрини туризму, є людиноцентризм, адже людина як споживач туристичних послуг і працівник сфери туризму є найважливішим елементом функціонування сучасних туристичних систем.

## ПЕРЕДУМОВИ І ЧИННИКИ



Рис. 5.5. Структурно-логічна модель формування і реалізації соціальної доктрини туризму. Джерело: розроблено автором

З урахуванням викладених вище положень, у дисертаційному дослідженні ми розробили механізми реалізації основних напрямків соціальної доктрини туризму в Україні, з урахуванням її компонентної структури (див.

Розділ 1, рис. 1.2). Пропоновані нами механізми реалізації основних напрямків соціальної доктрини туризму в Україні подані у табл. 5.2.

Таблиця 5.2

**Механізми реалізації основних напрямів соціальної доктрини туризму в Україні**

Напрями	Механізми
Культура	<ul style="list-style-type: none"> <li>– оптимізація міжкультурної взаємодії в процесі здійснення туристичної діяльності;</li> <li>– збереження історико-культурних відмінностей та унікальності туристичних об'єктів і ресурсів;</li> <li>– мінімізація негативних наслідків туристичної акультурації;</li> <li>– формування «культури якості» у відносинах споживачів і виробників туристичних послуг</li> </ul>
Наука	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обґрунтування цілей та пріоритетів соціальної політики у сфері туризму;</li> <li>– розроблення концептуальних засад соціальної доктрини та її функціональних моделей;</li> <li>– обґрунтування заходів щодо реалізації основних напрямів соціальної доктрини</li> </ul>
Освіта	<ul style="list-style-type: none"> <li>– реалізація освітньо-виховної функції туризму на усіх рівнях освіти;</li> <li>– розширення залучення працівників освітньої сфери, а також здобувачів освіти до туристичної діяльності, зокрема в межах соціального туризму;</li> <li>– розвиток вищої туристичної освіти у сфері туризму з орієнтацією на потреби сучасного ринку праці;</li> <li>– включення до освітніх програм вищої школи компетентності щодо забезпечення соціальної доступності та гарантування соціальної відповідальності під час надання туристичних послуг різним групам споживачів</li> </ul>
Інформація	<ul style="list-style-type: none"> <li>– забезпечення інформаційної доступності туризму через формування та реалізацію державної, регіональної та галузевої інформаційної політики щодо соціалізації туризму;</li> <li>– формування і популяризація туристичних інформаційних ресурсів в мережі Інтернет;</li> <li>– туристичний брендинг міст та регіонів;</li> <li>– оптимізація комунікацій між споживачами та виробниками туристичних послуг на різних етапах їх діяльності</li> </ul>
Соціальна інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розвиток туристичної інфраструктури за умови забезпечення її соціальної доступності та відповідності сучасним стандартам обслуговування різних груп споживачів;</li> <li>– формування та розвиток спеціальних об'єктів та мереж, а також обладнання для забезпечення доступу до туристичних об'єктів мало мобільних груп населення та осіб з обмеженими можливостями;</li> <li>– розширення використання інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення доступності інформації про туристичні об'єкти, ресурси та послуги у віртуальній формі</li> </ul>

Продовження таблиці 5.2	
Туристичний бізнес	<ul style="list-style-type: none"> <li>– удосконалення системи соціального захисту працівників туристичної сфери;</li> <li>– розширення використання методів нематеріального стимулювання працівників сфери туризму (заохочувальні туристичні путівки, корпоративні заходи, рекламні турів тощо);</li> <li>– удосконалення механізмів захисту прав споживачів і виробників туристичних послуг, зокрема в кризових умовах;</li> <li>– сприяння створенню інноваційних інтеграційних структур із широким залучення представників туристичного бізнесу (кластери, спілки, асоціації та ін.)</li> </ul>
Соціальні туристичні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розширення використання соціальних ресурсів для організації релігійного, етнічного, сільського та інших видів туризму;</li> <li>– популяризація соціального туризму як чинника соціально-економічного розвитку місцевих громад</li> </ul>
Соціальна безпека	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формування безпечного соціального середовища тимчасового перебування туристів як у закладах розміщення і харчування, на екскурсійних і рекреаційних об'єктах, так і на території, де реалізуються туристичні послуги загалом;</li> <li>– оптимізація організаційних форм надання туристичних послуг для забезпечення зручності тимчасового перебування туристів в умовах пандемії та інших обмежень;</li> </ul>
Соціальне управління	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формування цілісної державної соціальної політики у сфері туризму, а також реалізація регіональних соціальних програм;</li> <li>– диверсифікація та оптимізація застосування різних форм соціального управління у менеджменті підприємств та організацій, зокрема на засадах соціальної та корпоративної відповідальності.</li> </ul>

Розроблено автором

У структурі пропонованої автором соціальної доктрини туризму рекомендовано виділяти низку етапів: загальні положення, мета і завдання соціальної доктрини туризму, сутність соціальної доктрини туризму, національні цінності як основа формування і реалізації соціальної доктрини туризму, базові напрямки формування і реалізації соціальної доктрини туризму, рівні реалізації соціальної доктрини туризму, терміни і очікувані результати реалізації соціальної доктрини туризму.

На підставі проведеного дослідження сформовано проект соціально доктрини туризму у формі документа, що містить наступні структурні елементи.

**Загальні положення.** Соціальна доктрина туризму – це система концептуальних ідей та поглядів на стратегію і основні напрями розвитку туризму у державі протягом визначеного часового періоду з урахуванням



актуальних потреб (завдань) та особливостей розвитку її соціальної сфери. Соціальна доктрина туризму є передусім концепцією, що безпосередньо орієнтована на практичне застосування, а ефективність її реалізації залежить від злагодженої взаємодії усіх суб'єктів туристичної діяльності, соціальної сфери та державного управління і місцевого самоврядування.

**Мета і завдання.** Метою розробки соціальної доктрини туризму є інтеграція підходів до системного аналізу складної взаємодії процесів, що протікають у соціальній та туристичній сферах і можуть трактуватися як комплексний процес соціалізації туризму. Формування і реалізація соціальної доктрини туризму передбачає на базі обґрунтованих концептуальних засад виконання конкретних програмних завдань у кожному з дев'яти її напрямів: культурі, науці, освіті, інформаційному забезпеченні, соціальній інфраструктурі, туристичному бізнесі, соціальних ресурсах туризму, соціальній безпеці туризму та соціальному управлінні.

**Сутність.** Соціальна доктрина туризму – це сформульована наукова теорія, що базується на рівні інтелектуального, освітнього, культурного та духовного розвитку нації, національній ідеї та будується на цілісній та гармонійній системі принципів, поглядів, уявлень, норм поведінки людей в процесі соціалізації як пізнання нового, метою якої є використання таких економічних механізмів, заходів і правотворчих дій держави, які забезпечать доступ до отримання туристичних послуг всіма верствами населення.

**Національні цінності.** Розвиток туризму базується на системі національних цінностей, серед яких – добробут, справедливість, права людини, порядок, свобода, духовність, патріотизм, сімейні цінності та ін. У кризові періоди розвитку держави у суспільстві відбувається переосмислення і переоцінка національних цінностей на основі яких формуються національні інтереси та національні цілі держави, а також посилюється роль держави як визначального інституту в усіх сферах життєдіяльності суспільства, в тому числі й у сфері туризму. Досліджуючи та пропагуючи національні цінності із використанням туризму можливо зміцнити та трансформувати ціннісні

орієнтації, які згодом формуватимуть туристичну впізнаваність та імідж держави та її регіонів.

Туризм є впливовим чинником культурної соціалізації і як різновид суспільної, групової та індивідуальної діяльності сприяє самовдосконаленню та самореалізації людини у таких ціннісних вимірах як, свобода, комунікація, соціалізація особистості та ін.. Туризм є сферою застосування і поширення як загальнолюдських, так і національних цінностей, що постійно трансформується.

Національні цінності, закладені в основі соціальної доктрини туризму, визначають особливості реалізації державної політики у сфері туризму, перспектив розвитку окремих видів туризму з урахуванням регіональної специфіки, розробки програм оптимізації національної системи туризму та застосування механізмів їх реалізації з метою задоволення потреб у туристичних послугах різних соціальних груп.

**Напрями формування.** *Культурний* напрям реалізації соціальної доктрини туризму базується на імперативі забезпечення оптимальної міжкультурної взаємодії в процесі здійснення туристичної діяльності за умови збереження історико-культурних відмінностей та унікальності туристичних об'єктів і ресурсів. Міжкультурна взаємодія в процесі зіткнення в межах туристичних локацій різноспрямованих туристичних потоків на ціннісному рівні є системою глобальних та національних, індивідуальних та групових цінностей. У сучасних умовах і сам туризм є важливою суспільною цінністю, право на реалізацію якої має забезпечуватись на рівні держави для усіх соціальних груп. Одним із неминучих процесів, які виникають у результаті міжкультурної взаємодії в процесі здійснення туристичної діяльності, є туристична акультурація. Культурний напрям соціальної доктрини туризму покликаний мінімізувати негативні наслідки туристичної акультурації, підсилюючи її позитивні аспекти зумовлені підвищенням якості туристичних послуг та попиту на них.

*Науковий* напрям формування та реалізації соціальної доктрини туризму передбачає обґрунтування цілей, пріоритетів, моделей та концептуальних засад, що мають бути покладеними в основу розробки як самої соціальної доктрини, так і заходів щодо реалізації основних її напрямів. Безумовно, окрім вагомого внеску у формування соціальної доктрини, наукова сфера є також і об'єктом регулювання соціальної політики, адже тісно пов'язана із освітньою сферою та має відношення до окремих спеціалізованих видів туризму, що реалізуються в межах соціальних програм. Основними структурними елементами наукового напрямку формування соціальної доктрини туризму є обґрунтування теоретико-методологічних основ і аналіз передумов та чинників дослідження структурно-динамічних процесів розвитку соціальних видів туризму, розробка концептуальних та структурно-логічних моделей реалізації соціальної доктрини туризму загалом та окремих її напрямів.

*Освітній* напрям соціальної доктрини туризму пов'язаний із важливою освітньо-виховною функцією туризму, широким залученням працівників освітньої сфери, а також здобувачів освіти до процесів здійснення туристичної діяльності, зокрема в межах соціального туризму, а також із пріоритетністю розвитку фахової освіти у сфері туризму з позиції набуття випускниками закладів вищої освіти компетентностей щодо забезпечення соціальної доступності та гарантування соціальної відповідальності під час надання туристичних послуг різним групам споживачів. Освітня сфера має системний характер і тісно взаємодіє з іншими елементами соціальної сфери та регіональної і національної економіки, а отже її значення у соціально орієнтованому інноваційному розвитку є одним із найважливіших. З огляду на це розвиток освітнього напрямку формування та реалізації соціальної доктрини туризму має також інноваційне та системоформувальне значення.

*Інформаційний* напрям соціальної доктрини туризму в умовах формування інформаційного суспільства та економіки знань має всеохоплююче значення та забезпечує інформаційну доступність туризму, яка є первинною формою соціальної доступності. Важливе значення має комунікативна функція

туризму, яка реалізується шляхом обміну інформацією як під час здійснення туристичної діяльності, так і у процесі вибору туристичних послуг їх споживачами. Власне наявність інформаційних бар'єрів часто не дозволяє отримати інформацію про можливість здійснення туристичної діяльності представникам окремих соціальних груп. Саме це зумовлює первинність інформаційної доступності туризму та її стратегічне значення для забезпечення інноваційного розвитку туристичної сфери регіонів держави і глобальної економіки.

Реалізація напряму *соціальної інфраструктури* покликана забезпечити інфраструктурну соціальну доступність туристичних об'єктів і ресурсів. Окрім загальних проблем транспортної доступності, важливою є наявність спеціальних об'єктів та мереж, а також обладнання, які мають на меті забезпечити доступ під час туристичних подорожей до усіх об'єктів та закладів, що відвідують туристи. Варто зазначити, що у широкому сенсі соціальною інфраструктурою у туризмі можна вважати також наявність і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, які, особливо в умовах пандемічних обмежень, дають змогу у віртуальній формі долучитися до певних туристичних заходів.

*Туристичний бізнес* як напрям формування та реалізації соціальної доктрини туризму акцентує увагу на тому, що у туристичних системах вагомим соціальним складником є не лише споживачі-туристи, а й працівники туристичних підприємств і організацій. Водночас у комплексному розумінні суб'єкти економічної діяльності також мають свої інтереси, що реалізуються у туристичній сфері передусім через комерційну діяльність. Отримання прибутку від туристичної діяльності дає змогу не лише забезпечувати операційну діяльність туроператорів і турагентів та інших організацій, а й дозволяє виплачувати заробітну плату їх працівникам, фінансувати як внутрішні, так і зовнішні соціальні програми, наповнювати місцеві бюджети. Пріоритетом розвитку сучасного туристичного бізнесу є нематеріальне стимулювання працівників цієї сфери, що пов'язане із наданням заохочувальних туристичних

путівок, проведенням корпоративних заходів, рекламних турів тощо. Важливою соціальною проблемою, що виникає у процесі взаємодії споживачів і суб'єктів економічної діяльності на сучасному туристичному ринку є дотримання балансу між інтересами туристів, які часто в сучасних умовах намагаються самостійно організувати подорожі і необхідністю реалізовувати свої очікування для туристичних підприємств, що постійно намагаються диференціювати свої пропозиції, підлаштовувати специфіку розроблених турів до інтересів окремих груп споживачів, об'єднуватися для забезпечення реалізації спільних інтересів у спілки, кластери та інші інтеграційні структури.

Напрямок *соціальних туристичних ресурсів* в контексті формування та реалізації соціальної доктрини охоплює широке коло питань пов'язаних із можливостями використання місцевих спільнот, окремих етнічних, національних, релігійних та професійних груп для організації туристичних подорожей. Варто зазначити, що усі туристичні ресурси тим чи іншим чином мають соціальний характер, адже набуваються відповідних цінностей завдяки туристичній поведінці індивідів і суспільних груп.

*Безпековий* напрям формування та реалізації соціальної доктрини туризму особливо актуальний у теперішніх умовах, що характеризуються активізацією загроз поширення небезпечних захворювань і суттєвим обмеженням контактів між людьми та їх можливостей для пересування. Однак соціальна безпека туризму мала вагоме значення і у допандемічний період, зокрема в контексті таких проблем як злочинність, тероризм та різні форми девіантної соціалізації пов'язаної із активізацією туристичних потоків. Деструктивного впливу із позицій соціальної безпеки внаслідок не лише туристичної акультурації, а й низки соціально-демографічних чинників, зазнають і місцеві спільноти.

*Соціальне управління* як напрям реалізації соціальної доктрини туризму є реакцією туристичних систем на вплив різноспрямованих чинників і має кілька основних аспектів. Насамперед йдеться про державну соціальну політику у сфері туризму, а також регіональні соціальні програми. У цьому контексті соціальна доктрина має концептуальне значення. Також різні форми

соціального управління можуть застосовуватися у менеджменті підприємств та організацій на засадах соціальної та корпоративної відповідальності.

### **Рівні і механізми реалізації.**

#### **1. Культурний:**

- оптимізація міжкультурної взаємодії в процесі здійснення туристичної діяльності;
- збереження історико-культурних відмінностей та унікальності туристичних об'єктів і ресурсів;
- мінімізація негативних наслідків туристичної акультурації;
- формування «культури якості» у відносинах споживачів і виробників туристичних послуг.

#### **2. Науковий:**

- обґрунтування цілей та пріоритетів соціальної політики у сфері туризму;
- розроблення концептуальних засад соціальної доктрини та її функціональних моделей;
- обґрунтування заходів щодо реалізації основних напрямів соціальної доктрини.

#### **3. Освітній:**

- реалізація освітньо-виховної функції туризму на усіх рівнях освіти;
- розширення залучення працівників освітньої сфери, а також здобувачів освіти до туристичної діяльності, зокрема в межах соціального туризму;
- розвиток вищої туристичної освіти у сфері туризму з орієнтацією на потреби сучасного ринку праці;
- включення до освітніх програм вищої школи компетентності щодо забезпечення соціальної доступності та гарантування соціальної відповідальності під час надання туристичних послуг різним групам споживачів.

#### **4. Інформаційний:**

- забезпечення інформаційної доступності туризму через формування та реалізацію державної, регіональної та галузевої інформаційної політики щодо соціалізації туризму;

- формування і популяризація туристичних інформаційних ресурсів в мережі Інтернет;

- туристичний брендинг міст та регіонів;

- оптимізація комунікацій між споживачами та виробниками туристичних послуг на різних етапах їх діяльності.

#### 5. Соціальної інфраструктури:

- розвиток туристичної інфраструктури за умови забезпечення її соціальної доступності та відповідності сучасним стандартам обслуговування різних груп споживачів;

- формування та розвиток спеціальних об'єктів та мереж, а також обладнання для забезпечення доступу до туристичних об'єктів мало мобільних груп населення та осіб з обмеженими можливостями;

- розширення використання інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення доступності інформації про туристичні об'єкти, ресурси та послуги у віртуальній формі.

#### 6. Туристичного бізнесу:

- удосконалення системи соціального захисту працівників туристичної сфери;

- розширення використання методів нематеріального стимулювання працівників сфери туризму (заохочувальні туристичні путівки, корпоративні заходи, рекламні турів тощо);

- удосконалення механізмів захисту прав споживачів і виробників туристичних послуг, зокрема в кризових умовах;

- сприяння створенню інноваційних інтеграційних структур із широким залучення представників туристичного бізнесу (кластери, спілки, асоціації та ін.).

#### 7. Соціальних туристичних ресурсів:

- розширення використання соціальних ресурсів для організації релігійного, етнічного, сільського та інших видів туризму;

- популяризація соціального туризму як чинника соціально-економічного розвитку місцевих громад.

#### 8. Соціальної безпеки:

- формування безпечного соціального середовища тимчасового перебування туристів як у закладах розміщення і харчування, на екскурсійних і рекреаційних об'єктах, так і на території, де реалізуються туристичні послуги загалом;

- оптимізація організаційних форм надання туристичних послуг для забезпечення зручності тимчасового перебування туристів в умовах пандемії та інших обмежень.

#### 9. Соціального управління:

- формування цілісної державної соціальної політики у сфері туризму, а також реалізація регіональних соціальних програм;

- диверсифікація та оптимізація застосування різних форм соціального управління у менеджменті підприємств та організацій, зокрема на засадах соціальної та корпоративної відповідальності.

**Терміни і очікувані результати.** Інтегральним результатом реалізації соціальної доктрини туризму є розвиток соціального туризму як комплексного виду туристичної діяльності, що об'єднує низку соціально важливих видів туризму за метою і категорією учасників на основі оптимального використання наявного ресурсного та інноваційного потенціалу.

Очікуваними конкретними результатами є вирішення таких завдань у контексті інноваційного розвитку різних компонентів туристичних систем.

1. Розроблення нових форм спортивно-оздоровчої діяльності, спеціалізованих програм для різних категорій споживачів

2. Модернізація матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, диверсифікація джерел і форм фінансування відповідних соціальних програм



3. Використання Інтернету і мультимедійних технологій для підвищення видовищності та популярності спортивно-туристичних заходів
4. Удосконалення системи підготовки кадрів для організації інклюзивних турів, підвищення інфраструктурної доступності туристичних об'єктів
5. Впровадження положень сталого розвитку у комерційну, організаційну та маркетингову діяльність у туристичній сфері
6. Формування кластерів сільського туризму, категоризація агроосель
7. Впровадження інтерактивних методів проведення екскурсій, організація тематичних турів.
8. Активізація Інтернет-маркетингу релігійних турів, диференціація їх тематики та напрямків
9. Розширення використання реклами фестивальних заходів у соціальних мережах.

Терміни реалізації поставлених завдань визначаються у межах періоду дії чинної стратегічної документації у сфері туризму України.

### **5.5 Перспективні напрями використання інформаційно-комунікаційних технологій під час реалізації соціальної доктрини туризму**

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) глибоко проникнули у всі сфери життєдіяльності людини, навіть у таку сферу як туризм. У зв'язку із чим, появилися нові форми комунікаційної взаємодії між покупцями та продавцями туристичних товарів і послуг, ефективні інструменти просування туристичного продукту, канали рекламування суб'єктів туристичної діяльності. Однак із зростанням цифрової грамотності населення виробники туристичних послуг вимушені перманентно впроваджувати у свою діяльність нові форми цифровізації та інформаційні технології, щоб забезпечувати стійкі конкурентні позиції та ринку туристичних послуг. Сучасні ІТ-тенденції розвитку економіки

не можна ігнорувати, їх необхідно враховувати та широко використовувати в туристичній діяльності.

Сучасні ІКТ розвиваються доволі швидко і не менш стрімко міняються технічні потреби споживачів туристичних товарів та послуг (рис. 5.6), що обумовлює необхідність їх всебічного використання в туристичній сфері.



Рис. 5.6. Технологічні тренди споживачів туристичних товарів та послуг

Джерело: [296]

Інтернет-технології та мобільні технології вже доволі широко використовуються у сфері туризму та охопили практично всі напрями діяльності, що дозволило значно наблизити туристичні товари та послуги до споживача. Однак для того, щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку туристичних послуг суб'єктам туристичної діяльності необхідно постійно впроваджувати нові ІКТ та підлаштовуватися під потреби людей.

Особливого значення для сфери туризму набув розвиток соціальних мереж, комунікативні технології яких на рівні web-сайтів організацій (асоціацій), туристичних видань, органів виконавчої влади і т.п. забезпечують

релевантною інформацією населення щодо напрямів діяльності туристичних організацій, останніх новин та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг тощо [296].

Крім того, соціальні мережі є добрим маркетинговим майданчиком для просування туристичних послуг. Представники сучасного покоління (Міленіали або Покоління Y) вибирають напрямки для подорожей, виходячи з «інстаграмності» місця відпочинку (красиві фотографії, історія та спільнота) або з рекомендацій у тематичних групах соціальних мереж. Тому просування туристичного товару або послуг у соціальних мережах є більш ефективним, ніж на інших інформаційних майданчиках, оскільки дозволяє точково впливати на цільову аудиторію, правильно підібрати майданчики для розміщення інформації та способу комунікації.

На сьогоднішній день для розвитку туристичної сфери країни можна ефективно використовувати різні додатки для комунікації на зразок месенджера Viber. Позитивний досвід у даному напрямі демонструє Болгарія, співпраця Міністерства туризму якої з інтернет-порталом *LoveBulgaria* по створенню проекту *Viber chat extension* надала можливість туристам через Viber ознайомитися з визначними пам'ятками Болгарії. Кожен користувач такої програми для безкоштовного спілкування та обміну повідомленнями Viber може завантажити додаток «Я люблю Болгарію» і дізнатися цікаве про країну. Таким чином, Україна може перейняти такий позитивний досвід по створенню спеціального додатку, яким рекламуватимуться її туристичні послуги в Viber. Не менш важливим є те, що в такий спосіб увага користувачів мобільних послуг буде переорієнтована із соціальних мереж на додатки для комунікації типу Viber, а це забезпечуватиме користувачам більшу гнучкість при обговоренні різноманітних туристичних тем та планів на подорожі.

З розвитком Інтернету представники туристичного бізнесу почали активно використовувати ще такий інструмент впливу на думку споживача як блоги. Це доволі дієвий спосіб просування на ринок нового, не освоєного туристичного продукту, розміщення прес-релізів про існуючі туристичні

продукти. Адже, інформація, яка публікується в блозі, сильно відрізняється від тої, що оприлюднюється на офіційному web-сайті [296].

Завдяки корпоративному блогу можна не лише інформувати цільову аудиторію, але й отримувати зворотній зв'язок, відповідати на питання, формувати спільноту лояльних клієнтів. Досить відомими є наступні українські та зарубіжні тревел-блоги: Записки про подорожі та туризм (<https://ozi.pp.ua/>), Блог про туризм (<https://yellbee.com/blog/uk/usi-statti/>), Busfor ваш квиток на автобус (<https://busfor.ua/uk/blog>), Keep Eyes Open (<http://www.keep-eyes-open.com/>), Girls in travel (<http://girlsintravel.com/blog>), Crazzzy Travel (<http://crazzzytravel.com/>), Lowcostavia (<http://lowcostavia.com.ua/>), Дівчина на кулі (<https://devochkanashare.wordpress.com/page/3/>), Яскраво про подорожі (<https://alexcheban.livejournal.com/>), Сам собі Колумб (<https://sam-sebe-columb.com/>), Explorer.life (<https://explorer.life/>), Ukrainer (<http://ukrainer.net/uk/>), Вітер дує ([https://t.me/veter\\_doit](https://t.me/veter_doit)), Lowcost UA (<https://lowcost.ua/>), iGoToWorld (<https://ua.igotoworld.com/>), Mandria (<https://www.mandria.ua/>), Бродяги (<https://brodiahy.org.ua/>) та ін.

Популярності також набуває використання чат-ботів – спеціальних програм автоматизованого спілкування з клієнтами, які можна підключити до Facebook Messenger, Telegram, Viber або будь-якої іншої платформи для спілкування.

Суб'єктами туристичної діяльності чат-боти найчастіше використовуються з метою забезпечення безперервного комунікування з клієнтами, зокрема для:

- надання інформації про місце розташування та графік роботи компанії, туристичні послуги, спеціальні пропозиції та акції, зміну цін на товари та послуги тощо;
- запису клієнтів на прийом;
- проведення різноманітних опитувань;
- підбору та бронювання туристичних товарів чи послуг серед цілого спектру запропонованих на ринку.

Крім того, функціонал чат-ботів дозволяє виявляти ще й потреби туристів, формувати персоналізовані пропозиції, сегментувати клієнтську базу (дорогі тури / раннє бронювання / сімейний відпочинок тощо), здійснювати розсилку інформації за сегментами, вести облік роботи з клієнтами та формувати базу клієнтів (з електронними адресами, номерами телефонів, туристичними запитам і т.п.), приймати платежі завдяки інтеграції з платіжними системами, такими як Way For Pay, взаємодіяти з іншими сервісами (CRM, погодні сервіси, база даних власного web-сайту і т.п.) та ботами, конвертувати аудиторію у відвідувачів web-сайту і клієнтів за рахунок рекламних кампаній, бронювати готелі та квитки, масштабувати розсилку рекламних матеріалів, проводити чат-аналіз для оптимізації бізнес-процесів [296].

Наведемо деякі корисні для подорожей чат-боти Telegram: Лайфхаки.тревел (@travelhacks) – путівники, лайфхаки, знижки, добірки найкращих місць для мандрівників; Черговий по Риму (@romesdutyofficer) – інформація про Рим у режимі реального часу; Чат.тревел (@chattravel) – чат для мандрівників, де можна попросити пораду або поділитися досвідом; Time To Travel (@TimeToTravel) – інформація про акційні пропозиції на авіаквитки; Стокові тури (@xostock) – пропозиції турів за різними напрямками, пакетні тури; Подорож по Грузії (@tgeotrip) – все найцікавіше про Грузію; RailwayBot (@railwaybot) – моніторинг квитків на будь-який поїзд в Україні; Бот пошуку готелів (@hotelrobot) – пошуку та бронювання готелів; Шукаємо попутника (@DublwayBot) – пошук попутника для подорожей [175a].

Зазначимо, що чат-боти є одним з найбільш перспективних нововведень для е-commerce-індустрії в сфері туризму. Адже, дозволяють заощадити час та гроші, зменшити навантаження на спеціалістів, задовольнити індивідуальні потреби клієнтів, підвищити ефективність рекламних кампаній.

Впровадження нових технологій – процес недешевий для організацій будь-яких сфер бізнесу. Чого не можна сказати про процес створення чат-ботів. Він не є довготривалим та не потребує великих вкладень. Адже, у мережі

Інтернеті є ціла низка безкоштовних платформ для їх створення. Наприклад, Chatterpeople (створює боти для Facebook на повністю безоплатній основі), FlowXO (створює боти для різних месенджерів; значна частина його функціоналу платна), Facebook Messenger Platform (функціонал повністю платний, проте краще інтегрується у месенджер Facebook).

Зазначимо, що найдорожчі боти створюються на основі рішень штучного інтелекту (AI) і технологій машинного навчання (ML). До них можна віднести віртуальних помічників для мобільних телефонів, корпоративних асистентів. Вартість таких віртуальних співрозмовників може перевищувати 100 000 грн. У той же час, коли орієнтовна вартість звичайної розробки чат-ботів для Viber становить від 1 тис. грн. (маркетинговий бот) до 10 тис. грн. (бот-помічник із адмінпанеллю по послугах – аналог CMS сайту) [265а].

Варто відмітити, що у сфері туризму України використовується ті інформаційно-комунікаційні технології, які відповідають реаліям як туристичного ринку, так і IT-ринку. У певній мірі цей процес стримує консерватизм туристичних операторів (або керівники бояться застосовувати нові технології, або самі співробітники не хочуть вчитися, оскільки процес оволодіння сучасними технологіями для них є доволі складним). Проте його активізація є неминучою для забезпечення власної конкурентоздатності на ринку. Адже, максимальна автоматизація та контроль можливі лише із використанням інформаційних технологій. На сьогоднішній день туристичним компаніям на IT-ринку доступні найсучасніші технології автоматизації, серед яких на особливу увагу заслуговують технології інтелектуального управління цінами. Такі технології в залежності від статистичних даних і даних конкурентів дозволяють управляти цінами продажів, зменшуючи або збільшуючи їх в автоматичному режимі [296].

Для максимального врахування всіх інтересів клієнтів туристичні компанії все частіше і частіше починають використовувати штучний інтелект і машинне навчання. Це дозволяє передбачити дії клієнтів і формувати оптимальні пропозиції, аналізуючи історію їх поїздок, місце розташування та

низку інших факторів. У такий спосіб не лише стає можливим задоволення сучасних потреб туристів, а й забезпечується висока швидкість їх обслуговування.

Крім того, індустрія подорожей є однією із найперспективніших сфер застосування віртуальної і доповненої реальності. У найближчій перспективі варто очікувати в ній суттєвих позитивних змін від даної технології. Адже, вже мають місце випадки її успішного застосування, зокрема британською компанією Virgin Holidays при продажу путівок, Marriott, Best Western, Kayak, Carlson Rezidor і Airbnb при бронюванні номерів, іншими туроператори для підвищення вражень від поїздки. Згодом її впровадження в Україні як і більшості ІКТ з позитивного зарубіжного досвіду набуде масштабності [296].

Не виключено, що популярність криптовалюти призведе до широкого поширення технології блокчейну в сфері туризму. З її впровадженням зміниться сам механізм онлайн-платежів за туристичні товари та послуги. Більше того, технологія блокчейну здатна трансформувати індустрію подорожей і забезпечити нові види послуг в майбутньому, серед яких відслідковування багажу, прискорення проходження пасажирями транзитної зони (блокчейн разом біометрією дозволить спростити процес ідентифікації туриста на всіх етапах поїздки), крипто-туризм (кріптотури і кріптокруїзи, які включають в себе конференції та семінари з питань, пов'язаних з криптовалютами; відвідування «Крипто-долини» у Швейцарії для зустрічей з підприємцями, інвесторами, юристами і державними чиновниками з метою обміну досвідом по крипто-інноваціях, Ізраїлю як однієї із платформ для блокчейн-стартапів тощо) [296].

Великі перспективи для поступу сфери туризму України відкриються завдяки розвитку хмарних технологій та технологій Big Data. Вони дозволяють обробляти великі обсяги інформації без встановлення дорогих серверів та дорогого програмного забезпечення. У результаті клієнти отримують набагато якісніші послуги при мінімальних вкладеннях суб'єктів туристичної діяльності.

У сучасному динамічному світі найбільш успішними є ті суб'єкти туристичної сфери, які використовують у своїй діяльності передові ІТ-рішення. Перш за все це дозволяє їм відповідати очікуванням технічно обізнаних клієнтів, а також відкривати для себе нові можливості для розширення бізнесу. Особливе місце у цьому процесі відводиться мобільним технологіям. Проте без застосування технологій штучного інтелекту (AI), чат-ботів, блокчейну та багатоканального сервісу доставки не можливо буде туристичним компаніям відповідати основним трендам сфери туризму XXI століття.

Інформаційні технології є результативними у реалізації соціальної доктрини туризму у музейній та екскурсійній справі, оскільки значною мірою реалізують принцип соціальної доступності до якісних туристичних послуг.

Пріоритетним напрямом розбудови національної музейної мережі має стати запровадження нових технологій в експозиційній діяльності, створення атрактивних експозицій з яскравими і несподіваними технічними ефектами (наприклад, рухома, анімована чи інтерактивна експозиція). Головним завданням для українських музеїв є "прорив інформаційної блокади" та проведення суспільно відомих акцій і PR-заходів.

Сьогодні музейну спадщину нашої країни фахово репрезентує у глобальній мережі Інтернет лише сайт "Музейний простір України", тому актуальним є питання професійної розробки якісних інтерактивних сайтів, для кожного музейного закладу і розміщення посилань на ці сайти на інтернет ресурсах, що представляють туристичну індустрію України [382].

У сучасний період музейна справа в Україні регламентується Законами України "Про музеї та музейну справу", "Про охорону культурної спадщини", "Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей" та іншими законодавчими актами, Положенням про Музейний фонд України, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 20 липня 2000 р.

Нова державна стратегія розвитку музейної справи повинна передбачати передусім розширення штату музейних екскурсоводів зі знаннями державної й кількох основних іноземних мов, адаптацію музейних екскурсій до потреб



людей з особливими потребами, запровадження сучасних систем сигналізації й охорони музейних фондів, комп'ютеризацію основних технологічних циклів музейної діяльності та розробку промоційно-інформаційних інтернет-сайтів кожного музею з метою його туристичної популяризації.

Також слід наголосити і на необхідності вдосконалення роботи музейних закладів шляхом прийняття місцевих нормативно-правових актів. Позитивним прикладом такої практики є Ухвала програми розвитку туристичної галузі м. Львова на 2016-2022 роки. У загальній частині цієї програми туризм розглядається, як прибуткова галузь міського господарства. Визначається актуальним питання приваблення туристів різного сегменту, а також напрямки роботи з підприємствами туристичної галузі [393].

Метою реалізації Програми розвитку туристичної галузі міста є збільшення туристичних потоків на основі як вже існуючих, так і потенційних сегментів для забезпечення міста стабільними прибутками, а також для сприяння подальшого розвитку кластеру туризму. Проведення заходів Програми є важливим з огляду на підвищення інформаційного забезпечення туристичної галузі міста, опанування прогресивним досвідом вироблення ефективної туристичної політики, пропагування національного і львівського туристичного продукту на світовому ринку.

Нові напрямки діяльності музеїв, помітно збільшивши сферу їх впливу на суспільство, разом з тим вимагають і суттєвих змін в роботі самих музеїв. Йдеться, перш за все, про модернізацію та розвиток нових форм культурно-просвітницької та виставково-експозиційної діяльності.

Тривалий час, обмежуючись функціями просвітництва, вітчизняні музеї сконцентрували свої зусилля переважно на інформаційно-пізнавальній діяльності. Розширення функцій цих закладів спонукає до пошуку нових напрямів та вдосконалення форм і методів роботи з аудиторією, що значно підвищує соціально-культурну роль музею у суспільстві, перетворює його на своєрідний осередок організацій культурного дозвілля, творчості і спілкування.

Розширення напрямів роботи музею з аудиторією збагачує педагогічні можливості музею, поглиблює його виховний вплив на особистість [394].

Один із шляхів підвищення ефективності роботи музеїв полягає у включенні їх в інтеграційні процеси на зразок тих, що мають місце у практиці зарубіжжя: створення комплексів "музей-бібліотека", "музей-клуб", "музей-парк-кафе", "музей-театр" тощо, які мають єдине керівництво та спільну програму діяльності і покликані виконувати, окрім суто культурних функцій, ще й певні соціальні. Подібна тенденція виявлена і в Україні: трансформація існуючих моделей закладів культури призводить до створення культурно-дозвіллевих комплексів, іноді із включенням в їх структуру музеїв [389].

Ринкові умови і скорочення державного фінансування, має місце в умовах сьогодення, зумовили керівництво музеїв активно працювати над проблемами залучення відвідувачів і створенням нових форм роботи. Як результат, не лише в столичних музеях, але й в регіональних музейних закладах з'явилися вдалі музейні проекти: фестивалі, виставкові цикли, розважальні і просвітні програми та ін.

Сьогоднішній день вимагає від музеїв формування нового підходу до своєї роботи у таких напрямках:

- інтерактивні експозиції. Сучасні тенденції розвитку дизайну експозиції зумовили включення до експозиції простору, технічного обладнання та функціональних процесів. Актуальними тенденціями дизайну експозиції є:

1. Зменшення кількості музейних предметів в експозиції.
2. Створення оптимальних умов для візуального огляду експозиції.
3. Включення в експозицію довколишнього простору.
4. Формування за допомогою технічних засобів об'ємних експозицій.
5. Формування за допомогою інтерактивних технологій комунікації між відвідувачами та експозицією [395].

- активна співпраця з різними мас-медіа. Радіо, телебачення та періодичні видання є невід'ємною частиною життя людей, тому реклама у цих засобах, або ж просто розміщення цікавих культурно-освітніх статей, аудіо чи відео засобів, є впливовим методом реклами музейного закладу.

- участь у місцевих фестивалях та святкуваннях. Проведення нічних екскурсій, вистав, вікторин, квестів, розіграшів, а також тимчасова зміна експозиції, або ж показ ексклюзивних експонатів з музейної колекції, усі ці та інші заходи сприяють популяризації музейного закладу серед жителів та гостей міста. А для працівників відіграють роль хорошого тренінгу, адже їм для проведення таких заходів доведеться задіяти фантазію, професійні знання, кмітливість і згуртованість.

- співпраця з громадськими організаціями. Налагодження співпраці з громадськими організаціями перш за все сприяє поширенню інформації про музейний заклад. Така співпраця може бути організована, як і на благодійних засадах (наприклад, проведення екскурсій для соціально незахищених людей, чи людей з фізичними вадами), так і на комерційних засадах, (наприклад, організація конференції, семінару чи ділової зустрічі в стінах музею)

- активне впровадження в систему "Інтернет" інформації про діяльність музеїв України, їх збірки, окремі музейні пам'ятки, що мають національне, європейське, світове значення тощо [382].

Нині можна прослідкувати основні пріоритетні напрями необхідні для стабільного розвитку музейної справи в регіонах та в нашій державі. З урахуванням вищезазначеного, серед перспективних напрямків розвитку музейної справи у можна виділити:

- законодавче врегулювання нормативно-правової бази, пов'язаної з діяльністю музеїв, музеїв-заповідників;
- правове врегулювання питань діяльності музеїв та інших установ, які зберігають пам'ятки недержавної частини Музейного фонду України;
- зміцнення матеріально-технічної бази музеїв;
- вирішення питань фінансування галузі;

- удосконалення науково-аналітичного та інформаційно-методичного забезпечення музейної справи;
- удосконалення законодавства про освіту музейних працівників та екскурсоводів;
- проведення семінарів та конференцій з питань інтерактивної музейної методики та педагогіки;
- комп'ютеризація основної музейної діяльності;
- створення інтерактивних музейних сайтів та сторінок у соціальних мережах;
- співпраця з засобами масової інформації;
- видання музейними закладами власних періодичних видань, в т. ч. й електронних, а також друкованої рекламної продукції;
- створення Державного реєстру національного культурного надбання;
- розбудова музейної галузі у відповідності з сучасними вимогами;
- заохочення розробки та впровадження в продаж музеями власної, оригінальної та тематичної сувенірної продукції, як джерело додаткових надходжень;
- налагодження зв'язків з непрофільними організаціями;
- внесення змін до Закону України «Про музеї та музейну справу»;
- проведення комплексного обстеження фондів приміщень музеїв і стану збереження пам'яток;
- збільшення фінансування реставраційно-консерваційних робіт, наблизивши його до актуальних потреб галузі [382].

## Висновки до п'ятого розділу

1. Сформульовано визначення соціальної доктрини туризму як перспективного документу, що формує систему поглядів на соціальний туризм, його місця і завдань у національній системі туризму. Соціальна доктрина туризму покликана систематизувати ідеї, переконання, погляди та принципи щодо процесів соціалізації в туристичній галузі з метою оптимізації її розвитку, визначити та розкрити сутність та напрямки впливу процесів соціалізації на функціонування сфери туризму України, обґрунтувати системний пакет тактичних та стратегічних завдань практичної реалізації її цілей у туристичній сфері України.

2. Формування і реалізація соціальної доктрини туризму мають базуватися на таких принципах як соціальна відповідальність, безпека, соціальна доступність та сталий розвиток. Ключовим є принцип соціальної доступності, який складається із чотирьох основних аспектів – доступність інформаційна, фінансова, психологічна та інфраструктурна.

Первинною є інформаційна доступність, що полягає у можливості отримання інформації про туристичні послуги для цільових груп споживачів, що мають особливі вимоги до організації туристичних подорожей. Відповідно, у такій ситуації фінансова доступність буде вторинним аспектом, який визначатиме вже механізми реалізації сформованого через інформаційне середовище туристичного попиту на спеціалізовані продукти.

Важливе значення, особливо у сучасних умовах, має психологічна доступність туристичних послуг, яка полягає у сприянні в реалізації потреб потенційних туристів шляхом формування мотивації до здійснення туристичних подорожей і подолання бар'єрів, що виникають у процесі усвідомлення необхідності реалізації туристичних потреб.

Інфраструктурна доступність пов'язана з можливістю як безпосереднього доступу до туристичних об'єктів та закладів, зокрема транспортними засобами, так і з технічною можливістю організувати спеціалізовані туристичні

програми у межах певних закладів, головним чином санаторно-курортних та інклюзивних.

3. Реалізація принципів соціальної доступності туризму вимагає одночасного врахування і таких принципів як безпека і соціальна відповідальність. Безпека туризму – це такий стан туристичної сфери, який дозволяє мінімізувати негативні наслідки туристичної діяльності для усіх її учасників та навколишнього середовища, а також забезпечує можливості для розвитку певної туристичної території, виду туризму, форми чи напрямку туристичних подорожей. Суспільним виміром безпеки туризму є соціальна відповідальність, яка спрямована на обмеження негативних аспектів соціалізації туризму та навпаки підсилення її позитивних наслідків, зокрема у соціальній сфері.

4. Принцип сталого розвитку відображає перспективні напрями соціалізації туризму, які водночас є і результатами реалізації соціальної доктрини, і полягають у збалансованому розвитку та взаємодії соціальних, економічних та екологічних компонентів внутрішнього та зовнішнього середовища розвитку туристичної сфери певної території.

5. Розроблено концептуальну модель формування і реалізації соціальної доктрини туризму. Із врахуванням просторових відмінностей туристичного потенціалу оптимальним об'єктом розробки та впровадження соціальної доктрини туризму є держава. Саме на національному рівні шляхом інтеграції різноспрямованих процесів розвитку туристичної сфери регіонів, з урахуванням глобальних тенденцій та цінностей, можливою є розробка концептуальної моделі соціально орієнтованого розвитку туризму, на підставі якої доцільним є розроблення національної туристичної стратегії, а також регіональних програм.

6. Ключовою цінністю, яка має враховуватися на всіх рівнях реалізації соціальної доктрини туризму, є людиноцентризм, адже людина як споживач туристичних послуг і працівник сфери туризму є найважливішим елементом функціонування сучасних туристичних систем.

7. У структурі пропонованої соціальної доктрини туризму рекомендовано виділяти низку етапів: загальні положення, мета і завдання соціальної доктрини туризму, сутність соціальної доктрини туризму, національні цінності як основа формування і реалізації соціальної доктрини туризму, базові напрямки формування і реалізації соціальної доктрини туризму, рівні реалізації соціальної доктрини туризму, терміни і очікувані результати реалізації соціальної доктрини туризму.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі розроблено та обґрунтовано новий напрямок соціально-демографічних досліджень – теоретико-методологічні засади формування та реалізації соціальної доктрини туризму в умовах становлення та розвитку національної системи туризму в контексті євроінтеграційних процесів.

1. Проаналізовано особливості функціонування та розвитку туристичної галузі як інноваційної сфери соціалізації людини з позицій економічної науки. Розроблено методологічні засади соціалізації туризму як передумови формування та реалізації соціальної доктрини розвитку національної системи туризму. Визначено специфіку системи національних та особистісних цінностей як основу формування соціальної доктрини туризму, мета якої полягає у вдосконаленні та розвитку національної системи туризму.

2. Сформульовано дефініцію соціальної доктрини туризму як наукової теорії, що базується на рівні інтелектуального, освітнього, культурного та духовного розвитку нації, національній ідеї та будується на цілісній та гармонійній системі принципів, поглядів, уявлень, норм поведінки людей в процесі соціалізації як пізнання нового, метою якої є використання економічних механізмів, заходів і законодавчих дій держави, які забезпечать доступ до отримання туристичних послуг всіма верствами населення незалежно від їхнього фінансового та соціального стану. Соціальну доктрину туризму можна трактувати як систему поглядів на соціальну роль, функції та завдання туризму у національному туристичному комплексі.

3. Обґрунтовано роль національних цінностей у процесах формування і реалізації соціальної доктрини туризму України. Визначено, що ключовою цінністю, яка має враховуватися на всіх рівнях розробки і впровадження соціальної доктрини туризму, є людиноцентризм.

4. Обґрунтовано взаємозв'язок між доходами населення та величиною попиту на послуги туристичних підприємств, як ключової характеристики



розробки і реалізації соціальної доктрини туризму в Україні з урахуванням соціальної доступності якісних туристичних послуг різним соціальним групам населення, незалежно від їхнього фінансового та соціального стану.

5. Узагальнено теоретичні підходи до виділення видів туризму, які існують сучасній науці та акцентовано на необхідності врахування соціальних аспектів при розробці класифікаційних схем туризму. Вдосконалено систему класифікації видів туризму шляхом виділення соціальної доступності занять туризмом як окремої класифікаційної ознаки на основі якої запропоновано виділяти екологічний, сільський, релігійний, інклюзивний, лікувально-оздоровчий, фестивальний та інші види туризму, у яких провідною ознакою їх виділення є соціальна доступність.

6. Узагальнено наукові підходи до визначення соціального туризму як окремого напрямку розвитку туризму. Розроблено компонентну структуру соціального туризму на основі об'єктивних специфічних вимог до організації, надання та споживання послуг соціального туризму. До першого блоку виділеної структури соціального туризму за організаційними особливостями віднесено лікувально-оздоровчий та спортивно-оздоровчий туризм, до другого блоку віднесено спортивний та інклюзивний туризм, третій блок формують види туризму, орієнтовані на соціальну доступність для широкого кола осіб та передбачають надання базового пакету туристичних послуг: екологічний, етнічний, сільський, релігійний, фестивальний туризм та ін.

7. Досліджено потенціал розвитку сфери туризму в контексті розробки і реалізації соціальної доктрини на основі аналізу особливостей ресурсної та матеріально-технічної бази туризму з позицій відповідності організації соціальних видів туризму. Проаналізовано динаміку зміни показників функціонування туристичної сфери регіонів України впродовж останнього часу. Обґрунтовано роль історико-культурних об'єктів як центрів активізації процесів соціалізації туризму. Окреслено соціальне значення закладів екскурсійного обслуговування, готельного та ресторанного господарства, а також проаналізовано сучасний рівень їхнього розвитку з позицій організації

соціального туризму. Визначено потенціал розвитку туристичної сфери України в кризових умовах та окреслено соціальні аспекти його застосування. Проаналізовано напрямки трансформаційних змін туристичної галузі в умовах світової пандемії та окреслено основні тенденції розвитку туристичної сфери у найближчій перспективі.

8. Здійснено дослідження особливостей організації та функціонування видів соціального туризму, виокремлених на основі ознаки соціальної доступності (екологічний, сільський, релігійний, інклюзивний, лікувально-оздоровчий, фестивальний) в контексті розробки і реалізації соціальної доктрини туризму України. Акцентовано, що успішний розвиток соціального туризму можливий тільки за умов активної суспільної і державної підтримки.

9. Проаналізовано зарубіжний досвід розвитку соціального туризму та особливості його використання при формуванні вітчизняної соціальної доктрини туризму. Сформовано концептуальну модель соціальної доктрини туризму, яка базується на принципах соціальної відповідальності, безпеки, соціальної доступності та сталого розвитку. Визначено, що у формуванні і реалізації соціальної доктрини туризму ключовим є принцип соціальної доступності, який складається із чотирьох основних аспектів – інформаційного, фінансового, психологічного та інфраструктурного. Встановлено, що із врахуванням просторових відмінностей туристичного потенціалу оптимальним об'єктом розробки та впровадження соціальної доктрини туризму є держава. Обґрунтовано, що саме на національному рівні, шляхом інтеграції різноспрямованих процесів розвитку туристичної сфери регіонів, з урахуванням глобальних тенденцій та цінностей, можливою є розробка концептуальної моделі соціально орієнтованого розвитку туризму, на підставі якої доцільним є розроблення національної туристичної стратегії, а також регіональних програм розвитку туризму.

10. Створено структурно-логічну модель формування і реалізації соціальної доктрини туризму, яка має на меті вдосконалити розвиток національної системи туризму з урахуванням об'єктивних умов суспільно-

політичного розвитку держави. Основними етапами обґрунтування розробки соціальної доктрини туризму є аналіз зовнішніх та внутрішніх передумов та чинників розвитку туризму в державі, соціального підґрунтя розвитку туризму, оцінки попереднього досвіду покращення соціальних показників розвитку туризму, в тому числі виокремлення невирішених раніше проблем та напрямів оптимізації розвитку туризму. Реалізація соціальної доктрини туризму передбачає аналіз зарубіжного досвіду та адаптацію найбільш дієвих механізмів вирішення соціальних проблем туризму, розробку стратегічних планів розвитку туризму та оцінку ефективності реалізованих державних програм.

11. Розроблено структуру соціальної доктрини туризму у якій рекомендовано виділяти етапи: загальні положення, мета і завдання соціальної доктрини туризму, сутність соціальної доктрини туризму, національні цінності як основа формування і реалізації соціальної доктрини туризму, базові напрямки формування і реалізації соціальної доктрини туризму, рівні реалізації соціальної доктрини туризму, терміни і очікувані результати реалізації соціальної доктрини туризму.

12. Запропоновано шляхи використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій у реалізації соціальної доктрини туризму, зокрема їх застосування під час реалізації соціальної доктрини туризму, з метою збільшення соціальної доступності туристичних послуг різним верствам населення, у тому числі міжнародного туризму та в умовах пандемії.

Розроблені у роботі теоретичні положення, методологічні підходи, моделі формування і реалізації соціальної доктрини туризму спрямовані на формування відповідного напрямку соціальної політики у туристичній сфері, поглиблення аналітичної роботи місцевих органів виконавчої влади, вдосконалення управлінської практики органів місцевого самоврядування, діяльності господарюючих суб'єктів туристичної сфери та громадських організацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Абрамов В.І. Національні цінності й національні інтереси та безпека України. *Національні цінності й національні інтереси в системі публічного управління* : матеріали наук.-практ. конф. за міжнарод. участю (м. Київ, 12 жовтня 2017 р). Київ, 2017. С. 132-137.
- 2 Авраменко Н. Державна соціальна політика в галузі охорони здоров'я України. *Економіка та держава*, 2011. №3. С. 134–135.
- 3 Александрова А.Ю. *Международный туризм*. Москва : Аспект Пресс, 2001. 464 с.
- 4 Александрова С.А., Сова А.Р. Соціальний туризм як інструмент соціально-економічного розвитку країни. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку* : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р.). Одеса : ОДАБА, 2017. 1086 с. Ч.1. С.10-12.
- 5 Алексеева Ю.В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: дис... канд. наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 / Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. Одеса, 2005. 223 с.
- 6 Андреева Г. П. Коваль П. Ф. Теоретичні засади пригодницького туризму. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2018. № 6. С. 32-38.
- 7 Антошкова Н.А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 18-19 червня 2020 р.). Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2020. С.203-205.
- 8 Апарина Н.Ф. Туризм как сфера развития производительного предпринимательства в регионе ресурсного типа. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2015. № 2 (62). С. 142-146.

- 9 Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Київ. : Інкос, 2007. 280 с.
- 10 Архіпова Г.І., Ярова С.М. Екотуризм на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду. Вісник НАУ. 2009. №2. С. 100-104.
- 11 Асипова Ж.М., Актимбаева А.С. Сравнительный анализ понятийного аппарата социального туризма. *Инновационный менеджмент и технологии в эпоху глобализации* : материалы междунар. науч.-практ. конф. (штат Гоа, Индия, 10-17 января 2014 г.). 2014. С. 67-74.
- 12 Аудиторський звіт за результатами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм за КПКВК 110202, КПКВК 2414070 «Музеї і виставки» та за КПКВК 1014040 «Забезпечення діяльності музеїв та виставок» за період з 01.01.2015 по 31.12.2018. URL: <http://dkrs.kmu.gov.ua/kru/doccatalog/document?id=14882>.
- 13 Афанасенко И.Д. Туризм и реформирование экономики. Труды Академии туризма. 1995. Вып. 1. Санкт-Петербург. С. 53-67.
- 14 Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення тур продукту. Київ.: Альтерпрес, 2008. 286 с.
- 15 Бадин А.А. Маркетинговый инструментарий развития социального туризма в российских условиях. Экономический вестник Ростовского государственного университета, 2008. Т. 6. № 3. Ч. 2. С. 222-225.
- 16 Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). Держава і регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2011. №2. С.62-68.
- 17 Батьковець Г.А. Інвестиційна політика в сфері туризму. Вісник Львівського інституту економіки і туризму, 2007. № 2. С. 87–91.
- 18 Безносюк В.Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України : дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01. Львів, 2001. 189 с.

- 19 Безуглий І.В. Наукове забезпечення державно-приватного партнерства в рекреаційно-туристичній сфері України. *Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди* : тези міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 7 квітня 2016 р.), 16-17.
- 20 Безуглий І.В. Фактор державно-приватного партнерства в рекреаційно-туристичній сфері України. Чернігівський науковий часопис ЧДІЕУ. Серія: Економіка і управління, 2014. 1(5), С. 135.
- 21 Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997. 86 с.
- 22 Бергер П., Бергер Б., Коллінз Р. Личностно-ориентированная соціологія. Москва, 2004. С. 103-127.
- 23 Бережная О. В. Экономические риски: понятие и сущность. Сб. науч. трудов СевКавГТУ. Сер. “Экономика”. 2007. №5. URL : <http://www.ncstu.ru>
- 24 Бернадська Г.О. Тенденції розвитку фестивального туризму на території Рівненської області. Науковий вісник ХДУ. 2018. Географічні науки. № 9. С.219-226.
- 25 Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник Київ. 2008. № 1 (6). С. 138–143.
- 26 Биркович В.І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. 2007. №4 (5). С. 157–163.
- 27 Бистрицький Є. Конфлікт культур та філософія толерантності. Журнал «І». — № 25 (2002). С. 18-24.
- 28 Білецька Г. М. Окремі аспекти застосування судових доктрин при розкритті податкових злочинів: світові та історичні тенденції. Податкове право. Фінансове право. 2013. № 2 (24). С. 4-6.

- 29 Білоцерківський О.Б. Статистичний аналіз і тенденції розвитку готельного господарства в Україні. URL : <http://vestnik-ekonom.mgu.od.ua/journal/2018/30-2018/25.pdf>.
- 30 Бобкова А.Г. Правове забезпечення рекреаційної діяльності : автореф. дис. докт. юрид. наук : 12.00.04 та 12.00.04. Київ, 2001. 34 с.
- 31 Бойко О. Диференціація дозвільної поведінки в глобальному світі. Філософія. Культура. Життя : міжвуз. зб. наук. праць. Дніпропетровськ, 2010. Вип. 34. С. 14–21.
- 32 Борейко В. Е. Троянський конь екотуризму – смерть для заповідної природи. — Київ : КЭЖЦ, 2010. 116 с.
- 33 Борулько Н.М. Сучасний стан та перспективи розвитку санаторно-курортного комплексу України. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2014. № 8. С. 10–15.
- 34 Боярчук Т.В. Система оцінки соціально-економічних ризиків у сфері соціального захисту населення. Університетські наукові записки. Часопис Хмельницького університету управління та права. 2005. № 4 (16). С. 392–395.
- 35 Бюллетень туристской информации. Киев, 1992. №1. 17 с.
- 36 Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П. Управління трудовим потенціалом : навч. посіб. Київ, 2005. 403 с.
- 37 Веденин Ю.А., Зорин И.В., Квартальнов В.А., Кривошеев В.М. и др. Теория рекреологии и рекреационной географии. Москва : ИГ РАН, 1992. 328 с.
- 38 Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі. Сборник научных трудов SWorld. 2014. Вып. 2, Т. 34. С. 29-34.
- 39 Вікіпедія. Вільна енциклопедія URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%>
- 40 Вісник «Офіційно про податки». Офіційне видання державної фіскальної служби України. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/8513>
- 41 Вітлінський В.В., Верченко П.І. Моделювання та управління економічним

- ризиком : навч.–метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2000. 292 с.
- 42Влащенко Н. М. Забезпечення розвитку соціального туризму в Україні. Бізнес Інформ. 2019. №3. С. 155–161.
- 43Вовчак О.Д. Страхова справа : підручник. Київ : Знання, 2011. 391 с.
- 44Возженников А. В. Национальная безопасность: теория, политика, стратегия. Москва : МОДУЛЬ, 2000. 234 с.
- 45Волкова І. І., Лось Ю. О. Розвиток санаторно-курортної діяльності в Карпатському регіоні. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2017. Вип. 6. С.143–152.
- 46Волкова І.І. Розвиток санаторно-курортних закладів України. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2013. Вип. 2. С. 120–125.
- 47Гаврилюк А. М. Державне управління сферою туризму в Україні в умовах глобалізації: аксіологічний підхід. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №4. С. 119-123.
- 48Гаврилюк А. М. Розвиток соціального туризму в Україні: між цивілізаційними цінностями та національними викликами. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2019. Вип. 11. С. 41-45.
- 49Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посібн. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.
- 50Гай-Нижник П., Чупрій Л. Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформуючі чинники політики національної безпеки. Гілея. 2014. Вип. 84 (5). С.465-471.
- 51Галасюк, С.С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України. Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи, 2007. 67–73.



- 52Галецька І., Семків І. Індивідуальні цінності в дискурсі психологічних теорій. Соціогуманітарні проблеми людини. 2006. № 2, С. 192-203.
- 53Гарбар Г.А. Місце і роль соціального туризму в сучасній Україні. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : матеріали III всеукр. наук.-практ. конференції (I частина). Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. С. 40-43.
- 54Гаталяк О.М., Пандяк І.Г. Особливості страхування в туризмі. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/03/Hataliak-Osoblyvosti-strakhuvannia-v-turyzmi.pdf>
- 55Герасимчук А.А., Палеха Ю.І., Шиян О.М. Соціологія : навч. посіб. Київ : Вид-во Європейського університету, 2004. 246 с.
- 56Герасимчук З. В., Глядіна М. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізми формування та реалізації : монографія. Луцьк : Надстир'я, 2006. 161 с.
- 57Гетьман В.І. Екотуризм чи екологічний туризм: теорія і реальність. Рідна природа. 2002. № 3. С. 24–29.
- 58Головне управління статистики у Львівській області. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua>
- 59Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с.
- 60Голод А., Корнієнко О. Сучасний стан і перспективи розвитку санаторно-курортного господарства регіону (на прикладі смт. Східниця). Вісник Львівського університету. Серія : Міжнарод. відносини. 2012. Вип. 29. Т. 2. С. 93–98.
- 61Голод А.П., Мисяк О. М. Етнічний туризм у Карпатському регіоні: структурні особливості та проблеми розвитку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. 2015. Вип. 15(1). С. 85-87.
- 62Голод А.П., Федоришина Л.М. Соціальні проблеми організації міжнародного в'їзного туризму в Україні. Сталий розвиток економіки. 2019. № 1(42). С. 115-121.

- 63Голянич Л.М. Ціннісний зміст сучасного туризму. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Економіка. 2009. Випуск 28. С. 19-21.
- 64Гончаренко О.М. Особливості діяльності туристичних підприємств та формування туристичного продукту. Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». Тернопіль : Добрі справи, 2009. №2(12). С. 52–57.
- 65Горбань Г.П. Эволюция теоретических подходов к определению понятия «туризм». Экономика и управление. 2006. № 2-3. URL : [http://kafmen.ru/library/compilations\\_vak/eiu/2006/2\\_3/p\\_47\\_50.pdf](http://kafmen.ru/library/compilations_vak/eiu/2006/2_3/p_47_50.pdf)
- 66Горбулін В. П., Качинський А. Б. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки : монографія. Київ : НІСД, 2010. 288 с.
- 67Горіна Г.О. Роль туристичної галузі у підвищенні зайнятості населення в Україні. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 4. 2015. С. 133-135.
- 68 Горішевський П., Васильєв В., Зінко Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2003. – 148с.
- 69Городецька Т. Е. Вплив диференціації доходів населення на формування соціальних шоків у суспільстві. Зовнішня торгівля, право, фінанси. 2012. № 3. С. 94-99.
- 70Городиський Ю.Я. Територіальні особливості розвитку паломництва у Львівській області. Вісник Харківського національного університету, Серія Геологія. Географія. Екологія, 2014. № 1128, Вип. 41. С. 101-106.
- 71Гостева Н.П. Адміністративний механізм державного регулювання туристичної галузі України. Державне управління: удосконалення та розвиток, 2012. № 12. URL : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=513>.
- 72Градінарова О. Аналіз впливу туристичної галузі України на зайнятість населення. Економічний аналіз. 2012. Вип. 11. Ч. 4. С. 46-50.

- 73Григор'єва Я. В. Проблемні аспекти розвитку туризму в Україні. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. 2011. Вип. 2. С. 118-126.
- 74Грицку-Андрієш Ю.П, Бучко Ж.І. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності. Науковий вісник Чернівецького університету. 2010. Вип. 519-520. С.56-60.
- 75Гроші на подорожі. В Україні можуть ввести сертифікати для туристів: що відомо? URL : <https://travel.rbc.ua/ukr/show/ukraine-vvedut-sertifikaty-turistov-izvestno-1616507479.html>
- 76Гудзь П. В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційної території. Донецьк, 2001. 270 с.
- 77Гусякова О. Ю. Розробка регіональних цільових програм розвитку туристичної індустрії. Держава та регіони. 2012. № 2(38). С. 155-158.
- 78Давид Р. Основные правовые системы современности. Москва, 1967. URL: <http://lib.ru/PRAWO/rene.txt>.
- 79Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2015. №.7 (172). С. 65-69.
- 80Дарчук В.Г. Формування стратегічних основ розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03. Донецьк, 2014. 21 с.
- 81Дворецька Г. В. Соціологія : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2002. 472 с.
- 82Дедов С.В., Демин С.В. Особенности экологического туризма в современных экономических условиях. Вестник ВГУ. Серия: География и геоэкология – 2007 №.7. URL : <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/geograph/2007/01/2007-01-08.pdf>.
- 83Державна політика Франції в галузі туризму. URL : <http://infotour.in.ua/france-gos.htm>

- 84 Державна політика, законодавчі напрацювання, проміжні результати першого етапу децентралізації влади в Україні. Децентралізація. URL : <http://decentralization.gov.ua/about>.
- 85 Державна служба статистики України. Офіційний веб-сервер URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- 86 Дмитришин Л.І., Павлюк Т.Д. Просторова модель уніфікації та конкуренції в регіональному туристичному секторі. Проблеми економіки, 2014. № 3. С. 335–340.
- 87 Доан П.В. Світові перспективи фестивального туризму України. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis).
- 88 Доктрина. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Доктрина>.
- 89 Дорошенко В., Дмитрієва К. Територіальна організація підприємств ресторанного господарства України. Географія. 2011. № 58. С. 27-30.
- 90 Доходи та витрати населення у 2018 році. Експрес-випуск Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2019/04/45.pdf>.
- 91 Дубінський С. В. Орлова В. М. Визначення факторів, які забезпечують розвиток медичного та лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Академічний огляд. 2017. № 2. С. 12-20.
- 92 Дубінський С.В. Проблеми забезпечення якості послуг в медичній галузі України. Європейський вектор економічного розвитку. 2016. № 1 (18). С. 22–32.
- 93 Дудкіна О.П. Регіональні особливості розвитку рекреаційних зон (методичні та організаційно-економічні основи) : дис... канд. екон. наук: 08.10.01. Тернопіль, 1999. 202 с.
- 94 Дурович А.П. Организация туризма. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 320 с.
- 95 Дусенко С. В. Социология туризма: социально-культурный аспект. Сервис PLUS. 2011. №4. С. 18-26.

- 96Дутчак О. І. Окремі аспекти розвитку етнофестивального туризму Карпатського регіону України (на прикладі Львівської області). *Сучасний соціокультурний простір 2014* : матер. міжнар. наук. інтернет-конференції (17-19.09.2014 р.). Частина 1. Київ : Меганом, 2014. С. 98-106 URL: <http://int-konf.org/konf092014/874>.
- 97Дэйли Герман, Кобб Джон. На общее благо. Переориентация экономики к людям, окружающей среде и устойчивому будущему. Бостон : Beacon Press, 1989. Перевод на русский язык (под редакцией А. Ю. Ретеюма и П. И. Сафонова), Российское отделение ISEE, Москва, 1994, 323 с.
- 98Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
- 99Енциклопедичний словник-довідник з туризму / авт.-уклад.: В. А. Смолій [та ін.] ; ред. В. К. Федорченко ; Київ. ун-т туризму, економіки і права. Київ : Слово, 2006. 372 с.
- 100Енциклопедія сучасної України. URL: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=43500](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=43500).
- 101Жарков Г.Н. Нормативно-правовое обеспечение международного туризма Учебно-практическое пособие. Київ : Кондор, 2004. 486 с.
- 102Жук І. Туристична реформа як інструмент соціально-економічного розвитку України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2016. Вип. 1 (14). С. 152-159. URL : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2016/16zizdou.pdf>.
- 103Жульковська Д.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Умань, 30 листопада - 1 грудня 2017 р.). Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. С.334-336 URL : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/zhulkovska.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/zhulkovska.htm).
- 104Жураєва К. А. Актуальні проблеми розвитку туризму в Україні та світі та шляхи їх вирішення. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 11. С. 69-74.

- 105 За роки незалежності кількість музеїв в Україні зросла вдвічі. URL : [http://ua.igotoworld.com/ua/news/428\\_kolichestvo-muzeev-v-ukraine-vyroslo-vdvoe.htm](http://ua.igotoworld.com/ua/news/428_kolichestvo-muzeev-v-ukraine-vyroslo-vdvoe.htm).
- 106 Забуранна Л.В. Теоретичні підходи до класифікації туризму в сучасних умовах розвитку туристичного ринку. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 12. С. 168-173.
- 107 Заваріка Г.М. Курортна справа : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. – 264 с.
- 108 Задорожна К. І. Соціальний туризм у системі туристичної галузі: концептуалізація та інтеграція. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2016. №.2 (62). С. 17-27.
- 109 Задорожна К. І. Суспільна значущість розвитку інституту соціального туризму в Україні: проблеми та їх розв’язання. // Демографія, економіка праці соціальна економіка і політика. 2015. Випуск IV (60), С. 38-46.
- 110 Зайцева М.М. Соціальний аспект туристичної діяльності. SOCIOПРОСТІР: міждисциплінарний електронний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи 2016. № 5. URL : <https://periodicals.karazin.ua/socioprostir/article/view/5324/4875>
- 111 Закон України "Про музеї та музейну справу" від 29 червня 1995 р. № 249/95 ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95>.
- 112 Закон України "Про соціальні послуги" від 19.06.2003 р. N 966–IV. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=966-15>.
- 113 Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 1282-IV від 18.11.2003 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР). URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.
- 114 Закон України «Про курорти». Відомості Верховної Ради України. 2000. №50. Ст. 435. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>.
- 115 Закон України «Про місцеве самоврядування» 1997. Відомості Верховної Ради України, 24, С. 170. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>

- 116 Закон України «Про природно-заповідний фонд України» URL :  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text>.
- 117 Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 324/95-ВР:  
Відомості Верховної Ради України (ВВР). URL :  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
- 118 Закону України про внесення змін до Закону України «Про туризм»  
щодо удосконалення державної політики у сфері туризму. URL:  
[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=63927](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=63927).
- 119 Зелений туризм : іноді – як варіант для «карантинного» усамітнення  
URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3058062-zelenij-turizm2020-inodi-ak-variant-dla-karantinnogo-usamitnenna.html>
- 120 Зибарева О.В. Девіантна соціалізація економіки регіонів України :  
автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Черкаси, 2014. 40 с.
- 121 Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов :  
Туризм. Турист. индустрия. Турист. Бизнес. Москва; Афины : Infogroup,  
2002. 407 с.
- 122 Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид  
деятельности. Москва : Финансы и статистика, 2005. 288 с.
- 123 Ільїна М.В., Шпильовий І.М. Децентралізація управління сільськими  
територіями та її вплив на розвиток туризму. Економіка та суспільство,  
2016. № 2. URL : <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-2/9-articles-2/108-iljina-m-v-shpilovij-i-m>.
- 124 Інклюзивний реабілітаційно-соціальний туризм – розвиток нового виду  
реабілітації осіб з інвалідністю в Україні. URL :  
[https://tourlib.net/statti\\_ukr/inclusive-tourism.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/inclusive-tourism.htm)
- 125 Інструментальні та термінальні цінності. URL :  
[http://psychologis.com.ua/instrumentalnye\\_i\\_terminalnye\\_cennosti.htm](http://psychologis.com.ua/instrumentalnye_i_terminalnye_cennosti.htm).
- 126 Кабушкин Н.И. Организация туризма. Минск : Новое знание, 2003. 632  
с.

- 127 Кадацька Ю. А. Релігійний туризм в Україні URL : <http://tourism-book.com/books/book-29/chapter-1343>.
- 128 Караванський О.В. Регіональна політика України на сучасному етапі. Регіональна економіка. 2005. № 4. С. 170–182.
- 129 Карпенко І.О., Олишевська Ю.А. Влияние туризма на экономику государства. *Молодые научные работники – географической науке: Материалы науч. конф. (Киев, 27-28 октября 2006 г. )*. Киев: Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, 2006.
- 130 Кафарський В. Нація і держава: Культура, Ідеологія, Духовність. Івано-Франківськ : Плай, 1999. 336 с.
- 131 Квартальнов В. А. Туризм: история и современность : избр. произведения. Рос. междунар. акад. туризма в 4 т. Т. 1. Москва : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
- 132 Квартальнов В. Менеджмент в туризме. Туризм как вид деятельности : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2010. – 359 с.
- 133 Квартальнов В.А. Теория и практика туризма : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
- 134 Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Економічний механізм формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. Економіка АП. Київ. 2020. №5. С. 45.
- 135 Кифяк В.Ф. Організація туризму. Чернівці: Книги – XXI, 2008. 344 с.
- 136 Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
- 137 Клок О.С. Аналіз доходів населення як чинника формування туристичних потоків. Економіка та суспільство. 2020. Випуск 22. URL : <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/72/67>.
- 138 Коваленко Н.О. Аналіз ринку санаторно-курортних послуг України. Економіка харчової промисловості. 2015. Т. 7, вип. 4. С. 21–27.
- 139 Ковальчук І.Є. Інноваційні технології в туристичному бізнесі. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики*



*постіндустріальної економіки* : матеріали IV між нар. наук.-прак. конф. (м. Львів, 18-19 травня 2017 р.). Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С.692-693.

- 140 Ковешников Е.М. Государственное и местное самоуправление в России: теоретико-правовые основы взаимодействия. Москва, 2002. 516 с.
- 141 Ковешніков В. С., Ліфіренко О. С., Стукальська Н. М. Інноваційні види туризму. Економічна наука Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 4. С. 38-44.
- 142 Ковешніков В. С., Ліфіренко О. С., Стукальська Н. М. Питання класифікації в сфері туризму. Економіка та держава. 2016. № 6. С. 29-31.
- 143 Кодекс професійної етики ІКОМ. Пам'ятки України: історія та культура. 1998. № 1. С.154 – 159.
- 144 Кожухівська Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. Вісник Донецького національного університету. 2010. № 1. С. 84-86.
- 145 Козловський Є.В. Соціокультурні аспекти розвитку туризму в умовах глобалізації. Географія та туризм. 2012. Вип. 20. С. 59-66.
- 146 Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році. Статистичний збірник. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_kzr\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf).
- 147 Колесник О.О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства. Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. 2009. № 1(47) URL : <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/94322>.
- 148 Колодій А. Нація як суб'єкт політики. Львів: Кальварія, 1997. 55 с.
- 149 Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії "туризм". Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. 2011. № 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_2\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_22).

- 150 Колосінська М.І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 9. С. 146-150.
- 151 Колотуха О.В. Соціальний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Культура народів Причорномор'я. 2009. №176. С. 125-127.
- 152 Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. Москва : Эксмо, 2006. 669 с.
- 153 Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. Ефективна економіка. 2014. № 9. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3345>.
- 154 Костенко Г.П. Державне регулювання розвитку санаторно-курортних закладів. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2009. №13. С.70–74.
- 155 Костюшин В. А. Воздействие рекреации на живую природу. Київ : Национальный экологический центр Украины, 1997. 42 с.
- 156 Котенко Т. М. Соціальний вимір розвитку рекреації та туризму : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.07. Київ, 2016. 240 с.
- 157 Краснова Ю.А., Антонова А.В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2014. Вип. 197. Ч. 3. С. 132-140.
- 158 Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент. Київ : КНЕУ, 2005. 504 с.
- 159 Крачило Н.П. Географія туризму. Киев: Вища школа, 1987. 208 с.
- 160 Криза у світовому туризмі відступить не раніше 2023 року – ООН. URL : <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/28/novyna/suspilstvo/kryza-svitovomu-turyzmi-vidstupyt-ne-ranishe-2023-roku-oon>.
- 161 Кузик С. Географія туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 271 с.
- 162 Кузик С.П. Географія туризму: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 271 с.
- 163 Кузьменко Т.М. Соціологія: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 320 с.

- 164 Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_2\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_36).
- 165 Кусков А. С., Листикова О. В. Курортология и оздоровительный туризм : уч. пособие. Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. 320 с.
- 166 Кухтій А.О., Феленчак Ю.Б., Холявка В.З. Розвиток готельно-ресторанної індустрії як перспективний напрямок транскордонної співпраці України та Польщі. *Modern transformation of economics and management in the era of globalization* : Proceedings of International Scientific Conference (Klaipeda (Lithuania), January 29, 2016). Klaipeda, 2016. P. 63-66.
- 167 Лебедева О. А. Вплив сектору туристичних послуг на розвиток національної економіки. Економіка розвитку. 2010. № 4. С. 34-37.
- 168 Линчевский Э.Э., Федотов Ю.Н. Типология и психология туризма : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 032101 – физическая культура и спорт. Москва : Советский спорт, 2008. 271 с.
- 169 Литвин А.Ю., Стреблянська І.А., Особливості страхування в туристичному бізнесі. Вісник Донецького університету економіки та права, 2013. № 2. С. 100–104.
- 170 Лихоносова Г.С., Леснікова Ю.І. Безбар'єрний туризм як забезпечення потреб соціально відторгнутих людей. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». Випуск 2-2 (45) 2018. С. 76-79.
- 171 Лозинська С. І. Значення доходів населення у формуванні економічного зростання. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2009. № 649. С. 104–109.
- 172 Лозова О.А., Мамотенко Д.Ю. Сучасний стан та тенденції розвитку санаторно-курортної галузі України : зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. 2017. Вип. 91, ч. 2. С.143–151.
- 173 Луців Б., Рипкович М. Теоретичні аспекти фінансово-кредитного механізму розвитку туристично-рекреаційної сфери. Вісник

- Тернопільського національного економічного університету. 2013.№. 2, С. 17-26.
- 174 Любимий Я.В. Туристська діяльність як чинник глобальної синергії культур. Філософія туризму. Київ : Кондор, 2004. URL : [http://tourlib.net/books\\_ukr/filotur18.htm](http://tourlib.net/books_ukr/filotur18.htm)
- 175 Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти. Київ, 2002. 436 с.
- 176 Ляшкевич П. Туризм в Україні. Сучасний стан та пріоритети розвитку. Освіта України. 2014. № 85. С. 178.
- 177 Майорова Т., Урванцева С., Шуплат О. Стан фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму. Економіст. 2016. №. 7. С. 3–7.
- 178 Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
- 179 Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
- 180 Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
- 181 Мандюк Н.Л. Маркетингове управління розвитком регіональних рекреаційних систем: автореф. дис ... канд. екон. наук: 08.00.05. Львів, 2008. 20 с.
- 182 Мармуль Л. О., Романюк І. А. Фінансове забезпечення та податкові аспекти розвитку туристичної діяльності в Україні. Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених та аспірантів. Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип. 42. С. 204-210.
- 183 Матвійчук А. В. Аналіз і управління економічним ризиком : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 224 с.
- 184 Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів. Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. 2011. № 1. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_20).

- 185 Матвійчук Л. Ю. Формування складових організаційно-економічного механізму використання туристичних ресурсів. Ефективна економіка. 2011 № 11. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_11\\_57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_57).
- 186 Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку. Науковий вісник Чернівецького університету. 2011. Випуск 614-615. Географія. С.86-89.
- 187 Медвідь Ф. Взаємозв'язок національної і релігійної ідей в контексті релігійно:духовного життя України. Вісник УАДУ. 2003. №1. С. 363-368.
- 188 Медвідь Ф. Українська національна ідея як детермінанта державотворчих процесів. Проблеми державотворення. Політичний менеджмент. 2005. № 1. С. 35-43.
- 189 Международное право: учебник / отв. ред. Ю. М. Колосов, Э. С. Кривчикова. Москва : Международные отношения, 2005. 776 с.
- 190 Мельник Б. В. Вулицями стародавнього Львова 2-ге вид., зі змінами. Львів : Світ, 2002. 272 с.
- 191 Мельник О.В. Вплив туризму на розвиток економіки регіону. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. 2012. № 484. С. 129–133.
- 192 Мельниченко С. В., Присакар І. І. Ресторанний бізнес в Україні: перспектива чи втрачена вигода. Економічний простір. № 97. 2015. С. 101-116.
- 193 Мельниченко С., Єсіпова К. Інтернет-технології в діяльності туристичних підприємств. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2010. № 6. С. 35–47.
- 194 Мендела І.Я., Шестопалко Д.С. Особливості розвитку закладів готельного господарства курорту Східниця. Карпатський край. Наукові студії з історії, культури, туризму. 2014. № 1 (4). С. 100-108.

- 195 Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv\\_u/12/Arch\\_mrt\\_bl.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/12/Arch_mrt_bl.htm).
- 196 Мироненко Н.С., Твердохлебов И.И. Рекреационная география. Москва : Изд-во МГУ, 1981. 207 с.
- 197 Миронов Ю.Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки* : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 18-19 травня 2017 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. С.771-772.
- 198 Миронов Ю.Б., Михальський Ю.В. Соціальне партнерство в туризмі: детермінанти та соціально-економічні механізми розвитку за сучасних умов. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2018. Вип. 56. С.55-59.
- 199 Мисяк О.М. Перспективи розвитку етнічного туризму в Україні. Сучасні тенденції розвитку туризму : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 05 листопада 2015 р.). Ч. II. Миколаїв : ВП «МФ КНУКІМ», 2015. С.68-71.
- 200 Михайліченко Г. І. Інноваційні підходи до формування мультиплікаторів туризму. Економіка і прогнозування. 2012. № 4. С. 134-146.
- 201 Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. 2012. № 1.
- 202 Михайлова Н.В., Карцева В.В. Медичне страхування туристів, які виїжджають за кордон. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки, 2017. № 4. С. 122–126.
- 203 Михальченко М. Національна ідея як регулятивна сила в загальнонаціональному та регіональному масштабах. Регіональні версії

- української національної ідеї: спільне та відмінне : зб. статей. Київ, 2005. С. 9-35.
- 204 Міжнародне бюро соціального туризму. URL : <http://infotour.in.ua/mbst.htm>
- 205 Міністерство соціальної політики України. URL : <https://dostup.pravda.com.ua/request/22356/response/41390/attach/2/660%200%20132%2017%20id1112316.pdf>.
- 206 Молодецький А., Пташнік А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів. Історія української географії. 2012. Випуск 26. С.113-118.
- 207 Мудрик Ю. Національна ідея як фактор консолідації українського суспільства. Гілея: науковий вісник ВГО Українська академія наук. Київ. 2018. Випуск 131 (№ 4). URL : [//www.en.gov.ua/aktualyno/naconalyna-deya-yak-faktor-konsoldac-ukransyкого-susplystva](http://www.en.gov.ua/aktualyno/naconalyna-deya-yak-faktor-konsoldac-ukransyкого-susplystva).
- 208 Музеями Львівщини відтепер можна прогулятися віртуально. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2349557-muzeami-lvivsini-vidteper-mozna-progulatisa-virtualno.html>
- 209 Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території для класифікації туризму : монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
- 210 Нариси з історії Східниці / наук. ред. Л. Тимошенко. Дрогобич : Коло, 2013. 404 с.
- 211 Недолужко А., Нагайчук Н. Добровільне медичне страхування у системі страхового захисту здоров'я. URL: <http://nauka.zinet.info/9/nedoluzhko.php>
- 212 Немець Л. М., Сегіда К.Ю., Моштаківа Н.В. Соціально-демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму. Культура народів Причорномор'я, 2009. № 176. С. 145-147.
- 213 Ніколайчук М.В., Терещенко О.О. Ідентифікація ризиків підприємства.

URL : <http://intkonf.org/nikolaychuk-mv-den-prof-tereschenko-oo-identifikatsiya-rizikiv-pidприємства/>

- 214 Новикова В.І. Санаторно-курортна сфера: інфраструктурна складова, стан розвитку в Україні. Географія та туризм. 2011. Вип. 16. С.93–101.
- 215 Нохріна Л.А. Соціальний туризм: детермінанти реалізації. *Economy. Zarządzanie. Osiągnięcia naukowe, rozwój, propozycje* : zb. raportow naukowych konf. miedzynarodowej naukowo-praktycznej (Warszawa, 29-30.09.2016). Warszawa: Diamond trading tour, 2016. S.32-34.
- 216 О модельном законе «О социальном туризме»: Постановление Межпарламентского комитета Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Российской Федерации и Республики Таджикистан от 12 июня 2000 г. №10-16. URL : <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/org330/basic/text0036.htm>.
- 217 Огієнко А. В. Видові ознаки класифікації туризму: регіональний аспект. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2020. № 20. С. 167-174. URL : <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7769/1/ohiienko.pdf>.
- 218 Олійник Я. Б., Кононенко О. Ю., Мельничук А. Л.. Роль екомережі у системі формування та просування національного туристичного продукту. Географія та туризм. 2010. Вип. 7. С. 39-42.
- 219 Олійник Я.Б. Екологічний туризм на теренах національних природних парків і біосферних заповідників України в міжнародний рік екотуризму та гір. Вісник. Географія. 2002. Вип. 48. Київ : ВПЦ "Київський університет", С. 5–11.
- 220 Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : підручник для студ. ВНЗ / за заг. ред. Н.О. П'ятницької. Київ : Центр навч. літ-ри, 2011. 584 с.
- 221 Організація послуг харчування / А.О. Усіна, О.Ю. Давидова, І.В. Сегеда, Т.П. Кононко. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 183 с.



- 222 Офіційний сайт «Эл.Ай.Си. Ассистанс». URL:  
[http://www.lic.kiev.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=7&lang=uk](http://www.lic.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=7&lang=uk).
- 223 Офіційний сайт ВТО. URL:  
[https://www.unwto.org/history?fbclid=IwAR3NOVKJRAti9SyPj3v\\_IMLgEwPWc3S9p8oC5lvZ-wJ6Zi51gay6qIVs8B8](https://www.unwto.org/history?fbclid=IwAR3NOVKJRAti9SyPj3v_IMLgEwPWc3S9p8oC5lvZ-wJ6Zi51gay6qIVs8B8)
- 224 Офіційний сайт ЛОДА. URL: <https://loda.gov.ua/news?id=39106>
- 225 Охріменко А. Г. Фінансове забезпечення функціонування туристичної галузі України : монографія: Київ: Кондор, 2013. 210 с.
- 226 Оцінка фінансової спроможності 366 ОТГ за перше півріччя 2017 року у розрізі областей. Децентралізація. URL:  
[http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Reytiing\\_po\\_oblastyah\\_11.09.2017\\_.pdf](http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Reytiing_po_oblastyah_11.09.2017_.pdf).
- 227 Папш В.В. Фактори конкурентоздатності регіональної туристичної системи. Економічний простір. 2015. № 100. С. 47–56.
- 228 Парнюк М. А. Принцип детермінізму в системі матеріалістическої діалектики. Київ : Наукова думка, 1972. С. 53.
- 229 Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12-23.
- 230 Перерва П. Г. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності. Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки: зб. науКиїв. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2018. № 48 (1324). С. 121-127.
- 231 Перший міжнародний науково-практичний симпозиум «Актуальні проблеми впровадження інклюзивного реабілітаційно-соціального Туризму в Україні». URL : <https://cherkassymsek.com.ua/i-mizhnarodniy-naukovo-praktichniy-simpozium-na-temu-aktualni-problemi-vprovadzhennya-inklyuzivnogo-reabilitatsiyno-sotsialnogo-turizmu-v-ukrayini-v-m-umani>.

- 232 Петрик Н.А., Олексійчук Т.В. Етнічний туризм: зміст, особливості та форми. Наукові записки Вінницького педуніверситету. Сер. Географія. 2010. Вип. 20. С. 201-214.
- 233 Петрочко Ж. В. Національні цінності як сучасний державницько-суспільний пріоритет України. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. 2017. Вип. 21(2). С. 146-157.
- 234 Підвальна О. Г., Феленчак Ю. Б. Соціальні аспекти інноваційного розвитку туризму в регіоні. Вчені записки Університету «КРОК», 2020. №2 (58), 152–158.
- 235 Пінчук Є.А. Динаміка розвитку світового туризму. Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал 2012. №3 (29). С. 195-201.
- 236 Попов М. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. Москва, 1907. 458 с.
- 237 Постановление Межпарламентского Комитета Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Российской Федерации и Республики Таджикистан от 12 июня 2000 г. №10-16 "О модельном законе "О социальном туризме". URL : <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/org330/basic/text0036.htm>.
- 238 Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 9 січня 2007р. № 537 URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16.2>.
- 239 Про рекомендації Парламентських слухань про становище молоді в Україні : постанова Верховної Ради України від 23 лютого 2017 р. № 1908\_VIII. URL : [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1908\\_19](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1908_19).
- 240 Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
- 241 Проскуріна М.О. Культурологічні та економічні аспекти фестивального руху Угорщини та України. Science and Education a New Dimension. Economics, 2015. 1(72). С. 41-43.

- 242 Прохира М.М., Феленчак Ю. Б., Структурні особливості закладів розміщення курорту Східниця. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : матеріали III всеукр. наук.-практ. конф. Ч. 2. (05 листопада 2015 р.). Миколаїв. С. 92-95.
- 243 Прохоренко Т. Г. Соціалізація молоді в інформаційному суспільстві: особливості та ризики. Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Політологія. 2016. № 2. С. 128-134.
- 244 Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
- 245 Рада планує визначити поняття сільського зеленого туризму. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/rada-planiruet-opredelitponyatie-selskogo-1495550443.html>.
- 246 Ребет Л. Теорія нації. Львів: Державність, 1997. 190 с.
- 247 Реймерс Н. Ф. Природопользование : словарь-справочник. Москва : Мысль, 1990. 637 с.
- 248 Розвиток нового виду реабілітації осіб з інвалідністю у Україні. URL : <http://novadoba.com.ua/45768-inklyuzyvnyu-reabilitaciyno-socialnyu-turyzm-8722-rozvytok-novogo-vydu-reabilitaciyi-osib-z-invalidnistyu-v-ukrayini%20.html>
- 249 Розпорядження Президента України «Про розвиток курорту Східниця» від 22 квітня 1998 р. - № 93/98-рп. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/141-99-%D0%BF>.
- 250 Роїк О.Р Вплив соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2016. № 10. С. 53-57.
- 251 Романова А. А. Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій розвитку туріндустрії. Економіка та управління національним господарством. Полтава: Економіка і регіон. 2017. № 4 (65). С. 13-19.

- 252 Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Суспільно-економічні тенденції розвитку мережі закладів громадського харчування як підсистеми туристичного комплексу Карпатського регіону України. Регіональна економіка. 2006. №4 (42). С. 149-158.
- 253 Рутинський М., Петранівський В. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2012. Випуск 29 ч.1. С. 179–189.
- 254 Сапелкіна З.П. Релігієзнавчий туризм в Україні URL : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/sapelkina.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/sapelkina.htm).
- 255 Сапрунова В.Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. Москва : “Ось – 89”, 1997. 160 с.
- 256 Севастьянов Д.В. Основы страноведения и туризма. Санкт-Петербург : СПбГУ, 2003. 459 с.
- 257 Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник. Миколаїв : КНОРУС, 2007. 250 с.
- 258 Сенин В.С. Организация международного туризма [https://tourlib.net/books\\_tourism/senin11.htm](https://tourlib.net/books_tourism/senin11.htm)
- 259 Сердобольская И. О. Государственное регулирование социального туризма и пути его совершенствования в Российской Федерации. URL : <https://www.dissercat.com/content/gosudarstvennoe-regulirovanie-sotsialnogo-turizma-i-puti-ego-sovershenstvovaniya-v-rossiisko/read>.
- 260 Сидоренко Ю. Національна ідея – яка вона? URL : <https://www.pravda.com.ua/columns/2010/02/6/4714492/>
- 261 Сільський туризм як інструмент ефективного розвитку сільських територій. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskij-turizm>
- 262 Сліпець П.П. Політичні цінності: теорія і методологія пізнання та реалізації: автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.01. Київ, 2009. 18 с.

- 263 Слюсаренко А. М., Феленчак Ю. Б. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства Львівської області. *Ефективні механізми та стратегії управління економікою: від рівня підприємств до рівня країн* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (21-22 березня 2014 р., м. Черкаси). Черкаси, 2014. С. 91-95.
- 264 Смаль І.В. Рекреація і туризм: короткий тлумачний словник термінів і понять. Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2006. 336 с.
- 265 Снігур К.В. Динаміка міжнародних туристичних потоків України: стан, тенденції та напрями оптимізації. *Торгівля і ринок України*. 2019. № 1(45). С.126-136.
- 266 Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності. Київ: Грамота, 2006. 264 с.
- 267 Сокол Т. Поняттєво-категоріальний апарат спеціальних дисциплін професійної підготовки менеджерів туристичної індустрії. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2009. Вип. 1. С. 126-132 .
- 268 Соляник С.Ф. Цінності та ціннісні орієнтації в туристичній діяльності. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права*. Серія: філософські науки. 2008. Вип.5. С. 237-249.
- 269 Социальная доктрина : монография / под общ. ред.Сулакшина С.С. URL : <http://rusrand.ru/ideas/sotsialnaja-doktrina>.
- 270 Социальный туризм. URL : [www.grandars.ru/college/sociologiya/socialnyu-turizm.html](http://www.grandars.ru/college/sociologiya/socialnyu-turizm.html)
- 271 Соціальний туризм в Україні: чи стане він «дизайнером суспільства та двигуном економічного розвитку». URL : <http://www.golos.com.ua/article/170947>.
- 272 Соціально-економічне становище України за 2019 рік. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc\\_ek/2019/publ\\_2019\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc_ek/2019/publ_2019_u.html)
- 273 Стецько Надія. Концептуальні засади розвитку етнофестивального туризму в Україні. *Наукові записки Тернопільського національного*

- педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія Географія. 2016. № 2. С. 138-146.
- 274 Стеченко Д. М., Безуглий І. В. Організаційно-економічний механізм регулювання сфери надання рекреаційно-туристичних послуг. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2014. № 2. С. 55-60.с
- 275 Стеченко Д.М., Безуглий І.В. Імператив державно-приватного партнерства в рекреаційно-туристичній сфері України. Регіональна економіка, 2014. № 4, С. 140–141.
- 276 Сторожик М. І. Проблема акультурації і наступництва культурних традицій у мультикультурному суспільстві. Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Філософія. Психологія. Педагогіка. 2011. № 2. С. 163-168.
- 277 Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів (проектів). URL: <http://www.zakon.gov.ua>.
- 278 Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
- 279 Страхування : підручник / наук. ред. С. С. Осадець. Вид. 2-ге, перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2002. 599 с.
- 280 Стройко Т.В., Савченко К.В. Стратегічні аспекти розвитку інвестиційної привабливості Херсонщини як туристичного регіону. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С. 409-413.
- 281 Суков Олександр. Безкоштовно на курорт. Що за сертифікати на подорожі придумав уряд.? URL : <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/pakuyte-chemodany-pomogut-li-turbiznesu-sertifikaty-dlya-turistov-25032021-420058?fbclid=IwAR2NpQksOwIUH6PXHHUjsGEEPRGoEVQaW17aR0km1hDyssMe81kADZOZcQU>.
- 282 Східниця – "менша сестричка" Трускавця. URL: <http://blog.karpaty.info/2014/05/28/shidnitsya-mensha-sestrichka-truskavtsya/>

- 283 Східниця – невідомі факти з історії давнього селища. URL : <http://www.spadok.org.ua/kra-znavstvo/schidnytsya-nevidomi-fakty-z-istoriyi-davnogo-selyscha>.
- 284 Сьогодні в Україні і світі День людей з обмеженими фізичними можливостями. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2132617-sogodni-v-ukraini-i-sviti-den-ludej-z-obmezenimi-fizicnimi-mozlivostami.html>.
- 285 Теодорович Л. В., Хомин О. Й. Вирішення проблем соціального туризму України. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". Серія : Економіка. 2010. Т. 145. Вип. 132. С. 43-49.
- 286 Технологические тренды в индустрии путешествий. URL : <https://www.tourbc.ru/daydzhest/813-tekhnologicheskie-trendy-v-industrii-puteshestvij.html>
- 287 Ткаченко А.М., Лелі Ю.Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення. URL : [http://bses.in.ua/journals/2016/12-1\\_2016/39.pdf](http://bses.in.ua/journals/2016/12-1_2016/39.pdf).
- 288 Ткаченко О.П., Тімченко О.Д. Ресторанний бізнес України: проблеми та перспективи розвитку. URL : [http://revolution.allbest.ru/marketing/00428051\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/marketing/00428051_0.html).
- 289 Тлумачний словник української мови. URL: <https://www.slovnyk.ua/>
- 290 Топорницька М.Я. Територіальна організація та перспективи розвитку етнофестивального туризму у Львівській області. Географія та туризм. 2012. Вип. 21. С. 89-96.
- 291 Третяк Д.Д. Сутність та соціально-економічне значення медичного страхування. Інвестиції: практика та досвід, 2019. №12. С. 43–47.
- 292 Трубилин А.Г. Социальный туризм как сегмент развития внутреннего туризма территории. Вестник АГУ. 2017. № 4 (210) С. 99-108.
- 293 Туризм в Україні: збірник нормативно-правових актів у п'яти томах. Т.5. Ужгород. ІВА, 2000. С.204-208.

- 294 Туристична політика зарубіжних країн : підручник (кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 220 с.
- 295 УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку. / Жилінська О. (наук. ред.), Мельничук О. Антонюк Л., Гуменна О. та ін. Видання друге. Львів: Кальварія, 2017. 164 с. URL : <http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf>
- 296 Український туризм через пандемію втратив близько 60 мільярдів. URL : <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/20/novyna/suspilstvo/ukrayinskyj-turyzm-cherez-pandemiyu-vtratyv-60-milyardiv>
- 297 Управление современным предприятием. / под общей ред. Н.Я Синицкой. Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 503 с.
- 298 Фактологический бюллетень по вопросам инвалидов. URL: [http://www.un.org/ru/rights/disabilities/background\\_7.shtml](http://www.un.org/ru/rights/disabilities/background_7.shtml)
- 299 Фаринюк Н.В., Наумова М.А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. URL: <http://jvestniksss.donnu.edu.ua/article/download/4860/4890>.
- 300 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» URL : <https://docs.cntd.ru/document/9032907>
- 301 Федоришина Л. М., Шевчук Л.Т. Міграційна акультурація в системі сучасного розвитку українського суспільства. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2015. Т. 20, Вип. 6. С. 192-197.
- 302 Федорченко В.К. Соціоінтегративна сутність туризму (соціально-філософський та праксеологічний аспекти). URL : [https://tourlib.net/books\\_ukr/filotur16.htm](https://tourlib.net/books_ukr/filotur16.htm)
- 303 Феленчак Ю. Б., Ярмолюк О. А. Аналіз функціонування та проблем розвитку музейної мережі Львівської області. *Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку країн* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м.Одеса, 18-19 квітня 2014 р.) Ч. 2. Одеса, 2014 р. С. 15-18.



- 304 Феленчак Ю. Соціальні ризики в туристичній діяльності: підходи до аналізу та оцінювання Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. 2012. Вип. 29 (1). С. 213-220.
- 305 Феленчак Ю.Б. Вплив рівня доходів населення на формування соціальної доктрини туризму. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 4(72). Ч. 2. С. 149-153.
- 306 Феленчак Ю.Б. Голод А. П. Трансформація структури ресторанного господарства Львівської області. Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2015. Випуск 3. С. 80-83.
- 307 Феленчак Ю.Б. Особливості мережі закладів розміщення в Україні в контексті розвитку соціального туризму. Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». 2019. Випуск 3 (44). С. 105-111.
- 308 Феленчак Ю.Б. Підходи до визначення соціального туризму в контексті формування соціальної доктрини туризму. Інноваційна економіка. 2019. № 3-4 (79). С. 119-125.
- 309 Феленчак Ю.Б. Розвиток фестивального туризму як напрям реалізації соціальної доктрини туризму України. Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Економіка та підприємництво. 2019. Випуск 3 (108). С. 193-197.
- 310 Феленчак Ю.Б. Система національних і особистісних цінностей як основа формування соціальної доктрини туризму. Приазовський економічний вісник. 2019. № 4 (15). С. 216-220. – URL: [http://rev.kpu.zp.ua/journals2019/4\\_15\\_uk/37.pdf](http://rev.kpu.zp.ua/journals2019/4_15_uk/37.pdf).
- 311 Феленчак Ю.Б. Формування теоретичного підґрунтя соціальної доктрини туризму у вітчизняній науці. Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Випуск 26. Ч. 2 С. 92-95.

- 312 Феленчак Ю.Б., Голод А. П. Готельне господарство в структурі регіональних туристичних систем. Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал. 2019. № 32. С. 277-281. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32\\_2019\\_ukr/43.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/43.pdf).
- 313 Феленчак Ю.Б., Голод А. П., Коркуна О.І. Інституційне середовище туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах децентралізації. *European journal of economics and management*. 2019. Volume 5. Issue 4. Pp. 78-85.
- 314 Феленчак Ю.Б., Голод А. П., Мороз С.Р. Підходи до аналізу санаторно-курортного господарства у структурі регіональних туристичних систем. Міжнарод. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». 2019. Випуск 2 (43). С. 118-124.
- 315 Феленчак Ю.Б., Голод А.П., Перегіняк Т.І. Регіональні туристичні системи України: потенціал розвитку в кризових умовах. Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Випуск 34. С. 49-55.
- 316 Феленчак Ю.Б., Мороз С.Р. Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортного господарства у туристичному комплексі України. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. Том 30 (69). №4, С. 99-104.
- 317 Феленчак Ю.Б., Підвальна О.Г. Соціальні аспекти інноваційного розвитку туризму в регіоні. Вчені записки Університету «КРОК». 2020. №2 (58). С. 152-158.
- 318 Феленчак Ю.Б., Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. Науковий вісник НЛТУ України. 2015. Випуск 25.4. С. 259-265.
- 319 Феленчак Ю.Б., Хендріксон О.А. Особливості розвитку музейної галузі у Львівській області: передумови становлення та сучасний стан. Інноваційна економіка. 2019. № 5-6 (80). С. 119-124.

- 320 Феленчак Ю.Б., Шевчук І.Б. Нові напрями використання інформаційно-комунікативних технологій у сфері туризму. Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал.–2019. №36. С. 69-74. URL: <http://www.market-infr.od.ua/ukr/36-2019>.
- 321 Феленчак Ю.Б., Шевчук Л.Т. Соціалізація в сфері туризму: особливості та напрями вдосконалення. Наукові записки Львівського університету бізнесу і права. Серія: Економічна, юридична. 2019. Випуск 21. С. 104-107.
- 322 Философский энциклопедический словарь / под ред. Л. Ф. Ильичёва и др. Москва: Советская энциклопедия, 1983. URL : [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy).
- 323 Философский энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1989. URL : <http://www.onlinedics.ru/slovar/fil.html>
- 324 Філософія : навчальний посібник / за ред. І.Ф. Надольного. Київ: Вікар, 1997. 584 с.
- 325 Філософський енциклопедичний словник / ред. В.І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. 745 с.
- 326 Фролова Е. А. Управление развитием сферы услуг социального туризма в России 2015. URL : [https://guu.ru/files/dissertations/2015/02/frolova\\_e\\_a/autoreferat.pdf](https://guu.ru/files/dissertations/2015/02/frolova_e_a/autoreferat.pdf).
- 327 Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес / пер. с 7-го англ. изд. Київ. : Знання, 2007. 798 с.
- 328 Хохлов Н. В. Управление риском. Москва : Юнити–Дана, 1999. 239 с.
- 329 Хунцикер Вальтер. Туризм как наука. URL : [https://www.peoples.ru/science/professor/walter\\_hunziker](https://www.peoples.ru/science/professor/walter_hunziker).
- 330 Церква Святої Анни. URL: <http://anna-church.org/>
- 331 Циганов С.А., Бунтова Н.В. Розвиток міжнародних туристичних послуг як важлива домінанта економічного зростання. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 139. 2019. С. 80-92.

- 332 Цимбалюк С.Я.1, Морозова І.В. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму. Екологічні науки. Науково-практичний журнал. 2019. № 5(24). Т. 1. С. 41-45.
- 333 Черникова Л.И. Страхование и риски в туризме : учеб. пособие. Москва : Издательский центр «Академия», 2010. 160 с.
- 334 Чернова Г.В. Особливості розвитку ресторанного господарства Вінниччини. URL : <http://aokornus.at.ua/JOURNALS/2013.pdf>
- 335 Чернятевич Я.В. Вплив національних цінностей на формування економічної політики держави у контексті забезпечення національної безпеки. *Національні цінності й національні інтереси в системі публічного управління* : матеріали наук.-практ. конф. за міжнарод. Участю (м. Київ, 12 жовтня 2017 р.). Київ, 2017. С. 264-266.
- 336 Черчик Л.М. Сучасні реалії формування та розвитку регіональних рекреаційних систем в умовах посилення інтеграційних процесів. Економічний форум. 2012. № 4. С. 228–236.
- 337 Чеченя О. Державне регулювання галузі туризму в Україні. Вісник Львівського університету. Серія географічна, 201343(2), 301–308.
- 338 Чи стане Попелюшка-Східниця принцесою?.. URL : <http://www.day.kiev.ua/uk/article/cuspilstvo/chi-stane-popelyushka-shidnicya-princesoyu>.
- 339 Чому потрібна туристична статистика? URL : <https://ua.interfax.com.ua/news/blog/682425.html>
- 340 Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. Санкт-Петербург, 1910. 1004 с.
- 341 Чукут С. А. Генеза духовної культури: (управлінський вимір). Українська академія держ.управління при Президентові України. Київ, 1999. 256 с.
- 342 Чупрій Л. В. Національні інтереси та цінності: безпековий вимір. *Національні цінності й національні інтереси в системі публічного*

- управління* : матеріали наук.-практ. конф. за міжнарод. Участю (м. Київ, 12 жовтня 2017 р.). Київ, 2017. С. 267-271.
- 343 Шанаурина Ю.В. Правовое обеспечение социально-культурного сервиса в туризме. Москва: Флинта, 2013. 239 с.
- 344 Шаповалова О.М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. № 4(2). С. 241-246.
- 345 Шатило О.А. Напрями державного регулювання туристичної галузі України. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). Київ, 2014. С. 60–61.
- 346 Шевченко В.Д. Туризм і розвиток економіки держави. Актуальні питання культурології. 2012. Вип. 12. С. 59-64.
- 347 Шевчук Л.Т. Соціальна географія : навчальний посібник. Київ : Знання, 2007. 350 с.
- 348 Шепелюк С.І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. Вісник ДІТБ. Економіка та організація туризму, 2013, № 17. С. 262-268.
- 349 Школа І.М., Козменко В.М. Бабінська О.В. Міжнародні економічні відносини / за редакцією І. М. Школи. Київ.: КНТЕУ, 2003. 589 с.
- 350 Шуплат О. М. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Київ, 2016. 302 с.
- 351 Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. Ефективна економіка. 2015. № 12, URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659>
- 352 Щекин Г.Ю. Концептуализация феномена медицинского туризма в социологии медицины: автореф. дис. ... д-ра. соц. наук. 2013. – 49 с.

- 353 Щось цікаве: у Львові запуснуть ретро-тури на електрокарах. URL : [https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh\\_y\\_eda/322399-schos-tsikave-u-lvovi-zapustiat-retro-tury-na-elektrokarakh](https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/322399-schos-tsikave-u-lvovi-zapustiat-retro-tury-na-elektrokarakh)
- 354 Як пандемія вплинула на внутрішній туризм в Україні. URL : <https://www.dw.com/uk/yak-pandemiia-vplynula-na-vnutrishnii-turyzm-v-ukraini/a-57063848>
- 355 Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. Москва : РДЛ, 2004. 376 с.
- 356 2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>.
- 357 Bernecker P. Methods and Media of Tourist Publicity. Vienna : Austrian National Tourist Office, 1961.
- 358 Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/12a>.
- 359 Concise Oxford English Dictionary. URL: <https://books.google.com.ua/books>.
- 360 Definition of doctrine. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/doctrine>.
- 361 Felenchak Yuliia, Holod Andrii Social security of tourism as a factor for the hospitality industry development. Innovations in science: the challenges of our time. Monograph. 2019. Vol. 2. Pp. 57-61.
- 362 Glossary of tourism terms. URL : <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- 363 Krippendorf J. Tourism in the system of industrial society. Annals of Tourism Research. – 1986. – Vol. 13, no.4. pp. 517-532.
- 364 Kwiatkowska E., Levytska G. Rynek usług gastronomicznych w Polsce. URL : [http://www.wne.sggw.pl/.../pdf/EIOGZ\\_2009\\_nr74\\_s91.pdf](http://www.wne.sggw.pl/.../pdf/EIOGZ_2009_nr74_s91.pdf).
- 365 Leiper N. The Neka Art Museum : a study of a successful tourist attraction in Bali / Neil Leiper. Lismore, Australia : School of Tourism and Hospitality

- Management, Southern Cross University and Yayasan Dharma Seni, Neka Art Museum, 2005. 63 s.
- 366 Manila Declaration On World Tourism. URL: <https://web.archive.org/web/20121120180003/http://www.univeur.org/CMS/UserFiles/65.%20Manila.PDF>
- 367 Mayhew Susan. Dictionary of Geography (4 ed.). Oxford Reference. URL: <https://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism>.
- 368 Minnaert L., Maitland, R., Miller G. The Value of Social Tourism foundations. Annals of Tourism Research. 2009. Vol. 36. Issue 2. P.316-334.
- 369 Oxford Dictionary of Human Geography, (2009) URL : <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199599868.001.0001/acref-9780199599868-e-1905?rskey=ixcYBM&result=1905>
- 370 Oxford English Dictionary (Online ed.). Oxford University Press. (Subscription or participating institution membership required.) URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
- 371 Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016 URL : <http://stat.gov.pl>
- 372 The dictionary of human geography / edited by Derek Gregory . [et al.]. – 5th ed. p. cm. Includes bibliographical references 2009. Wiley-Blackwell. 1072 p.
- 373 The Merriam-Webster Learner’s Dictionary. URL: <https://www.learnersdictionary.com/definition/tourism>
- 374 Tourism. URL: <https://tourismnotes.com/travel-tourism/>
- 375 UNESCO “Les Effets du tourisme sur les valeurs socio-culturelles,” Annals Of Tourism Research, Vol. IV, No. 2, November/Décember 1976, pp. 74–105.
- 376 Walton John K.. Tourism. URL: <https://www.britannica.com/topic/tourism>
- 377 World Tourism Barometer. URL : [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom18\\_01\\_january\\_excerpt\\_hr.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom18_01_january_excerpt_hr.pdf)

- 378 World Tourism Organization UNWTO. URL : <http://www2.unwto.org>.
- 379 Просування сталого туризму в Україні. URL : <http://cpis.org.ua/prosuвання-stalogo-turizmu-v-ukrayini/>
- 380 Феленчак Ю., Солодуха С., Чекан О. Перспективи використання храмового комплексу Святої Анни як об'єкта релігійного туризму у місті Львові. Туризм і краєзнавство. Додаток до Гуманітарного вісника ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». 2013. Випуск 21. С. 362-366.
- 381 Феленчак Ю.Б. Трансформація ролі інституту сім'ї в контексті зростання ризику демографічних втрат. Всеукр. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки» 2012. Випуск 4 (14). С. 286-289.
- 382 Ярмолюк О.А. Особливості функціонування інтерактивних музейних заходів в Україні / О.А. Ярмолюк // Сучасні тенденції розвитку туризму : тези доп. наук.- практ. конф. – Миколаїв, 2015. – ч. II. – С. 139-141.
- 383 Трофименко Т. М. Інтерактивні методи роботи з відвідувачами як різновид музейної комунікації (із практики Харківського літературного музею) / Т. М. Трофименко // Вісімнадцяті сумцовські читання : матеріали наук. конф. – Харків, 2012. – С. 30–34.
- 384 Пантелейчук І. В. Сучасна трансформація музеїв : економічний аспект // Культура і мистецтво у сучасному світі : Наукові записки КНУКіМ. – К., 2002. – Вип. 3. – С. 112–116.
- 385 Що таке QR-код? URL : <http://www.qrmania.ru/aboutQR.html>
- 386 Доповнена реальність, як пристрої розширюють межі сприйняття. URL : <http://today.mts.com.ua/posts/dopovнена-realnist-yak-pristroyi-rozshiryuyut-mezhi-spriinyattya>.
- 387 Неймовірно – але факт: 5 технологій за якими майбутнє. URL : <http://ukrsprava.te.ua/korusno/75-neimovirno-ale-fakt-5-tekhnologii-za-iakumu-maibutnie>.



- 388 Маньковська Р. В. Новітні технології у формуванні сучасного музейного // Луньовські читання : матеріали наук.- практи. семінарів (2010–2014 рр.). – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. – С. 54-60.
- 389 Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2012. – 444 с.
- 390 Рутинський М. Й. Музеєзнавство : навч. посіб. / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк - К.: Знання, 2008. - 428 с.
- 391 Яковець І. О. Комунікаційний протір сучасного музею як одна з основних категорій музейної комунікації. Вісник ХДАДМ. – 2014. – № 4/5. – С. 129–133.
- 392 Трошина Т. М. Интерактивный музей в современном медиа пространстве / Т. М. Трошина // Медиа культура новой России : материалы междунар. науч. конф. – Екатеринбург–Москва, 2007. – Том 2. – С. 306–318.
- 393 Ухвала про затвердження програми розвитку туристичної галузі м. Львля від 04.02.2016. [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <http://www8.city-adm.lviv.ua/>
- 394 Гнатюк М. Р. Закон України “Про туризм”: Постатейний коментар. – К.: Видавничий дім “Ін Юре”, 2006. – 197 с.
- 395 Смирний Д. Дизайн музейної експозиції // Мистецтвознавство України. - – 2009. - №10. – С. 186-193.

**ДОДАТКИ**

Додаток А. Гасла Світової туристичної організації до Дня туризму у 1980-2020 рр.	435
Додаток Б. Інформаційна база аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку туристичної сфери України	436
Додаток В. Інформація про опублікування та апробацію результатів дисертаційного дослідження	446

## Гасла Світової туристичної організації до Дня туризму у 1980-2020 рр.

Роки	Гасло
1980	Внесок туризму в збереження культурної спадщини, у зміцнення миру і взаєморозуміння
1981	Туризм та якість життя
1982	Гордість у подорожах: добрі гості та добрі господарі
1983	Подорожі та відпустка - це право, а також відповідальність для всіх
1984	Туризм для міжнародного порозуміння, миру та співпраці
1985	Молодіжний туризм: культурно-історична спадщина заради миру та дружби
1986	Туризм: сила життєдіяльності світового миру
1987	Туризм для розвитку
1988	Туризм: освіта для всіх
1989	Вільне пересування туристів створює єдиний світ
1990	Туризм: нерозпізнана галузь, послуга, яку потрібно випустити (Гаазька декларація про туризм)
1991	Комунікації, інформація та освіта: силові лінії туризму розвитку
1992	Туризм, фактор зростання соціальної та економічної солідарності та розвитку, зустріч між народами
1993	Розвиток туризму та охорона навколишнього середовища: до довготривалої гармонія
1994	Якісний персонал, якісний туризм
1995	СОТ: двадцять років обслуговує світовий туризм
1996	Туризм - фактор толерантності і миру
1997	Туризм: провідна діяльність двадцять першого століття для створення робочих місць і охорона навколишнього середовища
1998	Державно-приватне партнерство: ключ до розвитку туризму і просування
1999 р.	Туризм: збереження світової спадщини для нового тисячоліття
2000 р	Технології і природа: два актуальних аспекти розвитку туризму на світанку XXI століття
2001	Туризм - інструмент миру і діалогу між цивілізаціями
2002	Екотуризм - ключ до стійкого розвитку
2003	"Туризм: рушійна сила подолання бідності, створення робочих місць та соціальної гармонії".
2004	Спорт і туризм
2005	Подорожі та транспорт: від уявлень Жуля Верна до реальності 21 століття.
2006	Туризм збагачує
2007	Туризм відкриває двері для жінок
2008	Туризм: відповідь на виклик зміни клімату.
2009	Туризм - святкування різноманітності
2010	Туризм та біорізноманіття
2011	Туризм об'єднує культури
2012	Туризм та стійка енергетика
2013	Туризм та вода
2014	Туризм та розвиток громад
2015	1 мільярд туристів 1 мільярд можливостей
2016	Сприяння світовій доступності
2017	Стійкий туризм
2018	Туризм та цифрова трансформація
2019	Туризм і робочі місця: краще майбутнє для всіх
2020	Туризм та розвиток сільських територій

**Перелік музеїв та заповідників, що перебувають у підпорядкуванні Міністерства культури України**

Назва	Регіон	Адреса	Інтернет-ресурси
Національний заповідник "Хортиця"	Запорізька	69017, м. Запоріжжя, вул. Старого Редуту, 9	<a href="http://ostriv.org">http://ostriv.org</a> ; <a href="https://www.facebook.com/n.z.hortica">facebook.com/n.z.hortica</a>
Національний історико-археологічний заповідник "Кам'яна Могила"	Запорізька	72350, Запорізька обл., Мелітопольський р-н, с-ще Мирне	<a href="http://www.stonegrave.org">www.stonegrave.org</a>
Національний заповідник "Давній Галич"	Івано-Франківська	77100, Івано-Франківська обл., м. Галич, вул. І. Франка, 1	<a href="http://www.davniyhalych.com.ua">www.davniyhalych.com.ua</a>
Національний історико-етнографічний заповідник "Переяслав"	Київська	08400, Київська обл., м. Переяслав-Хмельницький, вул. Шевченка, 8	<a href="http://www.niez-pereyaslav.com.ua/">http://www.niez-pereyaslav.com.ua/</a>
Музей-садиба Степана Бандери	Львівська	82482, Львівська обл., Стрийський р-н, с. Воля Задеревацька	відсутні
Львівська національна галерея мистецтв імені Б. Г. Возницького	Львівська	79000, м. Львів, вул. Стефаника, 3	<a href="http://lvivgallery.org.ua">http://lvivgallery.org.ua</a>
Національний музей у Львові імені Андрея Шептицького	Львівська	79008, м. Львів, пр. Свободи, 20	<a href="http://nm.lviv.ua/">http://nm.lviv.ua/</a> ; <a href="https://www.facebook.com/pages/Національний-музей-у-Львові-імені-Андрея-Шептицького/178832165578">www.facebook.com/pages/Національний-музей-у-Львові-імені-Андрея-Шептицького/178832165578</a>
Художній музей Михайла Біласа	Львівська	82200, Львівська обл., м. Трускавець, Майдан Кобзаря, 3	<a href="http://guide.karpaty.ua/uk/places/muzej-bilasa">http://guide.karpaty.ua/uk/places/muzej-bilasa</a>
Державний історико-архітектурний заповідник у м. Жовкві	Львівська	Львівська обл., м. Жовква, вул. Львівська, 7-а	<a href="http://diaz.myzhovkva.com/">http://diaz.myzhovkva.com/</a> <a href="https://www.facebook.com/pages/Державний-історико-архітектурний-заповідник-у-м-Жовкві/699391163408530?fref=nf">www.facebook.com/pages/Державний-історико-архітектурний-заповідник-у-м-Жовкві/699391163408530?fref=nf</a>
Історико-краєзнавчий музей м. Борислава	Львівська	82300, Львівська обл., м. Борислав, вул. Т.Шевченка, 75	відсутні

Музей Олександра Мишуги	Львівська	80217, Львівська обл., Радехівський р-н, с. Новий Витків, НД "Просвіта"	відсутні
Музей історії села Завадів	Львівська	відсутні	
Музей академіка Ф. Колесси	Львівська	82428, Львівська обл., Стрийський р-н, с. Ходовичі, НД "Просвіта"	відсутні
Музей народного хору "Дударик"	Львівська	відсутні	
Народний музей визвольної боротьби ОУН-УПА	Львівська	82420, Львівська обл., Стрийський р-н, с. Кавсько, НД "Просвіта"	відсутні
Національний музей-меморіал жертв окупаційних режимів "Тюрма на Лонцького"	Львівська	79000, м. Львів, вул. С. Бандери, 1	<a href="http://www.lonckoho.lviv.ua">www.lonckoho.lviv.ua</a> <a href="http://www.facebook.com/lonckogo">www.facebook.com/lonckogo</a>
Державний історико-культурний заповідник у м. Белзі	Львівська	80062, Львівська обл., Сокальський р-н, м. Белз, вул. Савенка, 1	<a href="http://belz.com.ua">belz.com.ua</a> <a href="http://www.facebook.com/www.belz.com.ua?fref=nf">www.facebook.com/www.belz.com.ua?fref=nf</a>
Народний музей Тараса Шевченка Львівського палацу мистецтв	Львівська	79000, м. Львів, вул. Коперника, 17, Львівський палац мистецтв	<a href="http://www.kobzar.lviv.ua">www.kobzar.lviv.ua</a> <a href="http://www.facebook.com/kobzarmuseum">www.facebook.com/kobzarmuseum</a>
Львівська філія Національного науково-дослідного реставраційного центру	Львівська	79008, м. Львів, вул. Лесі Українки, 10	<a href="http://restorer.kiev.ua/?page_id=254">http://restorer.kiev.ua/?page_id=254</a>
Національний музей історії України	м. Київ	01001, м. Київ, вул. Володимирська, 2	<a href="http://www.nmiu.com.ua/">http://www.nmiu.com.ua/</a>
Національний музей історії України у Другій світовій війні. Меморіальний комплекс	м. Київ	01015, м. Київ, вул. Лаврська, 24	<a href="http://www.warmuseum.kiev.ua/">http://www.warmuseum.kiev.ua/;</a> <a href="https://www.facebook.com/warmuseum.kiev.ua">https://www.facebook.com/warmuseum.kiev.ua</a>

Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник	м. Київ	01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корпус 8	<a href="http://www.kplavra.kiev.ua/">http://www.kplavra.kiev.ua/</a>
Національний художній музей України	м. Київ	01001, м. Київ, вул. М. Грушевського, 6	<a href="http://namu.kiev.ua/">http://namu.kiev.ua/</a>
Національний музей літератури України	м. Київ	01030, м. Київ, вул. Б. Хмельницького, 11	<a href="http://museumlit.org.ua/">http://museumlit.org.ua/</a>
Національний заповідник "Софія Київська"	м. Київ	01034, м. Київ, вул. Володимирська, 24	<a href="http://n.sophiakievska.org/">http://n.sophiakievska.org/</a>
Національний музей Тараса Шевченка	м. Київ	01004, м. Київ, бульв. Тараса Шевченка, 12	<a href="http://www.museumshevchenko.org.ua">www.museumshevchenko.org.ua</a>
Літературно-меморіальний будинок-музей Тараса Шевченка (Національний музей Тараса Шевченка, філія)	м. Київ	01001, м. Київ, пров. Шевченка, 8-а	<a href="http://www.museumshevchenko.org.ua">www.museumshevchenko.org.ua</a>
Меморіальний будинок-музей Тараса Шевченка (Національний музей Тараса Шевченка, відокремлений відділ)	м. Київ	04074, м. Київ, вул. Вишгородська, 5	<a href="http://www.museumshevchenko.org.ua">www.museumshevchenko.org.ua</a>
Національний музей народної архітектури та побуту України	м. Київ	01010, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп. 19	<a href="http://www.pyrohiv.com.ua/">http://www.pyrohiv.com.ua/</a>
Національний науково-дослідний реставраційний центр	м. Київ	<a href="http://restorer.kiev.ua">http://restorer.kiev.ua</a>	
Національний музей "Меморіал жертв голодомору"	м. Київ	01601, м. Київ, вул. Лаврська, 3	<a href="http://memorialholodomor.org.ua">http://memorialholodomor.org.ua</a>
Дирекція художніх виставок України	м. Київ	0322, м. Київ, вул. Васильківська, 32	<a href="http://dhvu.at.ua">http://dhvu.at.ua</a>
Музей історії Десятинної церкви	м. Київ	01001, м. Київ, вул. Володимирська, 2	<a href="http://mdch.kiev.ua">http://mdch.kiev.ua</a>

Національний історико-меморіальний заповідник "Биківнянські могили"	м. Київ	01021, м. Київ, вул. Липська, 16	<a href="http://ua.bykivnya.org">http://ua.bykivnya.org</a>
Одеська філія Національного науково-дослідного реставраційного центру України	Одеська	65007, м.Одеса, пров. Вознесенський, б. 7	<a href="http://restorer.kiev.ua/?page_id=258">http://restorer.kiev.ua/?page_id=258</a>
Національний музей-заповідник українського гончарства	Полтавська	38164, Полтавська обл., Зіньківський р-н, смт Опішня, вул. Партизанська, 102	<a href="http://opishne-museum.gov.ua/">http://opishne-museum.gov.ua/</a>
Національний історико-меморіальний заповідник "Поле Берестецької битви"	Рівненська	35511, Рівненська обл., Радивилівський р-н, с. Пляшева, вул. Козацької Слави, 26	<a href="http://plyasheva.com.ua/muzey-pole-berestetskoi-bytvy.htm">http://plyasheva.com.ua/muzey-pole-berestetskoi-bytvy.htm</a>
Національний заповідник "Глухів"	Сумська	41400, Сумська обл., м. Глухів, вул. Шевченка, 30	<a href="http://nz-hlukhiv.com.ua">nz-hlukhiv.com.ua</a>
Національний заповідник "Замки Тернопілля"	Тернопільська	Тернопільська обл., м. Збараж, вул. Б. Хмельницького, 6	<a href="http://nzzt.com.ua/news.php">http://nzzt.com.ua/news.php</a>
Державний історико-архітектурний заповідник у м. Бережани	Тернопільська	47501, Тернопільська обл., м. Бережани, вул. Вірменська, 4	<a href="http://www.diaz.org.ua/">http://www.diaz.org.ua/</a>
Національний меморіальний комплекс "Висота маршала І. С. Конєва"	Харківська	62370, Харківська обл., Дергачівський р-н, смт Солоницівка	<a href="http://www.mvk.kharkov.ua/page-news.html?locale=ua">http://www.mvk.kharkov.ua/page-news.html?locale=ua</a>
Харківська філія Національного науково-дослідного реставраційного центру України	Харківська	61057, м. Харків, вул. Чернишевського, 14	<a href="http://restorer.kiev.ua/?page_id=256">http://restorer.kiev.ua/?page_id=256</a>
Національний історико-	Черкаська	20901, Черкаська обл., м.	<a href="http://chigirinzapovidnyk.org.ua/">http://chigirinzapovidnyk.org.ua/</a>

культурний заповідник "Чигирин"		Чигирин, вул. М. Грушевського, 26	
Шевченківський національний заповідник	Черкаська	19000, Черкаська обл., м. Канів, Тарасова гора	<a href="http://shevchenko-museum.com.ua/">http://shevchenko-museum.com.ua/</a>
Національний заповідник "Батьківщина Тараса Шевченка"	Черкаська	20214, Черкаська обл., Звенигородський р-н, с. Шевченкове, вул. Бондарівська, 33	<a href="http://batjkivshhyna-tarasa.com.ua">batjkivshhyna-tarasa.com.ua</a>
Державний архітектурно-історичний заповідник "Стара Умань"	Черкаська	Черкаська обл., м. Умань, вул. Небесної Сотні, 31	<a href="https://vk.com/club46676212">https://vk.com/club46676212</a>
Державний історико-архітектурний заповідник "Хотинська фортеця"	Чернівецька	60000, Чернівецька обл., Хотин, вул. Незалежності, 32	<a href="http://khotynska-fortecya.cv.ua/">http://khotynska-fortecya.cv.ua/</a>
Національний архітектурно-історичний заповідник "Чернігів Стародавній"	Чернігівська	14000, м. Чернігів, вул. Преображенська, 1	<a href="http://naiz1.pp.net.ua">http://naiz1.pp.net.ua</a>
Національний історико-культурний заповідник "Качанівка"	Чернігівська	Чернігівська обл., Ічнянський р-н, с. Качанівка, вул. Глінки, 1	<a href="http://kachanovka.in.ua">kachanovka.in.ua</a>
Національний історико-культурний заповідник "Гетьманська столиця"	Чернігівська	16512, Чернігівська обл., Бахмацький р-н, м. Батурин, вул. Гетьманська, 74	<a href="http://baturin-capital.gov.ua">http://baturin-capital.gov.ua</a> ; <a href="http://www.facebook.com/getmanskastolitsya.zapovidnyk?ref=tn_tnmn">http://www.facebook.com/getmanskastolitsya.zapovidnyk?ref=tn_tnmn</a>



Таблиця Б.2

**Кількість фактично проведених ліжко-днів у колективних засобах розміщування у 2017 році за типами засобів та регіонами**

Регіони	Усього у колективних засобах розміщування	У тому числі								
		у готелях та аналогічних засобах розміщування	з них у							туристських базах, гірських притулках, студентських літніх таборах, інших місцях для тимчасового розміщування
			готелях	мотелях	хостелах	кемпінгах	агро-готелях	гуртожитках для приїжджих		
<b>Україна</b>	<b>23 130 834</b>	<b>7 708 079</b>	<b>6 502 597</b>	<b>46 259</b>	<b>13 071</b>	<b>5 400</b>	<b>-</b>	<b>650 886</b>	<b>489 866</b>	
Вінницька	966 943	97 085	84 403	-	-	-	-	10 544	2 138	
Волинська	403 477	141 253	102 650	1 453	-	-	-	27 610	9 540	
Дніпропетровська	1 439 784	393 064	312 565	2 560	-	-	-	71 725	6 214	
Донецька	861 296	103 698	64 558	-	-	-	-	34 910	4 230	
Житомирська	296 603	73 290	71 085	-	-	-	-	1 648	557	
Закарпатська	1 188 823	229 706	184 866	-	-	-	-	2 298	42 542	
Запорізька	1 737 896	325 026	117 133	-	-	-	-	131 868	76 025	
Івано-Франківська	965 587	475 086	454 239	1 992	-	-	-	3 547	15 308	
Київська	944 432	339 433	301 256	1 415	-	-	-	11 504	25 258	
Кіровоградська	178 778	76 742	73 677	320	-	-	-	2 745	-	
Луганська	118 221	59 614	36 625	-	-	-	-	22 989	-	
Львівська	3 114 370	1 386 081	1 258 002	13 220	-	-	-	17 144	97 715	

Миколаївська	740 641	98 884	92 733	-	-	-	-	508	5 643
Одеська	2 791 005	484 064	450 387	-	-	-	-	408	33 269
Полтавська	1 098 753	294 252	207 603	13 252	-	-	-	8 507	64 890
Рівненська	292 507	101 248	101 248	-	-	-	-	-	-
Сумська	193 326	56 396	54 987	-	-	-	-	1 259	150
Тернопільська	206 889	84 624	73 225	-	-	-	-	1 607	9 792
Харківська	912 454	365 687	311 479	8 452	-	-	-	35 363	10 393
Херсонська	1 090 824	75 203	27 356	-	-	4 672	-	25 384	17 791
Хмельницька	390 917	190 501	132 073	3 000	-	-	-	44 771	10 657
Черкаська	415 681	138 420	136 597	595	500	728	-	-	-
Чернівецька	190 622	118 460	101 199	-	-	-	-	-	17 261
Чернігівська	167 755	75 764	58 431	-	-	-	-	16 698	635
м.Київ	2 423 250	1 924 498	1 694 220	-	12 571	-	-	177 849	39 858

Продовження таблиці Б.2

Регіони	У тому числі										
	у спеціалізованих засобах розміщення	з них у									
		санаторіях	дитячих санаторіях	пансіонатах з лікуванням	дитячих закладах оздоровлення цілорічної дії, дитячих центрах	санаторіях-профілакторіях	бальнеологічних лікарнях	будинках відпочинку	пансіонатах відпочинку	базах відпочинку, інших закладах відпочинку (крім турбаз)	оздоровчих закладах 1-2 денного перебування
<b>Україна</b>	<b>15 422 755</b>	<b>7 030 238</b>	<b>3 175 752</b>	<b>178 280</b>	<b>576 038</b>	<b>849 688</b>	<b>50 973</b>	<b>68 022</b>	<b>502 781</b>	<b>2 983 783</b>	<b>7 200</b>
Вінницька	869 858	758 233	101 436	-	-	9 126	-	-	-	1 063	-

Волинська	262 224	151 237	48 645	-	-	-	-	-	13 124	49 218	-
Дніпропетровська	1 046 720	169 738	216 156	-	58 821	258 331	-	-	27 527	316 147	-
Донецька	757 598	177 616	161 322	-	101 525	35 478	-	-	27 521	254 136	-
Житомирська	223 313	134 043	53 653	-	14 133	21 484	-	-	-	-	-
Закарпатська	959 117	777 643	98 867	13 260	58 846	-	-	367	3 578	5 997	559
Запорізька	1 412 870	341 785	211 373	56 127	-	164 186	-	8 733	28 264	602 402	-
Івано-Франківська	490 501	203 159	139 422	61 740	-	13 020	-	-	12 406	60 754	-
Київська	604 999	86 379	256 722	-	32 495	37 973	-	7 992	-	183 438	-
Кіровоградська	102 036	11 745	37 120	-	-	-	32 312	-	-	20 859	-
Луганська	58 607	32 828	13 663	-	-	12 116	-	-	-	-	-
Львівська	1 728 289	1 505 329	179 980	10 398	-	-	-	-	14 282	18 300	-
Миколаївська	641 757	51 219	109 231	-	-	66 443	-	-	74 640	340 224	-
Одеська	2 306 941	975 158	604 836	-	239 334	95 200	-	3 826	31 924	356 663	-
Полтавська	804 501	696 777	59 540	-	-	37 264	-	-	-	7 424	3 496
Рівненська	191 259	94 756	49 070	-	28 907	-	-	-	-	18 526	-
Сумська	136 930	11 460	61 792	-	23 681	19 644	-	-	-	20 353	-
Тернопільська	122 265	67 762	51 291	-	-	-	-	-	-	3 212	-
Харківська	546 767	306 856	111 614	-	-	40 760	-	-	-	87 537	-
Херсонська	1 015 621	10 337	150 270	36 755	100	-	-	47 104	269 515	498 395	3 145
Хмельницька	200 416	86 380	83 719	-	-	12 546	-	-	-	17 771	-
Черкаська	277 261	55 190	149 162	-	-	-	-	-	-	72 909	-
Чернівецька	72 162	24 608	43 015	-	-	-	-	-	-	4 539	-
Чернігівська	91 991	10 572	65 858	-	-	-	-	-	-	15 561	-
м.Київ	498 752	289 428	117 995	-	18 196	26 117	18 661	-	-	28 355	-

Таблиця Б.3

## Кількість суб'єктів туристичної діяльності в регіонах України у 2011-2018 рр.

Регіони	2011	2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	Од.	Од.	у % до попер. року	Од.	у % до попер. року	Од.	у % до попер. року	Од.	у % до попер. року	Од.	у % до попер. року	Од.	у % до попер. року	Од.	у % до попер. року
АР Крим	636	636	100	640	101	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вінницька	79	87	110	76	87	69	91	63	91	68	108	69	101	87	126
Волинська	76	83	109	85	102	80	94	68	85	69	101	66	96	74	112
Дніпропетровська	397	404	102	487	121	324	67	294	91	322	110	325	101	416	128
Донецька	408	310	76	355	115	84	24	23	27	33	143	42	127	93	221
Житомирська	64	66	103	58	88	44	76	47	107	56	119	47	84	63	134
Закарпатська	149	130	87	82	63	74	90	67	91	65	97	63	97	91	144
Запорізька	166	160	96	250	156	231	92	140	61	161	115	160	99	188	118
Івано-Франківська	116	109	94	112	103	99	88	83	84	107	129	105	98	128	122
Київська	63	69	110	134	194	104	78	90	87	119	132	116	97	217	187
Кіровоградська	50	64	128	70	109	56	80	46	82	47	102	43	91	54	126
Луганська	94	87	93	225	259	15	7	11	73	19	173	17	89	29	171
Львівська	230	279	121	272	97	235	86	221	94	272	123	282	104	342	121
Миколаївська	86	72	84	75	104	65	87	60	92	69	115	63	91	87	138
Одеська	261	289	111	302	104	249	82	245	98	268	109	264	99	270	102
Полтавська	116	127	109	130	102	110	85	91	83	88	97	93	106	155	167
Рівненська	50	65	130	78	120	69	88	59	86	66	112	60	91	93	155
Сумська	74	53	72	59	111	51	86	53	104	57	108	58	102	79	136
Тернопільська	72	64	89	70	109	49	70	43	88	53	123	45	85	63	140
Харківська	296	370	125	358	97	309	86	264	85	255	97	263	103	266	101
Херсонська	82	79	96	69	87	70	101	53	76	72	136	67	93	80	119
Хмельницька	76	99	130	100	101	84	84	78	93	89	114	90	101	89	99
Черкаська	98	108	110	99	92	82	83	75	91	86	115	92	107	101	110
Чернівецька	119	141	118	121	86	68	56	65	96	66	102	65	98	77	118
Чернігівська	50	59	118	59	100	57	97	55	96	51	93	51	100	58	114
м. Київ	885	1336	151	1345	101	1207	90	888	74	948	107	923	97	1093	118
Всього	4793	5346	112	5711	107	3885	68	3182	82	3506	110	3469	99	4293	124

Таблиця Б.4

## Кількість осіб обслужених суб'єктами туристичної діяльності в регіонах України у 2011-2018 рр.

Регіони	2011	2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	тис. осіб	тис. осіб	у % до попер. року	тис. осіб	у % до попер. року	тис. осіб	у % до попер. року	тис. осіб	у % до попер. року	тис. осіб	у % до попер. року	тис. осіб	у % до попер. року	тис. осіб	у % до попер. року
АР Крим	359	308	86	297	97	-	-	-	-	-	-				
Вінницька	26	26	98	30	114	21	70	23	110	27	121	39	141	42	109
Волинська	15	20	135	19	98	15	75	16	107	27	170	17	64	22	128
Дніпропетровська	64	68	106	81	119	57	70	46	81	58	125	76	131	117	155
Донецька	88	91	103	114	125	15	13	3	22	11	330	9	85	28	308
Житомирська	11	13	120	10	75	6	63	6	104	9	137	10	110	18	189
Закарпатська	22	20	93	20	99	12	58	11	92	12	109	15	126	25	173
Запорізька	60	35	59	54	154	39	72	31	79	40	131	48	118	56	118
Івано-Франківська	59	110	186	78	71	64	82	66	103	80	121	73	92	56	76
Київська	13	18	145	24	133	13	54	12	88	25	216	37	148	66	180
Кіровоградська	27	21	78	15	71	8	56	8	92	9	113	8	95	12	137
Луганська	16	22	141	35	158	1	2	1	119	2	202	3	149	6	222
Львівська	129	124	96	189	152	92	49	112	122	182	162	175	96	182	104
Миколаївська	28	20	73	19	93	9	48	7	82	9	121	12	131	19	161
Одеська	76	65	86	62	95	43	70	46	106	59	129	72	122	81	113
Полтавська	27	28	104	20	72	13	64	9	73	15	154	19	130	32	168
Рівненська	9	13	142	14	101	9	66	7	74	9	136	11	124	22	197
Сумська	14	14	101	13	98	9	64	8	88	9	117	11	127	16	145
Тернопільська	14	12	87	13	109	9	67	7	74	8	113	10	127	13	137
Харківська	74	106	143	92	87	71	78	31	44	40	129	52	128	62	120
Херсонська	29	17	60	16	92	16	98	12	74	17	142	20	122	26	129
Хмельницька	31	32	104	24	75	19	78	25	134	20	78	27	135	26	96
Черкаська	11	12	108	16	130	10	61	9	88	12	137	21	179	26	126
Чернівецька	36	19	52	19	98	17	89	16	95	19	124	20	105	30	145
Чернігівська	16	16	101	9	59	8	82	7	92	12	166	16	137	22	140
м. Київ	945	1769	187	2171	123	1851	85	1502	81	1841	123	2006	109	3550	177
Всього	2200	3001	136	3454	115	2425	70	2020	83	2550	126	2806	110	4557	162

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Монографії*

1. Felenchak Yuliia, Holod Andrii. Social security of tourism as a factor for the hospitality industry development. *Innovations in science: the challenges of our time. Monograph*. 2019. Vol. 2. Pp. 57-61.

2. Феленчак Ю. Б. Соціальна доктрина туризму. Львів, 2021. 340 с.

*Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації*

3. Феленчак Ю. Б. Соціальні ризики в туристичній діяльності: підходи до аналізу та оцінювання. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2012. Вип. 29. Т. 1 С. 213-220.

4. Феленчак Ю.Б. Історичні аспекти формування ризику як категорії суспільних досліджень. *Всеукр. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. 2012. Випуск 1 (11). С. 49-53.

5. Феленчак Ю.Б. Актуальні тенденції проходження демографічних процесів у Львівській області. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Випуск 22.6. С. 382-390.

6. Феленчак Ю.Б. Трансформація ролі інституту сім'ї в контексті зростання ризику демографічних втрат. *Всеукр. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»* 2012. Випуск 4 (14). С. 286-289.

7. Феленчак Ю., Солодуха С., Чекан О. Перспективи використання храмового комплексу Святої Анни як об'єкта релігійного туризму у місті Львові. *Туризм і краєзнавство. Додаток до Гуманітарного вісника ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. 2013. Випуск 21. С. 362-366.

8. Феленчак Ю.Б., Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Випуск 25.4. С. 259-265.

9. Феленчак Ю.Б. Голод А. П. Трансформація структури ресторанного

господарства Львівської області. *Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Випуск 3. С. 80-83.

10. Феленчак Ю.Б., Голод А. П., Мороз С.Р. Підходи до аналізу санаторно-курортного господарства у структурі регіональних туристичних систем. *Міжнарод. науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. 2019. Випуск 2 (43). С. 118-124.

11. Феленчак Ю.Б. Розвиток фестивального туризму як напрям реалізації соціальної доктрини туризму України. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони»*. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. Випуск 3 (108). С. 193-197.

12. Феленчак Ю.Б., Голод А. П. Готельне господарство в структурі регіональних туристичних систем. *Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал*. 2019. № 32. С. 277-281. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32\\_2019\\_ukr/43.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/43.pdf).

13. Феленчак Ю.Б. Система національних і особистісних цінностей як основа формування соціальної доктрини туризму/ *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 4 (15). С. 216-220. – URL: [http://rev.kpu.zp.ua/journals2019/4\\_15\\_uk/37.pdf](http://rev.kpu.zp.ua/journals2019/4_15_uk/37.pdf).

14. Феленчак Ю.Б. Підходи до визначення соціального туризму в контексті формування соціальної доктрини туризму. *Інноваційна економіка*. 2019. № 3-4 (79). С. 119-125.

15. Феленчак Ю.Б. Вплив рівня доходів населення на формування соціальної доктрини туризму. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 4(72). Ч. 2. С. 149-153.

16. Феленчак Ю.Б. Формування теоретичного підґрунтя соціальної доктрини туризму у вітчизняній науці. *Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Випуск 26. Ч. 2 С. 92-95.

17. Феленчак Ю.Б., Мороз С.Р. Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортного господарства у туристичному комплексі України. *Вчені записки*

ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. Том 30 (69). №4, С. 99-104.

18. Феленчак Ю.Б. Особливості мережі закладів розміщення в Україні в контексті розвитку соціального туризму. *Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. 2019. Випуск 3 (44). С. 105-111.

19. Феленчак Ю.Б., Шевчук Л.Т. Соціалізація в сфері туризму: особливості та напрямки вдосконалення. *Наукові записки Львівського університету бізнесу і права. Серія: Економічна, юридична*. 2019. Випуск 21. С. 104-107.

20. Феленчак Ю.Б., Шевчук І.Б. Нові напрями використання інформаційно-комунікативних технологій у сфері туризму. *Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал*.—2019. №36. С. 69-74. URL: <http://www.market-infr.od.ua/ukr/36-2019>.

21. Феленчак Ю.Б., Хендріксон О.А. Особливості розвитку музейної галузі у Львівській області: передумови становлення та сучасний стан. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5-6 (80). С. 119-124.

22. Феленчак Ю.Б., Голод А.П., Перегіняк Т.І. Регіональні туристичні системи України: потенціал розвитку в кризових умовах. *Науковий вісник УЖНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Випуск 34. С. 49-55.

23. Феленчак Ю.Б., Підвальна О.Г. Соціальні аспекти інноваційного розвитку туризму в регіоні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. №2 (58). С. 152-158.

22. Феленчак Ю.Б., Голод А. П., Коркуна О.І. Інституційне середовище туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах децентралізації. *European journal of economics and management*. 2019. – Volume 5. Issue 4. Pp. 78-85.

24. Felenchak Yu. Fedoryshyna L., Nyanko V. Social doctrine of tourism: cultural and educational aspects. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. 2019. Volume 8. Issue 4S, Pp. 157-159.



*Опубліковані праці апробаційного характеру*

26. Феленчак Ю., Дмитрів І. Особливості розвитку готельного господарства Львівської області у контексті підготовки до ЄВРО-2012. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення: матеріали VII Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнародною участю (м. Львів, 11-12 травня 2010 р.)*. Львів, 2010. С. 92-97. .

27. Феленчак Ю., Солодуха С., Чекан О. Об'єкти релігійного туризму як перспективна складова туристичного потенціалу регіону. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика* : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25-26 квітня 2013 р.). Київ, 2013. С. 248-249.

28. Феленчак Ю.Б., Слюсаренко А. М. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства Львівської області. *Ефективні механізми та стратегії управління економікою: від рівня підприємств до рівня країн* : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 21-22 березня 2014 р.). Черкаси, 2014. С. 91-95.

29. Феленчак Ю.Б., Ярмолюк О.А. Передумови та сучасний стан розвитку музейної мережі Львівської області. *Стратегія реформування фінансової системи України: збірник тез наукових робіт учасників Міжнарод. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів і молодих учених. (м. Київ, 21-22 березня 2014 р.)*. Київ, 2014. Ч. 2. С. 15-18.

30. Феленчак Ю.Б., Ярмолюк О.А. Аналіз функціонування та проблем розвитку музейної мережі Львівської області. *Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку країн* : збірник тез наукових робіт учасників Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 18-19 квітня 2014 р.). Одеса, 2014 р. Ч. 2. С. 15-18.

31. Феленчак Ю.Б. Структурні особливості розвитку закладів розміщення у Карпатському регіоні. *Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону* : збірник тез наукових робіт учасників Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Чернівці, 23-24 квітня 2015 р. ). Чернівці, 2015.

Ч. 2. С. 145-147.

32. Феленчак Ю.Б., Прохира М.М. Структурні особливості закладів розміщення курорту Східниця. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : Збірник тез доповідей учасників III Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м.Миколаїв, 5 листопада 2015 р). Миколаїв, 2015. Ч. 2. С. 92-95.

33. Феленчак Ю.Б., Ярмолюк О.А. Особливості функціонування інтерактивних музейних закладів в Україні. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : Збірник тез доповідей учасників III Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 5 листопада 2015 р.). Миколаїв, 2015. Ч. 2. С. 139-142.

34 Феленчак Ю.Б., Кухтій А.О., Холявка В.З. Розвиток готельно-ресторанної індустрії як перспективний напрямок транскордонної співпраці України та Польщі. *Modern transformation of economics and management in the era of globalization* : Proceedings of International Scientific Conference (Klaipeda (Lithuania), January 29, 2016). Klaipeda, 2016. P. 63-66.

36. Феленчак Ю.Б., Прохира М. М. Історичні аспекти розвитку бальнеологічного курорту Східниця. *Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму* : зб. матер. IV Регіональної наук.-практ. конф.(м.Львів, 25 березня 2016 р.). Львів, 2016. Ч. 2. С. 164-170.

37. Феленчак Ю., Мельник М. Природно-рекреаційний потенціал Хмельницької області. *День студентської науки* : зб. тез доп. за результатами наук. конф. студентів ЛДУФК. (м. Львів, 28 квітня 2016 р.). Львів, 2016. С. 94-95.

38. Феленчак Ю., Прохира М. Особливості становлення бальнеологічного курорту «Східниця». *День студентської науки* : зб. тез доп. за результатами наук. конф. студентів ЛДУФК. (м. Львів, 28 квітня 2016 р.). Львів, 2016. С. 96-97.

39. Феленчак Ю., Демій М. Особливості розвитку ресторанного господарства Польщі. *День студентської науки* : зб. тез доп. за результатами наук. конф. студентів ЛДУФК. (м. Львів, 27 квітня 2017 р.). Львів, 2017. С. 24-

28.

40. Феленчак Ю., Ониськів А. Фестивальний туризм: поняття та особливості класифікації. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України* : матер. круглого столу та студентс. наук.-практич. конф. (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.). Одеса, 2018. С. 182-185.

41. Феленчак Ю. Б. Інформаційні технології в екскурсійній справі. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій* : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Луцьк, 5 жовтня 2018 р). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 427-429.

42. Феленчак Ю. Б., Голод А. П. Ресторанне господарство регіону: засади модернізації та просторового розвитку. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід* : матеріали XII Міжнар. наук. конф. (м. Львів, 12-14 жовтня 2018 р.). Львів, 2018. С. 81–84.

43. Феленчак Ю. Б., Кухтій А.О. Структура та особливості розвитку мережі закладів розміщення в Україні. *Development of Socio-Economic Systems in a Global Competitive Environment* : Proceedings of II International Scientific Conference (Le Mans (France), May 24, 2019). Le Mans: Baltija Publishing, 2019. P. 40-42.

44. Феленчак Ю. Б., Голод А. П. Децентралізація як фактор формування інституційного середовища туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Сучасна парадигма публічного управління* : Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, ЛНУ імені Івана Франка, 17–18 жовтня 2019 р.). Львів, 2019. С. 492-495.

## Відомості про апробацію результатів дисертації

№ п/п	Назва конференції	Місце та дата проведення	Форма участі
1.	Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення	м. Львів, 11-12 травня 2010 р.	очна
2.	Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика	м. Київ, 25-26 квітня 2013 р.	дистанційна
3.	Ефективні механізми та стратегії управління економікою: від рівня підприємств до рівня країн :	м. Черкаси, 21-22 березня 2014 р.	дистанційна
4.	Стратегія реформування фінансової системи України	м. Київ, 21-22 березня 2014 р.	дистанційна
5.	Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку країн	м. Одеса, 18-19 квітня 2014 р.	дистанційна
6.	Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону	м. Чернівці, 23-24 квітня 2015 р.	дистанційна
7.	Сучасні тенденції розвитку туризму	м. Миколаїв, 5 листопада 2015 р.	дистанційна
8.	Modern transformation of economics and management in the era of globalization : (	Klaipeda (Lithuania), January 29, 2016	дистанційна
9.	Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму	м. Львів, 25 березня 2016 р.	очна
10.	День студентської науки	м. Львів, 28 квітня 2016 р.	очна
11.	Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України	м. Одеса, 12 квітня 2018 р.	дистанційна

12.	Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій :	м. Луцьк, 5 жовтня 2018 р.	дистанційна
13.	Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід	м. Львів, 12-14 жовтня 2018 р.	очна
14.	Development of Socio-Economic Systems in a Global Competitive Environment	Le Mans (France), May 24, 2019.	дистанційна
15.	Сучасна парадигма публічного управління :	м. Львів, 17-18 жовтня 2019 р.	дистанційна