

ГЕНЕЗИС ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО ПРИКЛАДНОГО ТУРИСТИЧНОГО ЗНАННЯ: ОНТОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ ПРАКТИЧНОГО РОЗУМУ¹

Г. П. СКЛЯР, доктор економічних наук, професор
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. Мета статті полягає в осмисленні методологічних проблем пізнання процесів господарствотворення туризму. Статтю присвячено дослідженню онтологічних засад свідоми-творчої діяльності людини-туриста. **Методика дослідження.** Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою загальнонаукових методів: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення. Використано методологічні підходи теоретичної економічної науки: теорія сумісно-розділених відносин, концепція соціального партнерства, особистісна методологія людиномірної постнекласичної економічної науки. **Результати.** Досліджено проблеми генезису теоретичної туристичної науки в Україні. Окреслено проблему синтезу теоретичної та прикладної туристичної науки. Сформульовано концепти «сучасна онтологія туризму» й «механізм партнерства в туризмі». **Практична значущість результатів дослідження.** У статті обґрунтовано доцільність застосування механізму партнерства для розвитку гастрономічного туризму в регіоні, створення інформаційно-туристичних маршрутів, а також формування туристичних кластерів в об'єднаних територіальних громадах.

Ключові слова: туризм, методологія, туризмознавство, туризмологія, постнекласичне знання, онтологія, особистість, господарствотворення, партнерство, кластер.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Однією з актуальних проблем сучасного економіко-гуманітарного дискурсу є наукове забезпечення пізнання основних механізмів господарствотворення туризму як каталізатора відтворювальних економічних процесів. Тому своєчасною є тема формування методологічного інструментарію дослідження туризму як господарського феномену з погляду постнекласичної економічної науки, об'єктом якої є людиномірні комплекси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукова проблема дослідження генезису постнекласичного прикладного туристичного знання має декілька аспектів, важливим серед яких є осмислення доробку особистостей-пасіонаріїв-учених, чия творча енергія, матеріалізована й формалізована в наукових працях, складає основу джерельної бази статті. Між-

дисциплінарний характер постнекласичного знання знаходить відображення в роботах сучасних провідних учених економістів і філософів Г. В. Задороржного, О. Г. Задорожної, В. С. Стюпіна, В. М. Тарасевича та ін. Філософське та праксеологічне осмислення господарського феномену туризму містять праці В. Ф. Кифяка, О. О. Любіцевої, В. С. Пазенка, В. К. Федорченка та ін. Разом із тим відсутні дослідження туризму з погляду постнекласичної людиномірної економічної науки, що актуалізує тему статті.

Формування цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в осмисленні методологічних проблем пізнання процесів господарствотворення туризму, передбачає виявлення онтологічних засад свідомотворчої діяльності людини-туриста.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Європейський вектор розви-

1 Стаття підготовлена в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування і розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715).

тку сфери туризму в Україні передбачає ознайомлення з результатами наукових досліджень сучасних іноземних авторів. Так, німецький фахівець Х. Шпode (H. Spode) виокремлює в туристичних дослідженнях дві основні гілки. Одну можна назвати «класичною» економіко-орієнтованою прикладною наукою, яка займається майже всіма видами подорожей для задоволення потреб індустрії туризму. Виникнення цієї галузі (гілки) датується приблизно 1900 р. З іншого боку, дослідник виділяє більш молоду, соціально-культурну гілку, яка є більш «чистою» наукою, що супроводжується роботою соціологів, антропологів та істориків. По суті, це соціально-культурні дослідження, що стосуються туризму й добре підходять для звичного поняття «туризм» (туризм і рекреація). Ця галузь бере початок у післявоєнний період, коли вчені почали визнавати туризм центральним аспектом «масової культури». На думку Х. Шпode, починаючи з 1960-х рр. існує чітка різниця між цими двома гілками досліджень туризму [10, с. 45, 49–50].

До сучасних вітчизняних науковців, які досліджують, за класифікацією Х. Шпode, проблеми «чистої» туристичної науки, слід зарахувати, насамперед, колектив авторів ґрунтовної монографії «Туризмолógия: концептуальні засади теорії туризму» [6]. Один із провідних вітчизняних туризмолógів В. С. Пазенок приділяє важливе значення теоретико-методологічному осмисленню туризму, формулює необхідність розуміння глибинної його сутності. Автор вважає, що індустрія туризму чи туристська інфраструктура за всієї важливості та значущості не є визначальною і глибинною сутністю туризму. Нею є людина, яка подорожує з метою задоволення своїх потреб. Особистість туриста точно відображає визначення, яке запропонував французький філософ Г. Марсель, – «*homo viator*» (людина-мандрівник, скиталець) [6, с. 23]. Надалі В. С. Пазенок наголошує на принциповому характері визнання туриста центральним об'єктом туризмолógії. «Турист є визначальним об'єктом, а теоретично узагальнені знання про особистість туриста – предметом туризмолógії як науки. Суб'єктом туризмолógії є науковець, здатний теоретично, фахово осмислити об'єкт свого знання, тобто туризмолóg, туризмознавець. Це осмислення відбувається в контексті розуміння туризму як суспільного простору буття людини-мандрів-

ника, у якому здійснюється її самореалізація» [6, с. 24]. Разом із тим така методологічно обґрунтована характеристика об'єкта, предмета й суб'єкта туризмолógії надалі не знаходить відображення у змісті окремих розділів монографії, підготовлених іншими авторами (наприклад, розділ «Економіка туризму»), які слід зарахувати, за класифікацією Х. Шпode, до результатів досліджень «класичної» економічно орієнтованої прикладної науки.

Проблема осмислення феномену туризму безпосередньо пов'язана з розвитком не тільки другої гілки, але й загалом туристичної науки, що має бути адекватною викликам ХХІ ст., яке «повинно стати століттям духовно-інтелектуального пробудження людини і її морально-етичного сходження до висот всезагального розуму і чесноти» [1, с. 6]. На думку науковців В. П. Бабіча, Г. В. Задорожного і С. А. Заветного, першочерговим завданням провідних учених і педагогів-гуманітаріїв є ефективне використання всевітнього розуму для пробудження суспільної свідомості до розуміння необхідності формування сучасного цивілізованого, ноосферно-онтологічного світопорядку, адекватного суворим вимогам історії і довкілля [1, с. 6]. Указані автори вважають за потрібне створення всезагальної універсальної методології повномасштабного світогляду та світорозуміння. Цю творчу історичну місію дослідники покладають на «Сучасну онтологію» як нову галузь науково-прикладних соціально-гуманітарних знань щодо сутності, сенсу й цілей земного буття людини та її розумної взаємодії з навколишньою природою [1, с. 4]. Особливістю «Сучасної онтології» є поєднання протилежних ідеалістичної та діалектико-матеріалістичної систем світогляду, формування наукової концепції духовно-матеріалістичного пізнання світу. Виникнення у зв'язку з цим потреби в конструктивному вирішенні проблеми методологічного характеру щодо взаємодії, а не конфронтації духу й матерії знаходить задоволення, наприклад, у позитивному досвіді синтезу протилежних методологічних підходів «таких важливих у науково-пізнавальному й методологічному сенсі філософських, культурологічних, світоглядних парадигм сучасної епохи, як «модерн» і «постмодерн» [4, с. 34]. Автор статті А. Павко вважає, що «сучасна методологічна культура наукового аналізу і продуктивного мислення

має органічно поєднувати елементи модерністського та постмодерністського світогляду, раціональні й ірраціональні принципи пізнання, здоровий дух, оптимізм і гострий, проникливий, неупереджений розум. Саме такий підхід відкриває можливості єдності мислення і культури, дає змогу уникнути деструктивності, надмірної раціоналізації й агресивної ірраціональності» [4, с. 38–39].

Разом із тим актуальним є подальше поглиблення дослідження зазначеної теми в контексті проблемного поля «чистої» теоретичної туристичної науки («туризмознавство», «туризмологія», «туристика», «прикладне туристичне господарствознавство» тощо). Теоретичний аналіз вітчизняних наукових джерел, які мають методологічний характер і, відповідно, містять проблематику онтології туризму, його онтологічного статусу, дозволив дійти певних висновків. По-перше, низка сучасних спеціальних літературних джерел містить матеріали щодо першості науковців із м. Чернівці у формуванні власне української школи теоретичного осмислення туризму. В. С. Пазенок фіксує цей факт в одній зі своїх робіт так: «Власна школа туризмознавства і туризмології утворилася і в Україні. В 1980 році Микола Павлович Крачило (Чернівці) видав книгу «Основи туризмознавства». У ній він відмітив, що значення туризму «неможна обмежувати лише економічними вигодами». Написана більше тридцяти років тому, робота Н. Крачило передбачила деякі характерні тенденції розвитку туризму, що знайшли прояв в наш час» [7, с. 66]. У наступній публікації узагальнювального характеру автор О. А. Кручек і Т. А. Дьорова підтвердили це положення. «Свій внесок в осмислення сутності туризму зробили українські вчені. У 1980 р. в Києві вийшла праця М. Крачила «Основи туризмознавства». У ній було подано широкомасштабну характеристику туризму як активної і невимушеної форми спілкування людей, що сприяє зміцненню миру та взаєморозумінню між народами, ознайомленню з культурою інших народів, глибокому пізнанню навколишнього світу, поєднанню відпочинку та оздоровлення, пізнання і вражень. Автор зосередився на класифікації туризму, його територіальній структурі, підготовці кадрів, охороні рекреаційних ресурсів» [9, с. 44]. У ґрунтовній монографії Г. І. Михайличенко також відведено місце визнанню першості М. П. Крачила у

визначенні туризмознавства як науки. «Першим визначення туризмознавства як наукового напрямку сформував професор М. Крачило у своїх працях, присвячених основоположним принципам туризмознавства як знаннєвого ресурсу про соціально-економічне значення, основні умови та чинники розвитку туризму, його види, рекреаційне ресурсне забезпечення. Науковцем розкрито питання організації й розвитку туризму, його політичне, економічне, освітнє, виховне й оздоровче значення; визначено місце й роль туристичного господарства в суспільному виробництві, зв'язок з іншими галузями економіки. Саме з моменту виходу його книги «Основи туризмознавства» (1980 р.) науковий напрям, що вивчає якість і стан туристських ресурсів, технології їх використання, вплив туризму на природу й соціум, процеси, що відбуваються в туристській індустрії, дістав назву туризмознавство» [2, с. 236]. Таким чином, науковці академічних установ і провідних університетів підтверджують попередній висновок. По-друге, саме професор В. Павловський із Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ опублікував статтю [5], на яку, як основне джерело з дослідження онтологічних аспектів філософії туризму, посилається один із провідних учених у галузі туризмології і філософії туризму В. С. Пазенок [7, с. 104–105; 9, с. 53]. У цій статті вже репрезентований нами автор В. Павловський дає таке визначення онтології туризму: «Онтологія філософії туризму є першим, вихідним розділом, який розглядає фундаментальні природні та суспільні основи буття туризму, найбільш загальні сутності, категорії, ідеалізовані об'єкти та моделі, а також закономірності розвитку цієї сфери» [5, с. 100]. Коментуючи це визначення і зміст статті, В. С. Пазенок використовує поняття «соціальна онтологія туризму» й підсумовує, що соціальна онтологія є методологічним фундаментом формування «туристської» теоретичної свідомості, уможливує вироблення світоглядних орієнтацій цієї свідомості та відповідне спрямування діяльності суб'єктів туристської практики [9, с. 53]. Указаний автор, розглядаючи проблеми адаптації туризму до обставин «суспільства ризику» та особливості сучасного понятійного дискурсу, наводить також поняття «нова соціальна онтологія» і «нова онтологія». Він зазначає, що автори концепції «суспільства ризику»

У. Бек, Е. Гідденс, Н. Луман «спробували обґрунтувати особливості становлення «суспільного ризику» як неодмінні, об'єктивні й тому неминучі умови переходу від індивідуального до постмодерного способу буття людства (нова соціальна онтологія)» [6, с. 13]. Поняття «нова онтологія» використовує цитований В. С. Пазенком науковець В. Є. Кемеров. «Процесуальність, тимчасовість, континуальність-дискретність, подієвість та змінювальність стають стрижньовими концептами нової онтології» [6, с. 17].

Таке активне збагачення понятійного апарату теоретичної туристичної науки актуалізує визначення нами поняття «сучасна онтологія туризму». Сучасна онтологія туризму є галуззю науково-прикладних соціо-гуманітарних знань щодо сутності, сенсу й цілей земного буття людини-туриста та особливостей її розумної взаємодії з навколишньою природою. Наведене визначення майже дослівно аналогічне позиції В. П. Бабіча, Г. В. Задорожного, С. А. Заветного й містить уточнення щодо особливостей об'єкта «людина-турист» [1, с. 4]. Глибина пізнання навколишнього світу особистістю – людиною-туристом – адекватна її довершеній духовно-біосоціальній природі, яка творчо виходить за межі індивідуума – людини фізичної. Творчість рефлектує духовну компоненту особистості. Розкриття творчої іпостасі в постійно мінливому синергетично спрямованому розвитку цілісної особистості в безмежному ціннісно-смысловому універсумі буття відбувається в цілісному процесі господарствотворення людини. Тому актуальною в теоретичному та прикладному аспектах є методологічна проблема синтезу двох гілок туристичної науки. Праксеологічне осмислення векторів розвитку «класичної» економіко-орієнтованої прикладної туристичної науки дозволяє стверджувати, що найбільш розповсюдженою в дослідженнях є модель людини економічної, а бізнес-модель туризму й рекреації цілеорієнтована на отримання прибутку. Розповсюдженим є погляд, що туризм і рекреація здебільшого пов'язані з формуванням змістовної компоненти та наповненням вільного часу людини, її дозвіллям. Дійсно, у туризмі людина компенсує не тільки фізичні навантаження, а, скоріше, професійне вигорання, морально-емоційний дискомфорт на роботі та в родині. Компенсаторний потен-

ціал особистості реалізується завдяки поверненню до іманентно властивих кожній віковій категорії форм прояву духовної, фізичної і соціальної активності. Туристи залюбки, як показує практика, сприймають можливість бути власне людьми, а не роботизованими, обмеженими існуючими на виробництві нормами, виконавцями певних соціально-економічних ролей на щабелях складної суспільної ієрархії. Це дозволяє турлідеру (керівнику групи туристів) організувати відносити партнерства у групі у процесі подорожі на засадах довіри й відповідальності, на взаємній повазі до особистості туриста та особистості турлідера, перевізників, працівників готельно-ресторанного бізнесу й усієї сфери туризму. Слід зазначити, що людиномірний підхід у дослідженні економічних умов і суперечностей розвитку відносин партнерства у сфері туризму в останні роки набуває поширення [3]. Механізм партнерства в туризмі визначається нами як сукупність заходів для задоволення на засадах етики духовних, соціальних і біологічних потреб особистості туристів у туристичному продукті, що виявляється у формуванні сфери господарських зв'язків на ринку туристичних послуг і товарів. У процесі дослідження нами виокремлені такі форми партнерства: глобальне, міжцивілізаційне, міждержавне, міжрегіональне, партнерство в межах єврорегіонів, соціальне, державно-приватне, публічно-приватне, внутрішньокорпоративне, партнерство туроператорів некомерційного й комерційного характеру, партнерство суб'єктів туристичної діяльності у формі створення громадських об'єднань, відповідальне внутрішньокорпоративне партнерство в туристичних мережах тощо. Прискорення процесів розвитку туризму в регіонах розширює сферу застосування державно-приватного (публічно-приватного) партнерства з метою розвитку окремих видів туризму, у тому числі гастрономічного, адекватних туристичному потенціалу дестинацій. Так, Полтавська обл. має автентичну кулінарну спадщину, що формує традиції української кухні (борщ, галушки, пундики). У районах і містах області проводяться свята полтавської галушки, борщу, сала, меду тощо. У регіоні наявна розвинута мережа транспортного сполучення, готелів та аналогічних засобів розміщення, ресторанів і готельно-ресторанних комплексів, що формують інфраструктурне

забезпечення туристичних потоків. Механізми державно-приватного (публічно-приватного) партнерства сприяють залученню приватних інвестицій і є організаційною інновацією, а також допомагають створити інноваційні об'єкти гастрономічного туризму у структурі історико-культурних, етнокультурних комплексів, садиб сільського зеленого туризму, суб'єктів підприємницької діяльності інших видів економічної діяльності (олійниць, сироварень, ковбасних цехів, пивоварень тощо). У практиці роботи органів місцевого самоврядування в м. Полтава використовується термін «державно/комунальне-приватне партнерство в галузі туризму». Завдяки реалізації вказаного формату партнерства у 2015–2017 рр. відкрито три інформаційно-туристичні маршрути з використанням QR кодів. Інвестором виступила компанія Vodafone.

Помітним є вплив туризму на перспективний розвиток об'єднаних територіальних громад, формування туристичних дестинацій завдяки використанню переваг кластеризації як важливого механізму господарствотворення сфери туризму на засадах партнерства. Так, відбувається процес створення агротуристичного кластера в об'єднаній територіальній громаді компактного Диканського району Полтавської області. У 2017 р. створена Комунальна установа «Кластер зеленого туризму територіальних громад Кременчуцького краю» об'єднаних територіальних громад Кременчуцького району Полтавської обл.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Отже, формування механізмів партнерства віддзеркалює синтетичну єдність реалізації онтологічних засад особистості у свідомо-творчому господарствотворенні туризму та становленні постнекласичного прикладного туристичного знання. Сформульовано концепти «сучасна онтологія туризму» і «механізм партнерства в туризмі». Автором обґрунтовано доцільність застосування механізму партнерства для розвитку гастрономічного туризму в регіоні, створення інформаційно-туристичних маршрутів, а також формування туристичних кластерів в об'єднаних територіальних громадах. Подальші дослідження пов'язані з адаптацією основних положень особистісної методології господарствотворення до практики наукових досліджень туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич В. П. Манифест (Всемирное научное ноосферно-онтологическое общество им. В. И. Вернадского ВННОО) / В. П. Бабич, Г. В. Задорожный, С. А. Заветный. – Харьков : Издательство «Точка», 2016. – 8 с.
2. Михайличенко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайличенко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
3. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства : монографія / [авт. кол.] ; за заг. ред. Г. П. Скляра. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 372 с.
4. Павко А. І. Методологія модерну і постмодерну: проблеми синтезу протилежних підходів / А. І. Павко // Вісник НАН України. – 2011. – № 3. – С. 34–39.
5. Павловський В. Становлення філософії туризму: онтологічний аспект / В. Павловський // Вісник КНТЕУ. – 2006. – № 5. – С. 99–106.
6. Пазенок В. С. Проблема адаптації туризму до обставин сучасного соціуму / В. С. Пазенок // Наукові записки КУТЕП. – вип. 18. – 2014. – С. 9–18.
7. Пазенок В. С. Туризмологія. Теоретический образ туризма / В. С. Пазенок. – Київ : Альтерпрес, 2012. – 277 с.
8. Скляр Г. П. Формування показників розвитку туризму в умовах модернізації економіки / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш // Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business : **collective monograph** / V. Yatsenko, S. Pasiaka and others [Ed. By Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V. M.]. – Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017. – P. 88–101.
9. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – Київ : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.
10. Spode H. Genesis and structure of tourism science: An Introduction (Генеза та структура

туризмознавства: вступ) / Н. Spode // Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра : матеріал. III Міжнародної наук.-практ. конф. (12–13 жовтня 2016 р., м. Черкаси). – Черкаси : Видавець О. М. Третяков, 2016. – С. 45–50.

REFERENCES

1. Babych, V. P., Zadorozhnyi, H. V. & Zavetnyi, S. A. (2016). *Manyfest. (Vsemyrnoe nauchnoe noosferno-ontologicheskoe obshchestvo im. V. Y. Vernadskoho VNNOO) [Manifesto. (VIN Vernadsky World Scientific Vocational Noospheric and Ontological Society)]*. Kharkov : Yzdatelstvo "Tochka" [in Russian].
2. Mykhailychenko, H. I. (2012). *Innovatsiyni rozvytok turyzmu [Innovative development of tourism]*. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t [in Ukrainian].
3. Skliar, H. P. (Ed.). (2015). *Modernizatsiia turyzmoznavstva: teoriia i praktyka partnerstva [Modernization of tourism studies: the theory and practice of partnership]*. Poltava : PUET [in Ukrainian].
4. Pavko, A. I. (2011). *Metodolohiia modernu i postmodernu: problemy syntezy protylyzhnykh pidkhodiv [Methodology of Modern and Postmodern: Problems of Synthesis of Opposing Approaches]*. *Visnyk NAN Ukrainy – Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 3, 34–39 [in Ukrainian].
5. Pavlovskiy, V. (2006). *Stanovlennia filosofii turyzmu: ontolohichni aspekt [Formation of the philosophy of tourism: an ontological aspect]*. *Visnyk KNTEU – Bulletin of KNTEU*: Collected papers, 5, 99–106 [in Ukrainian].
6. Pazenok, V. S. (2014). *Problema adaptatsii turyzmu do obstavyn suchasnoho sotsiumu [The problem of adaptation of tourism to the circumstances of modern society]*. *Naukovi zapysky KUTEP – Scientific notes of KUTEP*, Vyp. 18, 9–18 [in Ukrainian].
7. Pazenok, V. S. (2012). *Turyzmolohiia. Teoretycheskyi obraz turyzma [Tourismism. Theoretical image of tourism]*. Kyiv : Alterpres [in Ukrainian].
8. Skliar, H. P. & Drobysh, L. V. (2017). *Formuvannia pokaznykiv rozvytku turyzmu v umovakh modernizatsii ekonomiky [Formation of Indicators of Tourism Development in the Modernization of the Economy]*. (pp. 88–101). *Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business* (V. Yatsenko, S. Pasiaka; (Yatsenko V. M., Ed.). United Kingdom, Coventry: Agenda Publishing House [in Ukrainian].
9. Fedorchenko, V. K., Pazenok, V. S. & Kruchek, O. A. (et all). (2013). *Turyzmolohiia: kontseptualni zasady teorii turyzmu [Tourismology: conceptual foundations of the theory of tourism]*. Kyiv: VTs "Akademiia" [in Ukrainian].
10. Spode, H. (2016). *Genesis and structure of tourism science: Proceeding from III Mizhnarodnoi nauk.-prakt. konf. "An Introduction Turyzm i hostynnist: vchora, sohodni, zavtra" – III International Science. Practical. conf. "Tourism and hospitality: Yesterday, Today, Tomorrow" (pp. 45–50)*. Cherkasy : Vydavets O. M. Tretiakov.

Г. П. Скляр, доктор економічних наук, професор (Вище навчальне закладення Укооп-союзу «Полтавський університет економіки і торгівлі»). **Генезис постнекласического прикладного туристического знания: онтологические вызовы практического разума.**

Аннотация. Цель статьи заключается в осмыслении методологических проблем познания процессов хозяйствования в туризме. Статья посвящена исследованию онтологических основ сознательно-творческой деятельности человека-туриста. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье заданий осуществлено с помощью общенаучных методов: анализа и синтеза, систематизации и обобщения. Используются методологические подходы теоретической экономической науки: теория совместно-разделенных отношений, концепция социального партнерства, личностная методология человекомерной постнекласической экономической науки. **Результаты.** Исследованы проблемы генезиса теоретической туристической науки в Украине. Обозначена проблема синтеза теоретической и

прикладной туристической науки. Сформулированы определения «современная онтология туризма» и «механизм партнерства в туризме». **Практическая значимость результатов исследования.** В статье обоснована целесообразность использования механизма партнерства для развития гастрономического туризма в регионе, создания информационно-туристических маршрутов, а также формирования туристических кластеров в объединенных территориальных общинах.

Ключевые слова: туризм, методология, туризмоведение, туризмология, постнеклассическое знание, онтология, личность, хозяйствование, партнерство, кластер.

G. Skliar, Dc. Econ. Sci., Professor (Poltava University of Economics and Trade). Genesis of post-nonclassical applied tourist science: ontological challenges of practical mind.

Annotation. The purpose of the article is to understand the methodological problems of cognition for management processes in tourism. The article is devoted to the study of the ontological foundations for conscious-creative activity of a tourist. **Methods of research.** The solution of the task was carried out with the help of general scientific methods of analysis and synthesis, systematization and generalization. There were used methodological approaches of theoretical economics: theory of jointly-divided relations, concept of social partnership, personal methodology of the post-nonclassical economics. **Results.** There were researched the problems of genesis for theoretical tourism science in Ukraine. There was indicated the problem of synthesis for theoretical and applied tourism science. There are formulated the definitions of «modern ontology of tourism» and «mechanism of partnership in tourism». **Practical significance of the research.** The article substantiates the expediency of using the partnership mechanism for the development of gastronomic tourism in the region, information and tourist routes, as well as the formation of tourist clusters in the united territorial communities.

Keywords: tourism, methodology, tourismology, post-nonclassical science, ontology, personality, management, partnership, cluster.