

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Вищого навчального закладу
Укоопспілки “Полтавський університет
економіки і торгівлі”

08 липня 2015 року № 152-Н

Форма № П-4.04

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
“ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”**

Навчально-науковий інститут
харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Форма навчання заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри

Г.П. Скляр

„_____” _____ 2021 р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА

***На тему “Формування людиномірною економічного
туристичного знання”***

***зі спеціальності 242 “Туризм”
освітня програма “Туризм” ступеня магістра***

Виконавець роботи Скляр Георгій Павлович

(підпис, дата)

Науковий керівник д. геогр. н., проф. Шуканов Павло Васильович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДИНОМІРНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО ЗНАННЯ.....	5
1. 1. Туризм як об’єкт наукової рефлексії.....	5
1.2. Об’єкт-суб’єктні відносини економічних туризмологічних досліджень ..	17
1.3. Концептуальні засади формування людиномірного економічного туристичного знання	23
РОЗДІЛ 2. ГОСПОДАРСТВОТВОРЕННЯ ЛЮДИНИ-ТУРИСТА.....	34
2.1. Економіко-правові умови реалізації принципу “свобода – відповідальність” в туризмі	34
2.2. Економічні та економіко-географічні умови забезпечення зустрічі туриста з Іншим у топохроні туристичної дестинації.....	43
2.3. Відображення людиномірних показників у офіційній статистиці туризму	53
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДИНОМІРНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО ЗНАННЯ.....	57
3.1. Інклюзивний розвиток туризму	57
3.2. Партнерство у людиномірній туристичній системі.....	65
3.3. Культурно-освітній продукт для туризму пересічної особистості	77
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	87
ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туризм є глобальним феноменом, каталізатором відтворення економічних, соціальних і культурних відносин. Туризм базується на подорожніх практиках людини, що тимчасово покинула постійне місце проживання з некомерційною метою. Туристична діяльність пов'язана з життєзабезпеченням людини, яка подорожує.

Наукова проблема осмислення феномену людини, яка подорожує, має низку аспектів і вимагає міждисциплінарного підходу, об'єднання творчої енергії економістів, філософів, істориків, географів, культурологів, соціологів, психологів, педагогів тощо. Подібному вектору дослідження відповідає формат постнекласичної науки, репрезентованої, зокрема у працях Г. В. Задорожного, О.Г.Задорожної, В. С. Стьопіна, В. М. Тарасевича та ін. Дослідженню туристичної діяльності присвячені наукові роботи В. Ф. Кифяка, С. І. Лимана, О. О. Любіцевої, А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, В.С.Пазенка, А. Ю. Парфіненка, С. Р. Пасеки, В. К. Федорченка, Т. І. Ткаченко та ін. Водночас подальшого розроблення потребує методологічний інструментарій дослідження туризму з погляду постнекласичної економічної науки, формування людиномірного туристичного знання.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської дипломної роботи є дослідження, аналіз і розробка теоретичних положень та обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування людиномірного економічного туристичного знання.

Відповідно до поставленої мети у магістерській дипломній роботі вирішувалися такі дослідницькі завдання:

- дослідити туризм як об'єкт наукової рефлексії;
- розкрити сутність об'єкт-суб'єктних відносин економічних туризмологічних досліджень;
- сформулювати концептуальні засади формування людиномірного

економічного туристичного знання;

- виділити економіко-правові умови реалізації принципу “свобода – відповідальність” в туризмі;
- виділити й охарактеризувати економічні та економіко-географічні умови забезпечення зустрічі туриста з Іншим у топохроні туристичної дестинації;
- вивчити стан відображення людиномірних показників у статистиці туризму;
- дослідити особливості інклюзивного розвитку туризму;
- дослідити розвиток партнерства у людиномірній туристичній системі;
- виявити методичні підходи до створення культурно-освітнього продукту для туризму пересічної особистості.

Об’єктом дослідження є процеси розвитку туристичного сектору у межах господарської системи.

Предметом дослідження є людиномірні економічні туристичні знання.

Методика дослідження. Вирішення поставлених у дипломній роботі завдань здійснено за допомогою загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, критичного аналізу наукових праць, економіко-статистичного методу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти, що стосуються глобальної міжнародної туристичної політики, туристичної політики і державного регулювання туризму в Україні, документи державних органів влади; офіційні публікації ЮНВТО; матеріали статистичної звітності; довідкова і монографічна література, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, результати наукових розробок, зокрема виконаних за участю пошукача.

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел, додатків. У роботі міститься 6 таблиць, список використаних джерел складає 118 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДИНОМІРНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО ЗНАННЯ

1. 1. Туризм як об'єкт наукової рефлексії

Феномен туризму є об'єктом наукових досліджень фахівців різних спеціальностей на протязі тривалого періоду із кінця XIX століття до 2020-х років включно. Тому в цьому розділі магістерської роботи акцент зроблено на останніх наукових публікаціях вітчизняних дослідників туризму «нової хвилі» за період 2016-2020 р.р., зокрема на матеріалах методологічних міждисциплінарних інтернет-семінарів кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі.

Зазначимо, що низка наукових робіт оглядового характеру присвячена ретроспективі розвитку туристичної науки. Так, у статті «Системна класифікація туризмознавства: наукові традиції та сучасні виклики» О. Бордун і П. Романів надають розлогий опис розвитку науки про туризм, починаючи з 1883-1884 р.р. до наших днів, а також пропонують для обговорення авторську структуру туризмології [11].

І. С. Бондаренко у статті «Теоретичні аспекти туризму: еволюція підходів і наукових шкіл» подає узагальнену інформацію іноземних авторів і міжнародних інституцій щодо розвитку туристичного знання за період з 1930-х років до 2000-х років. Характер знань щодо туризму на останньому етапі описується у статті як платформа сталого туризму, платформа некомерціалізованих досліджень, етнічна платформа [10, с. 51].

О. В. Мілінчук у статті «Еволюція туризму як об'єкта наукових досліджень» аналізує заявлену проблему за період 50 років на основі вивчення

англомовних джерел, виокремлює основні етапи становлення концептуального міждисциплінарного підходу до наукового дослідження туризму [53, с. 302]. Дослідниця виділяє 3 періоди у формуванні туризму як окремого академічного напрямку досліджень. Третій період (з 2000 р. і до наших часів) «характеризується поєднанням теоретичного погляду на туризм як на соціальний феномен та практичною співпрацею з представниками туристичної індустрії» [53, с. 307], що співпадає з нашими поглядами щодо синтезу двох гілок туристичної науки [31, с. 52], формування постнекласичного економічного туристичного знання [48, с. 164]. На думку О. В. Мілінчук, як економіста-туризмologa, «туризм сьогодні є більше, ніж спосіб пізнання, - це спосіб буття шляхом розвитку в напрямку соціальної справедливості, рівності та уникнення будь-яких утисків [53, с. 305]. На третьому етапі, як зазначає дослідниця, відбулося «просування критичного вивчення туризму, використання інноваційних теоретико-методичних підходів на противагу позитивізму та більш кількісному в дослідженнях бізнес підходу». Критичний погляд на туризм було розширено до міждисциплінарного дослідження нового рівня: пост-дисциплінарного підходу. Було сформовано новий відкритий теоретичний фундамент для туризму, запропоновано концепцію туризму як світового феномену [53, с. 304].

Однією з актуальних проблем сучасного економіко-гуманітарного дискурсу в умовах модернізації економіки України є наукове забезпечення пізнання основних механізмів господарствотворення туризму. Модернізаційна парадигма розвитку туризму наділяє його функцією каталізатора відтворювальних економічних процесів у регіонах. Тому своєчасною є тема формування методологічного інструментарію дослідження туризму як господарського феномену з погляду постнекласичної економічної науки. Відповідно потрібен новий методологічний інструментарій дослідження туризму, який би враховував людину як цілісну особистість, оскільки вона є

суб'єктом господарських перетворень. З огляду цього потрібна системність у пізнанні людини, яка подорожує, чого не передбачає традиційна матеріалістична наука.

Упродовж останніх років з'явилася значна кількість публікацій, присвячених розвитку самостійних напрямів постнекласичних досліджень у різних галузях знань, зокрема у філософії, психології, соціології, природознавстві, географії тощо. Водночас знаходиться на стадії обґрунтування і дискусій постнекласична парадигма дослідження туризму. Актуальність використання постнекласичної методології при дослідженні туризму продиктована потребою подолати обмеженість класичних і некласичних підходів до методології дослідження.

Вирішенню проблем становлення постнекласичного підходу у наукових дослідженнях туризму був присвячений Методологічний міждисциплінарний інтернет-семінар «Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму» (18 квітня 2018 р., м. Полтава). Результати досліджень науковців свідчать, що туризм віддзеркалює визначальні якості особистості людини-туриста, природа якої має духовно-біо-соціальний характер. Вона розвивається з біологічного організму завдяки різним видам соціального та культурного досвіду. Отже, людина, яка подорожує, є особистістю з характерними якостями мандрівника, що пізнає навколишній світ. Саме такі думки з цього приводу висловлені більшістю вчених під час проведення семінару. Так, на погляд Г. В. Задорожного, зміна методології наукового дослідження має бути спрямована на людину як цілісну особистість, адже вона є *«..базовим свободо-відповідальним суб'єктом господарських перетворень»* [28, с. 3]. Не викликає сумнівів й теза автора про те, що по іншому слід розуміти людину – не як засіб отримання прибутку, а як людину, що має статус господарюючої особистості. Тому зараз актуальною є проблема людини подорожуючої, яка намагається розширити свій кругозір та світогляд.

На перший план виходять її духовно-культурні цінності, що наповнюють життєдіяльність цілісної особистості [28, с. 6].

Ознайомлення з науковими працями соціологів, політологів, філософів, богословів указує на те, що у певних наукових колах оцінка особистості людини-туриста є поверховою. Так, в економічних наукових працях переважно аналізується двомірна біосоціальна природа людини [80, с. 15], але науковці акцентують увагу на духовно-біо-соціальному характері особистості людини-туриста. При цьому широко обговорюються проблеми етичного руху особистості, ціннісно-орієнтованої поведінки та гармонійного розвитку людини-туриста. На думку автора [80] формування постнекласичного прикладного туристичного знання має враховувати феномен філософсько-економічної традиції, яка була започаткована відомим мандрівним українським філософом Г. С. Сковородою (1722–1794) [80, с. 21].

Постдисциплінарні знання про світ, як вважає О. В. Гладкий, можна отримати на основі досліджень у природничій та суспільній сферах, які базуються на географічних та туристичних дослідженнях світу [20, с. 27]. В умовах глобалізації суспільства нове постдисциплінарне знання про туризм має бути засноване на засадах людиновимірного підходу у наукових дослідженнях.

Важливе місце у формуванні цілісної особистості людини-туриста займають питання краєзнавчого знання. Дослідницька краєзнавча діяльність формує духовно-інтелектуальний світ особистості людини-туриста, а саме – *«...краєзнавчого світогляду, краєзнавчої свідомості, краєзнавчого знання, краєзнавчого чуття, краєзнавчого смаку* [5, с. 45]. На думку Т. П. Беценко сформувати цілісну, інтелектуально розвинену, духовно багату, національно свідому особистість людини-туриста дає можливість знання історико-культурного спадку попередніх поколінь.

Осмыслити новий культурний простір, розширити кругозір подорожуючої людини, визначити туристичну привабливість країни чи якогось регіону дає

можливість інтерпретація їх символів туристами [32, с. 85]. Як зазначає С. І. Лиман, символами в розумінні туриста є не лише окремі предмети чи пам'ятники архітектури, але й «...ціла країна, яка сприймається іноземним мандрівником як зразок досконалої політичної чи економічної системи, або як центр розвитку окремих галузей науки» [46, с. 29].

Дискусійним питанням до цього часу залишається тлумачення терміну «туризм». Нині фахівці (юристи та економісти) пропонують розглядати його вузькоспеціалізовано та концептуально. Саме тому при дослідженні туризму Н.А. Опанасюк вважає за доцільне застосувати синергетичний метод, який інтегруватиме теоретичні знання різних галузевих наук та сконцентрує їх у сфері знань про туризм [57, с. 53].

На наш погляд, цікавими є думки І. М. Звягольської щодо визначення місця медичної мікробіології в науково-практичному просторі туризму. Так, практичні та теоретичні висновки, зроблені автором, сприятимуть «...збереженню соціально-біологічних параметрів подорожуючих і рекреантів, сприятимуть узагальненню знань про закономірності взаємодії *Homo viator* і довкілля, усуненню можливого антропоекологічного напруження в реальних умовах подорожі» [31, с. 93].

Формуванню особистості людини-туриста, на думку В. І. Ляшенка, сприятиме також процес створення спільних навчально-наукових просторів в межах транскордонних регіональних інноваційних систем. Зокрема, підвищенню якості освіти та наукових досліджень у сфері туризму сприятиме створення інноваційних ліфтів [48].

Соціальне партнерство у сфері туризму та його поширення з урахуванням регіональних та національних особливостей займає важливе місце у науковому дослідженні туризму. Так, І. О. Пінчук акцентує увагу на тому, що за умов інституціональних змін в Україні дослідження партнерства в сфері туризму, як окремого соціально-економічного явища, набуває особливого значення [65, с.

128]. На її думку створення ефективної системи соціального партнерства у сфері туризму є показником зацікавленості держави й суспільства у подальшому розвитку туристичної галузі, підвищенні її конкурентоспроможності та прибутковості. [65, с. 129]. В. А. Красномоєць вважає, що партнерство – це засіб формування системи соціальної відповідальності, яка є результатом соціального партнерства [42, с. 123]. На думку Ю. Б. Миронова соціальний туризм у довгостроковій перспективі має стати визначальним чинником соціального та економічного розвитку України [51, с. 118].

Таким чином, огляд наукових праць учасників Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару дає підстави зробити певні висновки, а саме: виживання людства є найголовнішою проблемою життєдіяльності сучасної людини; постнекласична людиномірна наука формує нову особистісну методологію пізнання світу цілісною людиною; особистість є головним свободо-відповідальним творчим господарюючим суб'єктом; туризм є виявленням визначальних властивостей людської особистості; глобалізація суспільства та гуманізація життя потребує формування нового постдисциплінарного знання, що засноване на людиновимірному підході у наукових дослідженнях; створення ефективної системи соціального партнерства в сфері туризму сприятиме подальшому розвитку туристичної галузі, підвищенню її конкурентоспроможності та прибутковості.

Перехід до постнекласичних практик всього сучасного суспільства сьогодні продиктований не лише новими знаннями про людину, але й необхідністю рятувати людину від самої себе, від надмірної активності, такого ж споживання та руйнування навколишнього світу. Тільки перехід сучасної людини до гуманістичних у своїй сутності постнекласичних практик дозволить зняти небезпеку техногенної ситуації, практично вирішити релігійні, соціальні, політичні, національні та інші існуючі сьогодні суперечності, реалізуючи при

цьому всю повноту можливостей як окремої людини, так і всього суспільства.

Суперечливі умови розвитку туристичного господарства формують адекватний міждисциплінарний вектор туризмологічних досліджень, аксіологічна компонента яких пов'язана, зокрема, з розумінням сутності категорії щастя.

З огляду на складність об'єкта дослідження, специфіку авторських позицій, які можуть принципово не збігатися, необхідним є узгодження розуміння сутності туризму як форми природно-суспільного буття та життєдіяльності подорожуючої людини. Нині кожна із галузей знань (історія, філософія, географія, соціологія, психологія, антропологія, економіка, екологія, рекреологія, право тощо) вивчає туризм у своїй проблемно-предметній площині, в більшості досліджень не акцентуючи і не пов'язуючи результати з отриманням щастя у подорожі. Людина отримує задоволення від вражень під час подорожі, відчуває себе щасливою від того, що збуваються її мрії та сподівання. Особистісно здобутий туристський досвід – це досвід переживання мандрівних подій [78], досвід самореалізації людини-туриста у процесі зустрічі з Іншим.

Обговоренню результатів досліджень проблеми щастя людини, яка подорожує, з використанням постнекласичного підходу був присвячений Методологічний міждисциплінарний інтернет-семінар «Щастя у подорожах: реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвіллевих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (3 грудня 2019 р., м. Полтава).

Ознайомлення з доробком науковців свідчить про вагомий внесок у вирішення актуальної наукової проблеми – розуміння сутності туризму як науки про щастя людини у постнекласичній парадигмі [21]. Зокрема, О.В.Гладкий вважає, що туризм є тією наукою, яка об'єднує розрізнені знання про світ в єдину цілісну систему. Автором досліджена постнекласична концепція втраченої єдності в різних наукових та філософських школах,

визначена роль туристичних наук у формуванні постнекласичного вчення про єдність окремих компонентів території (дестинації). О. В. Гладкий зазначає, що туризм формується як наука, що об'єднує втрачену єдність природного і соціального в новому постдисциплінарному знанні про світ. Тому, на його думку, розвиток туристичних досліджень, заснованих на теоретико-методологічних засадах єдності та гуманізації знань, має бути покладений в основу подальших наукових розвідок в природничій і суспільній географії.

Науковий доробок М. М. Логвина і Ю. Б. Миронова [47] дає можливість ознайомитися з множинністю визначень категорії щастя. Автори зазначають, що щастя є особливим станом душі, який передбачає певне піднесення настрою, радість, душевний спокій. Проте не кожна людина упродовж життя може його знайти та відчувати у звичайних простих речах [47, с. 83]. Академічною спільнотою щастя традиційно визначається як категорія моральної свідомості, що позначає стан повного і тривалого вдоволення від життя в цілому. Якщо учні Сократа тлумачили щастя як стан, тотожний насолоді, то послідовники гедонізму розглядали насолоду як єдино істинне благо і справжню мету людського життя. Умовами досягнення щастя у сучасній етиці вважають задоволення основних матеріальних потреб, повноту і осмисленість існування людини, її спроможність реалізувати власне уявлення про життя в ситуаціях морального вибору, достатній ступінь збіжності актуального стану буття та уявлення про те, яким воно має бути, гармонію внутрішнього світу людини і її зовнішніх стосунків [106]. Хоча М. М. Логвин і Ю. Б. Миронов розглядають різні трактування категорії щастя, всі вони зводяться до розуміння щастя як стану цілковитого задоволення життям, відчуття задоволення і радості від повноти життя. Пошуком щастя та природи його походження впродовж свого життя займався мандрівний філософ Г. С. Сковорода, який вважав, що щастя – це внутрішнє джерело спокою. На його думку, щоб бути щасливим, необхідно позбавитися негативних людських

якостей (скупість, розкіш, честолюбство, духовні злидні) та більше дбати про власну душу, оскільки лише здорова душа є основою щасливого буття. Якщо людина заради багатства все життя змушена займатися не улюбленою справою, то відчувати себе щасливою вона не зможе [47, с. 84]. Г. С. Сковорода відмічав, що потрібно знайти самого себе, пізнати себе, свою духовну сутність, оскільки кінцева мета більшості людей бути не багатими, а бути щасливими і здоровими. Автори вказують на необхідність усвідомленого звернення до витоків українського менталітету, вдосконалення духовного світу людини на основі традиційних цінностей відповідно до сучасних реалій секулярної доби [47, с. 93].

Такої думки дотримується і В. О. Животенко, який досліджував щастя людини в контексті розвитку сучасного суспільства. Науковець спробував пояснити зв'язок між щастям та матеріальними благами для людини. Зокрема, автором розглянуті філософські погляди Г. С. Сковороди як одного із класиків дослідження категорії «щастя». Його філософське бачення щастя людини ґрунтується на аксіологічних та етичних принципах, а філософсько-антропологічне вчення має антиконс'юмеристське спрямування і тому поєднується із сучасними проблемами буття людини та її соціальної приналежності [26, с. 78]. Г. С. Сковорода вважав, що щастя не залежить від зовнішніх змін людського буття, воно досягається завдяки внутрішньому стану людини. Щоб бути щасливою, людина має жити в гармонії із власною внутрішньою суттю [90]. Тобто, не та людина щаслива, у житті якої немає розчарувань, зрад, страждань, а та, яка змогла прийняти ці зміни та опанувати себе [26, с. 78]. В. О. Животенко зазначає, що у суспільстві споживання людині важко відчувати себе щасливою, оскільки перше місце у її бажаннях займає матеріальний достаток. Разом з тим, прихильники економічних теорій переконані, що щастя визначається розміром накопичених благ, а основними показниками, що відображають його рівень, є ВВП та ВНП [26, с. 79]. Однак

дослідження категорії щастя спростували зв'язок між доходами і щастям, дали змогу зробити висновок, що споживання додаткових одиниць товару не може зробити людину щасливою. На погляд науковця, автора, відчуття себе щасливою кожна людина може завдяки наявності люблячої родини та друзів, цікавої роботи, філософії та релігії, здоров'я та якісної доступної медицини, екологічного середовища існування тощо. Дослідник стверджує, що дійсно щасливою почуває себе людина також завдяки туризму, який дозволяє їй відчуття себе вільною та убезпеченою, оскільки усі туристи незалежно від місця, способу та термінів відпочинку отримують задоволеність тих внутрішніх потаємних потреб, про які ніхто не дізнається [5, с. 80]. Туризм, поєднуючи майже усі існуючі сфери суспільства, уможливлює отримання щастя людиною від подорожі.

Як свідчать останні дослідження, туризм може збільшити щастя людей. Проте науковці зауважують, що вплив туризму на щастя людей здебільшого короткочасний. Туристичне щастя не пов'язане з частотою та тривалістю туризму. Передчуття подорожей та пережиті спогади можуть продовжити позитивний ефект, отриманий від подорожі [15, с. 57]. Тому не викликає сумнівів теза Г. П. Вислободської про те, що туризм і щастя нерозривно пов'язані між собою. На погляд авторки, різноманітна туристична діяльність може позитивно впливати на людей та поліпшувати їх індивідуальне щастя. Тому, з розвитком туристичної галузі, все більше уваги має приділятися визначенню впливу туризму на людину, на її щастя в подорожі.

Наявність різних видів туризму дає змогу значно розширити людині можливість отримання нових вражень та відчуттів, що робить її дійсно щасливою. Саме тому дослідження Л. П. Кушнір і Р. М. Лозинського присвячено проблематиці появи і розвитку нових видів туризму. Науковці акцентують увагу на зростаючій популярності видів туризму, орієнтованих на доволі вузькі сегменти туристів – туризм спеціального інтересу (*special interest*

tourism, SIT) [43, с. 20]. Туризм спеціального інтересу має багато підвидів, оскільки задовольняє різноманітні індивідуальні інтереси людей. Люди, вибираючи спеціалізовані тури, підтверджують фактом подорожі свою успішність, обізнаність, статус у сфері їх спеціального інтересу, вони набувають нового досвіду, який сприяє особистісному зростанню [43, с. 22].

Подорожі сприяють розвитку духовно-творчої діяльності науковців. Так, власне «відкриття Європи» Г. С. Сковорода здійснив у складі Токайської комісії Федора Вишневецького. Роки його подорожі задля отримання нових знань та відповіді на питання щодо розуміння світу, людини, її місця у цьому світі та відчуття щастя у житті, проаналізовано у науковій праці І. В. Козюри. Г. С. Сковорода, перебуваючи за кордоном, отримав знання, що його цікавили, з першоджерел, без цензури. При цьому особливе значення для Г. С. Сковороди мало засвоєння західно-європейської науки в галузі філософії та богослів'я, німецької філософської думки, протестантського богословія, що потім стало для Г. С. Сковороди основним джерелом його філософії про Бога, світ та людину [41, с. 19]. Наукові відрядження славіста І. І. Срезневського, правознавця Д. І. Каченовського та історика М. Н. Петрова, які зазнали певного впливу творчості Г. С. Сковороди, до Німеччини та Австрійської імперії, як вказує С. І. Лиман [44], мають значний інтерес для історичної, філологічної та юридичної наук. Адже ці відрядження були здійснені на етапі зародження вітчизняного наукового туризму і стали цінним джерелом для вивчення цього процесу. Дослідники вивчали не лише стан викладання у зарубіжних університетах відповідних наук, але й звичаї, менталітет, повсякденні реалії в різних країнах [44, с. 42].

Творча особистість Г. С. Сковороди в останні роки привертає все більшу увагу туризмологів. Так, автор та М. М. Логвин у своєму дослідженні акцентували увагу на сакральних аспектах туристичних практик [85, с. 45]. Науковці стверджують, що у процесі особистісно спрямованого

господарствотворення туристичної дестинації важливу роль відіграє залучення імен пасіонарних людей, які перебувають у вічності, як сакральних символів і потенційних брендів дестинацій. Особистість мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди є, на думку авторів, однією з таких особистостей-пасіонаріїв-брендів [85, с. 47]. Автори відмічають, що на сучасному етапі розвитку вітчизняних туристичних дестинацій відбувається своєрідна ринкова сакралізація особистості Г. С. Сковороди (увіковічення пам'яті, що проявляється у топоніміці, назвах вулиць, парків, випуску монет, марок, листівок тощо і комерціалізація імені-бренду творчої особистості – продаж квитків в музеї, реалізація сувенірної продукції тощо). На їх думку, формуванню відносин ринкової сакралізації особистостей-пасіонаріїв-брендів як перетвореної форми туристичної ренти сприяє застосування механізму партнерства у туризмі.

Особливої актуальності у сучасному світі набуває сквородинівське осмислення людини та її екзистенції. Як зазначає М. М. Мовчан, у творчій спадщині Г. С. Сковороди проявилась характерна риса української філософії – екзистенційний дух мислення, філософська зосередженість на ролі і призначенні людини у світі. Екзистенційний вимір духовності людини у Г. С. Сковороди поєднувався з розумінням багатьох екзистенціалів, які він переживав. Страх і самотність мандрівний філософ вважав реальними, неминучими, але й не бажаними, вважаючи, що їх подолання в житті кожної людини – це суттєвий крок до вдосконалення духовності [54, с. 94].

Таким чином, проведений нами огляд основних наукових праць учасників міждисциплінарного методологічного інтернет-семінару дає можливість зробити наступні висновки: людина, яка подорожує, є об'єктом туризмологічних досліджень; щасливою людину роблять не речі, а відчуття, які вона може отримати під час подорожі; туризм і щастя нерозривно пов'язані між собою; у процесі особистісно спрямованого господарствотворення туристичної

дестинації важливу роль відіграє залучення імен пасіонарних людей, які перебувають у вічності, як сакральних символів і потенційних брендів дестинацій.

Предметом філософсько-економічних пошуків завжди були ціннісні орієнтири та шляхи до благополучного життя. У сучасному суспільстві туризм став важливою компонентою життя і нерозривно пов'язаний із щастям людини. Туризм створює можливості для спілкування з представниками різних етносів та культур, ознайомлення з культурою країни, долучення до її історії, традицій, звичаїв.

Наступний етап дослідження буде присвячено висвітленню об'єкт-суб'єктних відносин дослідження туризму.

1.2. Об'єкт-суб'єктні відносини економічних туризмологічних досліджень

Туризм надає людині шанс залишатися і залишитися людиною, відкриває вікно можливостей для збереження ціннісно-смислової ідентичності Homo sapiens, відтворення її духовно-біо-соціальної природи, особистісної самореалізації в умовах нової реальності. Вітчизняний дослідник В. Г. Скотний констатує, що «людська активність увійшла в антиномічну суперечність із тотальною залежністю від імперативів економічної і технологічної ефективності. Гостро постало питання, чи можна примирити ідентичність з ефективністю, традиційні цінності з культурою Інтернету. Відчутно виступає дефіцит людяності і духовності (підкреслено нами – Г. С.), зазнає краху і розсудковий раціоналізм, який породив крайні форми сцієнтизму в науці, і сама ідея «завоювання» природи, панування людини над оточуючим середовищем» [91, с. 7]. У цьому контексті привертає увагу науковий доробок Г. В. Задорожного і О. Г. Задорожної, які заявляють нову науку про людяність

уноміку, в якій «зароджується... нове людиномірне ... знання», формується «підхід до розуміння реальності та множинності форм її прояву в кризово-турбулентному сучасному світі» [29, с. 160].

Туризм, як вид економічної діяльності, пов'язаний з процесами та відносинами забезпечення життєдіяльності людини, яка тимчасово залишила постійне місце проживання і подорожує з некомерційною метою. У цьому контексті людина, яка подорожує, виступає суб'єктом (учасником) туристичної діяльності, процеси здійснення якої, у свою чергу, є об'єктом наукової рефлексії прикладних економічних досліджень. Статус об'єкта досліджень людина, яка подорожує, набуває у «чистій» туристичній науці, вітчизняним представником якої є туризмологія. Структура туризмології має міждисциплінарний характер, а її важливою компонентою є економіка туризму. У зв'язку з цим своєчасним, на нашу думку, є дослідження процесів формування людиномірного економічного туристичного знання.

Проблема наукової рефлексії феномену людини, яка подорожує, має декілька аспектів, важливими серед яких, зокрема, є: формулювання об'єкту і характеристика суб'єкта економічних туризмологічних досліджень, їх взаємодія; осмислення доробку суб'єктів туризмології, чия творча енергія, формалізована як духовно-культурна спадщина в наукових працях, складає основу джерельної бази теоретичного дослідження; застосування міждисциплінарного підходу, об'єднання зусиль філософів, економістів, екологів, географів, істориків, культурологів, соціологів, психологів, педагогів тощо.

До сучасних вітчизняних туризмологів слід зарахувати, насамперед, колектив авторів монографії «Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму» [100]. Один із провідних туризмологів В. С. Пазенок приділяє важливе значення теоретико-методологічному осмисленню туризму. 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. У вказаній роботі В.С. Пазенок наголошує на принциповому характері визнання туриста центральним об'єктом туризмології. Філософ-туризмолог стверджує, що «турист є визначальним об'єктом, а теоретично узагальнені знання про особистість туриста – предметом туризмології як науки» [100, с. 24].

В. С. Пазенок також визначає суб'єкта туризмології та формулює свої вимоги до нього. «Суб'єктом туризмології є науковець, здатний теоретично, фахово осмислити об'єкт свого знання, тобто туризмолог, туризмознавець. Це осмислення відбувається в контексті розуміння туризму як суспільного простору буття людини-мандрівника, в якому здійснюється її самореалізація» [100, с. 24]. На наш погляд, фаховість суб'єкта туризмологічних досліджень у значній мірі обумовлена і залежить від його здатності теоретично осмислювати власний туристичний досвід, а не тільки туристичний досвід інших людей, зокрема учасників туристичної діяльності. Сумісно-розділені відносини суб'єкта та об'єкта досліджень сприяють глибині наукової рефлексії власного «Я» людини-туриста, людини-дослідника, людини-підприємця у сфері туризму. Разом з тим, пізнання внутрішнього світу особистості туриста залежить від масштабу особистості вченого, зокрема, здатного вести діяльнісний, а не тільки споглядальний спосіб життя.

Модерна постнекласична рефлексія феномену людиномірного складного комплексу туризму, що коеволюційно розвивається, дозволяє виокремити важливу методологічну компоненту і сформулювати актуальну наукову проблему дослідження особистісно спрямованого господарствотворення туристської дестинації. Вирішенню указаної проблеми сприяє визнання єдиної трипостасної духовно-біо-соціальної природи людини-туриста об'єктом і предметом дослідження сучасної онтології туризму. Тому в нашому полі зору знаходиться творча особистість, глибина розвитку якої обумовлює спектр

міждисциплінарного дослідження, а також, на наш погляд, особистісну трансдисциплінарність дослідження туризму. Цей методологічний посил дозволяє використати кластерний підхід і поставити завдання щодо формулювання концепту кластерної міждисциплінарності дослідження людини-туриста. При цьому важливо для суб'єкта дослідження (науковця певної спеціальності) не потрапити у пастку міждисциплінарності, що виникає у процесі подвійного переходу на предметно-проблемні поля наукових дисциплін, не втратити мету дослідження.

До речі, слід зазначити, що подорожі позитивно впливають на творчість. Серед науковців, які досліджували феномен людини, виділяється особистість П. Тейяр де Шардена. У біографії вченого помітне місце займають подорожі, зокрема у складі палеонтологічної експедиції до Монголії і Китаю. Крім того, П.Тейяр де Шарден відвідав Індію, Бірму, Яву, Африку [98, с. 4, 5]. Характеризуючи особистість П. Тейяр де Шардена як науковця, дослідник його творчої біографії В. Ю. Кузнецов констатує, що «серед вчених спеціалістів, натхнених теологів і мудрих філософів вкрай рідко можна зустріти універсального мислителя або хоча б дійсно міждисциплінарного творця-дослідника... В цьому сенсі фігура Тейяра де Шардена «...унікальна: йому вдалося проявити себе одночасно в науці, філософії, релігії і синтезувати у своїй концепції цілу серію несумісних між собою, на перший погляд, уявлень» [98, с. 3]. Протоірей О. Мень доповнює характеристику П. Тейяр де Шардена наступними словами. «Все його життя проходило між двома полюсами: з одного боку, активна громадська робота, подорожі, а з іншого – світ духу, де монах-містик повстав перед Христом. Тут ми бачимо не поверховий дуалізм віри і знання, а два образа буття, два устрої» [97]. У результаті досліджень П.Тейяр де Шарден формує вчення про ноосферу, розвинуте в подальшому В.І.Вернадським, шедеврами якої є «думка, особистість, єдність індивідуальностей» [97].

Всесвітньовідомий вчений-подорожанин Т. Хейердал сформулював важливе для туризмології значення писемності у контексті збереження сукупного знання людства. «Писане слово – кращий спільник допитливості в її змаганні з часом» [107, с. 3]. Наступні слова вченого ми можемо вважати самохарактеристикою суб'єкта дослідження. «Коли я пишу книги про свої подорожі, я намагаюся передати на папері враження і події у таких словах, щоб інші змогли за декілька годин пережити те, що було пережито нами за місяці, можливо, роки» [107, с. 4]. Таким чином, сумісно-розділені відносини об'єкта і суб'єкта дослідження дозволяють краще зрозуміти проблемне поле туризмології.

Знаний економіст-туризмолог В. Г. Герасименко у статті «Теорія туризму як складова туризмології» наголошує, що туризмологію слід розглядати як «цілісну систему загальних і прикладних наук про туризм і туристичну діяльність», а теорію туризму – як складову туризмології, її теоретичну основу. При цьому науковець визначає проблематику туризмології – «досліджувати все, що відбувається у сплетінні: людина-подорож-туристична дестинація-навколишнє середовище» [18, с. 178]. У своїх публікаціях туризмологічного спрямування В. Г. Герасименко також акцентує увагу на міждисциплінарному характері дослідження туризму [18; 19].

У період 2016-2017 р.р. були опубліковані роботи історика Л. Д. Божко, географів Г. В. Балабанова і В. С. Сайчука, які провели наукометричний аналіз вітчизняних дисертацій з туризму. На думку Л. Д. Божко, дисертації в системі наукової комунікації об'єктивно відображають думку експертів щодо стану справ у науці [9, с. 11]. Захисти дисертацій із туризму відбувалися за 18 науковими напрямками, однак лідерами є економічні, педагогічні і географічні науки [9, с. 14]. Результати дослідження Г. В. Балабанова і В. С. Сайчука показують, що серед лідерів наукового пошуку в галузі туризму і рекреації – дисертації з економічних (52, 2%), географічних (13,8%) і педагогічних наук

(10,7%) [4, с. 16]. Наведені результати досліджень історика-туризмologa і географів-туризмologів можуть бути інтерпретовані нами наступним чином: абсолютна перевага частки захищених дисертацій з економічних наук у загальній кількості дисертацій з туризму і рекреації підтверджує, що туризм є видом економічної діяльності. Разом з тим відсутність у рейтингу топ-12 наукових спеціальностей за кількістю дисертацій з туризму і рекреації, захищених в Україні за 1992-2015 р.р. [4, с. 21], економічної наукової спеціальності 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» актуалізує проведення нами людиномірних економічних туризмologічних досліджень з метою формування людиномірного економічного туристичного знання.

Таким чином, нами критично оцінені процеси формування людиномірного економічного знання у останніх роботах вітчизняних туризмologів. Констатовано, що людина є визначальним об'єктом міждисциплінарних туризмologічних досліджень, у яких вагоме місце займають власне економічні дослідження. Разом з тим, як свідчить закордонний досвід, необхідним є перехід від обмеженого бізнес-орієнтованого внутрішньо-дисциплінарного економічного аналізу і міждисциплінарних досліджень до пост-дисциплінарного підходу.

На наш погляд, перспективними є дослідження у напрямі особистісно-ціннісного підходу до формування людиномірного економічного туристичного знання, синтезу теоретичної і прикладної туристичної науки. Важливим є пізнання механізмів забезпечення самореалізації пересічної особистості при зустрічі з Іншим (туризм пересічної особистості); механізмів самореалізації особистостей-пасіонаріїв-брендів у топохроні туристичної дестинації в умовах економіки культурного досвіду; механізмів ринкової сакралізації особистості як перетвореної форми туристичної ренти; механізму соціального партнерства (зокрема комунально-приватного партнерства) тощо. Цій меті відповідає, на

нашу думку, подальша реалізація науково-освітнього проекту «Туристичне господарствознавство», який здійснюється в межах виконання науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування і розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715) на кафедрі туристичного та готельного бізнесу ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Наступним буде розкрито концептуальні засади формування людиномірного економічного туристичного знання.

1.3. Концептуальні засади формування людиномірного економічного туристичного знання

Туризм є виявленням глибинних фундаментально-визначальних властивостей людської особистості, інтегровано-структурний характер якої породжує адекватні проблеми пізнання методологічного формату. Туризм, позбавляючи, на перший погляд, особистість необхідності додержання офіційної нормативності достатньо жорстко детермінованої трудової діяльності, надає можливість переходу на вищий рівень вільно сприйнятої етичної нормативності, що зобов'язує дотримуватися ціннісно-орієнтованої поведінки сучасно-відповідальної людини. Можливість бути собою не означає відмови від етичних обмежень, а навпаки, як показує практика, особливо туризму в сімейному форматі, шкільного, молодіжного туризму тощо, сприяє сходженню на рівень духовно-людських цінностей пізнання світу, взаємної підтримки, турботи, злагоди, обговорення всезагальних проблем міжособистісного спілкування, що дозволяє піднятися над важливим і необхідним, але так стомлюючим одноманітно-рутинним побутовим повсякденням, тобто в методологічному плані формулюється низка проблем етичного руху особистості на полі добра і зла, у процесі подорожі в ціннісно-смысловому

універсумі, мандрівки в соціальній реальності. Отже, дослідження означених фундаментальних проблем людського буття у форматі постнекласичної науки є своєчасним, а умов усвідомлення та досягнення блага особистістю – людиною-туристом – актуальним.

Важливою методологічною позицією є використання духовної спадщини, творчого надбання авторів, чий життєвий шлях та духовно-творча діяльність починалися та перетиналися в певному локальному просторі. До цього вибору спонукають, по-перше, визнаний науковцями локальний вектор туристичних подорожей, які пов'язані з певними дестинаціями; по-друге, наявність прикладів успішної наукової діяльності вітчизняних мислителів, які культурно-генетичним корінням пов'язані зі своєю малою батьківщиною; по-третє, існування соціокультурного феномену історичної Полтавщини, яка подарувала світу понад 1200 пасіонарних особистостей у духовно-творчій сфері науки, техніки, літератури, мистецтва, громадської діяльності, державотворення, релігії тощо. У цьому контексті актуальним для сучасної науки є повернення до методологічної спадщини вітчизняного економіста зі світовим ім'ям М. І. Туган-Барановського [1865–1919], мати якого, Анна Станіславівна (уроджена Шабельська), походить родом із поміщиків Полтавської губернії [23, с. 31]. Для нашого дослідження важливим є використання методологічного інструментарію видатного економіста, у тому числі подвійного синтезу [96, с. 62]. Дослідник творчого спадку, відомий вітчизняний сучасний економіст В. М. Тарасевич зазначає, що М. І. Туган-Барановський «послідовно дотримувався цивілізаційно-національного тренду вітчизняної науки та збагачував її з огляду на критичне та творче сприйняття економічних реалій та досягнень світової економічної думки. У його теоріях ... з одного боку, активно розвивається доробок вітчизняної економічної науки, а з іншого, здійснюється сміливий синтез її традицій та авторських інновацій, які, зі свого боку, є синергією системних авторських досліджень провідних на той час теорій» [96, с. 62]. В.М.

Тарасевич підкреслює, що «зазначений подвійний синтез був би неможливим, якби не живився зі світоглядних і філософських національних джерел, які наповнювали національні економічні пошуки багатим універсумним змістом» [96, с. 62]. На думку В. М. Тарасевича, «погляд М. Туган-Барановського спрямований не на homo oeconomicus-а неокласичного «зразка», а на людину-особистість, її багатовимірну економічну діяльність». Для М. Туган-Барановського «моральність та духовність є ендогенними економічними змінними, не зовнішнім, а внутрішнім змістом економічної діяльності» [96, с. 63].

Отже, важливою проблемою у формуванні постнекласичного прикладного туристичного знання є його синтез з урахуванням феномену філософсько-економічної традиції, який має полтавський вимір. Власне філософську традицію започатковує найбільш відомий (зокрема, для широкого загалу) мандрівний український філософ Г. С. Сковорода (1722–1794), який народився в с. Чорнухи (нині населений пункт Полтавської області). Потребує наукової рефлексії спадщина І. П. Котляревського (1769–1838) і М. В. Гоголя (1809–1852) стосовно проблем сутності господарства, подорожей тощо. У Полтавській губернії народився й отримав освіту в Полтавській семінарії найвизначніший український філософ ХІХ ст. П. Д. Юркевич (1827–1874). Дослідники вказують на вплив П. Д. Юркевича на формування світогляду знаного філософа В. С. Соловйова, який, до речі, вважав П. Д. Юркевича своїм вчителем [111, с. 3]. Сам В. С. Соловйов (1853–1900) походив по матері з української шляхетної родини Романових, а двоюрідним прадідом його по цій лінії був Г. С. Сковорода [92, с. 3].

Оригінальним внеском в економічну науку є філософія господарства С.М.Булгакова (1871–1944) – великого філософа, економіста і богослова. У київський період свого життя та творчості (1901-1906) С. М. Булгаков викладав в Політехнічному інституті й Київському університеті, а також виступив із

циклом лекцій публічного характеру, серед яких лекція «Про філософські погляди Володимира Соловйова», яка була прочитана у 1903 р. у Києві, Полтаві та Кишиневі [13, с. 571; 14, с. 6]. На основі переробленої лекції ним підготовлений та опублікований у 1903 р. нарис «Що дає сучасній свідомості філософія Володимира Соловйова?» [13, с. 571–637]. Сучасний період розвитку філософії господарства пов'язаний з іменем Ю. М. Осипова, а в Україні – В. Д. Базилевича, В. В. Ільїна та ін. Особливо слід звернути увагу на творчий доробок Г. В. Задорожного, уродженця Полтавської області (сmt. Опішне). Обґрунтована Г. В. Задорожним особистісна методологія господарствознавства дозволяє сформулювати наукову проблему генезису прикладного туристичного господарствознавства з метою поглиблення сучасного постнекласичного знання [30].

Отже, розглянуто можливість імплементації певних положень філософії господарства до розвитку туризмознавства. При цьому сприйняття ідеї прикладного туристичного господарствознавства та її реалізація у процесі господарствотворення туризму пов'язане з усвідомленням таких висновків-завдань подальших досліджень: 1) геокультурний потенціал історичної Полтавщини персоніфікується в особистісному вимірі; 2) взаємодія особистостей у процесі розвитку ідеї господарствознавства у часі має нелінійний характер; 3) погляди мислителів Полтавщини в цивілізаційно-православному релігійно-філософському форматі знаходяться під впливом західноєвропейської філософської традиції; 4) партнерство виступає основним механізмом господарствотворення туризму; 5) феномен адаптації до туризму має всезагальний характер.

Отже, туризм є виявленням глибинних фундаментально-визначальних якостей людської особистості, чия природа має духовно-біосоціальний характер. У методологічному плані формулюється низка наукових проблем етичного руху особистості на полі добра і зла, у процесі подорожі у ціннісно-

смісловому універсумі, мандрівки у соціальній реальності. Крім того, визначено методологічну позицію щодо використання духовно-творчого надбання мислителів історичної Полтавщини. Подальші дослідження пов'язано з оцінкою умов господарство творення людини-туриста.

Європейський вектор розвитку туризму в Україні передбачає ознайомлення з результатами наукових досліджень сучасних іноземних авторів. Так, німецький фахівець Х. Шподе (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. Шподе, починаючи з 1960-х рр. існує чітка різниця між цими двома гілками досліджень туризму [116, с. 45, 49–50].

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» [3, 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 всесвітнього розуму для пробудження суспільної свідомості до розуміння необхідності формування сучасного цивілізованого, ноосферно-онтологічного

світопорядку, адекватного суворим вимогам історії і довкілля [3, 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 [3, 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» [59, 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» [59, 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» [62, с. 66]. У наступній публікації узагальнювального характеру автори 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» [100, с. 44]. У ґрунтовній монографії Г. І. Михайличенко також відведене 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 і 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» [52, 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 [60], 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 [62, с. 104–105; 100, 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» [60, 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, уможлиблює вироблення світоглядних орієнтацій цієї свідомості та відповідне спрямування діяльності суб'єктів туристської практики [100, 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)» [61, 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» [60, 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» [3, 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-смисловому 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 вигоряння, морально-емоційний дискомфорт на роботі та в родині. Компенсаторний потенціал 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 [55]. 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 євро регіонів, 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.

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.

РОЗДІЛ 2. ГОСПОДАРСТВОТВОРЕННЯ ЛЮДИНИ-ТУРИСТА

2.1. Економіко-правові умови реалізації принципу “свобода – відповідальність” в туризмі

Важливі положення щодо забезпечення прав людини в туризмі містяться в Глобальному етичному кодексі туризму, що був прийнятий на Генеральній асамблеї у м. Сант’яго (Чилі) 1 жовтня 1999 р. У документі зазначено, як мету, «сприяння розвитку відповідального (підкреслено нами – Г.С.), сталого і загальнодоступного туризму в межах реалізації прав, що їх мають усі люди (підкреслено нами – Г.С.) щодо використання свого вільного часу для відпочинку і подорожей”. Також у документі висловлено впевненість щодо сумісності відповідального і сталого туризму з лібералізацією умов, що регулюють торгівлю послугами і на підставі яких діють підприємства туристичного сектору [1, с. 253].

Принципи, що становлять основний зміст цього документу, розкривають загальнолюдський зміст відповідального туризму. У зв’язку з цим, нам би хотілося звернути увагу на зміст п. 1 ст. 1 «Внесок туризму у взаєморозуміння і повагу між народами і спільнотами» Глобального етичного кодексу туризму, що дозволить усвідомити високі моральні ідеали сучасного туризму. «Розуміння і розповсюдження загальнолюдських етичних цінностей у душі припустимості і поваги до різноманіття релігійних, філософських і моральних переконань є одночасно основою і наслідком відповідального туризму; учасники туристичного процесу і самі туристи повинні приймати до уваги соціально-культурні традиції і звичаї усіх народів, включаючи національні меншини і корінні народи, і визнавати їх гідність» [1, с. 255].

Пункт 3 цієї ж статті наголошує на гостинності приймаючої сторони.

“Приймаючи спільноти, з одного боку, і місцеві учасники туристичного процесу, з іншого боку, повинні знайомитися і виявляти повагу до туристів, які їх відвідують, отримуючи уяву щодо їх способу життя, смаків і очікувань; освіта і професійна підготовка працівників сектору сприяють гостинному прийому»[1, с. 256]. На наш погляд, гостинність є цінністю туризму.

Характерним проявом сприяння самореалізації туристів є положення пункту 1 статті 2 “Туризм – фактор індивідуального та колективного вдосконалення”. У ньому наголошується, що коли туризм практикується з духовною (підкреслено нами – Г.С.) розкутістю, він стає унікальним чинником самоосвіти, терпимості та пізнання законних розбіжностей між народами і культурами та їх різноманіття” [1, с. 256-257]. На нашу думку, в тексті міститься розуміння духовності як ознаки людяності, що сприяє особистісному розвитку туристів. У пункті 4 цієї ж статті вказано на види туризму, які корисні для вдосконалення людей. “Особливо корисними формами туризму, які слід заохочувати є подорожі з релігійними, оздоровчими, освітніми цілями, а також для культурних і мовних обмінів [1, с. 257]. Безумовно, що такий підхід відповідає розумінню туристичної діяльності як привілейованого засобу індивідуального і колективного вдосконалення [1, с. 256].

Аналіз тексту Глобального етичного кодексу туризму свідчить навіть щодо першості, на наш погляд, аспектів відповідальності і обов’язків над свободою дій суб’єктів туристичної діяльності. Показовим щодо цього є зміст статей 6, 7, 8 і 9. Стаття 6 “Обов’язки учасників туристичного процесу” зобов’язує професіоналів сфери туризму надавати туристам об’єктивні відомості; піклуватися про безпеку, охорону здоров’я і гігієну харчування для осіб, що звертаються за їх послугами; сприяти культурному і духовному вдосконаленню туристів тощо. Крім того, влада держав зобов’язана сприяти репатріації туристів. Уряди і преса мають інформувати громадян щодо складних умов і загрозах при подорожах за кордон, надавати правдиву і

збалансовану інформацію [1, с. 259-260]. Стаття 7 “Право на туризм” передбачає “можливість напряду і особисто відкривати для себе і насолоджуватися пам’ятками нашої планети”. Все більш активна участь у внутрішньому та міжнародному туризмі розглядається як один з найкращих “проявів збільшення вільного часу, і такому явищу не можна чинити ніяких перепон”. І далі пункт 2 статті 7. “Всезагальне право на туризм є наслідком права на відпочинок та рекреацію, включаючи розумне обмеження робочого часу та періодично оплачувані відпустки, що гарантується у статті 24 Загальної декларації прав людини і у статті 7. d Міжнародного пакту щодо економічних, соціальних і культурних прав”. У пунктах 3 і 4 статті 7 рекомендовано розвивати при підтримці державної влади соціальний і колективний туризм, а також сімейний, молодіжний і студентський туризм, туризм осіб похилого віку та інвалідів [1, с. 261]. Таким чином, забезпечується право на туризм усіх категорій населення планети Земля.

У статті 8 “Свобода туристичних подорожей” зазначено, що “у відповідності до статті 13 Загальної декларації прав людини туристи і відвідувачі володіють, із врахуванням міжнародного права і національних законодавств, свободою пересування територією своїх країн, а також із однієї держави в іншу; вони повинні мати можливість доступу у зони транзиту та перебування, а також на туристичні та культурні об’єкти, без надмірних формальностей або дискримінації”. Крім того, туристи і відвідувачі повинні мати доступ до комунікацій; адміністративного, юридичного і медичного обслуговування; можливість звертатися до консульської влади країн свого походження; права щодо конфіденційності особистих даних тощо. Адміністративні формальності перетину кордонів повинні адаптовуватися таким чином, щоб сприяти свободі подорожей [1, с. 261-261].

Стаття 9 “Право працівників та підприємців туристичної індустрії” наголошує на захисті прав найманих та самодіяльних працівників туристичної

індустрії та суміжних галузей, особливо із сезонним характером їх діяльності, глобальним масштабом індустрії туризму; праві фізичних та юридичних осіб займатися професійною діяльністю у сфері туризму; вільному доступі підприємців та інвесторів, особливо малого та середнього бізнесу, до туристичного сектору з мінімальними юридичними та адміністративними обмеженнями. Особлива увага в статті приділена багатонаціональним компаніям туристичної індустрії, які є незамінними чинниками солідарності (підкреслено нами – Г.С.) у справі розвитку міжнародних обмінів. Компанії повинні уникати штучного нав'язування приймаючим спільнотам соціально-культурних моделей; в обмін на свободу інвестувати і торгувати, приймати участь у місцевому розвитку [1, с. 263].

Таким чином, реалізація принципу “свобода-відповідальність” сприяє партнерству і встановленню збалансованих відносин між підприємствами, “сталому розвитку туризму і справедливому розподілу вигод, що утворюються внаслідок його зростання” [1, с. 263].

Основними напрямками впровадження в життя Глобального етичного кодексу туризму, як зазначено на 65 сесії Генеральної асамблеї Організації Об'єднаних Націй у 2010 році, є включення принципів Кодексу в національні законодавчі документи або використання для розробки політичних і генеральних планів щодо забезпечення сталого і відповідального розвитку туризму; діяльність Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) щодо змін клімату; збереження біорізноманіття; скорочення убогості; гендерних питань; захисту дітей у туризмі; сприяння і відсутності дискримінації при туристичних подорожах; інвалідів; зайнятості; зокрема, по статистиці туризму [2]. Тобто, на глобальному міжнародному рівні активно вирішується питання екологічної, соціальної та економічної відповідальності в туризмі.

Законодавство України сприяє розвитку туризму як важливої сфери життєдіяльності людини. Так, стаття 12 «Види і суб'єкти діяльності у сфері

культури» Закону України «Про культуру» до основних таких видів діяльності відносить, зокрема, організацію відпочинку і дозвілля громадян.

У розділі V «Фінансування і забезпечення господарської діяльності закладів культури» Закону України «Про культуру» містяться норми, що регулюють господарську діяльність і платні послуги закладів культури. Стаття 26 «Витрати на утримання закладів культури» визначає джерела фінансування закладів культури, зокрема:

кошти державного та місцевих бюджетів;

кошти, що надходять від господарської діяльності, надання платних послуг.

Розмір плати за надання послуг встановлюється державним і комунальним закладам культури щороку у національній валюті України.

У Статті 28 «Забезпечення господарської діяльності закладів культури» зазначено, що держава сприяє:

забезпеченню закладів культури, закладів освіти сфери культури будівлями, спорудами, приміщенням, збудованими за спеціальними проектами, або іншими упорядженими приміщеннями, що відповідають потребам закладу культури;

створенню виробничої бази з випуску спеціального обладнання для закладів культури, музичних інструментів, техніки для атракціонів, допоміжних матеріалів і засобів для індивідуальної художньої творчості, а також розвитку мережі спеціалізованих виробництв.

Тим самим створюються економічні умови для розвитку інфраструктури, організації договірних відносин між суб'єктами культурної і туристичної діяльності.

Закон України «Про культуру» визначає права громадян у сфері культури (стаття 6) і захищає свободу творчості (стаття 7). Важливими для забезпечення діяльності у сфері туризму є право на доступ до культурних цінностей та культурних благ. У статті 8 Закону України «Про культуру» зазначено:

право на доступ до культурних цінностей реалізується шляхом утримання або надання закладам культури державної підтримки з державного та місцевих бюджетів для забезпечення їх функціонування та доступності їх послуг для різних категорій населення;

діти дошкільного віку, учні, студенти, пенсіонери, інваліди мають право на відвідування державних та комунальних закладів культури, закладів спеціалізованої позашкільної освіти галузі культури на пільгових умовах, передбачених законодавством.

Важливе значення для вивчення питань сутності державної політики у сфері туризму є ознайомлення з відповідними нормами Закону України «Про туризм» і Закону України «Про культуру». Зокрема, цьому присвячено розділ II «Державна політика та державне регулювання в галузі туризму» Закону України «Про туризм». У статті 6 «Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму» зазначено, що держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності [70].

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;

спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;

визначення основ безпеки туризму;

нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних

послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;

встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;

організація і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;

участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Законом України «Про культуру» визначено основні засади державної політики у сфері культури. Так, стаття 3 «Основні засади державної політики у сфері культури» містить наступні положення:

визнання культури одним з основних факторів самобутності Українського

народу – громадян України всіх національностей (далі – Український народ);

сприяння створення єдиного культурного простору України, збереженню цілісності культури;

захист і збереження культурної спадщини як основи національної культури, турбота про розвиток культури;

сприяння утвердженню гуманістичних ідей, високих моральних засад у суспільному житті;

забезпечення свободи творчості, захист прав інтелектуальної власності, авторського права і суміжних прав;

гарантування прав громадян у сфері культури; створення умов для творчого розвитку особистості, підвищення культурного рівня, естетичного виховання громадян, доступності освіти у сфері культури для дітей та юнацтва, задоволення культурних потреб Українського народу, розвитку закладів культури незалежно від форм власності, залучення до сфери культури інвестицій, коштів від надання платних послуг, благодійництва, інших не заборонених законодавством джерел;

сприяння діяльності професійних творчих спілок та громадських організацій у сфері культури, активному функціонуванню державної мови в культурному просторі України, доступу громадян до культурних благ; визначення естетичного виховання дітей та юнацтва пріоритетом розвитку культури;

забезпечення діяльності базової мережі закладів культури, закладів освіти сфери культури;

підтримка діяльності у сфері культури, пов'язаної з виготовленням і розповсюдженням електронних та друкованих засобів масової інформації, аудіо- та аудіовізуальної продукції, розробленням комп'ютерних технологій та підвищенням їх потенціалу для розміщення доступу та залучення громадськості до діяльності у сфері культури тощо;

пропагування української національної культури у всій її різноманітності за кордоном та світового культурного надбання в Україні;
підтримка вітчизняного виробника у сфері культури;
забезпечення розвитку міжнародного культурного співробітництва;
створення страхового фонду документації про культурні цінності та документів на об'єкти культурної спадщини.

Стаття 4 «Пріоритети державної політики у сфері культури» передбачає створення умов для:

Розвитку культури української нації, корінних народів та національних меншин України;

збереження, відтворення та охорони історичного середовища;
естетичного виховання громадян, передусім дітей та юнацтва;
розширення культурної інфраструктури села;
охорони, заохочення та підтримки культурного розмаїття як одного з найважливіших чинників сталого розвитку держави.

Стаття 6 Закону України «Про туризм» визначає основні цілі державного регулювання в галузі туризму:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

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;

збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка

пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

У статтях 7-12 Закону України «Про туризм» містяться норми стосовно органів, способів та інструментів державного регулювання в галузі туризму.

Важливе значення має забезпечення безпеки, захист прав, інтересів та майна туристів; боротьба з порушеннями законодавства в галузі туризму [3, с. 193-194].

Таким чином, у нормах міжнародного права та ц вітчизняному законодавстві закріплені правові умови розвитку туризму, що сприяє реалізації принципу «свобода – відповідальність» у туризмі.

У наступному розділі нами будуть розглянуті економічні та економіко-географічні умови забезпечення зустрічі туриста з Іншим в топохроні туристичної дестинації.

2.2. Економічні та економіко-географічні умови забезпечення зустрічі туриста з Іншим у топохроні туристичної дестинації

Вирішальне, у певній мірі, значення для глибини висвітлення означеної теми має формат магістерської роботи, що, з одного боку, дозволяє обмежитися аналізом певного кола спеціальних літературних джерел, та, разом з тим, залучити тексти навчальної літератури, визначитися з основними термінами, зокрема з терміном “туристична дестинація”.

Позитивним є той факт, що термін “туристична дестинація” використано у офіційному документі, а саме в Указі Президента України №329/2020 “Про заходи що підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму”.

Економічна сутність терміну “туристична дестинація” розкривається у таких, зокрема, працях вітчизняних авторів – колективній монографії “Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг); монографії

Г.І.Михайліченко “Інноваційний розвиток туризму”; колективній монографії “Регіональний туристичний продукт: проектний підхід до забезпечення конкурентоспроможності”.

Узагальнююче визначення дестинації дає Т.І. Ткаченко. На погляд дослідниці, «дестинація – це об’єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), який має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), що є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведені до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб’єктами господарювання» [102, с. 30].

Дослідниця Г.І. Михайліченко пов’язує поняття “дестинація” з процесом розвитку туристичного продукту території. “Результати наукових досліджень і практичний досвід країн з розвиненою туристичною індустрією свідчать, що туристичний продукт території (місця, курорту) відпочинку набув останнім часом широкого розвитку та трансформувався у поняття “дестинація” [52, с. 84].

Автори колективної монографії “Регіональний туристичний продукт: проектний підхід до забезпечення конкурентоспроможності” подають широкий огляд міжнародних офіційних визначень туристичної дестинації та дефініцій дестинацій у науковій літературі, а також формулюють визначення регіональної туристичної дестинації – це «територія регіону, що має адміністративні кордони, приваблива для тимчасового перебування туристів, включає ресурси категорій “атракція”, “доступність”, “комфорт”, “посередники”, є метою подорожі і доступна з погляду транспортних комунікацій» [73, с. 54].

Використання терміну “топохрон” відображає практику застосування терміну “хронотоп” при аналізі процесів регіонального розвитку. Туризм за

своєю економічною суттю пов'язаний з регіональною та міською економікою.

Нами раніше (п. п. 1.2., 1.3 роботи) наголошено на якостях суб'єкта туризмологічних досліджень, об'єкт-суб'єктних відносинах у форматі постнекласичної парадигми. Історично першою особистістю такого дослідника для нас є Г.С. Сковорода. Серед сучасних дослідників слід відмітити, на наш погляд, постать В.Ф. Кифяка з м. Чернівці. Тому подальший аналіз економічних умов забезпечення зустрічі туриста з Іншим продовжимо з використанням наукового доробку В.Ф. Кифяка.

Знаний вітчизняний практик, науковець, освітянин і педагог В.Ф. Кифяк вважає, що головними складовими розвитку туризму є туристичні ресурси та інфраструктура [36, с. 49]. При цьому туристичні ресурси, на думку дослідника, є основною метою подорожі. Важливе методологічне значення, на наш погляд, має твердження В.Ф. Кифяка щодо впливу туристичних ресурсів на найважливіші економічні показники туризму. У навчальному посібнику “Організація туризму” В.Ф. Кифяк формулює свою думку наступним чином. “...Вони (туристичні ресурси – Г.С.) зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна за послуги, географія подорожей, їхній сезонний розподіл, тривалість перебування та інше” [36, с. 49]. У контексті означеної проблеми В.Ф. Кифяк акцентує увагу на обов'язковості всеохоплюючого обліку туристичних ресурсів, зокрема, по окремих регіонах. В цілому, під туристичними ресурсами В.Ф. Кифяк розуміє сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту [36, с. 49].

Тобто, туристичні ресурси є основною метою туриста під час подорожі, обумовлюють генезис і подальший розвиток підприємницької діяльності у сфері туризму, мають головне значення для створення туристичного продукту. Знайомство з туристичними ресурсами, відвідання туристичних об'єктів

реалізує інтереси людини-туриста, задовольняє потреби людини-туриста, формує враження, культурний досвід, знання від зустрічі з Іншим. Туристичні ресурси є економічною умовою забезпечення зустрічі людини-туриста з Іншим.

З огляду на мету нашого дослідження, зосередимося на людимірних аспектах знання щодо туристичних ресурсів. Для цього ознайомимося із їх класифікацією у роботі В.Ф. Кифяка. Серед трьох груп ресурсів (рекреаційні (природні) ресурси; об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни; об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті) увагу приваблюють переважно об'єкти другої групи – музеї, пам'ятники і пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти, сучасні здобутки в культурі [36, с. 49]. В.Ф. Кифяк наводить факти, що найбільше архітектурно-історичних пам'яток, що створені людиною та охороняються державою і церквою, знаходяться у Львівській, Київській, Чернігівській областях, а найцінніші культурно-історичні ресурси – в Київській, Львівській, Тернопільській, Полтавській, Чернігівській областях, Республіці Крим [36, с. 52].

Дослідник виділяє специфічну компоненту туристичних ресурсів – однорідні (гомогенні) ресурси. До таких ресурсів В.Ф. Кифяк відносить соціальні та природні об'єкти, явища, події, пов'язані, в першу чергу, з життям, діяльністю або перебуванням в країні іноземців, що мають, зокрема, світове та європейське значення та унікальний історико-інформаційний, духовно-естетичний, інтернаціональний потенціал [36, с. 52].

Ефективному використанню туристичних ресурсів сприяє, на погляд В.Ф. Кифяка, наявність туристичної інфраструктури. До її об'єктів науковець відносить готелі, мотелі, пансіонати, санаторії, заклади харчування, транспортні засоби, заклади для розваг, атракції та ін. [36, с. 52].

Знані вітчизняні географи-туризмологи Н.М. Карпенко, М.М.Логвин, П.В. Шуканов означену нами тему починають розкривати з погляду сутності рекреаційно-туристичного потенціалу. Науковці вважають, що рекреаційно-туристичний потенціал включає «вигідне географічне розташування, особливості історичного розвитку, національно-культурне різноманіття, специфічну архітектуру, збережені природні об'єкти, унікальні поєднання урбанізованих та індустріалізованих місцевостей із заповідними територіями, наявність потенційно брендових туристичних продуктів» [34, с. 39].

Науковці акцентують увагу на географічному положенні території, від якої у значній мірі залежить її туристична привабливість. Полтавську область Н.М. Карпенко, М.М.Логвин, П.В. Шуканов відносять до категорії внутрішніх регіонів. Позитивними чинниками розташування Полтавської області, на думку дослідників, є “її сусідство із сімома областями України (найвищий показник в країні)”. Це сприяє розробці “спільних туристичних проєктів та активізації міжрегіональних туристичних комунікацій” [34, с. 39].

До чинників розвитку туристичних процесів у Полтавській області географи туризмологи відносять її “кліматичні й орграфічні умови, а також гдрографічну мережу, ліси й лісопаркові зони. При цьому вказані вчені оцінюють клімат області як “помірно комфортний, що мприяє розвитку масових видів відпочинку протягом року” [34, с. 39].

Особливості рельєфу Полтавської області створюють, на погляд науковців, “сприятливі умови для розвитку пішохідного та велосипедного туризму”. Також відмічено, що “наявність яружно-балкових утворень забезпечили появу гірськолижних комплексів”. До них відносяться база олімпійського резерву України “Корчак” та “Сорочин Яр” [34, с. 40].

Важливим чинником відпочинку місцевого населення є наявність річок та їх прибережних територій, лісових та лісопаркових екосистем. До основних природних лікувальних чинників області дослідники відносять м'який клімат,,

торф'яні грязі, джерела хлоридно-натрієвої й гідрокарбонатно-натрієвої мінеральної води, бішофіт [34, с. 40].

Автори статті звертають увагу на нерівномірність розміщення по території Полтавської області об'єктів історико-культурної спадщини національного значення, а також вказують на наявність 146 музеїв, з яких 38 комунальних, 1 національний, 1 державний 106 закладів, які працюють на громадських засадах [34, с. 40].

Таким чином, характерним для досліджень туристичних ресурсів вченими-географами є оцінка їх наявності та розміщення по території туристичної дестинації, виявлення умов придатності для розвитку окремих видів туризму та відпочинку.

У певній мірі узагальнюючими є погляди економіста Д.С. Ушакова [105]. В контексті магістерської роботи важливим є його погляд на визначення туристичних ресурсів. Науковець відносить до них “практично будь-який об'єкт, комплекс об'єктів, образ або ідею, що здатні викликати туристичний інтерес, тобто усвідомлене намагання індивіда до безпосереднього ознайомлення (подивитися, доторкнутися, відчути, спробувати тощо), заради якого останній готовий пожертвувати певною кількістю матеріальних благ (зазвичай, грошима) і власним вільним часом” [105, с. 26].

Дослідник підкреслює суспільний характер власності на туристичні ресурси та необхідність збереження соціальної справедливості у процесі перетворення туристичних ресурсів у фактор виробництва туристичного продукту. Д.С. Ушаков виділяє дві форми компенсацій з боку виробника туристичного продукту: 1) перенесення частини соціальної відповідальності за стан і збереження туристичних ресурсів на виробника; 2) прямі платежі за комерційне використання туристичних ресурсів [105, с. 28].

Платежі у другій формі науковець пов'язує з так званою туристичною рентою і підкреслює дискусійний характер цього терміну. Не поглиблюючись у

дискусію, зазначимо, що у процесі проведення туризмологічних досліджень нами виявлено феномен відносин ринкової сакралізації особистостей І.П.Котляревського та Г.С. Сковороди. Консультація з Г.В. Задорожним дозволила зробити висновок щодо розгляду відносин ринкової сакралізації особистості як перетвореної форми туристичної ренти. Ця тема потребує подальших досліджень.

Слід відмітити, що кошти, отримані у формі платежів туристичної ренти, повинні використовуватися для розвитку туристичної інфраструктури дестинації, що потребує партнерської взаємодії влади, бізнесу, інституцій громадянського суспільства. За відомостями бюджетно-фінансового управління виконавчого комітету Полтавської міської ради, наповнення до міського бюджету зі сплати туристичного збору від 47 платників за 8 місяців 2020 року становило на загальну суму коштів 638 536 грн. поповнення спецрахунків комунальних музейних установ склало 645 741 грн. за аналогічний період.

У центрі заявленої теми досліджень знаходиться творча особистість туриста, мандрівника, подорожанина. Глибина людської особистості, її межі і можливості є невичерпними. «Межі кожної особистості є надзвичайно широкими, пересікаючись з межами інших особистостей, глибоко проникаючи, проходячи крізь простір і час, простираючись із простору у безкінечність та із часу – у вічність. Нам не відомо, які ще можливості приховані у людській особистості, які кінцеві межі особистості, що є достеменним справдженням буття особистості» [8, с. 136]. На наш погляд, наведені вище слова єпископа Калліста Діоклійського сприяють формуванню позитивного іміджу кожної людської особистості, яка знаходиться у вічній подорожі, зокрема, у сучасному образі туриста. Разом з тим, знайомство з науковими працями соціологів, політологів, філософів, богословів у деяких випадках вказує на факти спрощено-негативного сприйняття у певному науковому середовищі і поверхової якісної оцінки особистості людини-туриста. В економічних

наукових працях переважно аналізуються двомірна біо-соціальна природа людини або «виробництво біосоціального продукту-людини» [10, с. 119]. Здійснення нами туризмознавчих досліджень на міждисциплінарній основі дозволило виявити певні суперечності використання «туристичних» метафор у текстах науковців. На нашу думку, ці суперечності обумовлені, можливо, з одного боку, полемічним характером текстів і суб'єктивними особливостями авторського образного викладення змісту наукових проблем. Разом з тим, з іншого боку, подібні висновки на підсвідомому рівні відображають, на наш погляд, стереотипи полегшеного сприйняття у суспільстві певних соціальних практик, зокрема, на жаль, властиву природі людської особистості практику туризму і рекреації.

Світова практика свідчить щодо суттєвої зміни соціально-економічних умов розвитку туризму, що пов'язане з трансформаціями у суспільній свідомості. Вектор розвитку особистості, всупереч традиційній орієнтації на працю, переорієнтувався на дозвілля, рекреацію, формування самості людини у процесі вільно вибраного способу життя. У цьому контексті важливо визначитися з понятійно-категоріальним апаратом постнекласичного економічного туристичного знання – прикладного туристичного господарствознавства. У роботах сучасних авторів наводяться характеристики і застосовуються терміни «постіндустріальна економіка», «економіка послуг», «економіка вражень» тощо. При цьому одностайно вказується на першість науковців США в обґрунтуванні терміну «економіка вражень», який, на наш погляд, має пряме відношення до економіки власне туризму. При цьому термін «*experiense*» перекладається як «враження», «відчуття» тощо. Разом з тим, не заперечуючи суб'єктивного права дослідників на прийняття вищевказаного варіанту перекладу, хочемо надати результати власного досвіду освітньо-наукової туристичної подорожі у жовтні-листопаді 1997 р. до США. Практика англомовного спілкування з носіями мови з публічного і приватного секторів

однозначно свідчила щодо використання громадянами США терміну «cultural experience», яким характеризувалися результати відвідування туристами, а саме науково-педагогічними працівниками з м. Полтава (Україна) і м. Гомель (Республіка Білорусь), певних локацій, пам'яток культури, DESTИНАЦІЙ тощо. Уточнення змісту цього терміну з додатковим перекладом для членів туристичної групи зафіксувало в пам'яті саме таке значення терміну «культурний досвід» – як результат відвідування туристами Сполучених Штатів Америки і знайомства з культурою цієї країни у найширшому розумінні змісту терміну «культура». Крім того, пам'ять зафіксувала масове застосування терміну «enjoy» у рекламі, що відповідало нашому розумінню суті емоційного забарвлення культурного досвіду. Благодатним щодо наукового осмислення заявленої проблеми є феномен історичної Полтавщини, що явила світу низку неординарних пасіонарних мислителів, імена яких є потенційними брендами туристської DESTИНАЦІЇ, а духовно-творча спадщина – методологічним підґрунтям сучасних досліджень туризму. Однією з таких особистостей-пасіонаріїв-брендів, яка відображає унікальну просторово локалізовану послідовність появи у часі вітчизняних мислителів, є особистість мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди. На думку знаного вітчизняного історика туризму С. І. Лимана, «саме Г. С. Сковорода найяскравіше за інших відбив у своїй творчості дійсність XVIII ст., яку вивчав і осмислював під час своїх подорожей..., обстоював ідеї особистої та суспільної свободи і був видатним представником європейського Просвітництва» [45, с. 176-177]. Пам'ять про Г. С. Сковороду закріплена в книгах, музеях, пам'ятниках, назвах університетів, вулиць тощо. Потенціал особистості Г. С. Сковороди реалізується при зверненні до нього, Іншого. Зустрічі людини-туриста з Іншим передусь низка станів сподівань, очікувань, фантазій, передбачень перед входженням, переходом в топохрон DESTИНАЦІЇ. Опису подібного, на наш погляд, стану приділив увагу філософ-екзистенціаліст Г. Марсель, який відмітив: «ніщо, на

перший погляд, не може здатися більш ірраціональним, аніж поєднати існування якогось стабільного земного порядку з позицією свідомості, що кваліфікується як мандрівна, тобто з фундаментальною ситуацією подорожнього». І далі Г. Марсель запитує: «Але про які мандри, про яку подорож тут ідеться?» [50, с. 10-11]. На наш погляд, виходячи з заявленої теми дослідження, мова іде про духовно-усвідомлену сумісно-розділену подорож особистостей у топохроні туристичної дестинації. У процесі зустрічі людини-туриста з Іншим особистості «виходять» назустріч одна одній і відбувається акт культурної взаємодії. Після зустрічі людина-турист переходить, виходить, повертається із дестинації в свій Дім, свій «стабільний земний порядок» Г.Марселя. Завдяки подвійному переходу в топохроні туристичної дестинації активуються цивілізаційні механізми онтологічної та історичної пам'яті. На наш погляд, благом подвійного переходу в туризмі є трансфер одухотвореного культурного досвіду. При цьому екзистенційним правом людини-туриста є вибір очікуваної ним і обумовленої вічністю дестинації. Слід зазначити, що прикладні процеси надання людині подорожніх послуг забезпечує механізм сумісно-розділених відносин ціннісно-сміслової конкуренції і публічно-приватного (державно-комунально-приватного) партнерства.

Наступним кроком дослідження буде оцінка відображення людино-мірних показників відвідуваності, гостинності та зайнятості у статистиці туризму.

2.3. Відображення людиномірних показників у офіційній статистиці туризму

В останні роки в Україні відбуваються певні зміни в організації статистичного спостереження щодо туристичної діяльності. Зокрема, наказом Державної служби статистики України від 17.06.2020 №181 “Про затвердження форми державного статистичного спостереження №1 – туризм (річна) “Звіт про туристичну діяльність” затверджена така форма, що вводиться в дію зі звіту за 2020 рік. Крім того, оператори мобільного зв'язку, зокрема Київстар, здійснюють аналіз мобільності різних груп своїх абонентів.

Нами для цілей магістерської роботи використані матеріали Державної служби статистики України (Держстату), що є у відкритому доступі, за 2017-2019 р.р. До людиномірних показників у статистиці туризму нами, у першу чергу, віднесені показники кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, за видами туризму (табл. 1).

Таблиця 1 – Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, за видами туризму за 2017-2019 р.р., осіб [58]

Показник	Роки			2019 у % до	
	2017	2018	2019	2017 р.	2018 р.
Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього	2806426	4557447	6132097	218,5	134,6
У тому числі					
- в'їзні (іноземні) туристи	39605	75945	86840	219,3	114,3
- виїзні туристи	2289854	4024703	5524866	241,3	137,3
- внутрішні туристи	476967	456799	520391	109,1	113,9

Як свідчать показники табл. 1, у 2019 р., порівняно з 2017 р., суттєво збільшилася кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами. Упродовж 2017-2019 р.р. намітилася позитивна тенденція щодо

туристичних потоків. Так, кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами України, збільшилася в цілому на 118,5%, зокрема кількість обслугованих в'їзних (іноземних) туристів – у 2,2 рази. За цей період збільшилася кількість виїзних туристів і внутрішніх туристів, відповідно на 141,3% і 9,1%.

Розрахунок аналогічних показників по Полтавській області (табл. 2) дозволив нам зробити наступні висновки.

Таблиця 2 – Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами (юридичними особами та фізичними особами-підприємцями) в Полтавській області, за видами туризму за 2017-2019 р.р., осіб [22]

Показник	Роки			2019 у % до	
	2017	2018	2019	2017 р.	2018 р.
Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього	19032	32007	36847	193,6	115,1
У тому числі					
- в'їзні (іноземні) туристи	175	1491	80	45,7	5,4
- виїзні туристи	17884	28392	35739	199,8	125,9
- внутрішні туристи	973	2124	1028	105,7	48,4

В цілому позитивним є зростання на 93,6% кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за 2017-2019 р.р. Однак цей показник забезпечено в основному за рахунок збільшення на 99,8% кількості виїзних туристів. Незначними є потоки в'їзних (іноземних) та внутрішніх туристів.

Така людська якість і ціність, як гостинність, знаходить відображення у показниках діяльності колективних засобів розміщування (табл. 3). Важливими є показники кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, а також показники кількості ночівель осіб у колективних засобах розміщування.

Таблиця 3 – Основні показники діяльності колективних засобів розміщування в Україні у 2019 році (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців) [58]

Показник	Усього	У тому числі	
		готелі та аналогічні засоби розміщування	інші засоби розміщування
Кількість колективних засобів розміщування, од.	5 335	3165	2170
Кількість місць у колективних засобах розміщування, од.	370560	171721	198839
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од.	83147	83147	×
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування –			
- усього, чол.	6 960 949	5 494 210	1 466 738
- з них іноземці, чол.	959423	896 173	63 250
- частка іноземців, %	13,8	16,3	4,3
Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування – усього, од.	18 459 138	10 422 432	8 036 706
- з них ночівель іноземців	2 016 623	1 832 197	184 425
- частка іноземців, %	10,9	17,6	2,3

Дововнюють загальну оцінку показники кількості дітей, які перебували у закладах оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку (табл. 4).

Таблиця 4 – Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку в Україні за 2017-2019 р.р. [58]

Показник	Роки			2019 у % до	
	2017	2018	2019	2017 р.	2018 р.
Кількість закладів, усього, од.	9745	9328	8808	90,4	94,4
у тому числі заклади оздоровлення	299	244	241	80,6	98,8
У них місць, усього, тис. од.	106	94	98	92,5	104,3
у тому числі у закладах оздоровлення	73	63	63	86,3	100,0
Кількість дітей, які перебували у закладах, усього, тис. осіб	970	921	907	93,5	98,5
у тому числі у закладах оздоровлення	188	172	167	88,8	97,1

Слід зазначити, що в цілому по Україні спостерігається негативна тенденція зменшення кількості дітей, які оздоровлювалися та відпочивали у відповідних закладах, які працювали влітку.

Головне управління статистики у Полтавській області надає такі показники, що характеризують сферу гостинності (табл. 5 і табл. 6) у широкому плані.

Таблиця 5 – Колективні засоби розміщування у Полтавській області за 2017-2019 р.р. [22]

Показник	Роки			2019 у % до	
	2017	2018	2019	2017 р.	2018 р.
Кількість колективних засобів розміщування, од.	107	43	44	41,1	102,3
Кількість місць у колективних засобах розміщування, од.	8866	3363	3453	38,9	102,7
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування	261530	164452	162659	62,2	98,0

Наведені у табл. 5 показники свідчать щодо негативної динаміки у порівнянні з 2017 роком та певного поживлення у порівнянні з 2018 роком.

Таблиця 6 – Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку у Полтавській області за 2017-2019 р.р. [22]

Показник	Роки			2019 у % до	
	2017	2018	2019	2017 р.	2018 р.
Кількість закладів, усього, од.	808	782	757	93,7	96,8
у тому числі заклади оздоровлення	25	22	26	104,0	118,2
У них місць, усього, тис. од.	6117	5279	6137	100,3	116,3
у тому числі у закладах оздоровлення	5662	4759	6094	107,6	128,1
Кількість дітей, які перебували у закладах, усього, тис. осіб	54620	49204	50687	92,8	103,0
у тому числі у закладах оздоровлення	18112	14038	16219	89,5	115,5

Показники України табл. 6 свідчать щодо деякої позитивної динаміки переважно у закладах оздоровлення дітей.

На нашу думку, до групи людиномірних показників офіційної статистики туризму відносяться також показники відвідуваності музеїв та інших закладів культури, а також показники зайнятості населення в сфері туризму. Окремі аспекти оцінки таких показників містяться у наших публікаціях у фахових наукових виданнях.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДИНОМІРНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО ЗНАННЯ

3.1. Інклюзивний розвиток туризму

Висвітлення сутності наукової проблеми дослідження особливостей інклюзивного розвитку туризму пов'язане напряму з темою магістерської роботи. При цьому актуальність теми дослідження, викликаного стрімким зростанням інтересу до проблеми людини і людяності, людиномірності усіх процесів суспільного життя, вже не тільки не викликає сумніву, а, навпаки, потребує прискорення роботи науковців. Разом з тим, досягненню швидких і вагомих результатів у такому багатовекторному дослідженні перешкоджає формат роботи. Тому, на наш погляд, доцільно обмежитися розглядом трьох аспектів проблеми: 1) з'ясувати сутність трактування науковцями категорії інклюзивний розвиток; 2) встановити зв'язок понять інклюзивного розвитку і сталого розвитку туризму; 3) дослідити практику і результати наукових досліджень інклюзивного туризму в Україні.

Побіжний огляд спеціальних літературних джерел дозволяє зробити висновки щодо наявності розуміння необхідності включення людей із різних соціальних груп у процеси економічного зростання з метою їх продуктивної зайнятості і участі у розподілі суспільних благ. Тобто, результати економічного зростання мають відчувати усі члени сучасного суспільства.

Для більш ґрунтовного розуміння сутності означених проблем звернемося до опублікованих результатів досліджень науковців НАН України. Так, важливим є твердження О.М. Бородіної і І. В. Прокопи щодо мети інклюзивного розвитку. “Інклюзивність має на меті забезпечити певну протизавагу неоліберальній парадигмі розвитку, оскільки сприяє вдосконаленню

суспільної системи шляхом спрямованості на досягнення таких результатів: цілей сталого розвитку; норм, прийнятих з точки зору гідності людини; дотримання основних прав людини; сприйняття та легалізації національних традицій і звичаїв [12, с. 76]. На наш погляд, такий підхід співпадає з принциповими положеннями Глобального етичного кодексу туризму.

У дослідженні І.М. Бобух та С.М. Щегель наголошується на взаємній доповнюваності глобальних Цілей сталого розвитку та концепції інклюзивного зростання [7, с. 61], відслідковується генезис інклюзивної моделі сталого розвитку [7, с. 63]. На думку дослідниць, сталий (чи збалансований) розвиток, який “поєднує економіку, екологію і соціальну сферу, формує основи для інклюзивного розвитку, зокрема зайнятості, соціального захисту, справедливості тощо”. З погляду на нашу тему людиномірних економічних туристичних досліджень важливим є таке розуміння концепції інклюзивного розвитку. При інклюзивному підході “економіка не лише створює матеріальні блага, а й дає всім рівні шанси”, зокрема “для особистісного (підкреслено нами – Г.С.) і соціального зростання” [7, с. 64]. Ми приєдуємося до висновків І.М. Бобух і С.М. Щегель щодо залучення усіх стейкхолдерів до впровадження інклюзивності на засадах партнерства [7, с. 67], що важливо для наших подальших досліджень.

І.Г. Манцуров розглядає інклюзивний розвиток як основу протидії глобальним викликам сьогодення; пропонує використовувати індекс інклюзивного розвитку додатково до показника “ВВП на душу населення” [49, с. 85]; наголошує на необхідності формування стратегічно визначеної, інституційно впорядкованої та інноваційно орієнтованої моделі розвитку [49, с. 86]. Важливим для розвитку туризму є визначення науковцем стратегічних пріоритетів за функціональними складовими індексу інклюзивного розвитку, зокрема стимулювання внутрішнього споживання через зростання платоспроможного попиту домогосподарств (підкреслено нами – Г.С.) [49, с.

85].

Туризм пов'язаний з подорожами людей до певних destinations. Тому важливим у процесі формування людиномірного економічного туристичного знання є ознайомлення з науковими роботами А.В. Кожині, присвяченим інклюзивному місцевому розвитку. Дослідниця простежує взаємозв'язок теорії інклюзивного місцевого розвитку з “теоріями суспільного добробуту в частині розвитку проблематики подолання нерівності й бідності та розподілу суспільного багатства; з просторовими теоріями і теоріями розміщення в частині формування місцевих і регіональних інклюзивних ринків; з теоріями економічного зростання, нової економічної географії та кумулятивними теоріями в частині осмислення співвідношення економічного зростання і добробуту населення, а також створення інклюзивних інновацій” [38, с. 108]. Науковець описує місцеві конкурентні переваги [39, с. 24], що, по суті, є характеристикою туристичних ресурсів і переваг туристичних destinations. Цікавим і корисним з погляду теми нашого дослідження є висновок А.В.Кожині стосовно вектору наукових дискусій з питань територіального розвитку. “Останнє десятиліття все більше акценти почали зміщуватися в бік нематеріальних вимірів якості життя” [38, с. 108]. На нашу думку, це є кроком наукової спільноти в усвідомленні реальної духовно-біо-соціальної природи людини, сутності процесів, відносин і результатів господарської, а не вузькоекономічної діяльності людини.

Продовжуючи наше дослідження інклюзивного розвитку туризму, а по суті – інклюзивної моделі сталого розвитку туризму, ми наголошуємо на тому, що без керованого розвитку, туризм усе більше віддаляється від сутності поняття «індустрія без димарів» і завдає суттєвої шкоди природним системам і породжує соціальні суперечності. Реальний вплив туризму на довкілля залишається прихованим за рахунок того, що транспортні, а особливо повітряні перевезення, готельний і ресторанний бізнес сприймаються як окремі сектори

сфери послуг, а не як взаємопов'язані компоненти єдиного комплексу, головним завданням якого є задоволення постійно зростаючих потреб власне туристичної галузі. Крім загальних наслідків впливу на довкілля, туризм спричиняє серйозні зміни в конкретних екосистемах. Найбільш вразливими є прибережні та гірські території, дрібні острови. Тобто орієнтація на переважно швидкі темпи економічного зростання туристичного бізнесу завдала шкоди довкіллю, сприяла загостренню суб'єкт-об'єктних відносин світу людини та світу природи, що актуалізує наукове вирішення означеної проблеми в контексті концепції сталого розвитку.

Аналіз документів міжнародних організацій, пов'язаних із туристичною діяльністю, дозволяє стверджувати, що екологічній складовій, збалансованому, сталому розвитку туризму приділяється в них особлива увага. На Генеральній асамблеї Всесвітньої туристичної організації у 1985 р. була прийнята Хартія туризму, що містить положення стосовно місцевого населення, яке, маючи право на вільний доступ до туристичних ресурсів, повинно забезпечувати своїм відношенням і поведінкою дбайливе ставлення до навколишнього природного та культурного середовища. У свою чергу, місцеве населення має надію і очікує від туристів розуміння і поваги до їх звичаїв, релігій та інших аспектів їх культури, які є частиною спадщини всього суспільства [25, с. 266].

Близьким до розуміння сутності інклюзивного туризму є положення статті III щодо приділення особливої уваги молодіжному туризму, туризму людей похилого віку та осіб з фізичними недоліками [25, с. 264].

Міжпарламентська конференція по туризму у 1989 р. прийняла Гаазьку декларацію, в якій певна увага приділена розвитку туризму на засадах сталого розвитку. В декларації підкреслюється, що з урахуванням глибокого взаємозв'язку, який існує між туризмом і оточуючим середовищем, необхідно сприяти комплексному плануванню розвитку туризму на основі концепції «сталого розвитку», яка була схвалена Генеральною Асамблеєю ООН;

стимулювати розвиток альтернативних форм туризму, які сприяють більш тісному контакту і взаєморозумінню між туристами та населенням, що їх приймає, зберігають культурну самобутність і пропонують різноманітні та оригінальні туристичні продукти й об'єкти, а також забезпечують необхідне співробітництво державного та приватного секторів в досягненні цих цілей як на національному, так і на міжнародному рівні [25, с. 279].

Після прийняття у 1992 р. на Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро програмного документа «Порядок денний на XXI століття («Agenda 21») був розроблений і прийнятий у 1995 р. аналогічний документ під назвою «Порядок денний на XXI століття для індустрії подорожей і туризму». В цьому документі розробники – Всесвітня організація туризму (UNWTO), Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC) і Рада Землі (Earth Council) – сформулювали своє визначення сталого розвитку туризму. За їх версією, сталий розвиток туризму задовольняє теперішні потреби туристів і регіонів, що їх приймають, охороняючи і примножуючи можливості на майбутнє. Управління всіма ресурсами повинно здійснюватися таким чином, щоб задовольняючи економічні, соціальні та естетичні потреби, зберегти культурну цілісність, важливі екологічні процеси, біологічне різноманіття і системи життєзабезпечення. Продукція сталого розвитку збалансована з місцевим середовищем, суспільством, культурою таким чином, що це приносить користь, а не загрозу розвитку туризму.

Негативний вплив туризму на довкілля та локальну культуру також відображений у зазначеному документі. Формами такого впливу є занадто велика інтенсивність туристичних потоків, втрата курортами їхньої минулої слави, знищення місцевої культури, транспортні проблеми і, як результат, спротив місцевого населення розвитку туризму. Пізніше це дістало назву овертуризм.

Вагоме місце в «Порядку денному на XXI століття для індустрії

подорожей і туризму» відведено питанням взаємодії й співробітництва органів державної влади, які відповідають за стан туризму, та туристичних компаній. Аналіз тексту дозволяє стверджувати, що для досягнення сталого розвитку туризму необхідно створити відповідні умови, досягти збалансованості впливу економічних, екологічних, соціокультурних та інших чинників. Важливою, на наш погляд, є теза щодо зміни акцентів з екологічного на сталий туризм.

У вказаному документі сформульовані дев'ять основних напрямів діяльності, які рекомендовані для органів державного управління туризмом як пріоритетні: оцінка існуючої нормативної, економічної і добровільної структури з позицій сталого розвитку туризму; оцінка економічної, соціальної, культурної та екологічної діяльності організації; навчання, освіта і просвіта громадськості; планування сталого розвитку туризму; сприяння обміну інформацією, уміннями і технологіями, що пов'язані зі сталим розвитком туризму, між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються; забезпечення участі всіх суспільних секторів; розробка нової туристичної продукції, що заснована на принципі сталості; оцінка прогресу на шляху до сталого розвитку туризму; співробітництво з метою сталого розвитку.

У свою чергу, важливими завданнями туристичних компаній є розробка систем і процедур внесення в менеджмент ідей сталості та визначення напрямів діяльності з метою реалізації принципів сталого розвитку туризму. Складовою управлінських рішень мають бути економічні, соціальні та культурні критерії. Особливе значення надається охороні навколишнього середовища, його збереженню і відтворенню. Тому туристичні компанії і засоби розміщення туристів добровільно застосовують системи сертифікації, кодекси поведінки, екологічне маркування тощо.

У 1999 р. було прийнято Глобальний етичний кодекс туризму, стаття 3 якого має назву “Туризм – чинник сталого розвитку”. Основна увага приділена охороні природного середовища і ресурсів; економії цінних природних

ресурсів, особливо води та енергії; а також запобіганню утворення відходів; розподілу потоків туристів і відвідувачів у часі і просторі; плануванню об'єктів туристичної інфраструктури і видів туристичної діяльності з урахуванням захисту природної спадщини, яку складають екосистеми і біологічне різноманіття; природному туризму і екотуризму як особливо цінним формам туризму [25, с. 257-258].

У 2000 р. низка туроператорів з таких країн, як Швейцарія (Hotelplan), Франція (ACCOR), Німеччина (TUI Group), Велика Британія (First Choice) та інші, за участю Програми ООН із захисту навколишнього середовища, Комісії ООН з освіти, науки і культури, Всесвітньої туристичної організації створили добровільне некомерційне партнерство «Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму». Партнерство є відкритою організацією, залучає інших суб'єктів, для яких сталий розвиток є сумісним з власною підприємницькою діяльністю, характеризує відносини з партнерами, сприяє скороченню і мінімізації відходів, попередженню забруднення оточуючого середовища. Компанії, які є членами партнерства, націлені на охорону рослин, тварин, ландшафтів, зон, що охороняються і екологічних систем, біологічного різноманіття, культурної і природної спадщини. Важливим є збереження цілісності місцевих культур, співробітництво з місцевим співтовариством і народами, використання місцевих продуктів і майстерності працівників.

Також у 2002 р. на Всесвітньому саміті зі сталого туризму в Йоганнесбурзі (ПАР) була схвалена спільна програма ЮНВТО і ЮНКТАД «Сталий розвиток – основа викорінення бідності», яка націлена на досягнення двоєдиної мети: сталого розвитку і викорінення бідності в найменш розвинених країнах і в країнах, що розвиваються. При цьому важливим є посилення впливу на сталий розвиток окресленого кола країн. Тобто відбувається посилення соціально-економічної складової в структурі сталого розвитку туризму.

У подальшому, а саме у 2004 р., Всесвітня туристична організація

наступним чином сформулювала концепцію сталого розвитку туризму: «Норми і практику управління сталим розвитком туризму можна застосовувати до всіх типів напрямів, включаючи масовий туризм і різні ніші туристичних сегментів. Принципи сталості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу сталість туризму».

У 2010 р., у доповіді Всесвітньої туристичної організації щодо втілення у життя Глобального етичного кодексу туризму, підкреслена роль туризму як сектора, що сприяє досягненню Цілей розвитку тисячоліття, зокрема з погляду скорочення бідності і сталого розвитку [24, с. 3]. Важливою з позицій сталого розвитку є діяльність ЮНВТО, пов'язана із змінами клімату, збереженням біорізноманіття, скороченням бідності тощо.

Перехід до інклюзивної моделі сталого розвитку почався, власне кажучи, ще у 1991 р., коли була прийнята резолюція “Створення можливостей туризму для осіб з обмеженими можливостями у 90-і роки”. У 2005 р. Генеральна асамблея ЮНВТО оновила бачення проблеми і прийняла резолюцію “Доступний туризм для всіх” [24, с. 11].

В контексті теми дослідження необхідно, на наш погляд, звернути увагу на певні аспекти розуміння сутності доступного туризму для всіх. Огляд робіт вітчизняних науковців [6, 8, 16, 64, 67, 71, 101] дозволяє стверджувати, що проблеми розвитку інклюзивного туризму у більшості пов'язуються лише з реалізацією прав і розвитком доступної саме для інвалідів (осіб з особливими потребами) інфраструктури туризму. Наш власний досвід туристичних подорожей у складі інклюзивних груп дозволяє говорити про реальне існування туризму, доступного для всіх. У нашому розумінні, інклюзивні групи включають туристів різного віку, статі та інтересів, зокрема осіб з певними ознаками і вадами фізичного і психічного здоров'я. Разом з тим, слід говорити

не тільки про осіб з особливими потребами у фізичному доступі до об'єктів відвідування, але й про осіб з особливими пізнавальними потребами. Як правило, у великих туристичних групах виникають мікрогрупи за певними інтересами у конкретній подорожі.

Тому варто підтримати думку вітчизняних дослідниць А.П. Аніщенко і М.О. Яріко щодо наявності наукової проблеми встановлення істинного значення “терміну “інклюзивний туризм” – “туризм для всіх” (а не лише для інвалідів [2, с. 1]. Крім того, важливими є відповідні зміни у світогляді, що має привести до розвитку суспільства (і простору), комфортного для усіх [113, с. 126]. Таким чином, може бути, на наш погляд, досягнута певна послідовність і адекватність підходів до дослідження інклюзивного розвитку туризму та інклюзивного туризму. Останній вид туризму може бути розглянутим як різновид, зокрема, соціального туризму. Усі члени суспільства, при відсутності критичних обмежень, повинні мати економічну можливість реалізувати своє право на туризм.

3.2. Партнерство у людиномірній туристичній системі

Постнекласичний підхід до дослідження складних людиномірних комплексів, пов'язаний, зокрема, також із використанням інструментарію системного підходу. Сучасні дослідники туризму одностайно визнають першість зарубіжного дослідника Н. Лейпера [115] у побудові моделі системи туризму, що включає п'ять взаємопов'язаних елементів: туристів; регіону генерації туристів; транзитного регіону; туристичної дестинації; туристичної індустрії [73, с. 44]. Інші наголошують на концепції професора Н.Лейпера, що “заснована на опису взаємодії трьох елементів географічний компонент (регіон,

що породжує туристів; транзитний регіон; регіон туристичної дестинації), турист, туристична індустрія [110, с. 12]. Головним, на наш погляд, є наявність людини-туриста у такій моделі або концепції.

Людина-турист і людина-підприємець в туризмі, а також усі зацікавлені суб'єкти (стейкхолдери) знаходяться у взаємозв'язку. Такі відносини приймають, зокрема, форму партнерства. У статті 12 Монреальської декларації “До гуманного та соціального бачення туризму” зазначено, що “у всьому світі все більше значення приймають нові форми співробітництва і партнерства, тому що для розвитку туризму необхідно заручитися підтримкою різних місцевих органів влади, громадських організацій, профспілок, фінансових установ; сімейних, молодіжних, культурних, спортивних та екологічних рухів, а також, звісно, фахівців туристичної індустрії, включно з організаторами соціального туризму, що працюють на суспільне благо” [25, с. 214].

На Другому міжнародному форумі “Парламенти і місцеві органи влади – відповідальні за розробку туристичної політики” (Індонезія, 1996 р.) була прийнята Балійська декларація з туризму”, у якій, з метою забезпечення належної основи для розробки туристичної політики, заявлено наступне. “Прийняття такої політики потребує забезпечення постійного тісного співробітництва і партнерства між різними державними органами, а також між ними і приватним сектором” [25, с. 218].

В основному міжнародному документі з туризму – Глобальному етичному кодексі туризму закладено принципове положення щодо відносин між туристичними підприємствами. “Партнерство і встановлення збалансованих відносин між підприємствами направляючих і приймаючих країн сприяє сталому розвитку туризму і справедливому розподілу вигод, що створюються у наслідок його зростання [25, с. 263].

На розвиток партнерства між державним і приватним сектором акцентовано увагу на Конференції лідерів туризму Тисячоліття (2001 р.), яка

прийняла Осацьку декларацію Тисячоліття. В документі зазначено, що “туризм буде зростати при умові розширення діалогу, співробітництва і партнерства між державним і приватним секторами [25, с. 234].

Таким чином, огляд міжнародних документів, що містять проблематику розвитку туризму, однозначно вказують на актуальність застосування і дослідження сутності та різних форм партнерства.

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 вигоряння, морально-емоційний дискомфорт на роботі та в родині. Компенсаторний потенціал 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.

Саме реалізація людиномірного підходу сприяє використанню

партнерства з суб'єктами ринкових відносин. Відносини партнерства є альтернативою відносинам конкуренції. Наявність розвинених відносин партнерства є характерним для сучасної економіки змішаного типу. Термін «партнерство» широко використовується в науковій літературі, нормативних актах, документах міжнародних організацій, тому при аналізі слід виділити різні форми партнерства. Важливим в аналізі розвитку відносин соціального партнерства в сфері туризму є виокремлення та врахування соціо-культурної компоненти. Тому, при аналізі відносин соціального партнерства важливо звернути увагу, на наш погляд, на соціокультурні аспекти міжнародного туристичного руху, який розповсюдився на всі континенти. При цьому слід врахувати геополітичні і геоекономічні реалії, наявність сценарію розвитку «Ноев ковчег» для окремих країн, культурні особливості і цінності народів, регіонів, локальних спільнот. Культурне розташування України між Заходом і Сходом впливає на специфіку розвитку відносин соціального партнерства, вимагає встановлення культурної ідентичності українського народу і врахування відмінностей векторів розвитку кожної культурної сфери, цивілізації, посилення уваги до міжцивілізаційної взаємодії в процесі туристичного обміну на засадах партнерства. Сучасний дослідник Ю.В.Яковець виділяє різні аспекти розвитку партнерських відносин між цивілізаціями, аналізує соціо-демографічне, енергоекономічне, технологічне, економічне партнерство цивілізацій.

При цьому вчений підкреслює необхідність цивілізаційного наповнення туризму, розробки і реалізації маршрутів цивілізаційних турів [112, с. 105-319]. Таким чином, науковцями виділена міжцивілізаційна форма партнерства в сфері туризму.

Важливим є застосування досвіду і механізмів міждержавного партнерства. Дослідження нами проблем функціонування і розвитку туризму показало, що важливе місце в його інфраструктурі займають офіси туристичні

або туристичні інформаційні центри (ТІЦ). Ознайомлення з практикою діяльності вказаних центрів в Польщі (м. Краків, м. Вроцлав, м. Познань), Чехії (м. Прага), Австрії (м. Відень), Угорщина (м. Будапешт), Латвія (м. Рига), Іспанія (низка міст Каталонії) дозволило виділити при аналізі 2 їх групи. Перша спеціалізується на наданні безкоштовних інформаційних послуг щодо закладів розміщення, ресторанного господарства, музеїв (довідники, карти, проспекти тощо) з метою залучення туристів на об'єкти міста в інтересах всієї територіальної громади. Друга група ТІЦ вирішує власні госпрозрахункові інтереси, надаючи відповідний спектр послуг туристам (трансфер, проживання, забезпечення квитками на спортивні заходи, в театри, на концерти, залучає до екскурсій тощо) на комерційній основі. В Україні поширюється практика створення ТІЦ з використанням європейського досвіду (наприклад, м. Львів, Закарпатська область). В останньому регіоні створена мережа туристичних інформаційних центрів Закарпаття та сувенірних магазинів «Скарби Закарпаття» завдяки реалізації проекту «Управління транскордонними DESTINACIAMI в Закарпатській області та Саболч-Сатмар-Березькому регіоні Угорщини», що впроваджується Центром українсько-угорського регіонального розвитку в рамках Програми прикордонного співробітництва ЄІСП Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2007-2013 і співфінансується Європейським Союзом через європейський інструмент сусідства та партнерства. Крім того, механізми міждержавного партнерства були застосовані при реалізації проекту «Гармонізація розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону», що впроваджувався Асоціацією економічного розвитку Івано-Франківської області (Програма прикордонного співробітництва ЄІСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна 2007-2013 рр.). Так, в м. Яремче відбулася школа з питань розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону. Учасниками Школи стали власники приватних садиб, представники туристичних асоціацій, туристично-інформаційних центрів з Івано-

Франківської області та повіту Марамуреш (Румунія). У 2007-2009 рр. були реалізовані проект «Створення транскордонної мережі розвитку та просування туризму між Івано-Франківською областю та повітом Марамуреш Румунії» Програми добросусідства «Румунія – Україна»; проект ТАІФ «Карпатська мережа кулінарної спадщини»; проект Центру соціальних та ділових ініціатив з м. Яремче «Вело-Країна» по Програмі Сусідства ЄС Україна – Румунія, який проходив у 2008-2010 рр. і головною метою якого стало створення інфраструктури для рекреаційних велосипедних поїздок у горах. Таким чином, механізми міждержавного партнерства у поєднанні з відносинами державно-приватного партнерства в Україні набули свого поширення.

Відносини відповідального партнерства, як показали дослідження, властиві практиці сучасних мережевих операторів туристичного ринку України. Формуючи соціальний капітал, заснований на довірі та відповідальності, провідні туроператори свідомо створюють відповідні економічні умови розвитку партнерських відносин з юридичними та фізичними особами, партнерами по бізнесу та споживачами туристичного продукту.

Так, наприклад, TUI Ukraine, що є частиною міжнародної туристичної компанії TUI, вважає фінансову стабільність важливою економічною умовою виникнення довіри зі сторони клієнтів до цього лідируючого європейського туроператора з 40-річним досвідом роботи. Високий статус TUI обумовлює довіру до цього туроператора зі сторони клієнтів – щорічно його послуги споживають більше 30 млн туристів зі всього світу. Розвиток відносин партнерства з готелями та авіаперевізниками в структурі реалізації відносин бренд-капіталу TUI дозволяє досягнути кращого співвідношення ціна та якість, пропонувати туристичний продукт високої якості за оптимальною ціною в умовах значного обсягу діяльності, що дозволяє знижувати закупівельну ціну.

TUI пропонує клієнтам ексклюзивні продукти (готелі, нові концепції відпочинку, родинний клуб тощо), ексклюзивні послуги (надає гарантію

повернення грошей у відповідності до програми Money Back Guarantee), має надійного партнера зі страхування клієнтів – страхову компанію «Європейське туристичне страхування». Надаючи послуги розміщення та перевезення, TUI співробітничав тільки з перевіреними партнерами – готелями і авіакомпаніями, що забезпечують високий рівень сервісу, безпеки і комфорту. Постійне впровадження інновацій дозволяє клієнтам використовувати послугу зі зручного і доступного онлайн бронювання турів. TUI Ukraine розгорнула в Україні мережу туристичних агентств під франчайзинговим брендом TUI Турагенція, власником якого є, на засадах відповідального партнерства [35, с. 2-3].

Сучасні дослідники відзначають певний розвиток франчайзингових туристичних агентств (мереж) в Україні [52, с. 599-601]. Так, вже вказаний бренд TUI Турагенція виник після реорганізації у 2010 р. мережі туристичних агентств (МТА) «Галопом по Європах». Наразі це мережа тур агентств TUI спільно з «Галопом по Європах», яка має 46 офісів. Мережа агенцій «Гарячі тури» заснована у 2003 р., налічує 135 офісів. Мережа магазинів «Гарячі путівки» заснована у 1998 р., включає 177 офісів. Мережа агенцій «Поехали с нами» – 85 офісів (заснована у 2005 р.). З 2010 р., після реорганізації, виникла мережа Turtess Partners – 55 офісів. Крім того, дістали розвитку мережа агенцій «Соната» (16 офісів), мережа агенцій «Тез Тур Рітейл» (24 офіси), мережа тур агентств «Феєрія мандрів» (32 власних агентства), проект Києвнештура «Сеть туристических агентств «KVT» (12 агентів), мережа тур агентств «Куда Угодно» (11 власних офісів), мережа турагентств «JOIN UP» (35 власних офісів = 3000 агентів), мережа туристичних агенцій «Уповноважене агентство Coral Travel» (112 офісів). Сформувалися дві віртуальні мережі – мережа незалежних агентств «Смайл-тур» та мережа віртуальних агентств ITtour.

Таким чином, свідомий розвиток відносин відповідального партнерства в туристичних мережах як поєднання довіри та відповідальності, компоненти

соціального капіталу сфери туризму дозволяє доповнити існуючу класифікацію форм партнерства: глобальне, міжцивілізаційне, міждержавне, міжрегіональне, партнерство в межах євро регіонів, соціальне, державно-приватне, внутрішньо корпоративне, партнерство туроператорів різного характеру, партнерство підприємств туристичного бізнесу регіону у формі створення громадських об'єднань, відповідальне внутрішньо-корпоративне партнерство в туристичних мережах, партнерство туристичного лідера з членами групи тощо.

Формування соціально-орієнтованої економіки передбачає застосування вагомого державного впливу на функціонування і розвиток окремих секторів національної економічної системи, зокрема туризму. Останній характеризується наявністю значної кількості підприємств, організацій, установ різних форм власності з абсолютно переважаючою часткою підприємств приватної форми власності. У країнах, що є лідерами у туристичній сфері, накопичено багатий досвід застосування різноманітних інструментів мотивації розвитку туристичної діяльності. Разом з тим власний досвід державного регулювання сфери туризму України пов'язаний переважно з розробками стратегій, програм розвитку тощо.

Державно-приватне партнерство, як свідчить світовий досвід, є суспільно-необхідним механізмом взаємодії влади і бізнесу, конструктивні результати реалізації якого досягнуті в багатьох регіонах України. Державно-приватне партнерство необхідно розглядати як співробітництво між державою Україна, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або підприємцями, що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому чинним законодавством.

Важливою передумовою дослідження державно-приватного партнерства є встановлення системи принципів, які виступають фундаментом таких досліджень. До найважливіших принципів державно-приватного партнерства

слід віднести наступні: рівність перед законом державних та приватних партнерів; заборона будь-якої дискримінації прав державних чи приватних партнерів; узгодження інтересів державних та приватних партнерів з метою отримання взаємної вигоди; незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в межах державно-приватного партнерства, цільового призначення та форми власності об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності, переданих приватному партнеру; визнання державними та приватними партнерами прав і обов'язків, передбачених законодавством України та визначених умовами договору, укладеного у межах державно-приватного партнерства; справедливий розподіл між державним та приватним партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у межах державно-приватного партнерства; визначення приватного партнера на конкурсних засадах, крім випадків, встановлених законом.

Змістовна сутність державно-приватного партнерства вимагає віднести до його суттєвих ознак наступні: забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера; довготривалість відносин (від 5 до 50 років); передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства; внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством [69].

Незважаючи на окремі приклади співпраці, Україна знаходиться ще на початковому етапі формування таких відносин, їхні моделі ще не набули характерних рис та ознак. Тому необхідно створення таких механізмів регулювання відносин державно-приватного партнерства, що дозволять повноцінно використовувати власний потенціал. Тобто потрібно визначитися, яким чином, через які механізми держава має впливати на процеси, які вона, в силу різних причин, не може контролювати повною мірою, або не може цього

робити, але які вона із стратегічних причин мусить контролювати. Державно-приватне партнерство передбачає державне втручання в діяльність із залученням суб'єктів економіки регіонів, що дає їм усім істотні переваги.

При цьому важливо, щоб таке втручання призвело до підвищення ефективності використання поки що обмежених ресурсів туристичної галузі та слугувало формою для її подальшого розвитку. У туристичній галузі одним із таких видів співпраці є розвиток кластерної моделі, що передбачає поєднання державних програм та приватних проектів в одній системній моделі, сприяє підвищенню рівня послуг, що надаються споживачам, залученню громади до вирішення соціальних проблем, ефективності використання коштів у регіонах. Метою таких поєднань є досягнення нового рівня конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг за рахунок скоординованих дій членів кластера. Модель туристичного кластера передбачає наявність декількох обов'язкових компонентів: власне туристичної сфери, куди входять туристичні фірми, підприємства готельного господарства, рекреаційно-курортні об'єкти профілю, атракції та об'єкти природно-заповідного фонду; виробничої сфери, що об'єднує виробників продукції, що має пряме або опосередковане відношення до туристичної діяльності; науково-освітньої сфери, що охоплює освітні заклади, здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах, та наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку, проводять маркетингові дослідження та рекламні акції; управлінської сфери, що об'єднала представників фінансових інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання. Таким чином, кластерний підхід у сфері туризму, що активізує підприємництво шляхом концентрації ділової активності, сприятиме створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Тому державно-приватне партнерство в сфері туризму доцільно розглядати як важливий чинник соціально-економічного розвитку країни і, зокрема, сільських

територій. Адже спеціалізація на наданні туристичних послуг забезпечить надходження грошових коштів, розширить сферу зайнятості, стимулюватиме розвиток багатьох ключових галузей економіки.

Отже, перспективною є ідея створення туристичного кластеру «Мислителі Полтавщини». У Полтавській області створені інституційні умови формування означеного кластеру. Діє ряд музеїв (Чорнухинський літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди, Полтавський літературно-меморіальний музей І. П. Котляревського, садиба І. П. Котляревського, Великосорочинський літературно-меморіальний музей М. В. Гоголя, заповідник-музей М. В. Гоголя в с. Гоголево), функціонує Полтавське регіональне громадське об'єднання «Обласний туристичний кластер». Створений туристичний маршрут, присвячений життю і творчості Г. С. Сковороди. Для цього використано формат міжрегіонального партнерства співробітників відповідних управлінь Полтавської обласної та Харківської обласної державних адміністрацій. Наукова підтримка проекту створення кластеру можлива завдяки співробітникам Полтавського краєзнавчого музею імені Василя Кричевського та дослідникам з університетів.

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.

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 м. Полтава відкрито 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.

Отже, формування механізмів партнерства віддзеркалює синтетичну єдність реалізації онтологічних засад особистості у свідомо-творчому господарствотворенні туризму та становленні постнекласичного прикладного туристичного знання. Сформульовано концепт «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 туристичного продукту.

3.3. Культурно-освітній продукт для туризму пересічної особистості

Тому, з метою розвитку партнерських відносин та популяризації регіонального туристичного продукту, активізації туристичних потоків на теренах Полтавської області, налагодження зв'язків між органами влади та підприємствами, установами і організаціями туристичної сфери проводиться Міжрегіональний туристичний фестиваль «Гастрономічна гостинність Полтавщини» за сприяння Департаменту культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації.

Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року однією з умов сталого розвитку вказаної сфери визначено розвиток туристичних територій [94, с. 3]. При цьому важливою ціллю є створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів [94, с. 4]. Нагальним є системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій; удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг [94, с. 4], а також розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до вимог ЄС [72]. В процесі дослідження процесів організації туризму і формування туристичного продукту ми використовували визначення термінів, сформульованих у Законі України «Про туризм» [70], а також авторське визначення В.Ф. Кифяка «туризм – це вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання» [36, с. 10].

У статті 1 «Визначення термінів» Закону України «Про культуру» наведені наступні терміни, що сприяють розумінню змісту діяльності у сфері

культури і культурно-пізнавального туризму:

- діяльність у сфері культури (культурна діяльність) – творча, господарська, наукова, бібліотечна, інформаційна, музейна, освітня, культурно-дозвіллева та розважальна діяльність, спрямована на створення, тиражування, розповсюдження, демонстрування, популяризацію, збереження і використання культурних благ та культурних цінностей для задоволення культурних потреб громадян;

- суб'єкти діяльності у сфері культури-фізичної та юридичні особи, що провадять культурну діяльність або реалізують владні повноваження у сфері культури;

- культурний простір України – сфера, в якій відповідно до законодавства проводиться культурна діяльність та задовольняються культурні, інформаційні та дозвіллеві потреби громадян, що охоплює, зокрема, телебачення, радіомовлення, періодичні друковані видання та книговидавничу продукцію, ринок культурних благ, а також культурно-мистецьке середовище;

- базова мережа закладів культури – комплекс підприємств, установ, організацій і закладів культури державної та комунальної форми власності, діяльність яких спрямована на створення умов для забезпечення розвитку творчості людини, збирання, збереження, використання і поширення інформації про матеріальні та духовні культурні цінності, наукові розробки, а також на забезпечення цілісності культурного простору України, доступності національного культурного надбання, дотримання прав громадян у сфері культури;

- культурні блага – товари та послуги, що виробляються в процесі провадження діяльності у сфері культури для задоволення культурних потреб громадян (книги, художні альбоми, аудіовізуальні твори та їх демонстрування, аудіо продукція (музичні звукозаписи), твори та документи на новітніх носіях інформації, вироби художніх промислів, театральні та циркові вистави,

концерти, культурно-освітні послуги тощо);

- вітчизняний (національний) культурний продукт – культурні блага і культурні цінності, створені (надані) вітчизняним виробником.

Ринок культурно-пізнавального туризму створює умови для зустрічі виробників і споживачів культурного продукту для туризму та характеризується взаємодією пропозиції, попиту і ціни.

Система просування культурного продукту містить значну кількість підприємств, установ, організацій, зацікавлених у розвитку культурно-пізнавального туризму. До них належать виробники культурних благ, постачальники туристичних послуг, отримувачі соціально-економічних ефектів від розвитку культурно-пізнавального туризму, потенційні споживачі.

Традиційний туристичний продукт Полтавської області формується в основному з послуг, що властиві лікувально-оздоровчому та культурно-пізнавальному туризму. Мережа санітарно-курортних закладів і баз відпочинку налічує 16 об'єктів, які розташовані у м. Миргород та 7 районах області. Найбільш потужною і відомою є дестинація м. Миргород, що включає об'єкти ПрАТ «Миргород-курорт» (санаторії «Полтава», «Миргород», «Хорол», «Березовий Гай»); миргородський спеціалізований санаторій «Слава»; санаторій імені М.В. Гоголя; медичний реабілітаційний центр МВС України «Миргород»; санаторій «Радужний». Крім того, на території Кременчуцького району розташовані база відпочинку сталеливарного заводу «Металург»; база відпочинку «Псел»; оздоровчий комплекс нафтопереробного заводу «Івушка»; база відпочинку товариства сліпих «Альбатрос». У Новосанжарському районі надають послуги медичний центр Національної гвардії України «Нові Санжари» і санаторій-профілакторій «Антей». В інших районах налічується по одному об'єкту. Це санаторій «Псьол» (Великобагачанський район); база відпочинку «Сонячна» (Глобинський район); ТОВ санаторій «Сосновий бір» (Зіньківський район); приватна база відпочинку «Оріль» (Машівський район);

пансіонат «Кротенківський» (Полтавський район).

Мережа музейних закладів Полтавської області, що зберігають державну частину Музейного фонду України, налічує 39 об'єктів. Крім того, в області працюють 236 музеїв, створених у складі підприємств, організацій, установ і навчальних закладів [66, с. 6]. Ознайомленню з експозиціями музеїв та іншими об'єктами історико-культурної спадщини сприяють екскурсії за найбільш популярними туристичними маршрутами Полтавщини: «Полтава – духовне джерело України», «Від Тараса Шевченка до Василя Симоненка», «Гоголівські місця Полтавщини», «Православна тріада Полтавщини», «Народні промисли Полтавщини», «Гадяч – гетьманська столиця», «Більське городище – столиця стародавньої Скіфії м. Гелон», «Малоперещепинський скарб», «Музична Полтавщина», «Євген Гребінка і Полтавщина», «Чорнухи – батьківщина філософа Г.С. Сковороди», «А.С. Макаренко – видатний педагог», «Симон Петлюра та патріарх Мстислав – видатні уродженці м. Полтави», «Через терни до зірок», «На Сорочинський ярмарок».

Для прийому туристів в області створено 69 готелів та закладів розміщення. Важливе значення має розвиток транспортної інфраструктури. Зокрема, у 2017 році аеропорт «Полтава» набув статусу міжнародного. Здійснюються роботи з забезпечення функціонування підрозділів прикордонної та митної служби в пункті пропуску, ремонту терміналу та будівництва огорожі. Проектна пропускна потужність пасажирського терміналу площею близько 5000 м² має досягати до 400 осіб на годину, а довжина злітно-посадкової смуги складає 2,55 км [1, с. 57].

В регіоні розроблена і діє обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016-2020 роки, одним з основних напрямів реалізації якої є забезпечення оптимального середовища сталого розвитку туризму в області, інноваційний підхід до управління конкурентоспроможністю обласного та районних туристичних продуктів; забезпечення ефективного просування обласного

туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому туристичному ринках [56]. Цьому сприяє розвиток відносин партнерства влади, бізнесу і громадянського суспільства. До числа профільних громадських організацій туристичного спрямування (асоціацій, громадських об'єднань та об'єднань громадян) належать Спілка екскурсоводів Полтавщини, Полтавська обласна спілка краєзнавців, Полтавське регіональне відділення Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, Спілка народних майстрів Полтавщини, Полтавська обласна федерація спортивного туризму, Громадська організація «Обласний туристичний кластер», Громадська організація екологічного спрямування «Зелена хвиля», Громадська організація «Федерація водного слалому та родео», Громадська організація «Велополтава».

В області сформувалися різноманітні центри активного туризму: гірськолижні комплекси «Корчак» і «Сорочин яр»; центри рибальства у Великобагачанському, Диканському, Машівському і Новосанжарському районах; кінні комплекси у Полтавському та Чутівському районах; табір відпочинку «Сенегал» і осередок зеленого туризму «Скіфський похід» забезпечують походи на байдарках і сплави по річці тощо. В регіоні створені і функціонують 74 садиби сільського зеленого туризму. Дістав розвитку гастрономічний туризм: проводяться міжрегіональний туристичний фестиваль «Гастрономічна гостинність Полтавщини» (м. Полтава), «Опішнянський фестиваль натуральної їжі» (етно-туристичний комплекс «Гостинний двір «Старий хутір», с. Опішня, Зіньківський район), фестиваль-квест «Борщик у глиняному горщику» (с. Опішня, Зіньківський район), гастрономічний фестиваль «Гарбузовий фест-квест» (с. Чечелеве, Кременчуцький район, «Country House – Кантрі-хауз») тощо. Календар подієвого туризму містить більше 40 заходів, серед яких обласне свято «Гребінчина світлиця» та конкурс читців-гумористів (м. Гребінка), відкритий регіональний фестиваль театрального мистецтва «В гостях у Гоголя» (м. Полтава), обласне свято

писанкарства «Воскресни, писанко!» (м. Карлівка), обласна виставка майстрів народної творчості «Решетилівська весна» (сmt Решетилівка), обласне свято «Пісні Бузкового гаю» (сmt Диканька), обласне свято кобзарського мистецтва «Взяв би я бандуру» (сmt Велика Багачка), обласне свято «Дивоцвіт Лесиного гаю» (м. Гадяч), тиждень національного гончарського здвиження «Здвиг» (с. Опішня, Зіньківський район), Міжнародний фольклорний фестиваль «Калинове літо на Дніпрі» (м. Горішні Плавні), обласне свято народної творчості під час проведення Національного Сорочинського ярмарку (с. Великі Сорочинці, Миргородський район), Всеукраїнський фестиваль – конкурс сучасного українського романсу «Осіннє рандеву» (м. Миргород), обласне свято «Благословенні ви, сліди мандрівника Сковороди» (сmt Чорнухи) тощо.

Всесвітня конференція із туризму (1980 р.), прийняла Манільську декларацію із світового туризму, проголосила, зокрема, що “підготовка до туризму повинна суміщатися із підготовкою громадянина до виконання свого громадянського обов’язку. ... Підготовка до туристичної практики, до використання відпустки та здійснення поїздок змогла би з успіхом стати частиною навчання молоді” [25, с. 199].

У документі Акапулько, що був прийнятий на Всесвітній нараді з туризму у 1982 р., наголошується на необхідності “прийняття заходів, що забезпечують, починаючи зі шкільного періоду, підготовку громадянина до подвійної ролі, яку він повинен грати, або як “гість/відвідувач, або як “хазяїн/відвідуємий” [25, с. 209].

Хартія туризму, прийнята у 1985 р., містить у статті III таку рекомендацію державам. “Захищати в інтересах теперішніх і майбутніх поколінь туристичне середовище, яке, включаючи в себе людину природу, суспільні відносини і культуру, є надбанням всього людства” [25, с. 265].

Особливо важливим є трансфер теоретичного знання та трансформація його для наступних поколінь. Необхідність розвитку особистості молоді є

суспільно-необхідним і природним вектором розвитку соціуму. Дослідження практики організації шкільного й молодіжного (студентського) туризму дозволило сформулювати висновок щодо необхідності розвитку не тільки духовної й соціальної, але також і біологічної (фізичної) компоненти особистості молодої людини-туриста. Отже, структура сприйняття блага туризму й рекреації обумовлена інтегральною духовно-біосоціальною природою особистості.

Сучасне інформатизоване суспільство, поряд із беззаперечними досягненнями в різноманітних сферах життя людини, характеризується, на жаль, наявністю довготривалої тенденції до погіршення фізичної активності в усіх вікових групах населення, що стало однією із глобальних проблем сьогодення. Позитивним, водночас, є певний світовий досвід поширення знань щодо рекомендованих навантажень із фізичної активності, що розповсюджуються Всесвітньою організацією з охорони здоров'я. У деяких прошарках суспільства здоровий спосіб життя, заняття туризмом, спортом і фізичною культурою є звичайним явищем або модною тенденцією. З'являються нові форми фізичної активності, навіть пов'язані певним чином із розвитком інформаційних технологій, що ззовні виглядає дещо суперечливо. У цих умовах важливими є дослідження сучасного стану й форм активності різних груп населення, виокремлення чинників, що формують мотивацію до занять фізичною культурою, розроблення й упровадження інноваційних продуктів (форм фізичної активності) та інноваційних педагогічних технологій. Фізична культура, будучи складовим елементом культури особистості, потужної передумовою здорового способу життя значно впливає не тільки на підвищення фізичної підготовленості, поліпшення здоров'я, але й на поведінку людини в побуті й у процесі навчання. Збереження й зміцнення здоров'я студентської молоді – одне із пріоритетних завдань, що стоять сьогодні перед університетами. Студенти займають вагому частину в соціальній структурі

молоді в Україні. Характерною їх властивістю є здатність до опанування новітніх знань, тенденцій, технологій, наслідування їх позитивних і негативних форм, що підкреслює необхідність пошуку гармонії фізичного і духовного в діяльності студентів. Дослідження форм фізичної активності студентів і молоді в зарубіжних країнах дозволяє виявити природні тенденції, тренди, властиві сучасній молоді розвинених країн, які можуть стати згодом звичними для українських студентів, а наразі певним чином виступають як інновації.

Заняття студентів із фізичного виховання під час підготовки до туристичних подорожей можливо зарахувати до однієї з основних форм педагогічної реабілітації. На думку сучасних дослідників – польського науковця Р. Д. Таубера та росіянки Л. В. Тарасової, які аналізують загальне поняття термінів «реабілітація» та «рекреація», педагогічна реабілітація спрямована на організацію фізкультурно-спортивних заходів і підвищення рухової активності молоді, що вчиться, завдяки позаурочним формам занять, організації відпочинку, підвищення емоційного й мотиваційного інтересу у сфері фізичної культури, спорту, туризму, адаптивної фізичної культури. Ці заходи тісно пов'язані з культурою, вихованням, фізичною та духовною гігієною, піклуванням про здоров'я [117, с. 11]. Слід також притримуватися останньої тези і вважати необхідним в організації занять студентів із підготовки до туристичних подорожей додержуватися гармонії тілесного й духовного здоров'я.

Вивчення наукових праць сучасних вчених дозволяє зробити висновки, що для молоді важливим є набуття навичок фізичного самовдосконалення, здорового способу життя, виховання у них витривалості, використання в самостійній роботі вправ з атлетичної гімнастики, з підготовки до туристичних походів. Так, в публікаціях польських дослідників значну увагу приділено наявності, умовам і формам використання вільного часу студентів і студенток, у тому числі фізичній активності молоді, що навчається в університетах

Польщі, Великої Британії, Сполучених Штатів, Данії та України [14–15]. Цікавими є факти появи нових, популярних серед студентів, форм фізичної активності – паркур (parkour), стрітмувмент (streetmovement), скейтбордінг (skateboarding), а також форм, пов'язаних із розвитком комп'ютерних технологій – данс- данс революшн (dance dance revolution) або ейр софт (air soft).

Залучення сучасних форм фізичної активності студентів має поєднуватися зі збереженням і передачею молоді вітчизняного духовно-творчого спадку попередніх поколінь.

При формуванні туристичного продукту врахована методологічна складова: концепція сумісно-розділених відносин, концепція соціального партнерства, міждисциплінарний підхід до дослідження інклюзивного розвитку туризму. При ознайомленні з книгою В.Ф. Волоскова, краєзнавця і гіда, виникла ідея створити тур за маршрутом, описаним у нарисі для полтавців “Подоріжжя від Полтави до Гадячого” П. Мирного [17, с. 75]. Ця ідея була обговорена із співробітниками Полтавського літературно-меморіального музею Панаса Мирного під час стажування у ньому.

Маршрут від музею у м. Полтава до м. Гадяча забезпечував інтенсивну роботу із туристами тільки включно із м. Гадяч. Зворотній шлях не був насиченим інформацією і враженнями, це просто відпочинок під час повернення. Тому ознайомлення з проектом “Популяризація туристичного маршруту “Шляхами союзної армії шведського короля Карла XII та гетьмана України Івана Мазепи: від Гадяча до Перевалочної”, що реалізовано ГО “Велополтава” (керівник проекту В. Нурумов) привело до думки запропонувати інтенсивний культурно-освітній тур переважно для активних молодих людей. При цьому можливе використання вело- та автотранспорту. Поїздка на комфортабельному туристичному автобусі реалізує право на туризм, доступний для усіх, за виключенням, громадян, які мають критичні обмеження за станом

здоров'я.

Підкреслено необхідність трансферу набутого теоретичного знання для наступних поколінь, а також обов'язковість гармонійного розвитку духовної, соціальної і біологічної (фізичної) компоненти особистості молодшої людини-туриста.

Таким чином, туристичний продукт Полтавської області характеризується розширенням спектру послуг і завдяки механізму партнерства влади, бізнесу і інституцій громадянського суспільства набуває ознак сталості, інклюзивності і посилення конкурентоспроможності, у першу чергу, на внутрішньому туристичному ринку.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Практика наукових досліджень свідчить щодо існування двох гілок туристичної науки: прикладної бізнес-орієнтованої і людиномірної соціогуманітарної теоретичної. Об'єднання двох гілок туристичної науки та формування людиномірного економічного туристичного знання можливе в контексті вітчизняної філософсько-економічної традиції, що має полтавський вимір.

2. Важливе значення має розвиток об'єкт-суб'єктних туризмологічних відносин, сумісно-роздільний характер яких дає нову якість результатів дослідження внаслідок поєднання функцій туриста та дослідника туризму однією особистістю.

3. Дослідження туризму у постнекласичній парадигмі мають міждисциплінарний характер і еволюціонують у напрямі постдисциплінарності.

4. Постнекласична людиномірна туристична наука формує нову особистісну методологію пізнання світу-господарства цілісною людиною-туристом з її ціннісно-орієнтованою раціональністю.

5. У процесі особистісно спрямованого господарствотворення туристичної дестинації важливу роль грає забезпечення зустрічі туристів-пересічних особистостей з Іншим, з особистостями-пасіонаріями-брендами.

6. Регулююча роль законодавства у сфері туризму, наявність туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури створюють умови господарствотворення людини-туриста. Виділені економічні, економіко-правові, економіко-географічні умови такого процесу.

7. Показники відвідуваності, гостинності та зайнятості є людиномірними показниками у статистиці туризму, що потребує подальшої оптимізації.

8. Суперечністю дослідження інклюзивної моделі сталого розвитку

туризму як доступного туризму для усіх є обмеження сфери інклюзивного туризму соціальною групою людей з особливими потребами (інвалідів), що вимагає подальшої роботи науковців-туризмологів.

9. Дослідження сутності і форм партнерства у людиномірній туристичній системі, зокрема формування культурно-освітнього продукту для туризму пересічної особистості, є актуальною науковою проблемою та перспективним напрямом подальшої роботи науковців-туризмологів.

10. Перспективним є формування прикладного туристичного господарствознавства як напряму наукових досліджень і навчальної дисципліни. Актуальним є включення теми “Туристичне господарствознавство” у навчальну програму курсу “Туризмологія”, що викладається для студентів-магістрів.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аеропорт «Полтава» набув статусу міжнародного / Український туризм. – 2017. – №7. – С. 57.
2. Аніщенко А. П. Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформації менталітету суспільства / А. П. Аніщенко, М. О. Яріко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socsvit.org/node/61>.
3. 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.
4. Балабанов Г. В. Динаміка і структура наукового пошуку в галузі туризму і рекреації в Україні: аналітична доповідь / Г. В. Балабанов, В.С.Сайчук. – К. : НАУ, 2017. – 100 с.
5. Беценко Т. П. Краснзнавство в сучасній парадигмі науково-освітніх знань: базові поняття / Т. П. Беценко // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С.44-47.
6. Белоусова, Н. В. Теоретичні аспекти розвитку інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму в Україні / Н. В. Белоусова // Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка. Географічні науки : збірник наукових праць / Міністерство освіти і науки України, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка ; Українське географічне товариство, Сумський відділ ; редкол.: Б. М. Нешатаєв (гол. ред.), А. О. Корнус та ін. – Суми, 2018. – Вип. 9. – С. 205–212.
7. Бобух І.М. Стратегічні орієнтири економічного зростання України: інклюзивність як ключовий пріоритет / І.М.Бобух, С.М. Щегель // Вісник НАН

України. – 2018. – №7. – С. 55-70.

8. Богдан Н.М. Дослідження проблем розвитку інклюзивного туризму: туристська інфраструктура і доступність готельних послуг / Н.М.Богдан, А.С.соколенко, О.А, Москаленко // Приазовський економічний вісник. – 2018. – №5. – С. 280-287.

9. Божко Л. Д. Наукометричний аналіз українських дисертацій із туризму (1991-2014) / Л. Д. Божко // Міжнародний вісник: Культурологія. Філософія. Музикознавство. – 2016. – Вип.1. – С.11-20.

10.Бондаренко И. С. Теоретические аспекты туризма: эволюция подходов и научных школ / И. С. Бондаренко // Торгівля і ринок України. – 2017. – № 1. – С. 48-54.

11.Бордун О. Системна класифікація туризмознавства : наукові традиції та сучасні виклики / О. Бордун, П. Романів // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2019. – Випуск 53. – С. 59-69.

12.Бородіна О.М. Інклюзивний сільський розвиток: науковий дискурс / О.М. Бородіна, І.В. Прокопа // Економіка і прогнозування. – 2019. – №1. – С. 70-85.

13.Булгаков С. Н. От марксизма к идеализму. Статьи и рецензии. 1895–1903 / С. Н. Булгаков ; сост., вступ. статья и комментарии В. В. Сапова. – Москва : Астрель, 2006. – 1008 с.

14.Булгаков С. Н. История экономических и социальных учений / С. Н. Булгаков ; вступ. статья, сост. и примеч. В. В. Сапова. – Москва : Астрель, 2007. – 988 с.

15.Вислободська Г. П. Розвиток туристичної галузі в контексті економіки щастя / Г. П. Вислободська // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвіллєвих практик мандрівного філософа-богослова Г.С.Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 53-59.

16.Влащенко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку інфраструктури для потреб інклюзивного туризму / Н. М. Влащенко // Бізнес Інформ. – 2018. – № 9. – С. 122-126.

17.Волосков В.Ф. Подорож Полтавщиною з монетою в руці / В.Ф.Волосков. – Полтава: Оріяна, 2008. – 200 с.

18.Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології / В.Г.Герасименко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – Вип. 2. – С.173-180.

19.Герасименко В. Г. Туризмология как современное междисциплинарное направление исследования туризма / В. Г. Герасименко // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – № 2. – С. 49-54.

20.Гладкий О. В. Постнекласична парадигма єдності в туризмі та географії / О. В. Гладкий // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С 23-29.

21.Гладкий О. В. Туризм як наука про щастя в постнекласичній парадигмі / О. В. Гладкий // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвіллевих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 3-9.

22.Головне управління статистики у Полтавській області. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pl.ukrstat.gov.ua/>.

23.Давидов О. І. Роль Харківщини та Харківського університету у формуванні світогляду М. І. Туган-Барановського / О. І. Давидов, С.М.Куделко, М. В. Проценко // М. І. Туган-Барановський: творча спадщина та сучасна економічна наука : матеріали міжнародної науково-практичної конференції до 150-річчя з дня народження М. І. Туган-Барановського (15–16 жовтня 2015

року). – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – С. 30–34.

24. Доклад Всемирной туристской организации о претворении в жизнь Глобального этического кодекса туризма. – Организация Объединенных Наций, Генеральная Ассамблея, 65 сессия. – 16 с.

25. Жарков Г.Н. Правовое обеспечение международного туризма: учебно-практ. пособие / Г.Н. Жарков. – К.: Кондор, 2004. – 486 с.

26. Животенко В. О. Розвиток сучасного суспільства: економіка щастя та туризм / В. О. Животенко // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г.С.Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 77-82.

27. Задорожна О. Г. Постнекласичні методологічні засади дослідження сучасного господарства: монографія / О. Г. Задорожна. – Харків: “Точка”, 2017. – 452 с.

28. Задорожний Г. В. Постнекласична методологія дослідження людини подорожуючої / Г. В. Задорожний, О. Г. Задорожна // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.) / за заг. ред. Г. П. Скліяра. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С 3-7.

29. Задорожний Г. В. Уномика. Прологомены судьбоносной интегральной науки о спасительном развертывании человечности / Г. В. Задорожний, О.Г.Задорожна. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2019. – 164 с.

30. Задорожний Г. В. Человекомерная экономическая наука: проблемы методологии / Г. В. Задорожний, О. Г. Задорожная. – Харьков : ВННОО имени В. И. Вернадского, 2015. – 416 с.

31. Звягольська І. М. Вхідження медичної мікробіології у постнекласичну реальність науково- практичного простору туризму / І. М. Звягольська // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень

туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С.80-95.

32.Иванова Л.Ф. Символ в контексте туризма и проблема культурно-исторического позиционирования дестинаций / Л.Ф. Иванова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – №5. – Ч. 1. – С. 86-88.

33.Інновінг в туризмі: монографія / А.А, Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І.Михайличенко, Т.І. Ткаченко та ін.; за заг. ред. А.А, Мазаракі. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2016. – 532 с.

34.Карпенко Н.М. Тенденції та перспективи розвитку туризму у Полтавській області / М.М. Логвин, Н.М. Карпенко, П.В. Шуканов // Економічні студії. – 2020. – №3 (29). – С. 38-44.

35.Каталог «Найкращі пропозиції для відпочинку TUI». – К., 2014. – 40 с.

36.Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2011. – 344 с.

37.Кифяк В. Ф. Сучасні підходи до розрахунку обсягу наданих туристичних послуг, визначення чисельності туристів та прогнозування на майбутні періоди / В. Ф. Кифяк, О. Ф. Кифяк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2018. – №1. – С. 41-48.

38.Кожина А.В. Теорія інклюзивного місцевого розвитку та її взаємозв'язок з теоріями територіального розвитку / А.В.Кожина // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – №22. – С. 102-109.

39.Кожина А.В. Фактори інклюзивного інклюзивного місцевого розвитку: підходи до класифікації / А.В.Кожина // Вісник НАДУ. Серія “Державне управління”. – 2018. – №4. – С. 21-30.

40.Козловський В.Є. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. / В.Є. Козловський. – К.: “Центр учбової літератури”, 2015. – 272 с.

41.Козюра І. В. Європейські студії Григорія Сковороди / І. В. Козюра //

Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 9-19.

42.Красномовець В. А. Корпоративна соціальна відповідальність як форма соціального партнерства та чинник забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства / В. А. Красномовець // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С 121-127.

43.Кушнір Л. П. Інноваційні види туризму, їх виникнення та розвиток / Л.П. Кушнір, Р. М. Лозинський // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 19-25.

44.Лиман С. І. Науковий туризм земляків Г. С. Сковороди у другій та третій чверті ХІХ ст.: подорожі Німеччиною та Австрійською імперією / С.І.Лиман // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 25-44.

45.Лиман С. І. Історія туризму: навчальний посібник (для студентів спеціальності «Туризм») / С.І. Лиман, А.Ю.Парфіненко, І.С. Посохов. – Суми: ПФ “Видавництво “Університетська книга”, 2018. – 372 с.

46.Лиман С. І. Особистість, символи і туризм: подорож ад’юнкта Харківського університету М. Н. Петрова до Англії в кінці 1850-х років / С.І.Лиман // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових

досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С.29-37.

47.Логвин М.М. Онтологічна універсальність та індивідуальність щастя секулярної доби / М. М. Логвин, Ю. Б. Миронов // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 82-90.

48.Ляшенко В. І. Формування просторів науково-освітнього туризму в межах транскордонних регіональних інноваційних систем / В. І. Ляшенко // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С.7-15.

49.Манцуров І.Г. Інклюзивний розвиток як основа протидії глобальним викликам сьогодення / І.Г. Манцуров // Економіка України. – 2018. – №10. – С. 71-87.

50.Марсель Г.. НОМО VIATOR, Видавничий дім «KM Academia», Університетське видавництво «Пульсари», Київ 1999, 320 с.

51.Миронов Ю. Б. Соціальне партнерство у сфері туризму / Ю.Б.Миронов // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С 115-121.

52.Михайличенко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г.І.Михайличенко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.

53.Мілінчук О. В. Еволюція туризму як об'єкта наукових досліджень / О.В. Мілінчук // Інтелект ХХІ. – 2017. – № 2. – С. 300-308.

54.Мовчан М.М. Проблема страху у філософа-мандрівника Г. Сковороди

// Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвіллевих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 90-95.

55.Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства : монографія / за заг. ред. Г. П. Скляра. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 372 с.

56.Обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016-2020 роки. Затверджено рішенням третьої сесії Полтавської обласної ради сьомого скликання від 29.01.2016 №32.

57.Опанасюк Н. А. Соціокультурний феномен туризму: дефінітивна характеристика й проблеми становлення / Н. А. Опанасюк // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м.Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С. 52-60.

58.Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. – Назва з екрана.

59.Павко А. І. Методологія модерну і постмодерну: проблеми синтезу протилежних підходів / А. І. Павко // Вісник НАН України. – 2011. – № 3. – С. 34–39.

60.Павловський В. Становлення філософії туризму: онтологічний аспект / В. Павловський // Вісник КНТЕУ. – 2006. – № 5. – С. 99–106.

61.Пазенок В. С. Проблема адаптації туризму до обставин сучасного соціуму / В. С. Пазенок // Наукові записки КУТЕП. – вип. 18. – 2014. – С. 9–18.

62.Пазенок В. С. Туризмология. Теоретический образ туризма / В.С.Пазенок. – Київ : Альтерпрес, 2012. – 277 с.

63.Пащенко В. Панас Мирний і Полтава: пам'ятні місця / В.Пащенко. – Полтава: ФОП Говоров С.В., 2019. – 8 с.

64.Перфільєва М. В. Правове забезпечення розвитку інклюзивного

туризму в Україні / М. В. Перфільєва, І. О. Карпич // Молодий вчений. – 2017. – № 4. – С. 418-421.

65.Пінчук І. О. Співвідношення понять соціального та інституціонального партнерства / І. О. Пінчук // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С.128-136.

66.Полтавський край запрошує «пофестивалити». Туризм подій. – Полтавська обласна державна адміністрація, Управління інфраструктури та туризму. – Полтава, 2016. – 36 с.

67.Посібник з активного відпочинку та туризму для неповносправних / [М.Г. Сварник, Я. І. Грибальський та ін.]. – Львів: Товариство “Зелений Хрест”, 2015. – 150 с.

68.Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма. Записка генерального секретаря. – Генеральная Ассамблея ООН, 2010. – 16 с.

69.Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.

70.Про туризм: Закон України / Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1995. – №31. – Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

71.Радіонова О.М. Сучасні арт-об’єкти та інклюзивний туризм: діалектика співвідношень / О.М. Радіонова // Економіка і суспільство. – 2018. – № 18. – С. 690-694.

72.Реалізація вимог ЄС щодо технічного регулювання в Україні (аграрний сектор, харчова промисловість, туризм) / Т. Васильківська, Ю.Кабаков, М. Козловська, О. Остапенко, О. Правдива, М. Селінний, Т.Тимошенко, Л. Чабак / Сіверський інститут регіональних досліджень. –

Чернігів: Сіверський центр післядипломної освіти, 2017. – 138 с.

73.Регіональний туристичний продукт: проектний підхід до забезпечення конкурентоспроможності: монографія / За заг. ред. М.М. Їжі, К.Д. Бабова, Т.М.Безверхнюк. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. – 626 с.

74.Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.

75.Русавська В.А. Гостинність в українській традиційній культурі: навч. посіб. / В.А.Русавська. – Київ: “Видавництво Ліра-К”, 2015. – 280 с.

76.Скляр Г. П. Антиномії «чистої» туристичної науки та онтологічні виклики практичного розуму / Г. П. Скляр // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного економіко-гуманітарного дискурсу в Україні» (м. Кривий Ріг, 28 квітня 2017 р.). – Кривий Ріг: Дон НУЕТ, 2017. – С.238-241.

77.Скляр Г. П. Генезис постнекласичного прикладного туристичного знання: онтологічні виклики практичного розуму / Г. П. Скляр // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2018. – №1. – С. 49-55.

78.Скляр Г. П. Міждисциплінарний підхід в постнекласичних наукових дослідженнях туризму / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш, І. Р. Прокопенко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2019. – № 1 (92). – С. 108-115.

79.Скляр Г. П. Особистість і благо туризму: постнекласичні студії / Г.П.Скляр // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. – № 5. – С. 161-166.

80.Скляр Г. П.. Особистість та етика туризму: постнекласичні цінності економічної науки / Г. П. Скляр // Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару (м. Полтава, 17 квітня 2018 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С. 15-23.

81.Скляр Г. П. Проблеми гармонізації показників розвитку сфери туризму в Україні з міжнародними стандартами / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш, Л.І.Вишневецька : Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: людинорозмірність, духовність, партнерство, кооперація [Електронний ресурс] : матеріали І Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 1 листопада 2016 р.). – Текст. і граф. дані (2,4 МБ). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 185-190.

82.Скляр Г. П. Сталий туристичний продукт Полтавської області: структура і конкурентоспроможність в умовах євроінтеграції / Г. П. Скляр // Сучасний стан та перспективи розвитку туризму: Матеріали Міжн. наук.-практ. конф., м. Чернівці, 2-4 травня 2018 р. – Чернівці: ПВКФ “Технодрук”, 2018. – С. 122-125.

83.Скляр Г. П. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами / Г.П.Скляр, Л. В. Дробиш, Л.І.Вишневецька // Економічний вісник Донбасу. Науковий журнал. – 2017. – №2. – С. 157-162.

84.Скляр Г. П. Удосконалення показників розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш, Л.І.Вишневецька // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. – №1. – С. 156-163.

85.Скляр Г. П. Феномен ринкової сакралізації особистості Г.С.Сковороди у топохроні туристичної дестинації / Г. П. Скляр, М. М. Логвин // Матеріали Методологічного міждисциплінарного інтернет-семінару «Щастя у подорожах : реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвіллевих практик мандрівного філософа-богослова Г. С. Сковороди» (03 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 46-55.

86.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. 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.

87. Скляр Г. П. Формування постнекласичного економічного туристичного знання: концептуалізація підходів / Г.П. Скляр, Ю.В. Карпенко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Науково-практичний журнал. – 2019. – Вип 3 (20). – С. 12-18.

88. Скляр Г. П. Формування системи антикризового управління DESTINATION у умовах модернізації сфери туризму / Г.П. Скляр, В.О. Животенко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. – №4. – С. 174-178.

89. Скляр Г. П. Щастя як об'єкт міждисциплінарних туристологічних досліджень у постнекласичній парадигмі / Г. П. Скляр, Л. В. Дробиш // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2020. – №2. – С. 49-57.

90. Сковорода Г. Розмова п'яти мандрівників про істинне щастя в житті / Г. Сковорода // Україна: філософський спадок століть – Хроніка 2000. – К.: Фонд сприяння розвитку мистецтв, 2000. – С. 323-332.

91. Скотний В. Г. Філософія освіти : екзистенція ірраціонального в раціональному / В. Г. Скотний. – Дрогобич : Вимір, 2004. – 348 с.

92. Соловьев В. С. Философское начало цельного знания / В. С. Соловьев. – Минск : Харвест, 1999. – 912 с.

93. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / [Т.І.Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А.А.Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.

94. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

95. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. №168-р. – К. – 22с.

96. Тарасевич В. М. Синтез М. Туган-Барановського та загальна теорія цінності / В. М. Тарасевич // М. І. Туган-Барановський: творча спадщина та сучасна економічна наука : матеріали міжнародної науково-практичної конференції до 150-річчя з дня народження М. І. Туган-Барановського (15–16 жовтня 2015 року). – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – С. 62–69.

97. Тейяр де Шарден П. Божественная среда. Пер. с франц. О. С. Вайнер, Я. Г. Кротова и З. А. Масленниковой. Вступит. ст. прот. Александр Мень. – М. : Издательство «Ренессанс» СП «ИВО-СиД», 1992. – XXIV, 311 с.

98. Тейяр де Шарден П. Феномен человека : Сб. очерков и эссе : Пер. с фр. / П. Тейяр де Шарден / Сост. и предисл. В. Ю. Кузнецов. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 553 с.

99. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

100. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / [В.К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – Київ : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.

101. Туристичне обслуговування осіб з інвалідністю : зб. інформ.-метод. матеріалів / Упр. культури і туризму Харків. обл. держ. адмін., Обл. комун. закл. «Харків. орг.-метод. центр туризму». – Харків : [Б. в.], 2018. – 26 с. : іл. – (Харківщина туристична).

102. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін.; за заг. ред.

А.А.Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 388 с.

103.Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. / Д.М.Стеченко, І. В. Безуглий, Н. П. Турло, С. М. Мархонос ; за ред. Д.М.Стеченка. – К. : Знання, 2012. – 455 с.

104.Участь осіб з інвалідністю в культурному житті, проведенні дозвілля й відпочинку. Національна доповідь. Міністерство культури України. – Київ, 2015. – 120 с.

105.Ушаков Д.С. Экономика туристической отрасли: учебн. пособие / Д.С.Ушаков. – Ростов н/Д: Издательский центр “МарТ”; Феникс, 2010. – 446 с.

106.Філософський енциклопедичний словник. – К.: Абрис, 2002. – С. 729. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_.

107. Хейердал Т. Экспедиция «Кон-Тики». «Ра». / Пер. с норв. Л.Л.Жданова. – Ер. : «Луйс», 1983. – 400 с.

108.Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 334 с.

109.Шляхами союзної армії шведського короля Карла XII та гетьмана України Івана Мазепи: від Гадяча до Перевалочної. Туристичний путівник. – Полтава: ФОП Кішка І.В., 2020. – 16 с.

110. Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие. – М. : КНОРУС, 2010. – 568 с.

111. Юркевич П. Д. Философские произведения / П. Д. Юркевич. – Москва : Изд-во «Правда», 1990. – 672 с.

112. Яковец Ю. В. Глобальные экономические трансформации XXI века / Ю. В. Яковец. – М. : Экономика, 2011. – 382 с.

113. Яріко М. О. Філософія інклюзивного туризму / М. О. Яріко // Культура України. Серія : Культурологія. – 2017. – Вип. 58. – С. 119-128.

114. Free time budget and its relation to the physical activity undertaken by

female students in selected countries / A. Wieczorek, M. Molewski, J. Wieczorek i in. // Contemporary trends in the hotel industry and international tourism. – Poznan : Scientific Publishing of The Academy of Hotel Management and Catering Industry, 2013. – P. 299–308.

115. Leiper N. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry / N. Leiper // Annals of Tourism Research. 1979. – №6. – P. 390-407.

116. Spode H. Genesis and structure of tourism science: An Introduction (Генеза та структура туризмознавства: вступ) / H. Spode // Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра : матер. III Міжнародної наук.-практ. конф. (12– 13 жовтня 2016 р., м. Черкаси). – Черкаси : Видавець О. М. Третяков, 2016. – С. 45–50.

117. Tauber R. D. Praktyka masowej rehabilitacji i rekreacji : Porecznik dla studentów szkół wyższych / R. D. Tauber, L. W. Tarasowa. – Poznan, 2003. – 122 p.

118. The variety of forms of activities undertaken by male and female students in selected countries / M. Molewski, A. Wieczorek, J. Wieczorek, i in. // Społeczno – Kulturowe studia z Turystyki, Rekreacji Hotelarstwa i Żywnienia. – Poznan : Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Gastronomii, 2012. – P. 67–79.