



ДЕМОГРАФІЯ, ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ І СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА

УДК 338.43

DOI: 10.37332/2309-1533.2021.1-2.16

JEL Classification: L 83, Z 30

Феленчак Ю.Б.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри спортивного туризму,
Графська О.І.,
д-р екон. наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
Підвальна О.Г.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри аграрного менеджменту,
Вінницький національний аграрний університет

ТУРИЗМ ЯК СФЕРА СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЛЮДИНИ: СУТНІСТЬ І НАУКОВІ ПІДХОДИ

Felenchak Yu.B.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof.,
associate professor of sport tourism department,
Grafaska O.I.,
dr.sc.(econ.), assoc. prof., associate professor
of hotel and restaurant business department,
Lviv State University of Physical Culture
named after Ivan Boberskii,
Pidvalna O.H.,
cand.sc.(econ.), associate professor,
associate professor of agricultural management department,
Vinnytsia National Agrarian University

TOURISM AS A SPHERE OF HUMAN SOCIALIZATION: ESSENCE AND SCIENTIFIC APPROACHES

Постановка проблеми. Сучасний туризм є потужною працемісткою індустрією глобального масштабу, що містить велику кількість готельних, ресторанних та розважальних закладів, об'єктів пізнавального, лікувально-оздоровчого, спортивного та іншого призначення, транспортних засобів та організацій, що здійснюють туристичну і екскурсійну діяльність. У багатьох країнах світу туризм став провідним видом господарської діяльності, закріплюючи таким чином туристичну спеціалізацію держав у світовому поділі праці та формуючи їх туристичні бренди. Активний розвиток туризму здатний нівелювати регіональні диспропорції соціального-економічного розвитку, оскільки, окрім високого рівня економічної рентабельності і відносно швидкого терміну окупності, сприяє підвищенню продуктивності традиційних регіональних видів господарювання, збереженню культурної спадщини та автентичності регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальна проблематика розвитку туризму в контексті як методологічних, так і прикладних аспектів вже тривалий час перебуває в полі зору вітчизняних науковців, науковий доробок яких створює підґрунтя для становлення низки

перспективних напрямів досліджень. Зокрема, у цьому контексті варто згадати праці таких вчених, як: Г. Андреева, М. Борушак, З. Герасимчук, А. Голод, П. Гудзь, Г. Дмитренко, Т. Заяць, Е. Котляров, В. Кравців, Т. Кукліна, І. Курило, В. Куценко, О. Любіцева, М. Мальська, О. Охріменко, І. Писаревський, Д. Стеченко, Т. Ткаченко, Л. Федоришина, Н. Фоменко, Л. Шульгіна, О. Шуплат та ін.

Однак, незважаючи на наявність значного наукового доробку та вагомість сфери туризму у життєдіяльності сучасного суспільства, є багато питань, які потребують ґрунтовніших досліджень та теоретичних узагальнень. Перш за все, слід зазначити, що в українській науковій літературі досі немає чіткого й однозначного визначення туризму, яке б достатньо повно характеризувало багатоаспектність його змісту та структури як соціального явища.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз наукових підходів до трактування туризму як сфери соціалізації людини та обґрунтування його сутності з позицій соціальної економіки і політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією із важливих тенденцій розвитку світової економіки на початку XXI століття є її соціалізація, що стосується як практики економічної діяльності, так і методології економічної науки. У розвитку туризму соціалізація виявляється, насамперед, шляхом зростання ролі соціальних факторів, а також через перетворення туризму у важливу складову способу життя чимдалі більшої частки населення багатьох країн світу [1].

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

Загалом туризм спочатку не був об'єктом наукового дослідження і в первинному змісті суспільного усвідомлення трактувався як переміщення та тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання [15]. Первісне тлумачення змісту туризму зводилось до прогулянки або поїздки, яка в результаті завершувалась поверненням до місця, звідки була розпочата [6; 9].

Необхідність більш чіткого визначення туризму виникла в середині XX століття, у зв'язку із трансформаціями суспільно-економічних відносин та збільшенням туристичних потоків, що суттєво вплинуло на економіку багатьох країн. Ініційоване в цей час наукове осмислення туризму як виду діяльності потребувало встановлення його чіткого категорійного апарату [3; 15].

Одне з перших загальноприйнятих наукових визначень туризму було запропоноване швейцарськими професорами В. Хунцікером (W. Hunziker) та К. Крапфом (K. Krapf) у 1942 р. у праці «Генплан по навчанню туризму як науки». Згадані автори визначили туризм як сукупність явищ та відносин, які виникають у зв'язку з переміщенням і перебуванням людей в місцях, які не є місцем їхнього постійного проживання і які не пов'язані з їхньою трудовою діяльністю [14]. Це визначення згодом було прийнято створеною у 1951 р. Міжнародною асоціацією наукових експертів туризму з метою розвитку наукових зв'язків і проведення дослідницьких робіт в галузі туризму (AIECT) [15, с. 18] та пізніше – взято за основу у подальших визначеннях цього терміну у різних сферах суспільної діяльності [5; 13].

Так, зокрема, у 1961 р. австрійський юрист П. Бернекер (P. Bernecker) у праці «Методи та засоби масової інформації туристичної відкритості» визначає туризм як сукупність взаємовідносин та послуг, пов'язаних із тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання через некомерційні або непрофесійні причини [16].

У 1954 р. Організацією Об'єднаних Націй (ООН) було надане одне із перших офіційних визначень туризму, згідно якого його почали трактувати як активний відпочинок, що позитивно впливає на зміцнення здоров'я та фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання [8; 10].

Вагомий внесок у формування поняття «туризм» у економічних дослідженнях належить Манільській конференції з туризму (Філіппіни, 1980 р.). У результаті її проведення за туризмом остаточно закріпилося трактування його як виду активного відпочинку – подорожей з метою пізнання конкретних районів нових країн у поєднанні з елементами спорту. Крім того, Манільська декларація з проблем розвитку світового туризму проголосила, що туризм потрібно розуміти як діяльність, що посідає чільне місце в життєдіяльності народів і безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну та політичну сфери життя окремих держав і на їхні міждержавні відносини [10]. Зокрема, у згаданому документі було зазначено, що право на відпочинок, відпустку, свободу подорожей і туризму є природним і невід'ємним для кожної людини і кожна держава зобов'язана надавати своїм громадянам реальні можливості доступу до туризму [9].

У 1993 р. статистичною комісією ООН було суттєво уточнено поняття туризму – його почали розглядати як діяльність осіб, які подорожують, перебуваючи у місцях, розташованих поза межами постійного місця проживання, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, але здійснюється з відпочинковими, освітніми, діловими та іншими цілями, не пов'язаними з діяльністю, що оплачується з джерела у місці відвідування [10; 13].

Подібний підхід до трактування туризму закладений в основі багатьох сучасних авторитетних

термінологічних видань світового масштабу, а також вживається і в сучасному українському законодавстві, зокрема у Законі України «Про туризм». Отже, можна помітити розширення і суттєву трансформацію змісту поняття туризму впродовж останніх років – окрім рекреаційних та холистичних аспектів діяльності туристів, туризм передбачає також і комерційну діяльність щодо організації та здійснення подорожей та надання широкого спектру послуг гостинності.

Однак у сучасних умовах, незважаючи на значний суспільний та науковий інтерес до розвитку та особливостей функціонування сфери туризму, немає єдиного підходу до визначення сутності туризму як сфери суспільної діяльності, його місця та ролі у життєдіяльності сучасної людини. Ба більше, за різними напрямками суспільної діяльності, а також на різних ієрархічних рівнях трактування туризму є різним і з урахуванням галузевої специфіки.

Різні підходи до трактування туризму існують і серед науковців – дослідники найчастіше розглядають туризм як одну із форм рекреації або як окрему сферу господарської діяльності, пов'язану із обслуговуванням туристів [9; 10].

М. Мальська, В. Худо та В. Цибух визначають туризм як вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями [12, с. 21].

На думку Є. Козловського, туризм можна розглядати як певний вид діяльності, що включає в себе ціль, засіб, результат і сам процес діяльності, а для характеристики туризму пропонує використовувати суб'єктно-діяльнісний підхід, який передбачає виявлення специфіки туристичної діяльності та її мотиваційної складової. Суть цього підходу полягає в розумінні діяльності як специфічно людського способу ставлення до світу, у якому людина виступає як суб'єкт діяльності, а освоювані нею явища світу – як її об'єкти [7].

Поряд з цим, частина науковців вважає, що туризм як економічне явище зводиться лише до поняття виробництва і продажу туристичного продукту, тобто до результатів діяльності туроператорів та турагентів, аргументуючи це тим, що тільки незначна частина організацій спеціалізується на виробництві товарів та послуг, призначених виключно для туристів [15].

Як вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання, розглядає туризм В. Кифяк. На думку дослідника, туристичні підприємства та інші суб'єкти туристичної діяльності працюють на комерційних засадах, створюючи при цьому валову додану вартість шляхом виробництва, просування та реалізації туристичних продуктів, спрямованих на задоволення потреб споживачів [6, с. 69].

У сучасній науці дослідженню та класифікації підходів до розуміння економічної сутності туризму приділяється достатньо уваги з боку вітчизняних та зарубіжних дослідників. Сучасний стан і рівень наукового опрацювання досліджуваної проблематики дозволяє виділяти низку наукових підходів до визначення сутності туризму.

Так, на думку Г. Горбаня, виходячи із головного логічного постулату, закладеного у визначенні поняття туризму та залежно від критеріїв, які покладені в основу класифікації, доцільно виділяти функціональний, галузевий, статистичний, системний та нормативно-правовий підходи, які дозволяють систематизувати теоретичні аспекти поняття «туризм» в єдиній соціально-економічній категорії [3].

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

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

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

3) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності за місцем перебування [9].

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

- визначення, що характеризують туризм як галузь;
- визначення, що характеризують туризм як відносини;
- визначення, що характеризують туризм як діяльність [8].

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

- 1) споживчий підхід, коли під туризмом розуміється процес споживання послуг та товарів у

вільний від роботи час за межами постійного місця проживання;

2) соціокультурний підхід туризму як вид активного відпочинку з метою відновлення працездатності та поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями;

3) економічний підхід, в межах якого туризм визначається як галузь сфери послуг, де виробляються, реалізуються та споживаються послуги, пов'язані з організацією туристичних подорожей для людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання та не здійснюють оплачуваної діяльності в місці перебування [15, с. 23].

Вважаємо цілком обґрунтованою думку науковців про те, що практично неможливо здійснити уніфіковане визначення туризму, яке б повною мірою відображало його складність та багатоаспектність як соціального явища. Водночас саме соціальна функція туризму є дуже вагомою [2].

Підсумовуючи усе викладене вище, можна стверджувати, що туризм – це складне багатоаспектне соціальне, культурне та економічне явище, функціонування і розвиток якого формує самостійний сектор світової економіки. Відоме гасло Всесвітньої туристичної організації «Де розвивається туризм – відступає бідність» є актуальним для багатьох держав, в тому числі й України. Адже туризм – це специфічна сфера людської діяльності, яка мотивує до пізнання світу з практично невичерпними туристичними ресурсами, яку називають «виробництво без виробництва».

Активний розвиток сфери туризму і перетворення її в одну з найважливіших галузей сучасної світової економіки зумовлюють необхідність дослідження її соціальних функцій та напрямів впливу на життєдіяльність соціуму. Одним з аспектів зростання актуальності згаданої проблематики є трактування туризму як виду людської діяльності, який розширює канали комунікації між різними соціумами в умовах сучасних глобалізаційних процесів [11].

Важливою особливістю сучасного туризму є його чітко виражена соціальна спрямованість, у зв'язку з чим усе більше науковців визначають туризм як особливу соціальну сферу економіки. Це зумовлює необхідність розширення визначення туризму, оскільки цілі сучасного туризму стають все більш різноманітними – поряд із традиційними пізнавальними, спортивними та оздоровчими цілями, сучасний туризм активно здійснюється з діловими, науковими, релігійними, екологічними, гастрономічними, виховними, навчальними та іншими цілями [9].

У соціальному аспекті туризм – дієвий засіб задоволення потреб людей у відпочинку, подорожах, оздоровленні, нових знаннях, враженнях. Про визначальну соціальну спрямованість туризму свідчить і чітко виражений соціальний характер туристичних послуг як сфери діяльності людини, оскільки в процесі отримання (виробництва, надання, споживання) послуг люди взаємодіють з оточенням, а власне процес споживання туристичних послуг є ознакою соціальної стратифікації [4].

Розглядаючи сутність та підходи до визначення поняття «туризм», вважаємо доцільним визначати його з позиції функціональної єдності економічного, споживчого, соціального та культурного підходів з урахуванням соціальної доступності туристичних послуг різним категоріям споживачів (рис. 1).

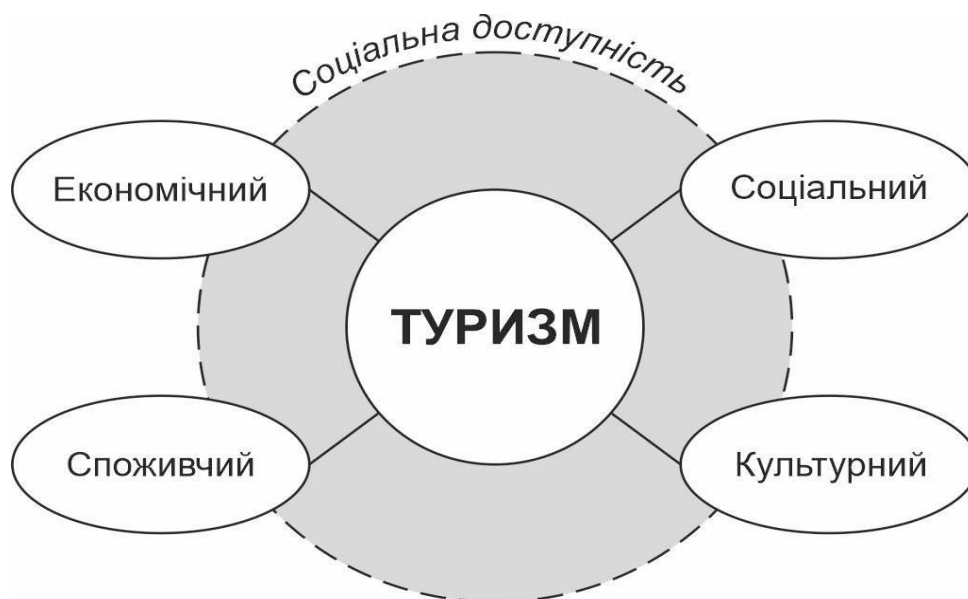


Рис. 1. Концептуальна модель туризму з точки зору соціальної економіки
Джерело: авторське бачення

Економічний підхід визначає туризм як галузь економічної діяльності, де на комерційній основі виробляються та реалізуються туристичні послуги, а також послуги пов'язані із обслуговуванням туристів. Споживчий підхід розглядає туризм як процес споживання туристичних послуг з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями в залежності від мотиваційних запитів споживачів. У межах культурного підходу туризм позиціонується як сфера поширення суспільно значимих цінностей, яка мотивує до пізнання світу та розширення особистісного світогляду. Соціальний підхід трактує туризм як вид активного відпочинку з метою відновлення здоров'я та працездатності та акцентує на доступності повноцінного відпочинку для усіх категорій громадян. Зазначені підходи не суперечать один одному і відображають різні сторони функціонування туризму як складного і багатоаспектного явища.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сучасний туризм, з огляду на його виражену соціальну спрямованість та інтеграцію у різні сфери суспільного життя, може трактуватися як процес соціалізації економіки загалом і окремих соціальних груп та індивідів зокрема. Туризм дає змогу активізувати соціально-економічний розвиток держав і регіонів, нівелюючи його диспропорції, підвищуючи продуктивність низки видів економічної діяльності, сприяючи збереженню історико-культурної спадщини та унікальності територій. Усе це, а також урізноманітнення цілей і видів сучасної туристичної діяльності, зумовлює необхідність розширення і уточнення визначень туризму. На основі аналізу наукового доробку вітчизняних та зарубіжних учених встановлено, що поняття «туризм» характеризується певною динамікою, що пов'язана зі становленням туризму як ефективної сфери економічної діяльності та зростанням його соціальної значущості при формуванні базових орієнтирів рівня та якості життєдіяльності суспільства.

Література

1. Голод А. П. Соціальна безпека туризму в регіоні: сутність та методика оцінювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 9-1. Ч. 3. С. 144-147.
2. Голод А. П., Федоришина Л. М. Соціальні проблеми організації міжнародного в'їзного туризму в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2019. № 1(42). С. 115-121.
3. Горбань Г. П. Эволюция теоретических подходов к определению понятия «туризм». *Экономика и управление*. 2006. № 2-3. URL: http://kafmen.ru/library/compilations_vak/eiu/2006/2_3/p_47_50.pdf (дата звернення: 15.02.2021).
4. Дусенко С. В. Социология туризма: социально-культурный аспект. *Сервис PLUS*. 2011. № 4. С. 18-26.
5. Квартальнов В. А. Туризм: история и современность. Москва : Финансы и статистика, 2002. Т. 1. 320 с.
6. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : Книги-XXI, 2008. 344 с.
7. Козловський Є. В. Соціокультурні аспекти розвитку туризму в умовах глобалізації. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 59-66.
8. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 146-150.
9. Котенко Т. М. Соціальний вимір розвитку рекреації та туризму. Київ, 2016. 240 с.
10. Кузик С. Географія туризму : навч. посібник. Київ : Знання, 2011. 271 с.
11. Любимий Я. В. Туристська діяльність як чинник глобальної синергії культур. *Пазенок В. С. Філософія туризму* : навч. посібник. Київ : Кондор, 2004. С. 108-125.
12. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
13. Сокол Т. Поняттєво-категоріальний апарат спеціальних дисциплін професійної підготовки менеджерів туристичної індустрії. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2009. Вип. 1. С. 126-132.
14. Хунцикер В. Туризм как наука. URL: https://www.peoples.ru/science/professor/walter_hunziker/ (дата звернення: 10.02.2021).
15. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659> (дата звернення: 10.02.2021).
16. Bernecker P. Methods and Media of Tourist Publicity. Vienna : Austrian National Tourist Office, 1961. 125 p.

References

1. Holod, A.P. (2014), "Social security of tourism in the region: the essence and methods of evaluation", *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomiczni nauky»*, Iss. 9-1, Part 3, pp. 144-147.

2. Holod, A.P. and Fedoryshyna, L.M. (2019), "Social problems of organizing international inbound tourism in Ukraine", *Stalyi rozvytok ekonomiky : mizhnar. nauk.-vyrobnychi zhurnal*, no. 1(42), pp. 115-121.
3. Horban, H.P. (2006), "Evolution of theoretical approaches to the definition of "tourism"", *Ekonomika i upravleniie*, no. 2-3, available at: http://kafmen.ru/library/compilations_vak/eiu/2006/2_3/p_47_50.pdf (access date February 15, 2021).
4. Dusenko, S.V. (2011), "Sociology of tourism: social and cultural aspect", *Servis PLUS*, no. 4, pp. 18-26.
5. Kvartalnov, V.A. (2002), *Turizm: istoriia i sovremennost* [Tourism: history and modernity], Finansy i statistika, Moscow, Russia, Vol. 1, 320 p.
6. Kyfiak, V.F. (2008), *Orhanizatsiia turyzmu* [Organization of tourism], Knyhy-XXI, Chernivtsi, Ukraine, 344 p.
7. Kozlovskiy, Ye.V. (2012), "Social and cultural aspects of tourism development in the context of globalization", *Heohrafiia ta turyzm*, Iss. 20, pp. 59-66.
8. Kolosinska, M.I. (2016), "Approaches to the classification of types and forms of tourism", *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, Iss. 9, pp. 146-150.
9. Kotenko, T.M. (2016), *Sotsialnyi vymir rozvytku rekreatsii ta turyzmu* [Social dimension of development of recreation and tourism], Kyiv, Ukraine, 240 p.
10. Kuzyk, S. (2011), *Heohrafiia turyzmu* [Geography of tourism], tutorial, Znannia, Kyiv, Ukraine, 271 p.
11. Liubyvyi, Ya.V. (2004), "Tourist activity as a factor in global synergy of cultures", *In: Pazenok, V.S. Filosofiia turyzmu* [Philosophy of tourism], tutorial, Kondor, Kyiv, Ukraine, pp. 108-125.
12. Malska, M.P., Khudo, V.V. and Tsybukh, V.I. (2004), *Osnovy turystychnoho biznesu* [Fundamentals of tourism business], tutorial, Tsentri navchalnoi literatury, Kyiv, Ukraine, 272 p.
13. Sokol, T. (2009), "Conceptual and categorical apparatus of special disciplines of professional training of managers of the tourism industry", *Osvita doroslykh: teoriia, dosvid, perspektyvy*, Iss. 1, pp. 126-132.
14. Hunziker, W. "Tourism as a science", available at: https://www.peoples.ru/science/professor/walter_hunziker/ (access date February 10, 2021).
15. Shuplat, O.M. (2015), "Formation of the concept of "tourism" in modern economics", *Efektivna ekonomika*, no. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659> (access date February 10, 2021).
16. Bernecker, P. (1961), *Methods and Media of Tourist Publicity*, Austrian National Tourist Office, Vienna, Austria, 125 p.