

УДК 378:662; 008

ХУДАВЕРДІЄВА Вікторія – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, Державний біотехнологічний університет, м. 44, вул. Алчевських, Харків, Україна, індекс 61002 (wiki75807@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Researcher ID, Publons: <https://publons.com/wos-op/researcher/4926659/khudaverdiyeva-viktoriya>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.spec.13>

Бібліографічний опис статті: Худавердієва, В., (2022). Вплив соціально-культурного аспекту туризму на генезис цивілізаційного процесу та євроінтеграційні комунікаційні зв'язки. *Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філософія»*, Спецвипуск, 192–213, doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.spec.13>

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО АСПЕКТУ ТУРИЗМУ НА ГЕНЕЗИС ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ЗВ'ЯЗКИ

***Анотація.** Метою статті є дослідження впливу феномена туризму як соціально-культурного явища на генезис цивілізаційного процесу та інтеграційні комунікаційні зв'язки між Україною і країнами Європейського Союзу (ЄС). Розкриваються головні важелі розвитку туризму, його основні аспекти та соціальні функції. Нині туризм розглядається як предмет наукового вивчення зі своїм понятійним апаратом, функціями та сферою впливу. У статті розглядаються соціальні та культурні чинники розвитку сучасного туризму. Особливу увагу приділено питанням потреби індивіда у туристичних послугах, визначено соціальний характер потреби туриста, проаналізовано особливості задоволення потреб у туристських послугах. **Методологічними** засадами дослідження стали загальнонаукові методи та прийоми дослідження, такі як аналіз, синтез, порівняння, аналіз статистичних даних. Проведений*

аналіз точок зору зарубіжних та вітчизняних авторів з питань дослідження соціальних та смислових граней туризму, концептуального апарату соціології туризму дав змогу обґрунтувати вплив соціокультурних аспектів туризму на глобалізаційні процеси та євроінтеграційні комунікаційні зв'язки, а також визначити актуальні напрями розвитку туризму у контексті євроінтеграційних процесів в Україні. **Наукова новизна.** Визначено, що туризм, будучи одним із проявів соціальної форми руху, є важливим фактором, що сприяє багатоплановим комунікаційним зв'язкам і впливає на генезис цивілізаційного процесу, проте довгий час він не мав однозначного й чіткого визначення і по-різному трактувався як окремими фахівцями, так і організаціями. **Висновки.** В результаті дослідження встановлено, що у сучасному світі туризм поєднує багато сфер життєдіяльності людини і впливає як на саму людину, так і на всі сфери її життя і на життя суспільства загалом, здійснюючи пізнавальну функцію. У місцях із розвиненою сферою туризму спостерігається зміна у суспільстві: відбувається переорієнтація робочої сили у професії, які пов'язані з туристичною діяльністю. Доведено, що за розвинених форм туризм сильно впливає як на саму людину, так і на багато сфер його життя, а саме організацію праці та відпочинку, економічний і соціальний розвиток, перетворює середовище в регіоні, в якому розвивається.

Ключові слова: туризм, культура, соціально-культурний аспект туризму, функції туризму, євроінтеграційні комунікаційні зв'язки.

KHUDAVERDIYEVA Viktoriya – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Tourism, State Biotechnological University, 44, Str. Alchevskih, Kharkiv, Ukraine, 61002 (viki75807@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Researcher ID, Publons: <https://publons.com/wos-op/researcher/4926659/khudaverdiyeva-viktoriya>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.spec.13>

To cite this article: Khudaverdiyeva, V., (2022). Vplyv sotsial'no-kul'turnoho aspektu turyzmu na henezys tsyvilizatsijnoho protsesu ta ievrointehratsijni komunikatsijni zv'iazky. [The influence of the

socio-cultural aspect of tourism on the genesis of the civilization process and European integration communication links]. *Liudynoznavchi studii: zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Serii "Filosofia" – Human Studies. Series of "Philosophy": a collection of scientific articles of the Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Special issue, 192–213, doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.spec.13>*

THE INFLUENCE OF THE SOCIO-CULTURAL ASPECT OF TOURISM ON THE GENESIS OF THE CIVILIZATION PROCESS AND EUROPEAN INTEGRATION COMMUNICATION LINKS

*Summary. The purpose of the article is to study the impact of the phenomenon of tourism as a socio-cultural phenomenon on the genesis of the civilization process and integration communication links between Ukraine and the countries of the European Union (EU). The main levers of tourism development, its main aspects and social functions are revealed. Currently, tourism is considered as a subject of scientific study, with its conceptual apparatus, functions and sphere of influence. The article examines the social and cultural factors of the development of modern tourism. Particular attention was paid to the issues of the individual's need for tourist services, the social nature of the tourist's needs was determined, and the peculiarities of meeting the needs in tourist services were analyzed. **The methodological** foundations of the research were general scientific methods and techniques of research: analysis, synthesis, comparison, analysis of statistical data. The analysis of the points of view of foreign and domestic authors on the research of the social and meaningful aspects of tourism, the conceptual apparatus of the sociology of tourism allowed to substantiate the influence of sociological aspects of tourism on globalization processes and European integration communication links, as well as to determine the current directions of tourism development in the context of European integration processes in Ukraine. **Scientific novelty.** It was determined that tourism, being one of the manifestations of a social form of movement, is an important factor that contributes to multifaceted communication links and affects the genesis of the civilization process, but for a long time it did not have a clear*

*and unambiguous definition, and was interpreted differently by individual specialists, and organizations. **Conclusions.** As a result of the study, it was established that in the modern world tourism combines many spheres of human activity and affects both the person himself and all spheres of his life and the life of society as a whole, performing a cognitive function. In places with a developed sphere of tourism, there is a change in society – there is a reorientation of the workforce in professions related to tourism. It has been proven that in developed forms, tourism strongly affects both the person himself and many areas of his life – the organization of work and leisure, economic and social development, transforms the environment in the region in which it develops.*

Key words: *tourism, culture, socio-cultural aspect of tourism, functions of tourism, European integration communication links.*

Постановка проблеми. Соціологічні дослідження туризму – явище відносно недавнє. Набагато частіше ми стикаємося з аналізом туризму як об'єкта економічної діяльності або механізму міжкультурної комунікації. Водночас саме у сфері туризму стають видимими та фіксованими найважливіші форми освіти та відтворення соціальної структури суспільства, набуття соціальної солідарності. Все частіше фіксується, що розвиток та функціонування туризму безпосередньо пов'язані з його соціальною функцією, особливою системою смислів та інститутів, якими наділено простір туризму. Туризм є важливим соціальним явищем у житті світової спільноти, заснованим на гуманістичних цілях і принципах (Туристична діяльність та її соціальні функції у житті людини). Питання про туризм як об'єкт соціологічних та інших наукових досліджень вимагає свого спеціального розроблення. Невизначеність та широта об'єкта дослідження робить досить невизначеним сам предмет вивчення. Однак соціологічна складова частина у дослідженні туризму є досить значною та актуальною.

Метою статті є дослідження впливу феномена туризму як соціально-культурного явища на генезис цивілізаційного процесу та інтеграційні комунікаційні зв'язки між Україною і країнами Європейського Союзу (ЄС).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні соціальні та смислові грані туризму, концептуальний апарат соціології туризму розглядалися в роботах М.М. Белкіна (2017). Природа самого туризму, його зв'язок з життєдіяльністю людини відображались у фундаментальних працях П.А. Добушовського (2020) в галузі соціології.

С.В. Дусенко (2004) в кандидатській дисертації дає перше в історії соціології визначення соціології туризму.

Соціологія туризму – це галузь соціології, що вивчає поведінку людей під час відпочинку як елемент способу життя, зіставляючи його з робочим часом, соціальними інститутами (сім'єю, освітою), культурою тощо; досліджує зв'язок туризму та суспільства; визначальне місце та роль туризму у системі суспільних відносин. Вивчення та знання працівниками туристичної сфери потреб та цінностей людей, закономірностей територіальної організації соціального життя суттєво важливі для розуміння проблем клієнтів та надання їм відповідних послуг. Знання соціології туризму може сприяти ефективній роботі з різними категоріями клієнтів туристичних фірм.

Проблематика дослідження формувалась на перетині кількох проблемних напрямів науки про суспільство. Насамперед це класична проблемна галузь досліджень щодо заснування соціальної структури суспільства. У цьому аспекті слід зазначити соціологічні роботи таких авторів, як П. Бурдьє (2013), А.Ф. Філіппов (2012), Р. Мертона (Merton, 2006), Т. Парсонса (Parsons, 2002), Є.Г. Фуруботн, Р. Ріхтер (2005).

Основний матеріал. Для соціальних наук залишаються відкритими два питання. Перше полягає у вивченні впливу туризму на суспільство та зростання соціальних потреб, що виникають через розвиток туризму. Друге пов'язане з вивченням зміни наших уявлень про туризм, його функції та соціальну роль. Цим починають серйозно займатися психологія та соціологія. Водночас з'являється багато інших проблем. У міжнародному туризмознавстві туризм називають соціальним феноменом. Соціальний (від лат. *socialis* – суспільний) – це той, що належить до життя суспільства. Феномен (нім. *phanomen* – те, що є) трактується у таких двох значеннях: філософське поняття,

синонім явища, наданого нам у досвіді чуттєвого пізнання; незвичайне, рідкісне явище; винятковий факт, людина. За ступенем формування соціальних наук вчення про соціальний феномен туризму набуває складнішої структури. Більшість учених аналізує вузькі аспекти туризму, такі як територіальна організація, економічні механізми, психологічні мотивації. Вивчення туристичної діяльності почалося з економічної дисципліни, в якій воно зародилося, а згодом охопило практично всі науки. Соціологічна складова частина туризму поки що недостатньо представлена у вітчизняній соціології. Соціологія туризму перебуває в стадії інституціоналізації. На нашу думку, соціологія туризму є галуззю соціології, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного феномена з точки зору соціальних інститутів, соціальних організацій та соціальних відносин. Соціологія туризму розглядає як предмет аналізу мотиви, цілі, інтереси та моделі поведінки індивідів, залучених до туризму, а також функціонування туристичних організацій.

Потреба в соціологічному осмисленні туризму викликана винятковим впливом сучасного туризму на різні сфери діяльності соціуму в глобальному світі. На думку експертів, рівень міжнародного туризму по прибуттях у 2000–2023 роках може становити понад 1 трлн туристів [9], однак окремі вчені вважають, що він складатиме не більше 937 млн. Спочатку туризм був локальною соціальною практикою, що застосовувалась обмеженою соціальною спільнотою. Однак з другої половини ХХ століття туризм, що досяг глобальних масштабів і залучив у процес свого виробництва та споживання глобальні людські ресурси, зачіпає багато сторін суспільного життя, значно впливаючи на його соціальні аспекти.

Як видно з табл. 1, розмір пасажирських перевезень в Україні у 2020 році порівняно з 2019 роком скоротився з 975 млн дол. США до 313 млн дол. США, також зменшилась кількість прибуттів іноземних туристів у межах національних кордонів з 13 710 тис. до 3 382 тис. Аналогічну тенденцію має показник кількості відправлень та розміру туристичних витрат в інших країнах (табл. 1).

Таблиця 1

Показники в'їзного та виїзного туризму в Україні в динаміці за 2000–2020 роки (за даними КНОЕМА)

№	Показники	2000 рік	2005 рік	2010 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
1	Виїзний туризм, пасажирські перевезення (млн дол. США)	169	417	908	580	645	758	824	975	313
2	Прибуття іноземних туристів у межах національних кордонів (тис.)	11 691	20 489	24 114	13 025	13 734	14 579	14 342	13 710	3 382
3	Відправлення (тис.)	–	–	17 741	23 336	25 226	27 067	27 977	29 346	11 251
4	Туристські витрати в інших країнах (млн дол. США)	561	3 078	4 134	5 408	6 306	7 536	8 287	8 907	4 823

Джерело: World Data Atlas. КНОЕМА. Світовий атлас даних, 2021

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2019 році було здійснено 1,5 млрд міжнародних туристичних поїздок. Кількість міжнародних туристичних поїздок збільшилась на 4%, про що повідомляє АТОР. Лідером світового туризму, як і раніше, залишається Франція. Країна прийняла 90,2 млн відвідувачів, що на 800 000 більше, ніж у 2018 році. Найбільш відвідуваними країнами світу є Франція (90,2 млн туристів), Іспанія (83,8 млн), США (78,7 млн), Китай (67,5 млн), Італія (64,6 млн), Туреччина (52,5 млн), Мексика (44,9 млн), Таїланд (39,7 млн), Німеччина (39,4 млн). Також були названі найшвидше зростаючі напрямки 2019 року. Лідером виявилась М'янма, де приріст туристів порівняно з 2018 роком становив 40,2%. У 2011 році в цій країні з новою силою спалахнув конфлікт між корінними араканцями-буддистами та етнічними

бенгальцями-мусульманами, яких місцеві жителі вважають нелегальними мігрантами з Республіки Бангладеш. Експерти зазначають, що у 2019 році ситуація нормалізувалась, що сприяло зростанню туристичного потоку до М'янми. Найшвидше прогресуючими туристичними напрямками світу за підсумками 2019 року виявились такі: М'янма (+40,2%), Пуерто-Ріко (+31,2%), Іран (+27,9%), Узбекистан (+27,3%), Чорногорія (+21,4%) (UNWTO, 2020).

На початку ХХ століття виник і набув поширення соціальний туризм, обумовлений суспільною потребою. Його основними рисами є масовість, інтенсивність, перетворення на індустрію відпочинку зі своїми організаційними формами й методами, туристичним продуктом і виробничим циклом. Нині туризм стає, з одного боку, дедалі більш диференційованим, з іншого – спеціалізованим, за умови різноманітності соціальних потреб у відпочинку, розвагах, подорожей тощо. У результаті масовізації сучасної культури формується особливий тип людини, яку визначають як людину масову, споживаючу. У соціальній сфері відбуваються трансформації, пов'язані з тим, що ринок виробників змінюється ринком споживачів (Дусенко, 2004). Ускладняється мотивація туристичного попиту: разом із рекреаційним зростаюче значення набувають освітній, комунікативний та інвестиційний аспекти туризму.

Сьогодні туризм перетворився на найбільшу галузь виробництва, поступаючись за прибутковістю лише видобутку та переробці нафти. Туризм (за даними Всесвітньої туристичної організації) забезпечує 10% обігу виробничо-сервісного ринку планети. На сферу туризму припадають близько 6% світового валового національного продукту, 7% світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень, кожне 16 робоче місце. Консалтингова компанія “Strategy Partners” представила підсумки міжнародного дослідження конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму “The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019” (World Data Atlas. KNOEMA, 2020), проведеного WEF у партнерстві зі Strategy Partners та Євразійським інститутом конкурентоспроможності.

Порівняно з 2018 роком склад топ-10 країн рейтингу не змінився. До першої трійки традиційно увійшли Іспанія, Франція та Німеччина, які набрали по 5,4 бали кожна. Слідом йдуть Японія (5,3), Сполучені Штати Америки (5,3), Великобританія (5,2). Австралія, Італія та Канада отримали по 5,1 балу рейтингу. Завершує «десятку найкращих» Швейцарія, яка у 2019 році набрала 5,0 балів. Варто зазначити, що цього року Великобританія опустилася з п'ятої на шосту позицію через погіршення бізнес-атмосфери та меншу увагу до власних природних та культурних ресурсів. Щодо Європи, то у поточному рейтингу найбільше зростання показала Сербія, піднявшись одразу на 12 пунктів у загальному рейтингу (з 95 на 83 місце). Естонія, яка раніше займала 37 позицію, у 2019 році опустилася на 46 місце. Латвія посіла 56 рядок рейтингу, Грузія – 70, Азербайджан – 71, Казахстан – 81, Україна – 88, Молдова – 103, Таджикистан – 107, Киргизія – 115. Зазначено, що загалом конкурентоспроможність країн у сфері подорожей та туризму (Т&Т) продовжує зростати у всьому світі (Туризм. Світовий ринок, 2022).

У 2019 році цей вид індустрії приніс 10% світового ВВП і приблизно стільки ж міжнародного ринку праці (Туризм. Світовий ринок, 2022). Щодо України, то цей показник за останні 20 років коливається в межах від 8,7% у 2005 році до 5,2% у 2019 році (World Data Atlas. КНОЕМА, 2020). Це найнижчий показник за весь період дослідження, і, на жаль, причин для такого падіння достатньо (табл. 2).

Експерти очікують, що наступного десятиліття цей показник може подвоїтися завдяки збільшенню кількості представників середнього класу, особливо в Азії. За даними СОТ, щороку одна третина населення світу бере участь у поїздках. Згідно з прогнозами, приріст міжнародного туризму складатиме щорічно 4%. Таким чином, туризм, з одного боку, детермінований соціально-економічним, науково-технічним розвитком суспільства та культури, а з іншого боку, перетворився на сильний чинник та показник суспільного благополуччя та цивільності.

Таблиця 2

**Загальне туристичне споживання всередині країни
(України) у динаміці за 2000–2019 роки
(за даними КНОЕМА)**

№	Показники	2000 рік	2005 рік	2010 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
1	Туризм, загальний внесок у ВВП (частка, %)	7,2	8,7	7,6	5,4	5,4	5,6	5,4	5,2
2	Туризм, загальний внесок у ВВП (млрд дол. США)	2,2	7,5	10,4	4,9	5,1	6,3	6,8	7,1
3	Туризм, внутрішнє споживання (млрд дол. США)	1,9	6,2	8,9	4,3	4,4	5,3	5,9	6,2
4	Туризм, внутрішнє споживання, реальний темп приросту (%) (щорічна відсоткова зміна у мільярдах доларів США 2000 року)	17,6	-7,0	0,5	-8,9	2,5	2,0	3,0	-0,1
5	Витрати міжнародних туристів усередині країни (млрд дол. США)	0,5	3,4	4,5	1,4	1,5	1,7	2,0	2,2
6	Витрати міжнародних туристів усередині країни (млрд од. національної валюти)	3,0	17,4	35,8	30,4	37,5	45,7	53,8	63,0
7	Витрати міжнародних туристів у країні, реальний темп приросту (%)	19,4	-6,3	-3,4	-7,1	5,4	0,0	6,6	5,5
8	Туризм, витрати резидентів усередині країни (млрд дол. США)	1,4	2,8	4,3	2,9	2,9	3,5	3,9	4,0
9	Туризм, витрати резидентів у країні (частка, %)	4,2	3,1	3,1	3,19	3,0	3,0	3,0	2,8

Джерело: World Data Atlas. КНОЕМА. Світовий атлас даних, 2020

У матеріалах Всесвітньої конференції з туризму, проведеної Всесвітньою туристичною організацією (СОТ) у 1981 році у Мадриді, туризм визначається як один з видів активного відпочинку, що являє собою подорожі, що здійснюються задля пізнання тих чи інших районів, нових країн та поєднуються у низці країн з елементами спорту. У 1993 році статистична комісія ООН прийняла більш широке визначення туризму:

Туризм – це діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що перебувають за межами їхнього звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, задля відпочинку, з діловими та іншими цілями.

У Законі України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 325/95-ВР визначення таке: «туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності на місці, куди особа від'їжджає». У сучасному світі туризм є одним із ефективних засобів задоволення дозвільних потреб людей і нині набуває масового характеру. Це сталося завдяки зростанню взаємозв'язку та взаємозалежності країн у результаті відкритості кордонів та збільшення масштабів міжнародної торгівлі, що охоплює обмін як товарами і капіталом, але й послугами. Індустрія туризму водночас справляє важливий вплив на міграційні процеси населення, сприяє обміну соціокультурною інформацією між спільнотами у глобальному масштабі. Словом, туризм як невід'ємний елемент соціальної системи впливає на буття окремого індивіда, соціальних груп, соціуму загалом, що дає змогу окреслити якісно нові характеристики туризму та осмислити їх у рамках соціологічного підходу.

Відмінною рисою сучасного туризму є його соціальна спрямованість. Розвиток туристичної індустрії останніми роками відбувається швидкими темпами. Людина, подорожуючи країною та світом, пізнає нове. Розвиток і збагачення людського інтелекту, світогляду, вдосконалення духовно-моральних відносин стають необхідними умовами відтворення суспільства. Це приводить до розбудови механізмів соціокультурної ідентифікації особистості. Руйнується психологічна прихильність до традиційних соціально-групових структур, відбувається відрив людини від колективу, що супроводжується не тільки усвідомленням

особистої свободи й незалежності, але іноді й дискомфортом, тугою за колективом, в якому людина була раніше. Такий розпад систем зовнішньої детермінації життєдіяльності особистості не просто послаблює її залежність від соціокультурного середовища, але й приводить до виникнення зворотних ліній детермінації, а саме залежності соціальних структур від стану душі людини, її світовідчуття. Кожна людина, вирушаючи в подорож, прагне отримати позитивні емоції, зняти стрес, відновити духовні та фізичні сили, пізнати нове, поглибити знання про природу, історію та культуру інших країн і народів. Отже, людині треба дати можливість організувати свій відпочинок, відновити сили та здоров'я. Стаття 1 «Хартії Туризму» (1985 рік, ЮНВТО) свідчить про те, що «право кожної людини на відпочинок та дозвілля, включаючи право на розумне обмеження робочого дня та на оплачувану періодичну відпустку, а також право вільно пересуватися без обмежень, крім тих, які передбачені законом, визнається у всьому світі».

Вплив туризму на життя місцевого населення може бути як позитивним, так і негативним. Позитивними сторонами впливу туризму є створення робочих місць, зростання доходів, унаслідок чого відбувається підвищення рівня життя; прискорення соціальних та культурних процесів, процесу урбанізації та розвитку міських служб, інфраструктури та культурних організацій; відродження місцевих культурних цінностей, розвиток народної творчості, традицій, звичаїв, народних ремесел; підвищення попиту на сільськогосподарську продукцію та товари місцевого виробництва; охорона та відновлення місцевих пам'яток культури, а також відродження місцевого культурного життя, підвищення привабливості регіону.

Туризм сприяє розвитку місцевих підприємств, таких як об'єкти культури та розваги (виставки, музеї, кінобізнес, шоу-бізнес, меморіальні комплекси та пам'ятники), які через оподаткування приносять дохід регіону та місцевому населенню; підприємства з виготовлення сувенірів, спеціального туристичного спорядження та народного промислу (продукція цих підприємств у всьому світі спрямована на туристів); транспортні підприємства та місцеві фірми (пункти прокату автомобілів, використання автобусів під екскурсії, громадський транспорт,

місцеві авіакомпанії значною мірою орієнтовані на прибутки від туризму) (Бігус, Гальків, Добушовський, 2020).

Найважливіша соціокультурна характеристика туризму полягає в тому, що він є соціальною практикою, яка змінює людину і позиціонує її у соціальному просторі. Це реалізується його функціями та соціальним призначенням. Механізм функціонування феномена туризму визначає вплив туристичної діяльності лише на рівні внутрішнього світу людини, міжособистісних відносин, соціуму, фокусуючи найзначніші трансформації сучасної соціокультурної ситуації, у результаті чого туристичний досвід стає соціально значимим. Туризм, будучи одним із проявів соціальної форми руху, є важливим фактором, що сприяє багатоплановим комунікаційним зв'язкам і впливає на генезис цивілізаційного процесу. Проте довгий час він не мав однозначного і чіткого визначення й по-різному трактувався як окремими фахівцями, так і організаціями. Водночас сучасний туризм – дуже складне та багатогранне явище, тому вивчення феномена туризму потребує звернення до психології, антропології, соціології, економіки, географії, інформатики, права.

Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, яка набула чинності у 2017 році, запровадження безвізового режиму для громадян України стали демонстрацією нового формату відносин між нашою країною та ЄС, які ґрунтуються на спільних інтересах створення сприятливого клімату для розвитку міжнародного туризму. Глобальність процесів у розвитку сучасного туризму формує нові умови для діалогу різних культур і національних традицій у системі світових взаємин. Діалог культур висуває проблему пошуку загальнолюдських цінностей для плідної позитивної співпраці та взаєморозуміння. Орієнтація на загальнолюдські цінності – це природна відповідь сучасного туризму на виклик часу. За даними Національної туристичної організації України, кількість в'їздів міжнародних туристів до України у 2020 році склала 3,3 млн осіб, а виїзд громадян України дорівнює 11,2 млн осіб, що у різниці становить 7,8 млн осіб усіх міжнародних туристичних подорожей. (табл. 3) (USAID. *Turystychnyj barometr Ukrainy*, 2020).

Таблиця 3

**В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну
і виїзд громадян України за кордон за даними
Державної прикордонної служби
і Національної туристичної організації України (осіб)**

Рік	В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну	Виїзд громадян України за кордон	Сальдо
2009	20 798 342	15 333 949	5 464 393
2010	21 203 327	17 180 034	4 023 293
2011	21 415 296	19 773 143	1 642 153
2012	23 012 823	21 432 836	1 579 987
2013	24 671 227	23 761 287	909 940
2014	12 711 507	22 437 671	-9 726 164
2015	12 428 286	23 141 646	-10 713 360
2016	13 333 096	24 668 233	-11 335 137
2017	14 229 642	26 437 413	-12 207 771
2018	14 342 290	27 976 681	-13 634 391
2019	13 709 562	29 345 897	-15 636 335
2020	3 382 097	11 251 406	-7 869 309

Джерело: за даними USAID. Туристичний барометр України, 2020

Сфера туризму має подвійну природу: вона, з одного боку, є комерційною сферою діяльності, з іншого боку, має соціально спрямований характер задля задоволення та розвитку суспільних потреб, впливає на процес розвитку особистості, виступає джерелом та інструментом перерозподілу національного доходу всередині регіону та країни. Туризм водночас орієнтований на вирішенні практичних проблем. У зв'язку з цим особливого значення набуває функція задоволення життєвих потреб суспільства за допомогою забезпечення соціального благополуччя, створення передумов для стабільного розвитку регіону, які стримують ймовірність соціальної напруги. Результати його різнобічної діяльності можуть використовуватись на користь різних соціальних груп, служити способом формування стереотипів, ціннісних переваг. Міжнародні зв'язки дають можливість краще

зрозуміти спосіб життя мешканців інших країн, що сприятиме руйнуванню забобонів та стереотипних уявлень про інші суспільства, наголошуючи на його впливі на гуманітарні аспекти глобалізації та зростання рівня соціальної безпеки.

Роль, місце й значення туризму в житті культури та суспільства визначаються його основними функціями, а саме задоволенням потреб у самоактуалізації; пізнавальною функцією (через цю діяльність відкриваються можливості для активного набуття нових знань про культуру); комунікативною функцією, пов'язаною з розширенням та зміцненням меж спілкування; соціалізацією та інкультурацією особистості, пов'язаною з можливістю засвоєння соціальних та культурних норм; мотиваційною функцією, тобто ця діяльність здатна сформувати у свідомості людини певні ідеали та зразки поведінки, а також навіть стиль життя (Петрович, Бондаренко, Просович, 2019).

23 червня 2022 року було ухвалено рішення про надання Україні статусу кандидата на членство у Європейському Союзі. У зв'язку з цим та задля створення належних умов для імплементації положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їх державами-членами необхідно вдосконалити окремі аспекти законодавчої процедури задля створення оптимальних механізмів опрацювання законопроектів, спрямованих на адаптацію законодавства України до положень права Європейського Союзу (*acquis* ЄС), виконання міжнародно-правових зобов'язань України у сфері європейської інтеграції. У ході голосування за надання Україні статусу кандидата на вступ до Європейського Союзу Україну підтримали усі 27 країн блоку. Після отримання бажаного статусу мають розпочатися переговори щодо вступу України до ЄС. Україна отримає план вступу до блоку: у дорожній карті будуть прописані конкретні рекомендації. Їх виконання та оцінка може зайняти не один рік (Мартинко, 2022).

Співпраця з країнами Європейського Союзу та використання їхнього досвіду в галузі туризму сприятимуть успіху та допоможуть Україні сформувати свою політику у сфері туризму, розробити законодавчо-нормативну базу відповідних норм та стандартів ЄС. Така співпраця дасть змогу просунути вітчизняні туристичні послуги на європейський ринок та підвищити їхню

конкурентоспроможність, долучитися до міжнародного інформаційного простору, отримати досвід туристичної діяльності успішних підприємств країн ЄС. Україна має всі можливості стати одним із провідних європейських туристичних центрів Європи, оскільки має відповідний туристично-рекреаційний потенціал.

Висновки. Вивчення впливу туризму з наукової точки зору з недавніх пір привернуло увагу вчених багатьох галузей знань. Туризм став об'єктом вивчення соціологів, економістів, глобалістів. У зв'язку з цим виникла потреба у розробленні точних визначень та термінів. Проблема вивчення впливу туризму та його функцій у житті суспільства не така проста, як здається на перший погляд. Нею щорічно займаються різноманітні організації, такі як Ліга Націй, Організація Об'єднаних Націй (ООН), Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй (UNWTO), Організація економічного співробітництва та розвитку.

Туризм сьогодні є високоприбутковою галуззю економіки, що динамічно розвивається. Вплив туризму має складний характер і може бути як позитивним, так і негативним. Важко оцінити та виявити всі можливі соціальні аспекти впливу туризму. Його розвиток на регіональному рівні багато в чому визначає структуру доходів місцевих бюджетів, в які туризм міг би приносити значний внесок. Туристська галузь, посідаючи важливе місце у суспільстві, бере на себе найважливіші соціальні функції, такі як відновлення психофізіологічних ресурсів суспільства; сприяння працездатності людини та раціональному використанню вільного часу; забезпечення зайнятості населення та зростання його доходів; спрямованість на підтримку та відновлення рекреації регіонів.

Облік туристичних міст сильно змінюється для того, щоб задовольнити потреби туристів. У міському плануванні та благоустрої дедалі більше уваги приділяється створенню місць відпочинку, розробленню пішохідних прогулянкових маршрутів історичними вулицями міст, які безпосередньо пов'язані з впливом туризму. Після адаптації досвіду США до вітчизняних умов, аналізу їхнього досвіду організації автомобільного туризму, ландшафтних, технічних ресурсів приміської зони з'явилась можливість вирішення проблеми організації короткострокового

відпочинку населення шляхом створення на територіях приміських зон паркових доріг. Сьогодні туризм став складовою частиною стратегічних концепцій економічного та соціального розвитку. Лише поодинокі країни не рекламують себе як туристичні центри. Туризм намагалися і намагаються розвивати країни, які мають зовсім різні економічні та політичні системи. Ставши товаром, вираженим у послугі, туризм набув загальносвітової значущості, відіграючи важливу роль у процесі формування глобального світового порядку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Туристична діяльність та її соціальні функції у житті людини. URL: <http://www.kazatur.narod.ni/mut/7.HTML>.
2. Белкін М.М. Навіщо і за чим? Мандрівник та турист в історичній перспективі. *Інтелектуальний форум*. 2017. № 1.
3. Дусенко С.В. Інфраструктура у системі управління регіональним туризмом : дис. ... канд. соціол. наук. 2004, 180 с.
4. Бурдье П. Соціологія політики. Київ, 2013. 336 с.
5. Філіппов А.Ф. Гетеротопологія природних просторів. Вітчизняні записки. 2012. № 6–7.
6. Merton R. Science, Population and Scienty. *Sociological Review*. 2006. Vol. 28.
7. Parsons T. On institutions and social evolution: selected writings / L.H. Mayhew (ed.). Chicago : University of Chicago Press, 2002. 363 p.
8. Фуруботн Є.Г., Ріхтер Р. Інститути та економічна теорія: Досягнення нової інституційної економічної теорії / пер. з англ. ; ред. В.С. Катькало, Н.П. Дроздовий. Київ : Видавництво Державного університету, 2005. 702 с.
9. UNWTO. Call for Action for Tourism's COVID 19 Mitigation and Recovery, published 1 April 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-launch>.
10. World Data Atlas. KNOEMA. Світовий атлас даних. URL: <https://business.knoema.com/about-team>.
11. The Travel & Tourism Competitiveness Report. URL: <https://www.weforum.org/reports>.
12. Туризм. Світовий ринок. 2022/01/20. URL: <https://www.tadviser/index.php>.
13. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 року (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
14. Бігус М.М., Гальків Л.І., Добушовський П.А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий*

погляд: економіка та управління. 2020. № 3. С. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-69-1>.

15. USAID. Туристичний барометр України 2020. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_.html.

16. Петрович Й.М., Бондаренко Ю.Г., Просович О.П. Інституційне середовище як важлива передумова розвитку рекреаційно-туристичної сфери. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2019. Т. 6. № 3. С. 3–15. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi.2019.03.003>.

17. Мартинко К.В. Надання Україні статусу кандидата в ЄС підтримали усі 27 країн блоку. 23 червня 2022 року. URL: <https://www.kp.ua>.

REFERENCES

1. Turystychna diial'nist' ta ii sotsial'ni funksii u zhytti liudyny [Tourist activity and its social functions in human life]. Retrieved from: <http://www.kazatur.narod.ni/mut/7.HTML> [in Ukrainian].

2. Bielkin, M.M. (2017). Navischo i za chym? Mandrivnyk ta turyst v istorychnij perspektyvi. Intelektual'nyj forum [Why and for what? Traveler and tourist in historical perspective]. Intellectual Forum. 2017. № 1 [in Ukrainian].

3. Dusenko, S.V. (2015). Infrastruktura u systemi upravlinnia rehional'nym turyzmom. Dysertatsiia na zdobuttia naukovooho stupenia kandydata sotsiolohichnykh nauk [Infrastructure in the regional tourism management system. Dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of Sociological Sciences]. 180 s. [in Ukrainian].

4. Burd'ie, P. (2013). Sotsiolohiia polityky [Sociology of politics] K. 2013. 336 s. [in Ukrainian].

5. Filippov, A.F. (2012). Heterotopolohiia pryrodnykh prostoriviu. "Vitchyzniani zapysky" [Heterotopology of natural spaces. "Patriotic notes"]. № 6–7 [in Ukrainian].

6. Merton, R. (2006). Science, Population and Scenty. Sociological Review [Science, Population and Science. Sociological Review]. Vol. 28.

7. Parsons, T. (2002). On institutions and social evolution: selected writings. Leon H Mayhew, ed. Chicago: University of Chicago Press. 363 p.

8. Furubotn, Ye.H., Rikhter, R. (2005). Instytuty ta ekonomichna teoriia: Dosiahnennia novoi instytutsijnoi ekonomichnoi teorii. Per. z anhł, za red. V.S. Kat'kalo, N.P. Drozdovj. K.: Vydavnytstvo derzh. un-tu [Institutions and economic theory: Achievement of a new institutional economic theory. Trans. from English, edited by V.S. Katkalo, N.P. Drozdovj. K.: State Publishing House. University]. 702 s. [in Ukrainian].

9. UNWTO. Call for Action for Tourism's COVID 19 Mitigation and Recovery, published 1 April 2020. Retrieved from: <https://www.unwto.org/ws/unwto>.

10. World Data Atlas. KNOEMA. Svitovyy atlas danykh [KNOEMA. World Data Atlas.] Retrieved from: <https://business.knoema.com/about-team>.

11. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports>.

12. Turyzm. Svitovyy rynek. 2022/01/20 [Tourism. World market]. Retrieved from: <https://www.tadviser./index.php>.

13. Zakon Ukrainy “Pro turyzm” vid 15 veresnia 1995 roku (iz zminamy ta dopovnenniamy) [Law of Ukraine “On Tourism” dated September 15, 1995 (with amendments and additions)]. (n.d.). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua>.

14. Bihus, M.M., Hal’kiv, L.I., Dobushovs’kyj, P.A. (2020). Turystychnyj biznes pid vplyvom suchasnykh zmin, zumovlenykh svitovymy vyklykamy [Tourist business under the influence of modern changes caused by global challenges]. *Naukovyj pohliad: ekonomika ta upravlinnia* [Scientific view: economics and management]. № 3. S. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666Kh/2020-69-1> [in Ukrainian].

15. USAID. Turystychnyj barometr Ukrainy 2020 [USAID. Tourism barometer of Ukraine 2020] URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_.html [in Ukrainian].

16. Petrovych, J.M., Bondarenko, Yu.H., Prosovych, O.P. (2019). Instytutysijne seredovysche iak vazhlyva peredumova rozvytku rekreatsijno-turystychnoi sfery. [Institutional environment as an important prerequisite for the development of the recreational and tourist sphere]. *Visnyk Natsional’noho universytetu “L’vivs’ka politehnika”. Seriiia “Problemy ekonomiky ta upravlinnia”* [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series “Problems of economics and management”]. T. 6. № 3. S. 3–15. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi.2019.03.003> [in Ukrainian].

17. Martynko, K.V. (2022). Nadannia Ukraini statusu kandydata v YeS pidtrymaly usi 27 krain bloku. [All 27 countries of the bloc supported Ukraine’s EU candidate status. June 23, 2022]. Retrieved from: <https://www.kp.ua> [in Ukrainian].